



HAL
open science

La forme suit l'émotion : design à contre-courant

Natalia Baudoin Teran

► **To cite this version:**

Natalia Baudoin Teran. La forme suit l'émotion : design à contre-courant. Art et histoire de l'art. 2017. dumas-01596246

HAL Id: dumas-01596246

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01596246>

Submitted on 7 Nov 2017

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

A photograph of several salmon swimming in turbulent, white-water rapids. The fish are silvery with hints of pink and orange, and they are positioned at various angles, some facing left and some right, as they navigate the churning water. The background is a dense, frothy white foam from the rapids, creating a sense of movement and energy.

Mémoire de fin d'études
Master 2 Design, Arts et Médias
Université Paris 1 - Panthéon Sorbonne
UFR Arts Plastiques et Sciences de l'Art
2016-2017

La forme suit l'émotion
Design à contre-courant

NATALIA BAUDOIN

Sous la direction de
M. Pierre Damien Huyghe
Mme. Françoise Parfait
Mme. Annie Gentes

Sommaire

Sommaire	1
Remerciements	2
Introduction	3
La Forme suit la fonction, design européen	6
A. La genèse du design dans la société industrielle	7
1. La grande industrie.....	7
2. Design et contexte.....	13
B. De la société postindustrielle à la globalisation.....	16
1. L'avènement du design italien.....	16
2. Les enjeux de la globalisation.....	19
La forme suit l'émotion, design latino-américain	24
A. L'émotion par-dessus la technique.....	25
1. Artisanat, une question d'identité	25
2. La forme suit l'émotion	34
B. Design et développement durable	45
1. La piracema	45
2. Hybridations techniques.....	53
Conclusion.....	62
Bibliographie.....	65
A. Livres.....	65
B. Articles.....	66
C. Conférences	67
Dans la pratique.....	68
A. Les antécédents : <i>Imprinted Memories</i>	68
B. Expérimentations : <i>Imprinted Memories #2</i>	69
Éléments d'enquête	71
A. Entretien à Heidi Jalkh.....	71
1. Transcription originale	71
2. Traduction à la langue française	81
B. Entretien à Nicolás Grosny	91
1. Transcription originale	91
2. Traduction à la langue française	105
C. Entretien à Sebastián Rozas.....	119
1. Transcription originale	119
2. Traduction à la langue française	135

Remerciements

J'adresse mes remerciements aux personnes qui de près ou de loin ont contribué au développement de cette réflexion et à la mise en œuvre de ce mémoire.

Tout d'abord je souhaite remercier M. Pierre Damien Hyghe. Ses cours, et sa pensée sur le design et la technique m'ont obligée à me poser des questions inattendues et m'ont aidé dans le développement de ma propre pensée sur le design. Je souhaite remercier également Mme Françoise Parfait et M. Olivier Schefer pour avoir accompagné et encouragé le développement de mon mémoire.

Je remercie Heidi Jalkh, Nicolás Grosny et Sebastián Rozas pour leur générosité lors des entretiens. Ils sont des grandes sources d'inspiration. Je remercie Grégory Marion pour les longues discussions au sujet du design et l'artisanat et pour les nombreuses références

Je souhaite particulièrement remercier Joël Cogan, Claudia Sobrecases et Rahma Ibenachehab pour leur précieuse aide à la relecture et à la correction du présent travail. Anne Claire Villefourceix pour sa franche amitié et la complicité dans la réflexion.

Finalement je remercie ma famille pour l'amour et la patience pendant ce processus, particulièrement mon mari, Andrés.

Introduction

Le point de départ de ce mémoire réside dans un doute né de la confrontation de ma pratique du design à certains écrits sur cette discipline et dans la volonté de développer une réflexion individuelle sur cette discipline qui me passionne.

D'origine bolivienne-vénézuélienne, j'ai séjourné pendant plus de 6 ans en Argentine. Là-bas, j'ai eu l'opportunité de travailler dans le développement d'activités productives (artisanat) au sein de communautés marginalisées qui avaient besoin de trouver de nouveaux moyens de subsistance : en particulier la communauté indigène Los Comechingones del Pueblito de la Toma et les vanniers de Copacabana dans la région de Córdoba. Quelques années après cette expérience, toujours en Argentine, j'ai réalisé le projet *Imprinted Memories*, un projet en céramique qui témoigne de mon expérience avec ces communautés et qui vise à rendre hommage à leur savoir tout en réactualisant leurs techniques ancestrales.

Venue à Paris pour réaliser le Master Design, Arts, Médias, je me suis retrouvée confrontée, bien sûr, à l'étude du design d'un point de vue théorique. Dans ces cours théoriques, il était question de la théorie des techniques et du design né à partir de et *uniquement* pour la grande industrie. L'existence historique d'une étroite relation entre le design et l'industrie n'était pas une surprise, en revanche ce qui l'était c'était le caractère exclusif de cette définition du design.

Ayant une pratique du design en lien très étroit avec des artisans, je me suis très vite demandée : « Qu'en est-il du design qui ne se fabrique pas au sein de la grande industrie ? » Pleine d'interrogations, je remettais en question ma pratique, me demandant si elle relevait véritablement du design. Mon intuition me répondait positivement. En Argentine, et de manière générale en Amérique Latine, la pratique du design relève souvent du travail en collaboration avec des artisans, de la



Atelier de poterie de la Comunitat Comchingones del Pueblito de la Toma, Córdoba, 2011

production dans une industrie qui n'est pas spécifiquement ancrée au sein de ce qui relève de la grande industrie, du moins pas de manière exclusive. Luttant contre mes incertitudes et contre une vision du monde (et du design) clairement ethnocentriste, je me disais que l'on n'avait pas forcément tort. J'eus donc la volonté et l'ambition de mieux comprendre les enjeux de cette discipline dans leur diversité et j'entrepris de broser le portrait du design en Amérique du Sud, tellement méconnu du « vieux monde » et même des propres designers Latino-Américains.

Le design peut-il avoir à voir avec la production artisanale ou n'est-il concerné que par l'industrie ? Si le design n'est pas concerné que par l'industrie, qu'il a peut-être à voir avec l'artisanat, comment y tiendrait-il sa place ? De quelle manière peut-il faire avec l'artisanat ?

Au début du XX^e siècle, un architecte américain Louis Sullivan popularisa la formule « la forme suit la fonction ». Cette formule devint une des idées phare du design au sein du mouvement moderne. Reprise par des artistes et architectes de l'époque tels que Frank Lloyd Wright, László Moholy-Nagy ou d'autres membres de la Bauhaus, le design classique européen s'est construit autour de ce principe « fonctionnaliste ».

Aujourd'hui, de l'autre côté de l'Atlantique, en Amérique Latine, des designers font un clin d'œil à la formule proposée par Sullivan proposant la formule suivante : « La forme suit l'émotion ¹ ». En Amérique Latine, le design se développe à *contre-courant* : il se développe en dehors de la grande industrie, là où le mouvement moderne avait décidé que le design n'était pas possible.

Il existe au Brésil un phénomène très particulier qui porte le nom de *Piracema*. Il désigne le phénomène qui se déroule pendant la saison des pluies au cours de laquelle certaines espèces de

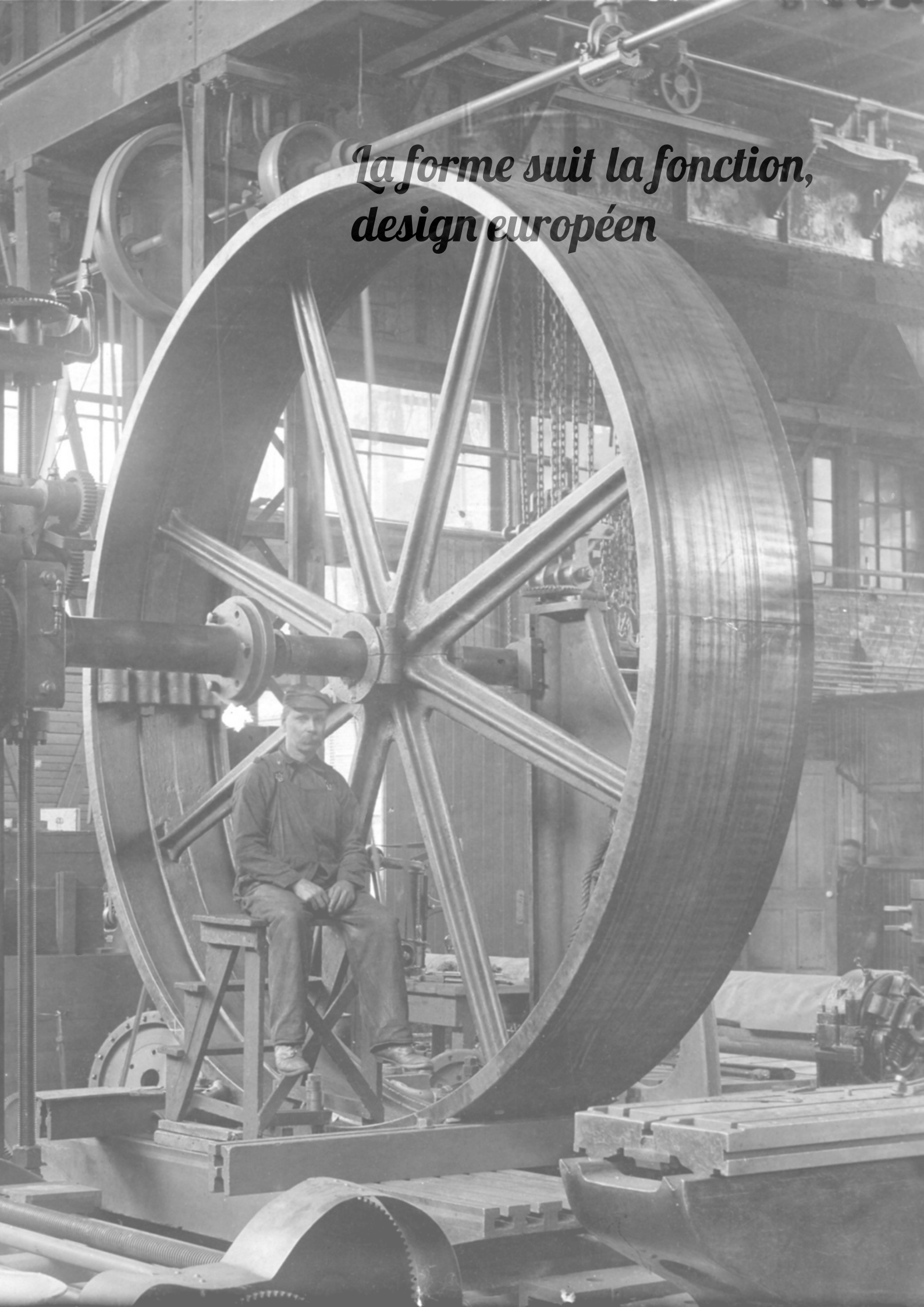
¹ BORGES, Adélia, citée par CAMBARIERE, Luján, *El alma de los objetos, una mirada antropológica del diseño [L'âme des objets, un regard anthropologique du design]*, Buenos Aires, éd. Paidós, 2017, p.106. [Traduit par nos soins].

poissons nagent à contre-courant dans le but de se reproduire en amont du fleuve. Ce mot d'origine indigène a été choisi comme nom pour un laboratoire de design travaillant avec des artisans indigènes du Brésil. Design à *contre-courant* est ce design qui, à l'image du *Piracema*, nage à *contre-courant* pour exister, pour pouvoir se développer.

Nous essayerons de comprendre pourquoi le design s'est défini dans ses débuts comme design industriel pour ensuite comprendre le développement de cette discipline en Amérique Latine comme un design à *contre-courant* qui fait avec l'artisanat. Il va à l'encontre des grandes théories sur le design qui se sont développées entre 1900 et 1950 pour faire entendre que cette discipline n'a pas une seule manière de faire.

Enfin, nous verrons en quoi cette manière originale de *faire* constitue une opportunité pour le développement régional en dehors des circuits traditionnels d'aide au développement, prenant en compte les réalités des populations et leur économie informelle et précaire.

*La forme suit la fonction,
design européen*



A. LA GENESE DU DESIGN DANS LA SOCIETE INDUSTRIELLE

1. La grande industrie

Le design en tant que discipline trouve ses origines au début du XX^e siècle en Europe et aux États Unis. Historiquement, le design a été défini dans sa relation à l'industrie. Dans certains pays on se réfère à cette profession par le nom de design industriel. En français, le mot design dérive à la fois de « dessein » et « dessin », ce qui selon Alain Rey, implique « le propre de l'objet industriel où tout se décide au moment du projet (par opposition à l'objet ancien fait à la main, dont le projet se différenciait en cours d'exécution)². »

En effet, le design s'est développé au moment de la transition entre un monde où la production d'objets se faisait principalement de manière artisanale au sein des manufactures et un monde où les grandes machines prennent en charge la production. Dans l'article 1 de *l'Encyclopédie*, Diderot parle de l'industrie de l'homme qui a donné naissance aux sciences et aux arts. L'Industrie est pour lui la capacité de mettre au monde des objets. Les grandes manufactures constituaient donc une industrie qui produisait des objets principalement grâce à la force des hommes qui y travaillaient.

Avec le développement de la grande industrie, on est arrivé à produire des objets beaucoup plus rapidement. La force des hommes est alors remplacée par la force des machines. La main d'œuvre artisanale remplacée par la machine, le travail de l'homme passera de la production d'objets à l'alimentation des machines, d'artisan à ouvrier, de l'industrie à la grande industrie. Cependant, cette transition ne se fera pas sans une certaine

² REY, Alain, *Dictionnaire Historique de la Langue Française*, Paris, éd. Le Robert, 2016. [Source au format e-book, sans pagination]

résistance. Dans « Le principe du métier » Pierre Damien Huyghe l'explique en s'appuyant sur Marx :

« Un témoin attentif de l'installation de la société industrielle permet de le comprendre assez clairement. Marx a distingué en effet deux sortes d'industrie : celle où « le métier », dit-il, « reste la base » et celle où ce n'est plus le cas. « À un certain degré de son développement, la grande industrie entre en conflit, même au point de vue technologique, avec sa base donnée par le métier et la manufacture » (Le Capital, livre I, section IV, chapitre XV « Le machinisme et la grande industrie »). Marx veut dire ici deux choses. La première, c'est que l'industrie s'est haussée ou poussée (elle a « grandi », selon son expression) jusqu'au point de n'avoir plus recours au principe opératoire de la « manufacture » : la manœuvre et le maniement, dans des conditions collectivement organisées, de métiers. Et la seconde, tout à fait corrélative, c'est que, si l'on a pu en venir à produire sans recourir aux conditions des exercices professionnels d'autrefois, c'est qu'on s'était mis en mesure, dans le courant du XVIII^e siècle en fait, de se passer des métiers eux-mêmes ; je veux dire des objets, non des compétences qui peuvent être aujourd'hui désignées par ce terme de « métier ». Dans l'industrie passée à un certain stade de croissance, la production se fait sans titulaires de métiers au sens traditionnel du mot parce qu'elle dispose d'une nouvelle sorte d'outillage ; les machines, ces machines dont le fonctionnement ne dépend pas d'abord des compétences particulières de l'ouvrier qui la sert³. »

Etant dans une logique de remplacement de l'artisanat, la grande industrie va mettre en œuvre des machines d'un tel coût que seules quelques personnes seront en mesure de se les procurer. Alors que les artisans disposaient de leur métier, les ouvriers salariés n'ont quant à eux pas cette disposition vis à vis des machines. Ce sont les propriétaires de ces machines qui disposeront de celles-ci ainsi que de l'espace de production dans lequel elles s'inscrivent et des corps ouvriers qui travaillent avec elles.

³ HUYGHE, Pierre-Damien, « Le principe du métier », in *Ateliers d'Art*, n° 100, 2012, p. 57-58.

Ce caractère dépossédant du travail, par lequel les ouvriers n'ont plus connaissance du travail global qui est réalisé ni des objectifs à atteindre, pour lequel ils n'ont pas besoin de qualifications, est aperçu comme dévalorisant par certains. William Morris, qui voyait dans la capacité productrice de l'artisanat une valeur artistique et une source de bonheur, voit dans l'industrie une dénaturalisation du travail ouvrier et le développement d'une ploutocratie⁴. Lors d'un discours prononcé devant la *Chicago Arts and Crafts Society*, Frank Lloyd Wright décrit les raisons pour lesquelles Morris et Ruskin s'opposent à la machine de leur époque : « Ces réformateurs [Morris et Ruskin] contestaient la machine, car le goût du luxe né de la cupidité l'avait modifiée et transformée en un effrayant moyen d'aliénation, inondant le monde civilisé d'une omniprésence mortifère qui condamnait assez clairement leur Art. Cette machine n'était pas assez avancée à l'époque pour montrer aussi clairement qu'aujourd'hui qu'elle saura, de manière sûre et rapide, par son propre élan, défaire le mal qu'elle a fait, et se défaire des vulgaires imposteurs aussi. Elle n'était pas assez répandue non plus pour que William Morris, ce grand démocrate, comprenne que la machine était le grand précurseur de la démocratie⁵. »

Même si Frank Lloyd Wright reconnaît les méfaits des débuts de la grande industrie sur le plan social, il voit dans la machine un potentiel extraordinaire qui réside dans sa relation à l'art. Pour lui, ce qui intéresse les designers (artistes) dans les machines n'est pas d'ordre économique, ce qui s'avère être l'intérêt premier que les machines ont suscité dans la société. Pour lui, les designers doivent travailler avec les machines pour faire mieux que ce qui a été fait jusqu'à présent. « Pour l'architecte et ses camarades artistes, notre époque diffère des autres simplement du fait que la machine a remplacé l'outil et que, plus déroutant encore, au

⁴ MORRIS, William, *L'art et l'artisanat* (1889), trad. Thierry Gillyboeuf, Paris, éd. Payot & Rivages, coll. « Rivages Poche / Petite Bibliothèque », 2011.

⁵ WRIGHT, Frank Lloyd, « Art and Craft of the Machine » [« Arts et Métiers de la Machine »], discours adressé à la Chicago Arts and Crafts Society de Hull House le 06 mars, et à la Western Society of Engineers, le 20 mars 1901, source en ligne : http://www.learn.columbia.edu/courses/arch20/pdf/art_hum_reading_50.pdf [Consulté le 20/04/2017]. Traduit par nos soins.

lieu de dépendre du patronage d'une aristocratie héréditaire, l'artiste s'en remet de nos jours à un industrialisme automatique, fondé sur l'acquiescement de l'individu et pas du tout sur l'habileté manuelle de l'homme de métier⁶. » Il n'est plus question des habilités artisanales. Les outils de son époque sont les machines et il faut faire avec elles.

L'utilisation d'une poussée technique devient générale tout d'abord parce qu'elle comporte un avantage économique. Elle existe dans une logique du remplacement de ce qui pouvait se faire auparavant. Prenons l'exemple de la photographie. Dans un premier temps de son histoire elle s'est installée parce qu'elle pouvait produire des images qui ressemblaient aux images que l'on savait faire jusqu'à alors mais à un coût et en un temps très réduit. Dans le cas de la grande industrie, ses premières applications consistaient à imiter des œuvres dites classiques, dont la fabrication était propre à l'artisanat ou à la manufacture. La fabrication industrielle supposait un coût très bas, rendant ces imitations d'œuvres accessibles au grand public. Les machines remplaçaient l'artisanat.

« Des imitations sous vos pieds, des imitations au-dessus de vos têtes, des imitations tout autour de vous, vous êtes noyés dans l'"imitation". Votre ébénisterie très moulurée est teintée "à l'ancienne". Inévitablement vous avez un "salon" blanc et or, avec quelques fauteuils dorés, un piano rocaille et de surcroît, alentour, une profusion d'objets industriels bon marché, des copies de copies d'imitations premières. Pour vous, fiers propriétaires, ces choses aussi avilies ont-elles la moindre signification, à part leur vogue ou leur prix⁷? »

Cette logique du remplacement d'une technique précédente une fois installée, l'art et le design interviendront. Dans le cas de la photographie ce n'est que dans un deuxième temps que l'on a pu découvrir son vrai potentiel esthétique et que l'on a

⁶ *Id.*, *L'Avenir de l'architecture* (1953), trad. Georges Loudière et Mathilde Bellaigue, Paris, éd. Du Linteau, 2003, p. 83.

⁷ *Ibid.*, p. 90.

commencé à produire des images qui étaient propres uniquement à cette technique.

Ainsi, de manière générale, ce n'est que dans un deuxième temps qu'une poussée technique est questionnée sur ses fonctions, ses usages et sur ses qualités esthétiques intrinsèques. Dans le cas du développement de la grande industrie le design aura pour tâche de faire comprendre qu'il y a quelque chose à faire avec les machines qui n'est pas de l'ordre de l'imitation mais qui découle directement de la nature innée de ces machines.

Le design sortira donc de la logique d'exploitation économique de cet outil pour le faire travailler au service de la création artistique. Ainsi pour Frank Lloyd Wright : « Notre industrie doit former des concepteurs [en anglais designers] au lieu de fabriquer des artisans car nos artisans, ce sont les machines, les artisans tout prêts, efficaces et dociles. Sur ce point, le pouvoir mécanique a fait table rase. Comment obtenir de ces impressionnantes "machines /artisans" ce qu'elles peuvent faire de mieux ? Puis, au-delà du savoir-faire mécanique, comment trouver les rythmes de la forme⁸? » La première réponse est l'imagination dont la qualité véritable est de percevoir les qualités intrinsèques des matériaux, et de s'appropriier les contraintes que ceux-ci imposent. Le travail de l'artiste consiste donc à faire en sorte que ces contraintes ne détruisent pas l'effort artistique. Le designer doit trouver les matériaux adaptés pour que son ouvrage soit convenable.

Frank Lloyd Wright rajoute : « Non, tant que les concepteurs [designers] industriels américains n'auront pas mûri au point de reconnaître et d'aimer les limitations inhérentes à leur métier, l'Amérique n'aura aucun style dans l'industrie. Quelle sont ces contraintes ? L'automatisme de la fabrication industrielle n'est pas la moindre. [...] l'espoir des concepteurs américains repose sur le fait que l'automatisme permet aux machines de réaliser d'ores et déjà bien de choses désirables interdites ou

⁸ *Ibid.*, p. 107-108.

impossibles à la main⁹. » Ainsi, une industrie sans style serait une industrie sans art, donc pas une bonne. Pour qu'il y ait du style dans l'industrie il faut des designers qui considèrent les machines pour ce qu'elles peuvent faire qui ne soit pas de l'ordre du remplacement de la main, donc en dehors des intérêts économiques de l'imitation et dans leur capacités plastiques. « Ce mot crucial, "plastique", signifie que la qualité et la nature des matériaux sont telles qu'ils paraissent "couler" ou "croître" selon une forme au lieu de ressembler à un assemblage de morceaux découpés¹⁰. » Une industrie avec style, est une industrie qui aura trouvé le *rythme de la forme*.

De façon générale la mise en place de la grande industrie et l'installation d'une poussée technique se fait en plusieurs étapes. Carlotta Perez¹¹, écrit que les révolutions technologiques ont lieu de manière périodique (tous les 50 ans environ) et leur installation se fait en 4 phases (Figure1). Elles ont pour point de départ la découverte d'une innovation radicale. Selon Pérez : « Après une innovation radicale suit l'émergence d'un nouveau produit, capable de soutenir le développement d'une nouvelle industrie, il y a une période initiale d'innovation intense et d'optimisation, pour obtenir l'acceptation des produits dans le segment de marché concerné¹². » Cette période initiale d'innovation correspondrait alors à la phase d'installation économique et ce serait probablement dans la phase 3, juste avant que la technologie arrive à sa maturité qu'elle trouvera, pour utiliser les termes de Frank Lloyd Wright, les rythmes de la forme qui lui sont propres.

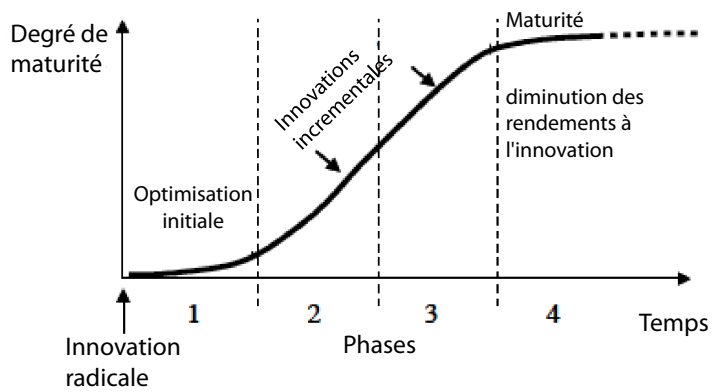
⁹ *Ibid.*, p.109.

¹⁰ *Ibid.*, p.110.

¹¹ Chercheuse honoraire à SPRU, Université du Sussex. Chercheuse Senior Associée à INTECH, Université des Nations Unies aux Pays Bas.

¹² PEREZ, Carlota, « Cambio tecnológico y oportunidades de desarrollo como blanco móvil » [« Nouvelles technologies et opportunités de développement comme cible mobiles »], in *Revista Cepal*, n°75, décembre 2001, p.120. [Traduit par nos soins].

Évolution d'une technologie: Une trajectoire technologique



Reproduction du graphique de Carlota Perez
Basé sur Nelson et Winter (1977), Dosi (1982), Freeman et Pères (1988), Wolf (1912), Abernathy et Utterbak (1975) et d'autres auteurs.

FIGURE 1: " Évolution d'une technologie:Une trajectoire technologique."

2. Design et contexte

Le design s'est donc construit dans le contexte du développement de la grande industrie de masse. Et en tant que tel, ce contexte a donné forme à cette discipline, d'où le positionnement de Frank Lloyd Wright à son égard. Cependant, si nous poussons l'idée que le contexte est ce qui donne forme à la discipline, il faut réfléchir à quel contexte ? Et dans quelles conditions ? László Moholy Nagy, artiste d'origine hongroise qui fût professeur de la Bauhaus, a écrit un texte nommé *Nouvelle Méthode d'approche. Design pour la vie* (1947). Dans ce texte, il décrit sa vision du design et du travail du designer. Pour lui le designer doit travailler en lien étroit avec son contexte socio-économique, artistique et technologique dans le but de servir la vie, où la fonction sociale devient incontournable. Ainsi pour lui : « Un designer fera donc d'autant mieux son travail qu'il se sera familiarisé avec les arts, les sciences et les nécessités sociales et économiques de son époque et qu'il aura compris les principes mécaniques de base du problème particulier qu'il doit résoudre, ainsi que les procédés industriels en jeu¹³. »

Ainsi le designer aura pour tâche de conjuguer une grande complexité de données techniques, sociales, économiques, scientifiques, etc. Le design n'aura donc pas pour objectif de créer de nouvelles apparences pour des objets existants. Il devra créer en réfléchissant autant aux caractéristiques intrinsèques des matériaux et des techniques à utiliser pour créer un objet que sur ses fonctionnalités, ses finalités. Il devra réfléchir au contexte social qui entoure l'usage de l'objet, sa fabrication, c'est à dire comment l'existence de cet objet affectera les personnes qui le fabriqueront et celles qui l'utiliseront.

Il devra également ancrer cet objet dans une démarche artistique correspondant à son époque. « Le design n'est donc pas une simple question d'apparence. Il renvoie en réalité à

¹³ MOHOLY-NAGY, László, « Nouvelle méthode d'approche. Le design pour la vie. » (1947), in *Peinture, photographie, film et autres écrits sur la photographie*, trad. Jean Kempf et Gérard Dallez, Paris, éd. Gallimard, coll. « Folio Essais », 2014, p. 273.

l'essence des produits et des institutions ; il exige une démarche à la fois pénétrante et globalisante. [...] Faire du design c'est penser en termes de relations. C'est appréhender le cadre et le cœur des choses, les buts immédiats aussi bien que les buts ultimes, dans le sens biologique du terme en tout cas. C'est ancrer la spécificité d'une tâche dans la globalité complexe¹⁴. » En ce sens, le design requiert une agilité mentale et créative importante. Moholy-Nagy ajoute-donc : « Il faut faire en sorte désormais que la notion de design et la profession de designer ne soient plus associées à une spécialité, mais à un certain esprit d'ingéniosité et d'inventivité, globalement valable, permettant de considérer des projets non plus isolément mais en relation avec les besoins de l'individu et de la communauté¹⁵. »

Suivant le raisonnement de Moholy-Nagy, le travail du designer conjugue différentes données du design dans cette démarche *pénétrante et globalisante*, ainsi le design serait donc dépendant du contexte. Il adoptera différentes caractéristiques selon l'emplacement géographique, les comportements sociaux-culturels, l'économie propre d'un pays, l'influence des arts, etc. Le design ne sera donc pas toujours le même. Dans certains cas il y aura différentes versions nationales du design. D'ailleurs, dans ce même texte Moholy-Nagy décrit les différences existantes entre le design européen et le design américain de son époque. « Il [le design] est par exemple fondamentalement différent en Amérique de ce qu'il est en Europe. Un pays comme les États Unis, où abondent richesses, matières premières et ressources humaines, peut se permettre le gaspillage. L'économie américaine a ainsi intégré structurellement la rotation et le renouvellement rapide des produits de consommation, en déclarant les produits obsolètes avant qu'ils ne soient techniquement dépassés. Le design européen, au contraire, ayant pour cadre une civilisation ancienne et une économie aujourd'hui essentiellement exportatrice, s'efforce de

¹⁴ *Ibid.*, p.278.

¹⁵ *Ibid.*

produire des marchandises à durée de vie élevée et tente de préserver ses matières premières¹⁶. »

Le contexte défini comme « ensemble de circonstances dans lesquelles s'insère un fait¹⁷ » a tendance à changer, à évoluer. Le design par conséquent évoluera et s'adaptera en accord avec les contextes dans lesquels il se développera.

¹⁶ *Ibid.*, p.270.

¹⁷ REY, Alain, *Dictionnaire Historique de la Langue Française*, Paris, éd. Le Robert, 2016. [Source au format e-book, sans pagination]

B. DE LA SOCIÉTÉ POSTINDUSTRIELLE À LA GLOBALISATION.

1. L'avènement du design italien

Le design Italien s'est développé très tardivement par rapport au design classique européen et américain et dans un contexte particulier. Andrea Branzi, explique dans son texte *Le paradoxe Italien* l'émergence du design italien, complètement à l'écart de la vision moderne du design que nous venons de voir. Selon lui, le contexte italien, n'était pas propice à un développement du design. Cependant c'est dans ce contexte contraignant qu'il s'est développé. Quelles étaient les caractéristiques de ce contexte ? Et comment le design italien a-t-il réussi à émerger ?

Deux raisons principales constituent ce contexte adverse et cependant sans elles le design italien n'aurait pas pu exister. La première est la faiblesse des mouvements modernes. Seuls existaient les futuristes qui tenaient des propos souvent scandaleux et pour qui la technologie était un élément dynamique. Les uniques espaces d'arts appliqués sont organisés par des futuristes tardifs où l'idée d'industrialiser la production est totalement absente. D'autre part, l'Italie est un pays où l'industrie était peu développée et en retard. De plus à ce moment-là il n'y avait pas d'école centrale de design, ni de musée à ce sujet ni des grands théoriciens. Finalement, ne subissant pas une influence importante des mouvements modernes et ayant perdu la guerre, les italiens se sont détachés de leur histoire. « Le fait d'avoir perdu la guerre a créé les conditions d'une liberté psychologique extraordinaire. Le passé a été balayé et, comme le Japon, le pays s'est engagé sur un chemin dégagé de tout héritage contraignant¹⁸. »

Andrea Branzi explique alors que, contrairement à ce qu'on aurait pu prévoir, ces conditions défavorables non seulement

¹⁸ BRANZI, Andrea, « Le Paradoxe italien », in *Nouvelles de la métropole froide. Design et seconde modernité* (1988), trad. Christian Paoloni, Paris, éd. Du Centre Pompidou, coll. « Les Essais », 1991, p.51.

elles n'ont pas empêché le design de se former, mais elles ont provoqué le développement du design italien: « [...] à partir de cet ensemble de conditions apparemment négatives, se développe un syndrome que l'on pourrait qualifier d' « avantage du retard », en ce sens qu'il sera possible de tirer parti de certaines conditions favorables, et d'inverser les aspects négatifs dans un cadre nouveau. Ce qui se dessine alors est un modèle de design différent, représentant à certains égards une alternative par rapport au design classique européen¹⁹. »

En effet, la faiblesse de l'industrie italienne a favorisé la création d'une relation différente du design à l'industrie basée sur l'expérimentation. Celle-ci va évoluer dans un réseau de relations complexes en créant et en travaillant avec des laboratoires expérimentaux pour essayer de résoudre les nouveaux problèmes posés par les designers. « A cette époque, tous les facteurs négatifs se sont inversés, devenant autant de signes prometteurs de succès. L'absence d'une école centrale et d'un musée consacrés au design [...] a favorisé une vision du design en tant que « grand problème ouvert » [...] Le design s'efforçait donc moins de résoudre des problèmes que d'en soulever²⁰. »

Une nouvelle culture du projet et de l'entreprise est née. L'entrepreneur se considère comme un industriel, non pas parce qu'il possède une usine, mais parce qu'il est capable de réaliser un projet industriel dans une stratégie qui implique d'autres entrepreneurs. « En ce sens, le design italien est fils de Cassina, Zanotta, Kartell et B&B, mais il plonge ses racines productrices dans certaines zones géographiques particulières où s'est propagée la création d'entreprises autour de nouvelles technologies, revues et corrigées par l'artisanat, zones qui permettent de recourir à de nombreuses formes de production avec une grande souplesse d'organisation²¹. » L'usine n'étant plus un circuit fermé s'ouvre à un modèle d'expérimentation et

¹⁹ *Ibid.*, p.50.

²⁰ *Ibid.*, p.53.

²¹ *Ibid.*, p.54.

collaboration complexe qui vise à obtenir des haut niveaux de qualité à chaque étape de fabrication, donnant naissance ainsi à des entreprises directement liées au design.

Pour Andrea Branzi, ces réseaux complexes de création et de fabrication d'objets peuvent être qualifiés de postindustriels parce qu'ils montrent une culture industrielle où la possession d'une usine, la possession des grandes machines ne suffit pas à définir le rôle de l'entrepreneur. Maintenant disposer des machines n'est pas la seule condition qui autorise à la production d'objets. C'est dans ce cadre que des mouvements tels que l'Architecture radicale des années 70 ou les Global Tools se sont développés. Selon Branzi, « l'Architecture radicale a marqué le passage d'une société industrielle à une société postindustrielle, provoquant la crise des certitudes sociales du Mouvement moderne, des méthodes et des langages de son projet. [...] C'est là une utopie plus critique que constructive, qui voit l'homme aller de l'état sauvage, à la libre création de comportements, de langages et d'objets (No-Stop-City. Global Tools)²². »

En effet, l'Architecture radicale se positionne comme un mouvement critique de la société capitaliste spéculative et qui veut déplacer la matérialité de l'objet résultant du pouvoir économique de cette société vers un territoire plus fluctuant où le design joue un rôle décisif. Cependant cette démarche immatérielle trouve ses limites, et donne donc naissance à *Global Tools*, un modèle d'échange, un "système de laboratoires" qui repose sur l'artisanat et des technologies dites "pauvres". Selon Alexandra Midal : « Une telle reconfiguration du design nécessite que la métaphore libératrice de la disparition des objets engagée par les Radicaux, doit impérativement, si elle veut enfin être accomplie, s'accompagner d'un apprentissage et d'expériences qui ne font plus le distinguo entre théorie et pratique, stimulant la créativité « non-intellectuelle » et le développement personnel de chacun. Ceci est rendu possible

²² *Id.*, « Une écologie de l'univers artificiel », in *Nouvelles de la métropole froide. Design et seconde modernité* (1988), trad. Christian Paoloni, Paris, éd. Du Centre Pompidou, coll. « Les Essais », 1991, p. 83.

par des résolutions artisanales, considérées comme les seules alternatives valables à la production industrielle²³. »

Nous pouvons voir donc que le modèle de grande industrie du début du XX^e siècle avait déjà changé dans le contexte italien des années 1970, permettant l'émergence d'une nouvelle approche du design et de l'industrie. L'essor de l'informatique et le développement de technologies de communication telles que les téléphones portables et Internet ont encore changé notre rapport au monde. Dans ce contexte, quelle évolution pour le design ?

2. Les enjeux de la globalisation

Le développement de la grande industrie dont nous avons parlé a marqué le début de la mondialisation qui a accéléré non seulement les vitesses de production et donc multipliés les marchés mais aussi les vitesses de communication. Nous vivons désormais dans un monde accéléré où la vitesse est tout ce qui compte. Nous assistons à une réduction de nos temps de déplacement, à une augmentation de toutes les vitesses de déplacement, vitesse de communication, vitesse de connexion...

La rapidité des moyens de déplacement et de communication a minimisé l'immensité de notre monde. Nous avons réduit notre monde dans tous les sens. Aujourd'hui il est parfois plus rapide de prendre l'avion et se retrouver à l'autre bout du monde que d'aller dans une ville de province. Nous habitons un monde où il est possible de faire le tour en 15 jours²⁴, et non plus en 80 jours. Nous avons consommé presque toutes nos ressources naturelles, *pollué nos substances*, mais aussi *pollué les distances*²⁵, nous avons perdu la dimension du monde.

²³ MIDAL, Alexandra, *Design, introduction à l'histoire d'une discipline*, Paris, éd. Pocket, coll. « Agora », 2009, p. 164.

²⁴ Raymond Depardon réalisa un journal filmé du tour du monde qu'il a réalisé en 15 jours pour l'exposition *Terre natale, ailleurs commence ici* à la Fondation Cartier pour l'Art Contemporain en 2008.

²⁵ VIRILIO, Paul, *in Terre natale, ailleurs commence ici*, Catalogue de l'exposition, Paris, éd. Fondation Cartier pour l'art contemporain, 2008, p. 8-9

La société de consommation et la globalisation ont créé des idées de ce qu'est le progrès. Ces idées développent des raccourcis qui souvent ne sont pas tout à fait raisonnables : nous devons gagner du temps à tout prix parce que le temps est de l'argent. Plus on a de l'argent, plus on "progresse" socialement et économiquement. Cette recherche de progrès dans l'ère de l'hyper-communication nous donne une sensation d'ubiquité dans laquelle le caractère humain se perd. Le temps de travail augmente au détriment de la vie personnelle et familiale.

Le progrès, que ce soit dans la communication, dans les transports, dans les sources d'énergie, apporte d'énormes avantages. Cependant ce progrès a un coût. Comme nous l'avons vu auparavant, l'émergence de la grande industrie a apporté de nouvelles possibilités de production, mais elle a remplacé l'artisanat, éliminant le savoir-faire manuel et l'autonomie des artisans. Dans ce sens Paul Virilio dit : « Il n'y a pas d'acquis sans perte. Autrement dit, l'acquis de la vitesse n'est pas une évidence. On ne va pas nier que c'est un acquis. Mais quand tu montes dans une voiture, tu ne marches pas à pied. Donc, quelque part, pas d'acquis sans perte. Or, aujourd'hui, on nous a tellement vendu le progrès, qu'on a masqué la perte qu'il implique²⁶. »

La globalisation a permis un accès plus « démocratique » aux technologies, à l'information, à la culture. Nous avons désormais tous accès à l'actualité de n'importe quel pays, aussi lointain soit-il. Cependant, ce progrès signifie aussi une uniformisation des comportements : Nous utilisons tous les mêmes objets, les mêmes portables, les mêmes vêtements, les mêmes applications. Même le langage s'uniformise, tout le monde parle anglais. En effet, Alain Rey définit la mondialisation comme « processus capitaliste libéral par lequel le marché est élargi à toute la planète²⁷. » Dans ce contexte les identités locales ont tendance à s'effacer au profit de cette occidentalisation

²⁶ *Ibid.*, p.24.

²⁷ REY, Alain, *Dictionnaire Historique de la Langue Française*, Paris, éd. Le Robert, 2016. [Source au format e-book, sans pagination]

uniformisante, elles sont donc souvent mises à l'écart. *Il n'y a pas d'acquis sans perte.*

Virilio rajoute : « Jusqu'à présent on a étudié les acquis, et c'est un progrès merveilleux, que personne ne nie, mais maintenant il faut étudier les dégâts du progrès. C'est pour cette raison que j'ai dit qu'il fallait inventer une université de désastre, une université qui étudierait la nature de la perte du progrès, non pas pour régresser, mais pour progresser autrement²⁸. » Nous assistons également à des positionnements qui vont à l'encontre de cette mondialisation capitaliste. Il existe une tendance qui consiste à essayer de réduire les effets de la globalisation en favorisant la consommation de produits locaux, le commerce équitable, à préserver les identités locales, réduire les empreintes de carbone liées aux transports de marchandises entre autres tactiques²⁹.

Ce contexte peut se comprendre par la manière dont nous consommons, par les objets que nous achetons et avec lesquels nous cohabitons. Le design étant une discipline qui a pour but la création d'objets du quotidien, elle semble être au cœur du sujet. Pour Andrea Branzi, le design comporte en lui des données culturelles, anthropologiques et politiques qui permettent sa compréhension et c'est par la compréhension des objets que l'on peut mieux comprendre l'histoire elle-même. « [...] Ce principe, qui est généralement vrai dans toute l'histoire de la culture, est encore plus vrai pour le design : ce sont les objets domestiques et leur manière d'être conçus qui vont éclairer les aspects les plus profonds de notre histoire nationale, et non l'inverse. Ces objets donnent des informations précieuses sur des récits plus grands et plus larges, pas faciles à trouver dans l'histoire officielle³⁰. » Ainsi, pour Branzi l'histoire du design

²⁸ *Op.cit.*, p.24.

²⁹ Michel De Certeau fait la distinction entre stratégie et tactique dans *L'invention du quotidien*. Il décrit les tactiques comme des pratiques quotidiennes, comme parler, lire, faire, etc. qui sont des « manières de faire » : succès du « faible » contre le plus « fort ».

³⁰ BRANZI, Andrea, *Introduzione al design italiano [Introduction au design italien]*, Milan, éd. Baldini & Castoldi, 2008, p. 4. [Traduit par nos soins].

en Italie, par exemple, ne peut se lire séparément de l'histoire de l'Italie.

Nous pouvons donc dire que le design contribue à la construction de l'histoire de l'espace géographique sur lequel il exerce son activité, il nourrit et se nourrit de la culture et du contexte dans lesquels il se développe. Alors, quels sont les enjeux pour la production du design ? Est-ce que le design doit contribuer à cette occidentalisation ou, au contraire, est-ce qu'il doit prendre le parti pris d'être un facteur de mise en valeur des identités locales ? Comment jouer entre le local et le global ?

Pour pouvoir réfléchir à cette question, il faut d'abord se demander : Qu'est-ce que c'est l'identité ? Lors d'une conférence TED³¹, le musicien uruguayen Jorge Drexler réfléchit sur la poésie, la musique et l'identité. Pendant cette conférence il raconte l'histoire de la *décima*, un type de vers qui existe uniquement en langue espagnole et qui est très complexe. Ce vers, inventé en Espagne en 1591, porte différents noms partout en Amérique Latine, *Son Jarocho* (Mexique), *Canto De Mejorana* (Panamá), *Galerón* (Vénézuéla), *Payada* (Argentine et Uruguay), et fait assez surprenant, les musiciens de chaque pays sont convaincus que la *décima* est originaire de leur pays, donc fait partie de leur identité. Après avoir étudié la *décima* pendant une quinzaine d'années, Drexler conclut : « Les *décimas*, la milonga, les chansons, les gens : plus on les approche plus complexe est leur identité, plus nuancée, pleine de détails. Je compris que l'identité est infiniment dense, comme une série infinie de nombres réels, qui, même si on les regarde de très près, bien qu'on agrandi à l'infini, ça ne se termine jamais³². » L'identité est donc beaucoup plus complexe que l'on ne pense. Pour jouer

³¹ TED (Technology, Entertainment, Design) est une organisation médiatique qui diffuse gratuitement en ligne des conférences sous le slogan « Ideas worth spreading » [Idées qui méritent d'être diffusées]. Cohérente avec ses origines de la Silicon Valley dans ses début TED focalisait sur la technologie et le design. Elle a depuis élargi les sujets au domaine scientifique, culturel et académique.

³² DREXLER, Jorge, « Poesía, Música e Identidad » [« Poésie, Musique et Identité »], conférence TED du 25 avril 2017 à Vancouver, Canada, source en ligne : https://www.ted.com/talks/jorge_drexler_poetry_music_and_identity/transcript?language-es [Consulté le 03/05/2017] Traduit par nos soins.

entre le local et le global, il faut d'abord faire en sorte que l'un n'annule pas l'autre. Le cœur du sujet est donc de pouvoir trouver la juste mesure entre les deux. « Les choses ne sont pures que si on les regarde de loin. Il est très important de connaître nos racines, de savoir d'où nous venons, de connaître notre histoire. Mais en même temps, aussi important que de savoir d'où nous venons, c'est comprendre que nous tous, dans le fond, sommes de nulle part et un peu de partout³³. »

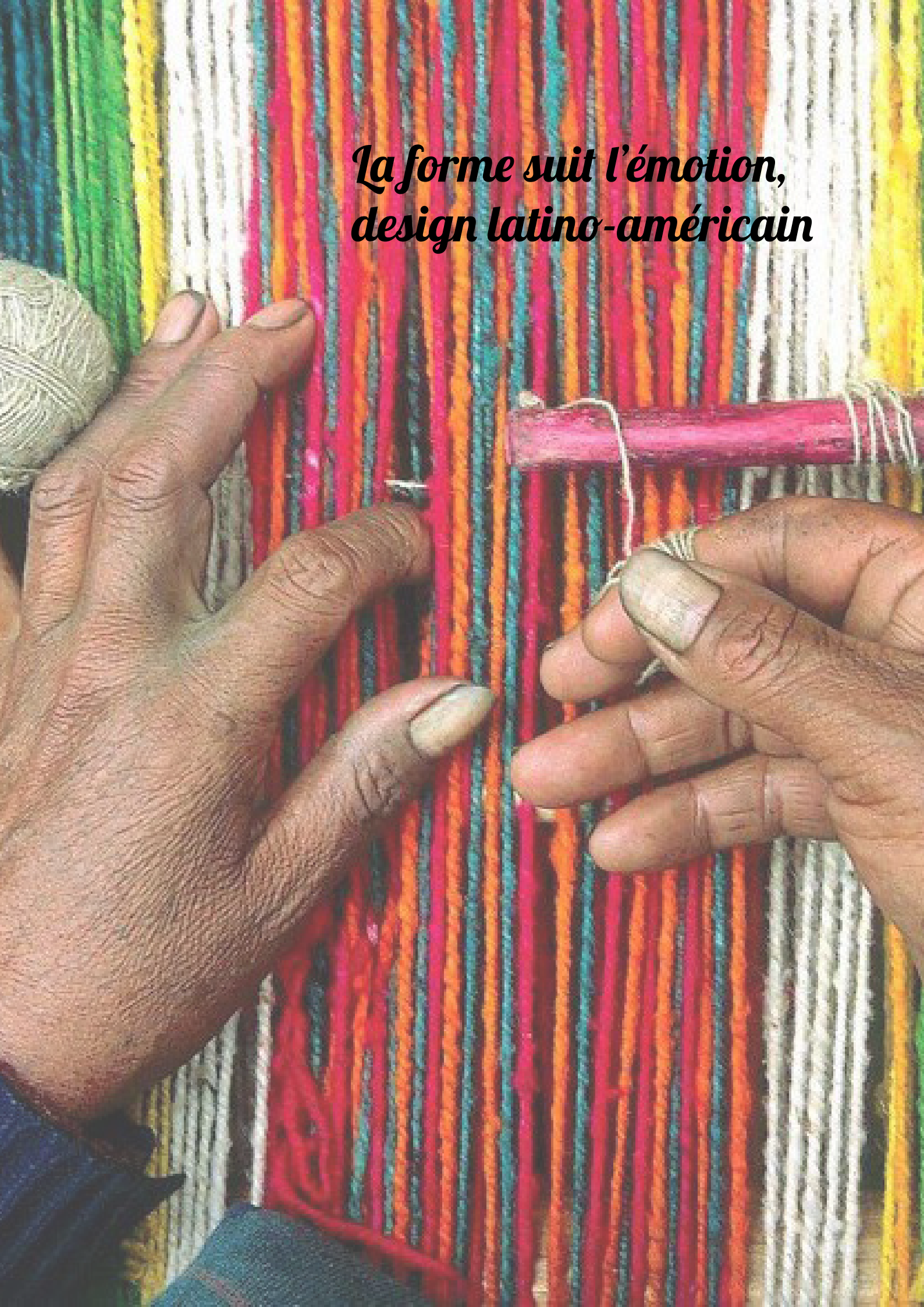
Le design ne peut être défini de manière universelle que très difficilement. L'existence de nombreuses versions nationales du design en est la preuve : design italien, anglais, allemand, scandinave, français, espagnol, japonais, canadien, américain et latino-américain. Cependant les pays qui ne portent pas le poids d'une longue tradition parfois contraignante, les pays longtemps considérés en marge de la culture moderne, sont susceptibles d'apporter des réponses qui ne sont pas, pour le moins que l'on puisse dire, inintéressantes. Andrea Branzi voyait ce potentiel dès la fin des années 80. « Aujourd'hui, les énergies nouvelles naissent probablement aux limites de l'empire, aux marges les moins exposées du système : dans les pays qui n'ont guère compté au nombre des protagonistes de la culture moderne, mais qui pourraient précisément tirer avantage de leur extranéité. Je pense surtout au Canada et à l'Amérique Latine qui, pour des motifs totalement différents, pourraient engager des cycles de projet très intéressants³⁴. »

Pour comprendre quelles sont les pratiques du projet que les pays d'Amérique Latine peuvent engager, il est évident qu'il faudra comprendre les circonstances particulières dans lesquelles le design s'est développé de ce côté-là de l'Atlantique.

³³ *Ibid.*

³⁴ BRANZI, Andrea, *Nouvelles de la métropole froide, Design et seconde modernité* (1988), trad. Christian Paoloni, Paris, éd. Du Centre Pompidou, coll. « Les Essais », 1991, p. 93-94.

*La forme suit l'émotion,
design latino-américain*



A. L'EMOTION PAR-DESSUS LA TECHNIQUE

1. Artisanat, une question d'identité

Même si l'opposition dialectique entre l'industrie et l'artisanat a marqué les débuts du design, cette question a évolué et n'est plus au cœur des débats sur le design. Le développement tardif du design italien dans un contexte peu industrialisé a mis en évidence l'infertilité d'un tel débat. En Italie, la faible croissance de l'industrie, l'absence d'écoles de design et de musées s'est avéré un avantage dans le développement d'un modèle de design différent. « En Italie, en raison de la structure productive particulière constituée d'un réseau dense d'artisans et de petites industries dispersées dans un territoire, la prise de conscience de l'intégration entre l'industrie et l'artisanat a été un thème commun sous-jacent des produits Made in Italy ³⁵».

L'existence du design en dehors de conditions auparavant considérées comme indispensables à son développement nous permet de reformuler ces conditions. Ainsi, le design, dépendant de son contexte, ne serait donc pas limité à la production industrielle mais pourrait aussi exister dans des réalités techniques variables elles-mêmes liées au contexte géographique dans lequel il émerge et se développe. La formule « design industriel » tellement répandue dans le monde serait donc limitante et évacuerait une grande partie de ce qui peut être produit sous le nom de design.

Ainsi, Andrea Branzi conteste la définition du design en rapport avec ses qualités industrielles et trouve que cette définition manque de sens. « Le terme design industriel témoigne précisément de cette distorsion ; ce serait comme si l'architecture moderne était définie comme métallique pour la distinguer de l'architecture traditionnelle. L'adjectif industriel fait

³⁵ FERRARA, Marinella, « Design and self-production. The advanced dimension of handcraft » [«Design et auto-production. La dimension avancée de l'artisanat »], in *Strategic Design Research Journal*, éd. Unisinos, 2011, p.7. [Traduit par nos soins].

référence à l'idée selon laquelle la production en série et l'utilisation de technologies industrielles (plutôt qu'artisanales) marquerait la naissance d'une histoire des objets radicalement nouvelle³⁶. » En effet, c'est comme si le développement de la grande industrie avait fait table rase des autres technologies et avait donc évacué toute autre possibilité de production. Ainsi, nul design serait possible en dehors de l'industrie. Cette idée héritée des théories du design de l'ère industrielle a laissé des traces qui parfois persistent de nos jours : « Comme cette sorte de veto moral qui empêcherait le designer d'utiliser des systèmes de production non industriels, tels que l'artisanat ou les arts appliqués, alors qu'ils ont, au contraire, retrouvé dans la société postindustrielle une grande dignité dans le cadre du projet comme du marché³⁷. »

Détaché du poids d'une histoire et de théories contraignantes le design s'est développé en Amérique Latine avec force et fraîcheur. Le design latino-américain, comme nous le verrons plus tard, prend ses racines dans son identité complexe. Issue de pays aux nombreuses cultures indigènes, anciennement colonisés, en voie de développement, et ayant subi de grandes vagues d'immigration européenne, notre identité s'est formée et continue de se construire dans une très grande complexité. La colonisation, bien plus que l'immigration a marqué notre identité. « Ces pays ont en même temps un trait commun évident : leurs écoles d'architecture et de design sont bondées, et fréquentées par un nombre d'étudiants supérieur de très loin à la demande de la profession. A quoi est dû ce phénomène ? Sans doute les écoles de design y jouent-elles un rôle plus important que celui de préparer purement et simplement à un métier. Elles sont devenues le lieu de formation d'une « culture nationale » ; se consacrant à la confrontation de la culture technique et de la culture humaniste, et j'aborde de fait la question de l'avenir du

³⁶ BRANZI, Andrea, *Introduzione al design italiano (Introduction au design italien)*, Milan, éd. Baldini & Castoldi, 2008, p. 4. [Traduit par nos soins].

³⁷ *Id.*, *Nouvelles de la métropole froide, Design et seconde modernité (1988)*, trad. Christian Paoloni, Paris, éd. Du Centre Pompidou, coll. « Les Essais », 1991, p. 80.

pays, de ses modèles de développement, et de ses choix fondamentaux³⁸. »

Historiquement marquée par la Colonie, l'Amérique Latine a toujours été considérée comme une grande source de matières premières à exploiter librement. Jusqu'à la fin du XX^e siècle nos principales sources d'exportation sont des produits agricoles, des énergies fossiles et notre main d'œuvre bon marché. L'écrivain uruguayen Eduardo Galeano décrit de manière très réelle et très criarde ce phénomène dans l'introduction de son livre *Les veines ouvertes de l'Amérique Latine* (1971). « Notre région du monde, que nous appelons maintenant Amérique Latine a été précoce : elle s'est spécialisée dans la perte depuis les temps reculés où les Européens de la Renaissance se sont précipités à travers la mer et ont enfoncé leurs dents dans sa gorge. [...] Mais la région continue de travailler comme domestique. Elle continue d'exister pour répondre aux besoins des autres en tant que source et réserve de pétrole et de fer, de cuivre et de viande, de fruits et de café, de matières premières et d'aliments destinés aux pays riches qui gagnent, à les consommer, beaucoup plus que ce que l'Amérique Latine gagne à les produire³⁹. »

A ceci nous pouvons ajouter que les nouvelles technologies ne nous parviennent que très tardivement. Selon les phases du développement des révolutions technologiques expliqué par Carlota Perez, il s'avère que celles-ci se déplacent géographiquement le long des 4 phases, n'arrivant dans les pays en développement que lors de la dernière phase, une fois la technologie en question arrivée à sa maturité. Dans son article, Carlota Perez reprend un graphique réalisé par Wells dans son étude des publications sur le cycle du produit qui résume le processus pour le cas des États Unis (Figure 2). « Lorsque les technologies arrivent à maturité, il y a des forces qui les

³⁸ *Id.*, « Planètes Lointaines », in *Nouvelles de la métropole froide, Design et seconde modernité* (1988), trad. Christian Paoloni, Paris, éd. Du Centre Pompidou, coll. « Les Essais », 1991, p. 94.

³⁹ GALEANO, Eduardo, *Las venas abiertas de América Latina* [*Les veines ouvertes de l'Amérique Latine*], Buenos Aires, éd. Catálogos, 2007, p. 7. [Traduit par nos soins].

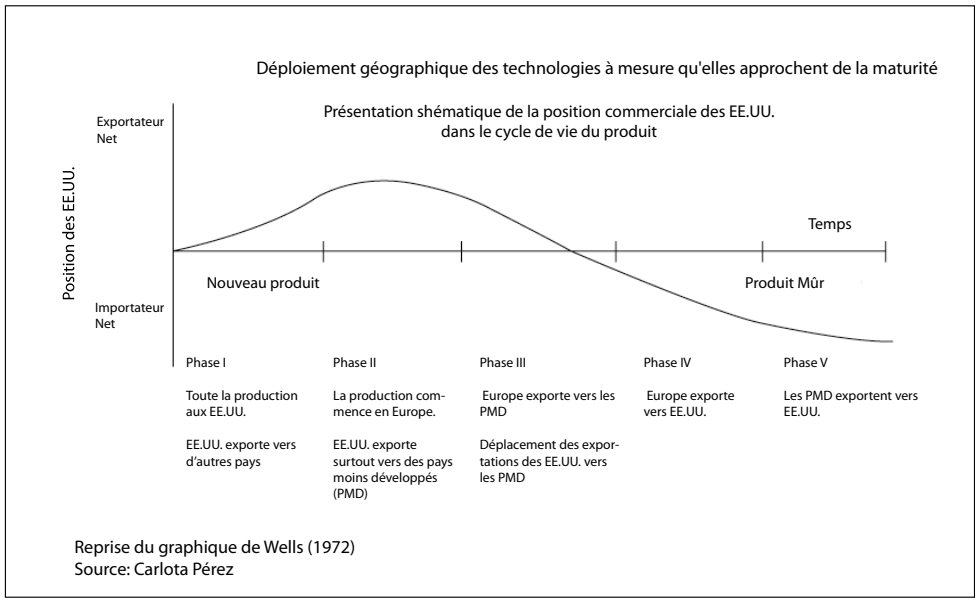


FIGURE 2: "Déploiement géographique des technologies à mesure qu'elles approchent de la maturité."

expulsent de plus en plus vers la périphérie, où, sans doute, y a-t-il des forces complémentaires qui les attirent pour lancer les processus de développement⁴⁰. »

Cependant, le manque de technologies n'est pas un handicap pour entrer dans le monde du design. Bien au contraire il représente un avantage. En Amérique Latine, nous sommes extrêmement inventifs. Le manque de moyens matériels ou financiers n'est jamais une limitation pour trouver des solutions à des problèmes du quotidien. Partout en Amérique Latine, il suffit de déambuler dans les marchés pour être témoins de cette particulière récursivité.

Récursivité, *recursividad* en espagnol, dans ses racines se trouve le mot *recurso*, ressource. Cela fait appel à la capacité d'obtenir d'une ressource beaucoup plus que ce qui en est attendu. Cette valeur, hautement populaire, est devenu un trait de caractère culturel qui porte différents noms selon les régions : *rebusque* (Argentine ou Colombie), *busquilla* (Chili), *jeitinho* (Brésil), sont des synonymes. On pourrait éventuellement le traduire par « être débrouillard ».

Fernanda Carlos Borges, philosophe brésilienne décrit dans son ouvrage *A filosofia do jeito* ce phénomène ainsi : « Ce mode de comportement caractéristique (en particulier chez les pauvres du Brésil, mais qui a aussi pollué les riches) n'est pas le résultat d'un retard, comme cela a toujours été dit, mais révèle plutôt un jugement éthique et une axiologie⁴¹ sur un mode d'être au monde qui accepte la participation de l'imprévisible, de la fragilité, de l'émotion et de l'invention au sein de l'organisation⁴².

⁴⁰ PEREZ, Carlota, «Cambio tecnológico y oportunidades de desarrollo como blanco móvil» [«Nouvelles technologies et opportunités de développement comme cible mobiles»], in *Revista Cepal*, n°75, décembre 2001, p.117. [Traduit par nos soins].

⁴¹ Axiologie est une branche de la philosophie s'intéressant au domaine des valeurs.

⁴² Citée par CAMBARIERE, Luján, *El alma de los objetos, una mirada antropológica del diseño* [L'âme des objets, un regard anthropologique du design], Buenos Aires, éd. Paidós, 2017, p.106. [Traduit par nos soins].



Exemples de *Récurtivité*

Le contexte dans lequel le design évolue en Amérique Latine se caractérise par une grande majorité d'artisans et de manufactures de divers horizons où la main d'œuvre est de grande qualité et est accessible économiquement. L'artisanat est ce que l'on sait le mieux faire. Mais en Amérique Latine, le terme artisanat n'a pas du tout la même connotation ni signification qu'en Europe et particulièrement en France.

À ses origines, en Europe, le mot artisan était considéré péjorativement. Dans *Le principe du métier*, Pierre Damien Huyghe cite la définition de *L'Encyclopédie* de d'Alembert et Diderot : "ARTISAN, s. m. nom par lequel on désigne les ouvriers qui professent ceux d'entre les arts mécaniques, qui supposent le moins d'intelligence. On dit d'un bon Cordonnier, que c'est un bon artisan ; & d'un habile Horloger, que c'est un grand artiste⁴³. » Cette définition en rien flatteuse, laisse transparaître un mépris pour ce qui s'appelle l'intelligence manuelle au bénéfice d'une intelligence intellectuelle.

Historiquement, l'intelligence manuelle a eu une place moins importante que l'intelligence académique. Sir Ken Robinson expert en créativité remet en question radicalement nos systèmes scolaires pour cultiver la créativité et reconnaître plusieurs types d'intelligence telles que l'intelligence visuelle, auditive, kinesthésique etc. Pour lui :

« Notre système éducatif est basé sur l'idée de la capacité académique. Et il y a une raison. Au XIX^e siècle, lorsque le système a été inventé il n'y avait pas dans le monde de système d'éducation. Tout a été conçu pour répondre aux besoins de l'industrialisation. Ainsi, la hiérarchie est basée sur deux idées. La première, que les matières les plus utiles pour le travail sont plus importantes. [...] La seconde idée est que la capacité académique est parvenu à dominer notre vision de l'intelligence, parce que les universités ont conçu le système à leur image. [...] Et la conséquence est que beaucoup de gens talentueux, brillants, créatifs

⁴³ DIDEROT, D'ALEMBERT, cités par HUYGHE, Pierre-Damien dans « Le principe du métier », in Magazine *Ateliers d'Art*, n° 100, 2012, p. 56.

pensent qu'ils ne sont pas, parce que, ce à quoi ils sont bons n'a pas été apprécié ou a été stigmatisé à l'école. Et je pense que nous ne pouvons pas se permettre de continuer sur cette voie⁴⁴. »

Ce mépris est donc une idée issue de la culture occidentale européenne et américaine.

D'autre part, la distinction entre la manière de penser l'intelligence occidentale et l'intelligence d'ordre manuel se retrouve aussi dans la distinction que Claude Lévi-Strauss fait entre le bricoleur et l'ingénieur dans *La Pensée sauvage*. Nous pouvons dire que la *récurtivité* associée à notre *manière de faire* qui s'applique aussi à l'artisanat est comparable au *bricolage*. Tout d'abord Lévi-Strauss qualifie, sur le plan technique, le *bricolage* de science *première* plutôt que primitive. Nous en déduisons donc qu'il voit dans cette manière d'agir une forme d'intelligence. Ensuite il explique que le bricoleur agit suivant un mode de pensée comparable à la pensée mythique. Selon son argumentation la manière d'agir du bricoleur relève d'une flexibilité mentale qui lui permet de faire des choses avec les éléments limités et divers dont il dispose. Ces éléments auront donc une nouvelle signification et seront réutilisés à chaque nouvelle construction. Ils serviront à différents propos selon ce qu'il voudra fabriquer. En ce sens à chaque nouvelle construction les éléments auront une nouvelle signification parce qu'ils seront utilisés différemment, détournés, etc. Au contraire, l'ingénieur développe des projets pour lesquels il utilise des éléments spécifiques.

« Le bricoleur est apte à exécuter un grand nombre de tâches diversifiées ; mais, à la différence de l'ingénieur, il ne subordonne pas chacune d'elles à l'obtention de matières premières et d'outils, conçus et procurés à la mesure de son projet: son univers instrumental est clos, et la règle de son jeu est de toujours s'arranger avec les « moyens du bord », c'est-à-

⁴⁴ ROBINSON, Ken, « Ken Robinson dice que las escuelas matan la creatividad » [« Ken Robinson dit que les écoles tuent la créativité »], Transcription et traduction d'une Conférence TED datant de Février 2006, source Internet : https://www.ted.com/talks/ken_robinson_says_schools_kill_creativity/transcript?language-es [Consulté le 29/04/2017]. Traduit par nos soins.

dire un ensemble à chaque instant fini d'outils et de matériaux, hétéroclites au surplus, parce que la composition de l'ensemble n'est pas en rapport avec le projet du moment, ni d'ailleurs avec aucun projet particulier, mais est le résultat contingent de toutes les occasions qui se sont présentées de renouveler ou d'enrichir le stock, ou de l'entretenir avec les résidus de constructions et de destructions antérieures⁴⁵. »

Ce regard différencié renvoie fondamentalement à une conception opposée entre l'artisanat du vieux continent et celui d'Amérique Latine. L'un relève d'une pratique artistique, et l'autre relève plutôt d'un moyen de subsistance parfois précaire mais tout de même riche de contenu. En Europe, les métiers d'art sont enseignés dans des écoles et ils sont pratiqués par des personnes qui ont reçu une éducation supérieure et qui voient en eux une forme d'expression plus proche de l'art que du design. En revanche, en Amérique Latine, l'artisanat est pratiqué en majorité dans les zones rurales et périphériques et transmis de générations en générations. « En Amérique latine, c'est une activité disséminée principalement dans les zones rurales, mais aussi dans les favelas et les zones marginales des villes, où les artisans fabriquent des objets collectivement comme moyen de faire face à des conditions défavorables. [...] Les techniques de production ont été transmises à travers les générations par les membres les plus anciens d'une communauté et pas apprises à l'école⁴⁶. » L'artisanat est donc porteur de notre histoire la plus ancienne. C'est une forme d'écriture et de transmission du savoir par la main. Il s'agit de métiers dignes, pleins de savoir et qui nous ont permis de garder notre identité originale vivante. Par exemple, les textiles de la zone transandine d'Amérique du Sud sont une manière de transmettre des codes culturels et sociaux issus de cultures préhispaniques. « Ils sont l'expression tangible d'une culture qui refuse de disparaître et qui témoigne d'un

⁴⁵ LEVI-STRAUSS, Claude, *La Pensée sauvage*, Paris, éd. Plon, 1962, p.27.

⁴⁶ BORGES, Adélia, « Craft revitalisation as a change agent in Latin America » [« Revitalisation de l'artisanat comme agent de changement en Amérique latine »], in *Making Futures Journal*, Vol3 Interfaces between craft knowledge and design : new opportunities for social innovation and sustainable practice [Vol.3 Interfaces entre savoir-faire artisanal et design : nouvelles opportunités pour l'innovation sociale et la pratique durable], 2013, p.11. [Traduit par nos soins].

monde autre que le monde occidental. Chacun de ces styles appartient à des groupes ethniques spécifiques, certains sont détectables et sont demeurés presque intacts ; d'autres reflètent des influences diverses, allant des influences Incas aux influences occidentales modernes en passant par les influences hispaniques. Ainsi nous donnent-ils une stratigraphie culturelle intéressante à travers laquelle nous pouvons retrouver une identité⁴⁷. »

L'artisanat relève d'un recours tactique au sens décrit par Michel De Certeau dans *L'invention du quotidien I, Arts de faire*. Pour De Certeau, les actions quotidiennes, dans leur mise en œuvre, peuvent être des moyens de résistance dans la société.

« Beaucoup de pratiques quotidiennes (parler, lire, circuler, faire le marché ou la cuisine, etc.) sont de type tactique. Et aussi, plus généralement, une grande partie des « manières de faire » : réussites du « faible » contre le plus « fort » (les puissants, la maladie, la violence des choses ou d'un ordre, etc.), bons tours, arts de faire des coups, astuces de « chasseurs », mobilités manœuvrières, simulations polymorphes, trouvailles jubilatoires, poétiques autant que guerrières. Ces performances opérationnelles relèvent des savoirs très anciens. Les Grecs les désignaient par la *mētis*. Mais elles remontent à bien plus haut, à d'immémoriales intelligences avec les ruses et les simulations de plantes ou de poissons. Du fond des océans aux rues des mégapoles, les tactiques présentent des continuités et des permanences⁴⁸. »

En effet, les peuples indigènes d'Amérique Latine dans leurs actions quotidiennes ont trouvé des formes de résistance face aux Colons. L'artisanat constituait une pratique d'ordre tactique qui permettait d'instaurer cette résistance silencieuse, presque imperceptible. L'évangélisation de ces populations, supposait pour les espagnols, l'annulation complète des croyances

⁴⁷ GISBERT Teresa, ARCE Silvia, CAJIAS Martha, *Arte textil y mundo andino [Art textile et monde andin]*, Buenos Aires, éd. Plural, 1992, p. 3-4. [Traduit par nos soins].

⁴⁸ DE CERTEAU, Michel, *L'invention du quotidien, I. Arts de faire* (1980), Paris, éd. Gallimard, coll. « Folio Essais », 1990, p. XLVII.

indigènes. Dans ce processus d'évangélisation, les indigènes étaient utilisés comme main d'œuvre esclave pour construire des Églises. Les façades taillées de ces églises sont un des témoignages les plus vivants des comportements tactiques, qui a donné naissance à ce que l'on appelle aujourd'hui le style *Baroque Métis*. Ces façades en pierre taillée, destinées à l'apprentissage de la religion catholique ont été « polluées » de plantes, animaux fantastiques et d'autres éléments faisant appel aux croyances indigènes. Face à l'impossibilité de reconstruire leur propre cosmogonie, les populations autochtones résistaient à son effacement total en la réintroduisant dans ces façades par des éléments décoratifs. (Figure 3 et photo de détail)

De Certeau explique l'existence de ces pratiques tactiques lors de la colonie :

« Il y a longtemps qu'on a étudié, par exemple, quelle équivoque lézardait de l'intérieur la "réussite" des colonisateurs espagnols auprès des ethnies indiennes: soumis et même consentants, souvent ces Indiens *faisaient* des actions rituelles, des représentations ou des lois qui leur étaient imposées autre chose que ce que le conquérant croyait obtenir par elles; ils les subvertissaient non en les rejetant ou en les changeant, mais par leur manière de les utiliser à des fins et en fonction de références étrangères au système qu'ils ne pouvaient fuir. Ils étaient autres, à l'intérieur même de la colonisation qui les "assimilait" extérieurement ; leur usage de l'ordre dominant jouait son pouvoir, qu'ils n'avaient pas les moyens de récuser ; ils lui échappaient sans le quitter⁴⁹. »

C'est à partir de ces tactiques que les cultures originales indigènes ont subsisté, elles aussi « polluées » par les croyances héritées de la colonie, ce qui donna naissance à un syncrétisme qui nous donne une flexibilité et une grande tolérance. L'artisanat est donc porteur d'un patrimoine immatériel qui est au cœur de notre identité. Il nous a permis de maintenir notre essence vivante. Ces tactiques continuent d'exister, même aujourd'hui, même tant d'années après la colonie parce que

⁴⁹ *Ibid.*, p. XXXVII-XXXVIII.

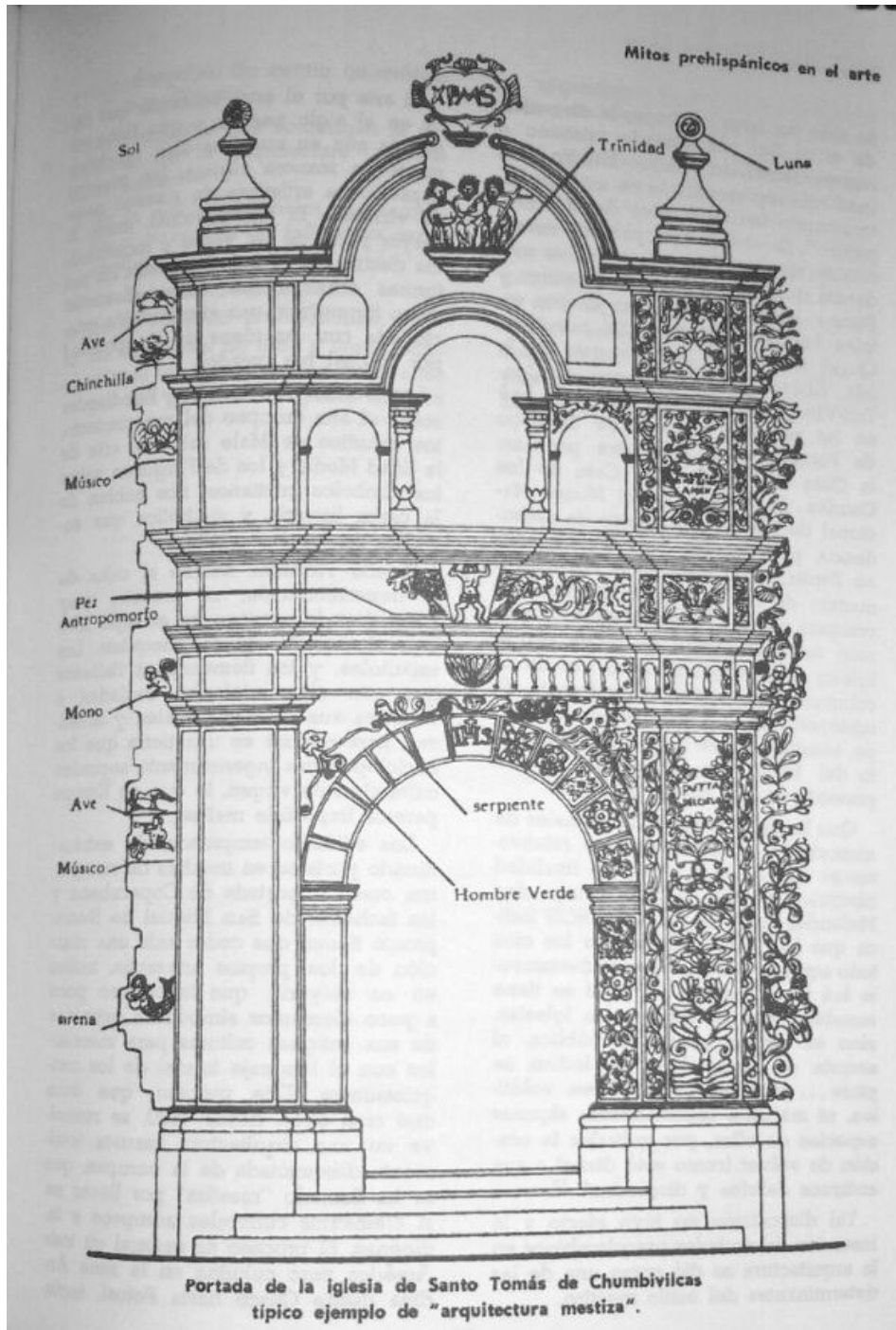


FIGURE 3 : " Façade de l'église Santo Tomás de Chumbivilcas" Exemple typque d'architecture métisse.
 GISBERT, Teresa, *Iconografía y mitos indígenas en el arte*, La Paz, éd. Gisbert & cia, 1980, p. 61.



Miriápodo: Puma avec corps de mille pattes.
Décor de la façade de l'église Compagnie de Jesus à Arequipa (1660)
GISBERT, Teresa, *Iconografía y mitos indígenas en el arte*, La Paz, éd. Gisbert & cia, 1980.

même étant indépendants nous n'avons jamais cessé de subir l'ingérence des pays du « Nord ». À cela s'ajoute aussi l'influence de la globalisation. L'artisanat est donc un élément essentiel de notre culture et de nos économies.

2. La forme suit l'émotion

L'artisanat est notre moyen de production des objets. Notre industrie n'étant pas très développée, la main d'œuvre qualifiée ayant des prix compétitifs par rapport à l'Europe et aux États Unis, l'artisanat en relation avec le design devient une manière de contourner notre « retard » technologique. Pour Andrea Branzi « Le fait de se pencher maintenant, après quatre-vingts ans de modernité, sur la « planète design », pourrait bien déclencher comme il y a quarante ans en Italie l' « avantage du retard ». Ces pays peuvent entrer en tant qu'énergies nouvelles dans la mécanique de la société postindustrielle, sans avoir à payer leur tribut à tant de mythes et de rites dépassés⁵⁰. »

Selon Adélia Borges⁵¹, un des éléments les plus importants dans le design d'Amérique Latine est l'alliance entre designers et artisans. Cependant même si ce phénomène est très répandu, il est également récent et il s'explique par la manière dont le design a été introduit dans ce territoire.

Le design a été introduit en Amérique Latine par la création des premières écoles de design dans les années 1960. Le contenu des formations en design de l'époque s'appuyait majoritairement sur le modèle de l'École d'Ulm en Allemagne qui professait la *Gute form* [Bonne forme] qui cherchait à définir un langage formel universel. La formule *la forme suit la fonction*, détermine

⁵⁰ BRANZI, Andrea, « Planètes Lointaines », in *Nouvelles de la métropole froide, Design et seconde modernité* (1988), trad. Christian Paoloni, Paris, éd. Du Centre Pompidou, coll. « Les Essais », 1991, p. 100.

⁵¹ BORGES, Adélia, « Craft revitalisation as a change agent in Latin America » [« Revitalisation de l'artisanat comme agent de changement en Amérique latine »], in *Making Futures Journal*, Vol3 Interfaces between craft knowledge and design : new opportunities for social innovation and sustainable practice [Vol3 Interfaces entre savoir-faire artisanal et design : nouvelles opportunités pour l'innovation sociale et la pratique durable], 2013, p.11.

une recherche de forme qui est indépendante de son contexte culturel ou géographique. Comme nous l'avons vu, cette vision du design s'est développé dans une logique où l'industrie prenait le pas sur l'artisanat, destiné à disparaître. Défendre l'artisanat était donc aller à contre-courant, à l'encontre du progrès mondial. Ce modèle n'étant pas adapté au contexte régional, les écoles de design préparaient les designers à répondre à un marché du produit en série propre aux pays industrialisés. Adélia Borges décrit les conséquences de l'implantation de ce modèle inadapté : « L'industrialisation débutant dans la région, la conséquence en était la stagnation du design et l'absence de marché du travail pour les jeunes diplômés⁵². » L'industrie locale était limitée, les designers sont alors allés chercher du côté de l'artisanat une alternative à la production industrielle, retrouvant dans cette alliance une manière de s'insérer dans le marché du travail, par le biais de l'autoproduction⁵³.

Heidi Jalkh, designer colombienne travaillant à Buenos Aires parle de l'artisanat comme une forme d'*industrie*⁵⁴ et même si nous avons les mêmes référents internationaux de design que tout le monde, c'est notre manière de produire qui rend uniques les objets que nous produisons. Pour elle c'est notre manière de produire, notre manière de dépasser nos limitations techniques, qui va nous différencier.

« En Amérique latine, nous n'avons pas une industrie mature. Tout ce dont disposons, riche d'années d'histoire et où il y a un véritable savoir-faire, c'est l'artisanat. [...] D'une certaine façon, il faut appréhender le rôle que joue le designer latino-américain dans le fait de créer un produit [esthétiquement] plus neutre, tendance actuelle dans l'esthétique dans le monde entier, pour qu'il ne soit pas interprété comme un plagiat des produits européens. Nous vivons dans les mêmes conditions, nous habitons dans le même monde, il

⁵² *Ibid.*

⁵³ Autoproduction comprise comme l'activité par laquelle les designers vont produire eux-mêmes ou avec des artisans leurs projets sans passer par un éditeur ou par l'industrie pour le faire.

⁵⁴ Au sens de Diderot dans *L'Encyclopédie* : la capacité de mettre au monde des objets.

est logique nous ayons les mêmes références. Mais je pense aussi qu'il faut dialoguer avec cette industrie qu'est la nôtre, l'artisanat. Mais ça ne doit pas nécessairement se traduire en un *chapeau de caña flecha*⁵⁵. Je pense qu'il doit y avoir un dialogue [avec l'artisanat] et une réinterprétation [de l'artisanat], et dans certains cas le mettre à jour et dans d'autres cas le préserver, je pense qu'il n'y a rien de mal là-dedans. [...] Je pense que petit à petit l'on y retrouve un langage, à force de se rapprocher de ces références [internationales] qui nous inspirent, mais avec les capacités qui sont les nôtres. Il me semble que cela change l'esthétique du produit.⁵⁶»

Le designer en Amérique Latine doit donc *faire quelque chose* avec cette *industrie* qui est à sa portée qu'est l'artisanat. Il doit trouver *les rythmes de la forme* pour ne pas tomber dans l'imitation des objets propres à l'artisanat et faire quelque chose de mieux avec ce savoir-faire technique.

Dans son texte *Dinámicas del desarrollo en contextos de globalización* [Dynamiques du développement dans le contexte de la globalisation], Beatriz Galán évoque l'expérience d'un groupe de recherche de l'École de Design de Temuco au Chili qui étudiaient les possibilités d'insertion du design dans la région d'*Araucanía*, caractérisée par une faible implantation industrielle et territoire de l'ethnie *Mapuche* ayant ses propres activités productives ancrées dans leur manière de voir le monde. Basés sur un héritage Ulmien propre de l'enseignement universitaire, ces chercheurs ont dû revoir le concept de développement et réfléchir au rôle du design là-dedans. Pour Galán « L'importance de la conception dans les régions périphériques est un sujet auquel l'académie, l'université doit répondre. » Et elle rajoute que selon les chercheurs, pour Maldonado « les modalités de transfert [du design] ne prennent pas en compte les réalités des économies périphériques, et la question se pose donc sur quel

⁵⁵ Chapeau typique colombien hérité de la culture indigène *Zenú* et réalisé avec des feuilles de *caña flecha*, graminée de la région du fleuve *Sinú*.

⁵⁶ JALKH, Heidi, entretien réalisé par nos soins le 03/03/2017. Disponible dans « Éléments d'enquête », p. 86-87. [Traduit par nos soins.]

est le rôle du design dans la modernisation [de ces contextes]⁵⁷.» L'enjeu est très délicat. Il faut trouver une approche respectueuse et adaptée qui permette à la fois de créer des objets dont la forme serait *rythmée* et qui permette la transition vers les marchés.

D'autre part, dans la production artisanale du design se joue une question qui dépasse la technique : la dimension humaine. Les projets se réalisent dans une étroite collaboration entre le designer et les artisans. En ce sens, le projet se développe dans le cadre d'une relation humaine où un échange de connaissances se met en place et c'est cet échange qui donnera au projet son caractère unique. Lors d'un entretien, nous avons interrogé Heidi Jalkh sur sa relation à la production artisanale :

« Je pense que mes idées sans les métiers ne seraient que des idées. C'est une relation très forte. Je respecte les gens qui savent faire, les gens qui connaissent leur métier, à qui je peux faire confiance dans l'évolution de mon projet, pour le mener à bien de la meilleure façon possible. [...] il s'agit parfois d'atteindre le même degré de sensibilité par rapport au projet. C'est très fort. Je pense que ma production ne pourrait pas exister si je n'avais pas ce lien avec les gens qui sont des professionnels des métiers avec lesquels je travaille. [...] Il y a une grande valeur mise sur la personne qui matérialise tes idées⁵⁸. »

Cette relation se développe dans une expérimentation qui vise à tirer le meilleur de la technique mise en place et des matériaux disponibles. C'est dans les conditions de cette expérimentation que le projet va se différencier.

⁵⁷ GALAN, Beatriz, « Dinámicas del desarrollo en contextos de globalización » [« Dynamiques du développement dans le contexte de la globalisation »], in *Territorios Creativos, Concordancias en experiencias de diseño* [Territoires Créatifs. Concordances en expériences de design], Buenos Aires, éd. Universidad de Buenos Aires. Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo. Secretaría de Investigaciones, 2015, p. 32. Source en ligne : <http://www.ceprodide.com.ar/publicaciones-libros.html> [Consulté le 10/02/2017]. Traduit par nos soins.

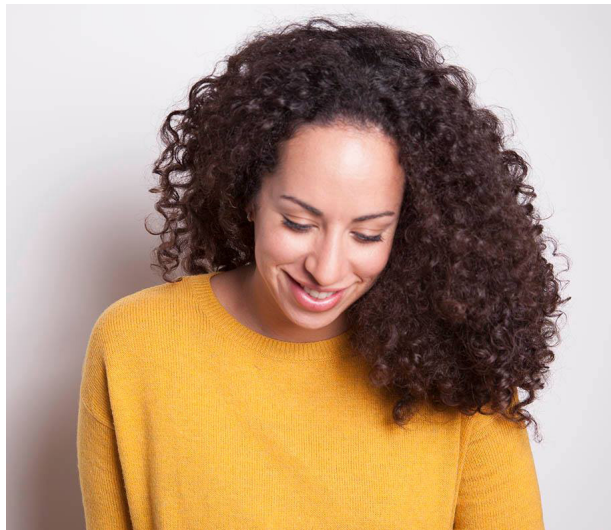
⁵⁸ *Op.cit.*, p.82-83.



1



2



3

- 1 Collection de céramique *Sección*, Heidi Jalkh
- 2 Projet *In between*, Heidi Jalkh
- 3 Heidi Jalkh

« Voilà pourquoi il est si important pour moi d'arriver à l'instance de prototype ou de la production. Tu ne sais pas à quels problèmes tu vas te confronter avant ce stade-là. Dans la théorie tout fonctionne plus ou moins bien mais dans la pratique il y a des questions climatiques, il y a des problèmes de personnes, il y a des questions de disponibilité, de l'économie en Argentine, des choses que l'on peut ou pas se procurer, qui vont constamment modifier vers où ... Non, pas vers où, mais comment il [le projet] doit évoluer⁵⁹. »

N'ayant pas le poids de l'histoire du design européen sur le dos, le poids de la transition vers la grande industrie de masse, les designers d'Amérique Latine n'ont pas de préjugés ni d'a priori négatifs en ce qui concerne la production artisanale. Celle-ci avec l'apport des designers crée un design qui n'est pas uniquement une recherche de formes, mais qui permet de nous mettre en valeur.

Octavio Paz, écrivain mexicain et Prix Nobel de Littérature décrit l'artisanat ainsi : « entre le temps intemporel du musée et le temps accéléré de la technique, l'artisanat est le battement du temps humain⁶⁰. » La capacité de produire en plus grande quantité plus rapidement a historiquement différencié la grande industrie de l'artisanat ou de la manufacture. La production industrielle a une temporalité qui appartient à la machine, la production artisanale a une temporalité propre à l'homme. La production industrielle du fait de sa grande taille et de sa grande capacité est parfois associée à des relations humaines sont plus distantes et impersonnelles. Au contraire pour Andrea Branzi les systèmes de production tels que l'artisanat ou les arts appliqués « constituent en effet un système intermédiaire entre l'homme et le produit industriel, qui aide à sauvegarder et à développer dans

⁵⁹ *Ibid.* p. 83.

⁶⁰ Cité par CAMBARIERE, Luján, *El alma de los objetos, una mirada antropológica del diseño* [L'âme des objets, un regard anthropologique du design], Buenos Aires, éd. Paidós, 2017, p.84. [Traduit par nos soins].

la société des relations plus douces, plus individuelles et diversifiées⁶¹. »

La grande importance accordée aux relations humaines, à l'affect est une caractéristique commune aux peuples d'Amérique Latine. Culturellement nous sommes plus effusifs, et démonstratifs. Avides de contact et dotés d'un grand esprit de camaraderie nous sommes capables de prendre dans nos bras un inconnu dans la rue pour fêter un match de football. Pour Sebastian Rozas, designer de Great Things to People, studio d'architecture et design chilien, une caractéristique qui différencie les designers d'Amérique Latine des designers d'ailleurs est l'importance accordée aux personnes, dans la manière de s'associer. Les personnes avec lesquelles on travaille deviennent une partie de la famille :

« la façon de s'associer aux gens est différente. [...] notre bureau est comme notre famille, nous sommes très proches. Cette vision d'être tous ensemble marque aussi ce que nous produisons, l'idée que nous devons parler de qui nous sommes, de ce que nous faisons. Je pense qu'il est toujours important de se faire connaître, pas en termes de marketing, mais lorsque vous vous faites connaître vous pouvez rencontrer des gens et créer des amitiés. [...] c'est quelque chose d'amical, un contact affectueux, aimable⁶². »

Pour lui, cette vocation d'ordre humain structure les espaces de travail. Il donne l'exemple de trois studios de design très reconnus qui travaillent dans des structures de petite taille, en relation avec les communautés locales. Ariel Rojo, designer mexicain travaille dans un espace de petite taille et en lien étroit avec les communautés de producteurs locaux. Emiliano Godoy, designer mexicain également, vit et travaille dans un hangar avec ses amis. Là-bas les gens travaillent exclusivement jusqu'à 18 heures et ensuite ils jouent au football. Les très renommés

⁶¹ BRANZI, Andrea, *Nouvelles de la métropole froide, Design et seconde modernité* (1988), trad. Christian Paoloni, Paris, éd. Du Centre Pompidou, coll. « Les Essais », 1991, p. 80.

⁶² ROZAS, Sebastián, entretien réalisé par nos soins le 25/03/2017. Disponible en « Éléments d'enquête », p. 147. [Traduit par nos soins.]



L'équipe de designers de Great Things to People

frères Campana du Brésil, travaillent dans une structure de 12 personnes.

Sebastián Rozas affirme que « les objets portent souvent en eux un récit de qui nous sommes, pas forcément avec une idée d'image, mais si vous dites qui vous êtes, vous pouvez vous faire un nouvel ami⁶³. » Ceci témoigne du fait que pour les designers latino-américains misent essentiellement sur les rapports humains qui sont véhiculés par les objets et par la production de ces objets. Chaque projet raconte l'histoire des personnes qui ont contribué à sa réalisation, de la culture qui les porte, des personnes qui les ont dessinés, et ceci dans le but de pouvoir communiquer avec un autre designer qui a sa propre histoire à raconter. Cet échange, ce dialogue tisse des liens d'amitié. Le designer argentin Nicolás Grosny, fondateur de la marque de poêles *Darto* déclare par ailleurs lors d'un entretien que ce qui motive ses projets c'est « la simple attitude de partager quelque chose de bien⁶⁴. » Tous ces témoignages montrent que finalement, ce qui importe pour les designers d'Amérique du Sud est la transmission des valeurs humaines qui les motivent, l'émotion que ces objets sont capables de transmettre dans leur histoire. Ainsi nous pouvons affirmer en reprenant la formule d'Adélia Borges qu'en Amérique Latine « *la forme suit l'émotion*⁶⁵ ».

De manière plus générale, le développement de l'autoproduction dans le design se traduit par une forte relation à l'artisanat qui n'entre pas en conflit avec la relation que le design entretient avec l'industrie. Au contraire elle lui est très souvent complémentaire. L'autoproduction se présente sous une variété de scénarios qui ajoutent de la valeur et enrichissent les produits par sa flexibilité et son adaptabilité aux circonstances et aux objectifs de chaque projet.

⁶³ *Ibid.*

⁶⁴ GROSNY, Nicolás, entretien réalisé par nos soins le 14/03/2017. Disponible en « Éléments d'enquête », p. 110. [Traduit par nos soins.]

⁶⁵ Citée par CAMBARIERE, Luján, *El alma de los objetos, una mirada antropológica del diseño [L'âme des objets, un regard anthropologique du design]*, Buenos Aires, éd. Paidós, 2017, p. 112. [Traduit par nos soins.]

Marinella Ferrara, Docteur en Design et chercheuse en Design du Polytechnique de Milan, remarque qu'il « est intéressant de noter que la nouvelle façon de proposer et de travailler du designer ne s'oppose pas à la mission canonique « design pour l'industrie » [...] Ceci est vérifiable car, si elle leur est proposée, les auto-producteurs sont tous potentiellement disponibles pour produire leurs projets industriellement. Ainsi, les jeunes designers ne s'identifient pas au mouvement d'*Arts and Crafts*, fondé par William Morris en 1861 comme une réaction à l'industrialisation, comprise comme l'ennemi de la liberté artistique du designer. En fait nous pouvons les reconnaître dans une perspective de travail Post-fordiste, qui admet la possibilité d'appariement de la production industrielle avec la logique de la pièce unique faite dans leur propre laboratoire avec un pragmatisme extrême, sans conflit idéologique⁶⁶. »

Par ailleurs, pour certains designers latino-américains la question de la technique artisanale face aux techniques industrielles ne se pose même plus. Consultés sur leurs préférences techniques les designers interviewés affirment ne pas avoir de préférence spécifique⁶⁷. La technique utilisée pour produire un objet va découler de l'objet lui-même, des objectifs du projet. Ce n'est pas la technique qui importe mais le contenu du projet, comment il dialogue avec son environnement. Ils ont une vision très particulière de la technologie. Pour certains les nouvelles technologies ne sont pas là pour remplacer les anciennes. Elles sont souvent complémentaires et servent d'autres buts.

« La technologie CNC ⁶⁸ n'est pas venue remplacer la menuiserie, la menuiserie n'a pas remplacé l'artisanat, en revanche les choses se combinent. Nôtre tâche est de *faire*, autrement dit comment atteindre notre objectif avec la

⁶⁶ FERRARA, Marinella, « Design and self-production. The advanced dimension of handcraft » [«Design et auto-production. La dimension avancée de l'artisanat »], in *Strategic Design Research Journal*, éd. Unisinos, 2011, p. 6-7. [Traduit par nos soins].

⁶⁷ Cf. entretiens en « Éléments d'enquête », p. 82 et p.143.

⁶⁸ Computer Numerical Control, en français Commande Numérique par Ordinateur

meilleure intégration technologique possible. Les pièces que nous fabriquons, ont été faites avec des moules en médium découpé au laser afin que la main du tourneur céramique les utilise comme gabarit pour que toutes les pièces soient identiques. Finalement, il ne s'agit pas de l'un ou de l'autre mais d'une intégration. La CNC peut aider à assurer un profil rectifié. Le tourneur doit avoir la dextérité manuelle. Il n'est donc pas vraiment question de l'un ou l'autre, mais de comment l'un peut aider l'autre⁶⁹. »

Selon Andrea Branzi, le design est principalement concerné par les objets, et de ce fait, la distinction entre mode artisanal ou mode industriel perd sens d'autant plus que ces deux mondes ne sont pas complètement séparés.

« De même, nous pouvons observer que si la différenciation entre les technologies industrielles et artisanales, a pu être valable jusqu'aux années soixante-dix, aujourd'hui elle n'a plus de sens. L'artisanat est intégré aux cycles industriels et au marché mondialisé, où cohabitent conjointement les hautes technologies, le fait-main, le hors-série, la série diversifiée: tout fait partie désormais d'une civilisation industrielle dépourvue d'alternatives, où les anciens périmètres technologiques se sont effacés ou ont disparu; une civilisation industrielle qui produit des biens, des comportements et même des valeurs morales, où tous sont des entrepreneurs dans le même domaine, parce qu'ils inventent du travail et de nouvelles économies⁷⁰. »

Ce phénomène n'est pas nouveau. En France, des designers travaillent autant avec l'industrie qu'avec l'artisanat et cela ne pose aucun problème idéologique. Les frères Bouroullec et Guillaume Delvigne sont des bons exemples de designers qui alternent la réalisation de leurs projets entre l'industrie de grande série et de petites séries issues de collaborations avec des artisans, souvent en Italie.

⁶⁹ ROZAS, Sebastián, entretien réalisé par nos soins le 25/03/2017. Disponible en annexe, p. 143. [Traduit par nos soins.]

⁷⁰ BRANZI, Andrea, *Introduzione al design italiano [Introduction au design italien]*, Milan, éd. Baldini & Castoldi, 2008, p. 4. [Traduit par nos soins].

En Amérique Latine, « l'autoproduction est caractérisée par la valeur sociale et l'inclusion dans une réalité profondément locale qui donne au produit des caractéristiques expressives et symboliques qui en font un succès⁷¹. » Comme nous l'avons vu en Europe à l'exception du cas italien, la grande industrie est apparue dans une logique de remplacement de l'artisanat. L'artisanat et beaucoup de métiers d'art ont presque disparu. En Amérique Latine, notre industrie n'étant pas développée, l'artisanat n'a pas été évacué. Ce développement du design à contre-courant c'est avéré extrêmement fécond surtout parce qu'il répond aux demandes de la société postindustrielle qui réclame de plus en plus des produits ayant une identité, respectueux de l'environnement, recourant à des méthodes productives plus humaines et socialement responsables. Un nouveau modèle social et d'entreprise se développe. L'existence des start-ups et des petites structures devient de plus en plus populaire.

Pour Carlota Pérez l'avantage du retard se retrouve dans ce qu'elle appelle l'ouverture d'une opportunité de développement. Très souvent, les nouvelles technologies génèrent au sein des entreprises des nouveaux fonctionnements sociaux et organisationnels. Pour elle, l'avantage qu'ont les nouveaux arrivés par rapport aux leaders établis consiste en ce qu'ils peuvent s'adapter plus facilement aux nouveaux paradigmes.

« Le processus de transformation n'est pas facile ; la transition vers de nouvelles pratiques peut prendre deux ou trois décennies. Finalement, le nouveau paradigme devient le sens commun général et est considéré comme naturel et normal. Les nouveaux arrivants, à savoir ceux qui n'ont pas eu une expérience réussie avec le paradigme précédent, peuvent réorienter leurs efforts vers l'apprentissage de nouvelles pratiques, alors que les leaders établis doivent « désapprendre » une grande partie de l'ancien paradigme et adopter le nouveau. Une grande

⁷¹ FERRARA, Marinella, « Design and self-production. The advanced dimension of handcraft » [«Design et auto-production. La dimension avancée de l'artisanat »], in *Strategic Design Research Journal*, éd. Unisinos, 2011, p. 6. [Traduit par nos soins].

partie de l'expérience et une part considérable des investissements réalisés dans le contexte antérieur deviennent obsolètes et doivent être remplacés. Le processus de renouvellement est long et difficile, de sorte que les nouveaux arrivants ont un avantage, qui peut être soutenu avec des investissements précoces dans la nouvelle infrastructure et la création d'institutions appropriées pour faciliter le processus⁷². »

Ce nouveau modèle ouvre des opportunités pour le développement de la région qui répondent à des principes de durabilité du point de vue environnemental, économique, social et culturel. Nous verrons par la suite en quoi consistent ces opportunités et comment elles prennent forme.

⁷² PEREZ, Carlota, «Cambio tecnológico y oportunidades de desarrollo como blanco móvil» [«Nouvelles technologies et opportunités de développement comme cible mobiles»], in *Revista Cepal*, n°75, décembre 2001, p. 123-124. [Traduit par nos soins]

B. DESIGN ET DEVELOPPEMENT DURABLE

1. La piracema

Dans la première partie nous nous questionnions sur la globalisation et sur ce que le design doit faire dans un contexte de globalisation. Comment le design peut mettre en valeur des identités locales tout en faisant partie d'un monde globalisé ?

D'autre part nous avons vu précédemment qu'en Amérique Latine les difficultés des nouveaux designers en à trouver leur place sur le marché du travail éveilla chez eux un intérêt pour l'artisanat. Selon Adélia Borges, dans les années 1980 les designers de pays tels que la Colombie, le Mexique, l'Argentine, Uruguay, Chili ou Brésil ont commencé un mouvement de revitalisation de l'artisanat à travers diverses initiatives. Ces tactiques sont variables parce que chaque situation nécessite une action adaptée à son contexte. Certaines de ces initiatives prennent en compte une amélioration des conditions de travail des artisans, des améliorations des conditions techniques des produits et une qualité standard, l'utilisation des matériaux locaux, le développement d'un graphisme et du packaging pour les produits et le plus important, « des initiatives qui « ancrent » les références formelles des objets dans les traditions culturelles locales⁷³. »

Ces tactiques qui allient designers à la production artisanale sont d'autant plus positives qu'elles s'insèrent très souvent dans des problématiques régionales de développement durable. Les communautés d'artisans sont très souvent marginalisées et défavorisées. Le design constitue une opportunité pour le développement d'activités économiques durables qui

⁷³ BORGES, Adélia, « Craft revitalisation as a change agent in Latin America » [« Revitalisation de l'artisanat comme agent de changement en Amérique latine »], in *Making Futures Journal*, Vol.3 Interfaces between craft knowledge and design : new opportunities for social innovation and sustainable practice [Vol.3 Interfaces entre savoir-faire artisanal et design: nouvelles opportunités pour l'innovation sociale et la pratique durable], 2013, p. 12. [Traduit par nos soins]

contribuent au développement économique, social et culturel de certaines régions.

Le développement durable est en effet en lien avec la responsabilité environnementale, l'inclusion économique, la justice sociale et la diversité culturelle. Pour l'UNESCO « [...] La culture est un moteur de développement grâce à la croissance du secteur culturel, des industries créatives et des retombées de la sauvegarde du patrimoine culturel matériel et immatériel. De plus, la culture est un facilitateur du développement durable - l'environnement dans lequel les politiques de développement peuvent avancer à travers l'appropriation locale, de manière efficace et avec des effets positifs⁷⁴. » Des activités liées à la culture telles que le design sont considérées des industries créatives. Le design est donc l'un des moteurs du développement durable.

Nous avons déjà vu l'importance de la dimension culturelle inhérente à l'artisanat. En effet, avec la nourriture, l'artisanat est une des principales sources de représentation de l'identité. Les processus productifs qui intègrent le travail des artisans mettent en valeur la richesse culturelle portée par ces pratiques ayant pour conséquence le renforcement de leur notion d'appartenance.

Les productions artisanales revêtent une dimension environnementale par l'utilisation de matériaux locaux dont le transport sur de courtes distances et la transformation requièrent très peu d'énergie. De plus certaines de ces pratiques artisanales, peu connues ont permis la découverte de nombreux matériaux durables tels que le cuir d'ananas, la peau de poisson, entre autres. Le designer brésilien Renato Imbrosi pionnier dans

⁷⁴ BOKOVA, Irina, Directeur Général de l'UNESCO, citée par MONFORT, María Cristina, « Dimensión patrimonial de los productos. Itinerario cultural de la vitivinicultura en San Juan » [« La Dimension du patrimoine des produits. Itinéraire culturel de la vitiviniculture à San Juan »], in *Territorios Creativos, Concordancias en experiencias de diseño [Territoires Créatifs. Concordances en expériences de design]*, Buenos Aires, éd. Universidad de Buenos Aires. Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo. Secretaria de Investigaciones, 2015, p.151. Source en ligne: <http://www.ceprodid.com.ar/publicaciones-libros.html> [Consulté le 10/02/2017]. Traduit par nos soins.

les expériences de production artisanale découvertes dans la région de Tocantins le *capim dourado*, une fibre végétale qui brille comme de l'or. De plus, en Amérique Latine la pauvreté a généré une grande tradition du recyclage de matériaux pratiquée bien avant que l'on commence à parler d'écologie dans le monde.

L'impact économique de ces tactiques est important. L'artisanat a un effet multiplicateur de création d'emplois au sein des classes les plus démunies. De la récolte des matières premières jusqu'à la vente en passant par la production, chaque maillon de la chaîne de valeur⁷⁵ crée des emplois qui auront un impact sur l'ensemble de la communauté.

Finalement, une transformation sociale s'opère dans l'alliance designers-artisans parce qu'elle permet l'émancipation des artisans, parce qu'elle engendre une amélioration du cadre de vie limitant les migrations vers la ville qui n'est plus alors perçue comme l'unique espace privilégié de développement. Adélia Borges décrit cette transformation à travers des témoignages :

« J'ai entendu les artisans dire : "J'ai plus confiance en moi et dans ma vie maintenant", "mon esprit a changé", "je ne suis pas aussi honteux que je l'étais avant". Les designers et les gestionnaires qui passent du temps avec les artisans disent que beaucoup d'entre eux avaient honte de parler devant une personne "éduquée". Aujourd'hui, ils lèvent le regard, parlent avec confiance et dirigent des réunions. "Ils se sentent beaucoup plus leurs propres patrons", "ils se tiennent plus fermement sur le sol". Illettrés ou analphabètes ils deviennent soudainement des stars de l'histoire avec un H majuscule ; ils apparaissent dans les journaux, ils donnent des conférences⁷⁶. »

⁷⁵ Terme développé par Michael Porter, la chaîne de valeur est une approche systématique visant à examiner le développement d'un avantage concurrentiel. La chaîne se compose d'une série d'activités ajoutant de la valeur. Elles aboutissent à la valeur totale fournie par une entreprise.

⁷⁶ BORGES, Adélia, « Craft revitalisation as a change agent in Latin America » [« Revitalisation de l'artisanat comme agent de changement en Amérique latine »], in *Making Futures Journal*, Vol.3 Interfaces between craft knowledge and design : new opportunities for social innovation and sustainable practice [Vol.3 Interfaces entre savoir-faire artisanal et design:



Objets en *Capim Dourado*

Malheureusement ces démarches qui en général ont des impacts très positifs ne sont pas sans risques de dérive. Les enjeux sont importants. Pour qu'une activité se développe économiquement elle doit s'inscrire aussi dans les marchés globalisés. Beatriz Galán, designer spécialiste en technologie et production, directrice du Centre de Projet Design et Développement SI- FADU-UBA de l'Université de Buenos Aires signale que le risque se trouve dans la tendance de la globalisation à réduire les ressources à leur condition de capital économique.

« Il est nécessaire d'enrichir la consigne design pour le développement [...] Au moment où certains districts mettant en valeur leur situation rurale posent de nouveaux défis à la discipline. Dans d'autres cas, l'emplacement des ressources naturelles stratégiques, oblige la pratique du projet [le design] à trouver des articulations pour la protection et la gestion des ressources (forêt, eau, patrimoine naturel, etc.), renforçant la dimension locale face à la pression globalisante qui s'approprie ces contenus mais qui finit par réduire les ressources (humaines, naturelles, culturelles), à leur statut de capital comptabilisable dans le contexte mondial, et en soustrayant le contrôle aux communautés locales⁷⁷.»

Les dérives des démarches qui allient design et production artisanale se traduisent souvent en des échanges inégaux entre designers et artisans dans lesquels les designers « débarquant » avec un projet tout fait, en demandent aux artisans l'exécution et réclament l'étiquette de démarche de « design social ». Il est commun de voir des jeunes designers européens « débarquer » et passer commande sans réellement établir un dialogue avec

nouvelles opportunités pour l'innovation sociale et la pratique durable], 2013, p. 12. [Traduit par nos soins]

⁷⁷ GALAN, Beatriz, «Dinámicas del desarrollo en contextos de globalización» [«Dynamiques du développement dans le contexte de la globalisation»], in *Territorios Creativos, Concordancias en experiencias de diseño* [Territoires Créatifs, Concordances en expériences de design], Buenos Aires, éd. Universidad de Buenos Aires. Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo. Secretaría de Investigaciones, 2015, p. 17. Source en ligne : <http://www.ceprodid.com.ar/publicaciones-libros.html> [Consulté le 10/02/2017]. Traduit par nos soins.

les producteurs. Gui Bonsiepe, designer allemand, professeur et théoricien du design, spécialiste des questions de design et développement alerte sur cette approche :

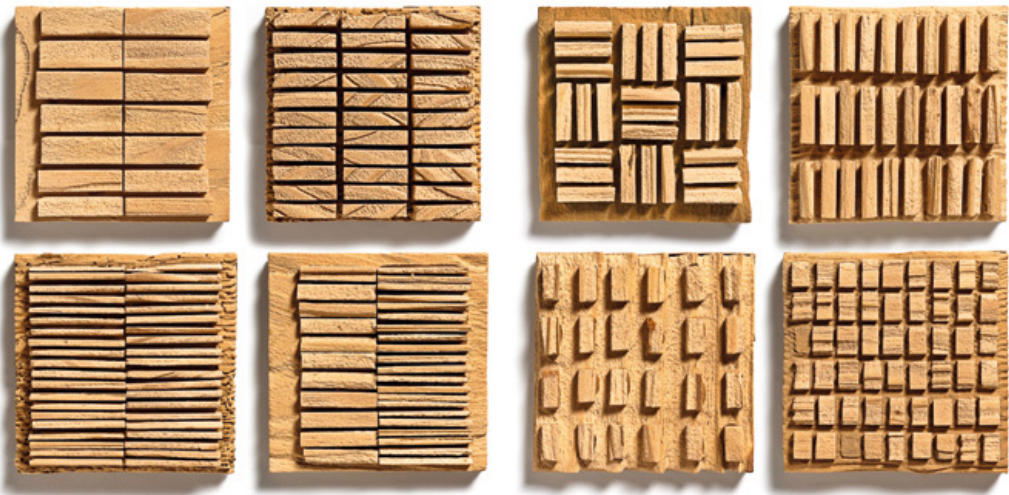
« Une grande dose de naïveté est nécessaire pour accepter cette approche, présentée comme une « aide » pour les artisans des périphéries⁷⁸. Ils utilisent les intérêts humanitaires comme prétextes pour produire des motifs « inspirés » par la culture folklorique locale ou des designs proposés par le centre afin de profiter de la main-d'œuvre bon marché dans ces communautés. Cette pratique du design tend à perpétuer les relations de dépendance au lieu de contribuer à leur éradication.⁷⁹ »

La lecture de Bonsiepe nous permet de comprendre le mécanisme par lequel la société de consommation transforme les ressources humaines, naturelles et culturelles en des valeurs marchandes, thème évoqué par Galán. Les artisans sont considérés comme de la main d'œuvre qualifiée pas chère qui seront utilisée pour produire des objets signés par des designers ou artistes. Leur valeur est uniquement économique, et les seuls bénéficiaires de cette activité sont les commanditaires qui utiliseront l'image des artisans à des fins commerciales.

Heureusement, il existe de bons exemples de projets qui allient design et artisanat intégrés dans des démarches de développement durable. Un exemple de ce type de positionnement est le cas de la designer brésilienne Heloisa Crocco, qui travaille avec des communautés indigènes dans la forêt amazonienne. Au long de sa carrière elle travailla sur deux

⁷⁸ Le terme « périphérie » dans ce contexte se réfère à ces pays communément appelés pays en développement. Le terme a été adopté par Bonsiepe comme un moyen plus approprié de décrire ces régions géographiques et leurs peuples dans l'article « Precariousness and ambiguity : Industrial Design in Dependent Countries » [« Précarité et ambiguïté : Design Industriel dans les pays dépendants] pour la conférence « Design for Need » en 1976.

⁷⁹ BONSIEPE, Gui, Design, cité par BORGES, Adélia, « Craft revitalisation as a change agent in Latin America » [« Revitalisation de l'artisanat comme agent de changement en Amérique latine »], in *Making Futures Journal*, Vol.3 Interfaces between craft knowledge and design : new opportunities for social innovation and sustainable practice [Vol.3 Interfaces entre savoir-faire artisanal et design: nouvelles opportunités pour l'innovation sociale et la pratique durable], 2013, p.13.



Heloisa Crocco , Topomorfose. Tampons et objets créés à partir de l'étude d'anneaux d'arbres d'Amazonie

projets phares : *Estudio Topomorphose* et *Laboratorio de Diseño Piracema* (Laboratoire de design Piracema).

Le premier constitue une étude des différentes espèces d'arbres de la forêt amazonienne, dans leur dimension symbolique autant que biologique et graphique. Comme le nom l'indique, -topos, lieu. -morphose tiré du grec morphôsis « action, fait de donner une forme ⁸⁰», Crocco travaille sur une recherche de formes dérivées du territoire. De cette étude elle dégage des séries de trames et textures faisant appel aux anneaux des arbres, qu'elle recompose et applique sur divers supports.

Le second étudie les compétences de l'artisanat de la culture brésilienne insérées dans le monde moderne. Son nom *Piracema*, mot d'origine indigène, désigne le phénomène naturel par lequel les poissons nagent à contre-courant vers l'amont de fleuves à des fins de reproduction. Ce phénomène est repris par Crocco comme métaphore pour expliquer son choix pour la tradition. Revenir en arrière, retourner aux sources permet d'avoir un regard nouveau, de redécouvrir la culture et les techniques pour développer un nouveau langage qui les mette à jour.

« [...] On peut apercevoir l'idéologie et la conceptualisation qu'a l'auteur d'elle-même, du monde qui l'entoure, de la façon dont elle y est liée. Son travail devient une profonde réflexion, en prenant comme point de départ la culture considérée comme un élément dynamique, dans lequel les communautés avec une tradition artisanale en deviennent des preuves palpables, réunissant ainsi l'anthropologie, la sociologie et l'art en une image indissoluble de la société. L'artisanat se transforme en l'un des éléments fondamentaux pour la préservation de l'identité. Crocco offre un regard opposé à l'esthétique globalisante puisqu'en conjuguant les technologies traditionnelles et modernes elle laisse surgir le syncrétisme culturel dans la

⁸⁰ REY, Alain, *Dictionnaire Historique de la Langue Française*, Paris, éd. Le Robert, 2016. [Source au format e-book, sans pagination]

polychromie raciale considérée comme un processus d'intégration⁸¹. »

En Argentine, il existe des initiatives gouvernementales qui visent à mettre à jour à l'aide du design la production culturelle argentine. Le Ministère de la Culture de l'Argentine a créé le *Programa de Diseño Activo* (PDA) [Programme de design actif], qui met en contact des artisans de différentes régions du pays et des designers dans le but de créer des produits qui répondent aux exigences des marchés mais qui gardent une identité locale. A Misiones, dans le nord de l'Argentine ce programme a permis la mise en place d'une collaboration entre 25 artisans et 12 designers plus des professionnels de la communication et un économiste travaillant dans 11 municipalités dans le but de créer une marque de produits régionaux. (Figure 4)

Au Chili, le studio Great Things to People (GT2P) accompagné du Consejo Nacional de la Cultura y las Artes [Conseil National de la Culture et des Arts] ont lancé *Hecho por Chile* [Fait par le Chili] début mars 2017. Il s'agit d'une initiative qui veut intégrer l'artisanat et le patrimoine culturel productif chilien au monde contemporain par le biais du design. Sebastián Rozas, explique que leur démarche est partie d'un constat : « ce qui compte ce ne sont pas les objets mais les communautés qui produisent les objets⁸² ». L'idée est selon lui de mettre l'accent sur le développement des communautés artisanales pour produire des objets et pérenniser les techniques et la culture du Chili. L'important dans cette démarche est de créer des liens où l'artisan est reconnu pour son savoir et pas vu uniquement comme le simple exécutant d'une idée. « "Viens, apprends de moi, apprends de ce que je fais, sois libre d'inventer et nous le produisons." C'est un peu comme l'industrie à l'envers. Au lieu

⁸¹ HERRAIZ, Pablo Alonso, « De buena madera. Trabajos de Heloisa Crocco » [« Du bon bois. Travaux d'Heloisa Crocco »], in *I+Diseño*, Revue Internationale d'Innovation, Recherche et Développement en Design de l'École Polytechnique de l'Université de Málaga (Espagne), (ISSN 1889-433X). Source : http://www.disenoma.es/i_disenoma/i_disenoma_6/heloisa_crocco.htm [Consulté le 27/02/2017]. Traduit par nos soins.

⁸² ROZAS, Sebastián, entretien réalisé par nos soins le 25/03/2017. Disponible en « Éléments d'enquête », p. 149. [Traduit par nos soins.]

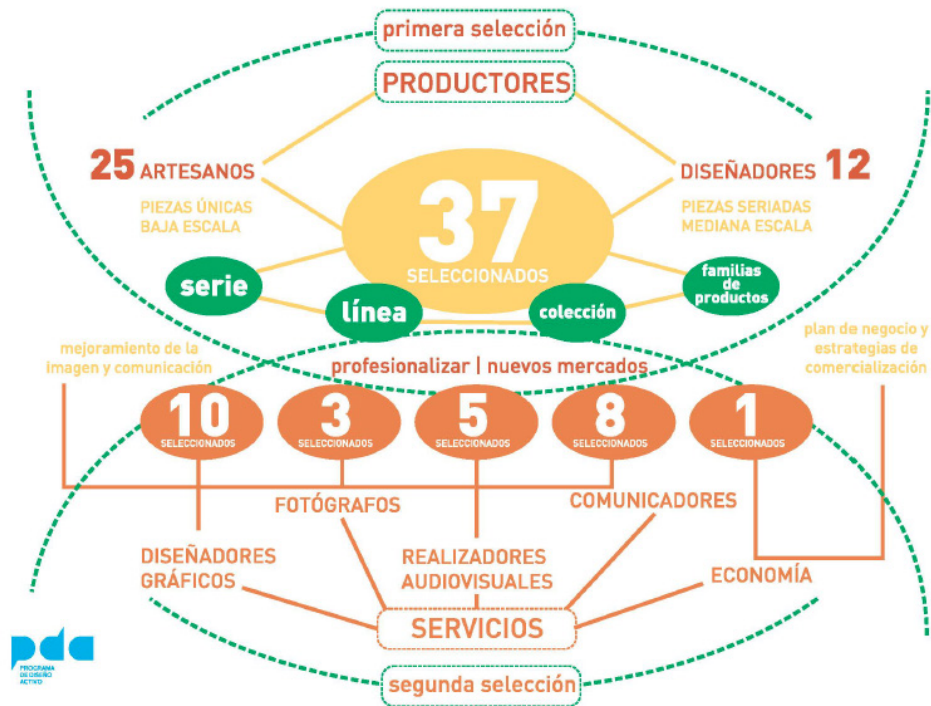


FIGURE 4: Schéma de fonctionnement du Programme de design actif à Misiones, Argentine. 37 sélectionnés, 25 artisans, 12 designers, 10 graphistes, 3 photographes, 5 réalisateurs, 8 journalistes, 1 économiste



Quelques objets issus de la collection de la région de Misiones en Argentine, résultat du Programme de design actif.



CONFERENCIA

HERMANOS CAMPANA

HECHO POR CHILE

HECHO POR CHILE es una iniciativa que propone integrar a las artesanías y al patrimonio cultural productivo y creativo chileno al mundo global contemporáneo a través del diseño.

Esta iniciativa tendrá su punto de partida durante la última semana de Marzo con la visita del afamado estudio brasileño Hermanos Campana, quienes vendrán a establecer diálogos con maestros artesanos de nuestro país, finalizando su visita con una conferencia sobre su trabajo y el instituto campana.

La cita es para el día **jueves 30 en el Centro Cultural España a las 10 am**.
Inscripciones a: diseño@cultura.gob.cl

***CUPOS LIMITADOS**

HECHO POR CHILE es una iniciativa del estudio chileno gt2P organizada en conjunto con el área de diseño del CNCA, contando con el auspicio de Masisa y la colaboración del Centro Cultural España, el Instituto Campana y el estudio de diseño Si Studio.

LUGAR: Corporación Española de Cultura, Providencia 927

FECHA: Jueves 30 de Marzo 2017 / 10am a 12pm

ORGANIZA

great
things
to People.



AUSPICIA

MASISA
Tu mundo, tu estilo

COLABORA



Affiche de la conférence de lancement du projet *Hecho por Chile*

d'aller frapper à la porte de Moroso, vous venez frapper à la porte de l'artisan⁸³. » Le point de départ de *Hecho por Chile* a été la visite des célèbres frères Campana qui développent des produits en collaboration avec des artisans qui travaillent avec le crin de cheval. Ce que ce projet veut promouvoir c'est que plus de personnes puissent devenir artisans et aussi, par la suite, permettre aux membres de la communauté de développer leurs idées et les produire pour faire en sorte que la communauté puisse vivre.

Contrairement à ce que l'on pourrait penser, ces démarches n'ont rien de nostalgique. Il ne s'agit pas de préserver les traditions intactes mais de transformer certains aspects pour les intégrer dans le monde d'aujourd'hui. José Alberto Nemer, artiste plasticien brésilien et membre du laboratoire de design *Piracema* explique : « Ce qui est original ici n'est pas forcément le nouveau mais la capacité de revoir, de mettre à jour, d'interpréter de manière singulière les stimuli de la réalité⁸⁴ ». Le moteur principal de ces démarches est la découverte d'un langage artistique propre qui rend compte de ses origines et une volonté de le développer et de le pousser vers l'avant.

À ce sujet Luján Cambariere cite le catalogue de l'exposition *Puras Mixturas* du Pavillon des Cultures Brésiliennes : « Du latin *traditio*, du verbe *tradere*, la 'tradition', est l'acte de transmettre, mais pas seulement de ce qui a été acquis auparavant, mais intègre ce qui existe à ce qui existait⁸⁵ » et elle rajoute plus tard « Au lieu d'une collection d'objets ou coutumes objectivées, la tradition est conçue comme un mécanisme de sélection, et même d'invention, projeté dans le passé pour légitimer le présent⁸⁶. » Cette vision de la tradition est importante parce

⁸³ *Ibid.*, p. 150.

⁸⁴ NEMER, José Alberto, cité par CAMBARIERE, Luján, *El alma de los objetos, una mirada antropológica del diseño [L'âme des objets, un regard anthropologique du design]*, Buenos Aires, éd. Paidós, 2017, p.172-173. [Traduit par nos soins.]

⁸⁵ Catalogue de l'exposition *Puras Mixturas*, cité par CAMBARIERE, Luján, *El alma de los objetos, una mirada antropológica del diseño [L'âme des objets, un regard anthropologique du design]*, Buenos Aires, éd. Paidós, 2017, p.173. [Traduit par nos soins.]

⁸⁶ *Ibid.*, p.174.

qu'elle incarne par elle-même la légitimation des pratiques du design en Amérique Latine. Contrairement aux avant-gardes modernes pour qui il fallait se défaire de toute trace de passé, le design latino-américain se veut intégrateur. Le passé n'est pas uniquement le passé mais un élément qui construit une identité. Le présent et le futur sont à intégrer dans cette tradition dans une vision singulière.

2. Hybridations techniques

*“Retourner aux sources et transpirer contemporanéité”
Luján Cambariere⁸⁷.*

Nous l'avons évoqué précédemment, les designers contemporains autant que les designers d'Amérique Latine ont une certaine flexibilité sur les questions techniques. Flexibilité dans le sens où ils ne s'arrêtent pas à une idée rigide des techniques à utiliser. Cela ne veut pas dire pour autant que leur emploi de la technique soit moins bon. Pour eux toutes les techniques sont valables. C'est le projet et l'envie de communiquer quelque chose qui importent. En ce sens, il est possible de recourir à toutes sortes de technologies.

Notre accès à la technologie de pointe est, nous l'avons vu, limité. La deuxième révolution industrielle n'a pas tellement touché les pays d'Amérique Latine. Une hypothèse s'ajoute à l'argumentation précédente sur notre accès limité aux technologies : la très grande taille des machines rendait difficile leur exportation. En effet, grande taille veut aussi dire coût élevé. Ces machines-là n'étaient pas à la portée de tous. A l'inverse, le développement de l'informatique a permis l'émergence d'une nouvelle façon de produire. Aujourd'hui il est désormais possible de produire des objets avec des machines de petite taille, contrôlées numériquement, par ordinateurs, à savoir des imprimantes 3D ou machines à fabrication additive. Ces petites machines, du fait de leur petite taille, sont donc moins chères que les grandes machines industrielles et donc plus accessibles.

⁸⁷ *Ibid.*, p. 172.

D'autre part, au même moment où les grandes entreprises multinationales s'accroissent au point d'avoir autant d'employés que la population totale d'un ou plusieurs pays, et que les modes de vie un peu partout dans le monde sont conditionnés par la volonté des grands lobbys internationaux, des mouvements émergent pour s'y opposer. C'est alors que nous assistons à l'émergence par exemple de l'Open Source, qui permet de démocratiser l'accès à et le libre partage de logiciels, de technologies et de savoirs. En conséquence l'accès à certaines technologies est clairement plus facile qu'auparavant.

De fait il existe donc aujourd'hui des designers qui ont accès et travaillent avec ces machines à commande numérique depuis plusieurs années. Cependant, le contexte culturel et technique propre à l'Amérique Latine et que nous avons évoqué tout au long de cette partie, fait que ces machines et ces outils techniques sont utilisés d'une *manière* différente, innovante. Selon le Dictionnaire historique de la langue française d'Alain Rey, *Innovation*, est un mot emprunté au bas latin *innovatio* « changement, renouvellement ». Ce n'est qu'au XVIIIe siècle qu'il prendra le sens courant de « chose nouvelle »⁸⁸. Nous pouvons donc déduire donc que l'innovation n'est pas seulement une chose nouvelle, mais aussi quelque chose qui a subi un changement, un renouvellement. Pour illustrer en quoi la manière de faire en Amérique Latine est innovante, nous allons étudier l'évolution du travail de Great Things to People (Gt2P), studio chilien précédemment mentionné.

Gt2P est un studio d'architecture et design qui dans ses débuts était focalisé sur le design paramétrique et la fabrication digitale. Le design paramétrique consiste à introduire dans un ordinateur des paramètres, un algorithme est alors lancé qui permettra à l'ordinateur de créer individuellement une série de formes adaptées aux paramètres préétablis. « Un algorithme générateur, dans le sens de DeLanda "... est une séquence d'opérations bien définies. C'est cette séquence, ou plutôt le

⁸⁸ REY, Alain, *Dictionnaire Historique de la Langue Française*, Paris, éd. Le Robert, 2016. [Source au format e-book, sans pagination]

code informatique spécifique, qui la transforme en matériel génétique de l'objet en question⁸⁹." ». L'intérêt étant pour Gt2P que ces technologies sont elles-mêmes capables de créer, de résoudre certains problèmes.

Cette vision des technologies numériques est partagée par Samaja: « l'aphorisme de Vico (verum de ipsum factum⁹⁰) est entré en vigueur pour la méthodologie et l'épistémologie contemporaine: la possibilité de construire en utilisant des ordinateurs, des programmes qui reproduisent les processus de l'intelligence humaine dans l'acte de résolution de problèmes, est peut-être la révolution épistémologique et méthodologique la plus importante de l'histoire de la science...⁹¹ » La technologie est donc un instrument qui a le potentiel de trouver des solutions à des problèmes de design.

Digital Crafting

Après avoir exposé à Stockholm en 2010, les membres de Gt2P firent un constat très important qui changea à jamais leur pratique : « nous avons réalisé que dans une certaine mesure la technologie est quelque chose qui est assez homogène finalement. Je veux dire, si l'on se concentre sur l'expression technologique des choses, on peut devenir très similaires⁹². » Dans un monde où tout le monde a accès aux mêmes technologies, aux mêmes outils et aux mêmes référents, les objets deviennent très semblables et manquent d'identité. C'est

⁸⁹ DUARTE, Diana, PARADA, Guillermo, ROZAS, Sebastián, « Artesanías Digitales. Desde el diseño paramétrico al encuentro con la artesanía » [« Artisanat Numérique. Du design paramétrique à la rencontre de l'artisanat »], in *Revista Diseña*, n°7, 2014, p. 158. Source en ligne :

http://www.revistadisena.com/pdf/revistadisena_7_artesantias-digitales.pdf [Consulté le 30/03/2017] Traduit par nos soins.

⁹⁰ « le vrai est le faire même »

⁹¹ SAMAJA, Juan Alfonso, cité par MONFORT, Cristina, « Dimensión patrimonial de los productos. Itinerario cultural de la vitivinicultura en San Juan » [« La Dimension du patrimoine des produits. Itinéraire culturel de la vitiviniculture à San Juan »], in *Territorios Creativos, Concordancias en experiencias de diseño [Territoires Créatifs. Concordances en expériences de design]*, Buenos Aires, éd. Universidad de Buenos Aires. Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo. Secretaría de Investigaciones, 2015, p.151. Source en ligne : <http://www.ceprodide.com.ar/publicaciones-libros.html> [Consulté le 10/02/2017]. Traduit par nos soins.

⁹² ROZAS, Sebastián, entretien réalisé par nos soins le 25/03/2017. Disponible en « Éléments d'enquête », p. 137. [Traduit par nos soins.]

souvent ce qui est reproché aux objets issus de l'industrie de masse. Le mode d'expression propre aux technologies numériques, de par leur fonctionnement, fait que des objets fabriqués numériquement sont souvent similaires, il est donc difficile de les différencier. Gt2P est donc allé chercher dans l'artisanat de leur pays un facteur différenciateur. « Alors, le changement que nous avons opéré a été principalement de nous regarder nous-mêmes. Regarder notre pays et voir quel potentiel il avait. C'est là qu'il y a eu un changement. Passer du simple design d'objets à la compréhension qu'une façon de produire a à voir avec le lieu où l'on est⁹³. » Ce changement a donné naissance à ce qu'ils appellent *Digital Crafting* [artisanat numérique], une méthodologie de travail qui construit un langage commun entre le design et la fabrication, entre designer et artisan.

« Cette approche représente un changement d'attitude pour assurer réalisation formelle des projets, en établissant un lien direct entre la réduction du temps et des coûts offerts par le design numérique et la production industrielle, avec le caractère unique de l'artisanat et de l'expression artistique⁹⁴. » Le design paramétrique permet dans cette approche d'utiliser les algorithmes dans la recherche de formes géométriques complexes et de formes symboliques. C'est un outil pour organiser le travail dans le cadre d'une planification parce qu'il intègre dans son mode opératoire une anticipation de toutes les étapes du projet : formulation, développement, production. Cette systématisation est flexible en ce qu'elle permet aux algorithmes d'intégrer des données tels que les savoirs techniques et matériels propres de l'artisanat ce qui donnera aux objets fabriqués leur singularité.

Sicard Currea, designer industriel et docteur en sciences de l'information colombien, affirme que :

⁹³ *Ibid.*

⁹⁴ DUARTE, Diana, PARADA, Guillermo, ROZAS, Sebastián, «Artesanías Digitales, Desde el diseño paramétrico al encuentro con la artesanía» [«Artisanat Numérique, Du design paramétrique à la rencontre de l'artisanat»], in *Revista Diseña*, n°7, 2014, p. 159. Source en ligne :

http://www.revistadisena.com/pdf/revistadisena_7_artesantias-digitales.pdf [Consulté le 30/03/2017] Traduit par nos soins.

« Le travail réalisé à partir des approximations desquelles participent les arts et le design, met en évidence une constante : l'approche d'aller à la recherche des différences, de promouvoir la rencontre entre les exclusions et les manifestations des groupes les plus souvent considérés comme les «autres», « ceux qui » ... en raison de leur façon particulière de faire et d'être, ce qui permet de reconnaître les différences, les mettre en évidence et de justifier ainsi les modèles tacites en vigueur que les sociétés ont dans leur capital culturel⁹⁵. »

Le fait de travailler avec les artisans ou communautés en marge, permet donc de valider leurs pratiques culturelles, souvent exclues au même titre que leur condition sociale.

Ainsi pour Gt2P « Mettre en évidence les imprévus des processus manuels et des matériaux locaux ainsi que l'éventualité de créer des pièces uniques, est un moyen de valoriser les savoir-faire artisanaux du pays, même ceux qui sont en train de disparaître⁹⁶. » Les objets qui découlent de cette approche, ne sont pas aussi « parfaits » que les objets fabriqués numériquement, cependant ils sont beaucoup plus expressifs et témoignent d'une expression artistique en lien avec les richesses naturelles et culturelles du pays.

Pour mettre en évidence cette différence d'expressivité formelle entre fabrication numérique et fabrication artisanale, Gt2P a développé *Losing my America*. Il s'agit d'un modèle d'interaction entre le studio et des ateliers d'artisans du sud et du centre du Chili travaillant la céramique, le métal, le crin de cheval, la vannerie et le textile pour la production d'une collection d'objets. Le pari était de comprendre le potentiel novateur qui existe dans

⁹⁵ Cité par MONFORT, María Cristina, dans « Dimensión patrimonial de los productos. Itinerario cultural de la vitivinicultura en San Juan » [« La Dimension du patrimoine des produits. Itinéraire culturel de la vitiviniculture à San Juan »], in *Territorios Creativos, Concordancias en experiencias de diseño [Territoires Créatifs. Concordances en expériences de design]*, Buenos Aires, éd. Universidad de Buenos Aires. Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo. Secretaría de Investigaciones, 2015, p.151. Source en ligne: <http://www.ceprodide.com.ar/publicaciones-libros.html>

[Consulté le 10/02/2017]. Traduit par nos soins.

⁹⁶ *Opcit.*



1



2



3

Losing my America combine des techniques de design paramétrique et de l'artisanat pour montrer le contraste entre les expressivités propre à chaque technique. (Source : <http://www.gt2p.com/>)

1 Teresa Olmedo et Gt2P

2 Juan Carlos Orellana et Gt2P

3 Florentino Lopez et Ariel Rojo

les matériaux locaux. Ayant un mode opératoire similaire les studios de design Ariel Rojo et Augusto Requena ont été invités à participer à *Losing my América*.

Chaque pièce comporte deux parties. Une partie qui maintient l'expression artisanale originale, montrant le savoir-faire des artisans chiliens. L'autre partie est le résultat d'une intervention avec des outils numériques qui crée une abstraction de la pièce, une perte de résolution qui met en évidence la perte d'information qui peut avoir lieu lorsque les outils de fabrication digitale sont utilisés sans aucun sens critique.

« Le projet est conçu comme une proposition de construire des ponts entre les deux systèmes de production : la production de masse et la personnalisation de masse. Par ses avantages en termes de vitesse et de volume de fabrication, la production de masse a mis en péril la conservation et le transfert des compétences de l'artisanat traditionnel. Cependant, relier les outils de conception et de fabrication numérique aux pratiques artisanales offre la possibilité d'intégrer les phases de création et de prototypage, de développer un processus plus efficace et dynamique avec la possibilité de visualiser et rétro-alimenter son évolution jusqu'à l'obtention d'un produit final. Ces outils permettent également de générer une mémoire à partir de la collecte, l'organisation et l'assimilation des informations, pour faire face à l'oubli et à la non-utilisation des connaissances traditionnelles de l'artisanat⁹⁷. »

En effet, cette démarche permet non seulement de mettre en valeur les matériaux et savoir-faire locaux, mais elle conserve un registre des savoirs techniques traditionnels. La démarche d'intégration numérique oblige à étudier de très près les processus de fabrication artisanaux et les propriétés des matériaux utilisés dans le but de développer les règles et

⁹⁷ DUARTE, Diana, PARADA, Guillermo, ROZAS, Sebastián, «Artesanías Digitales, Desde el diseño paramétrico al encuentro con la artesanía» [«Artisanat Numérique, Du design paramétrique à la rencontre de l'artisanat»], in *Revista Diseña*, n°7, 2014, p. 164. Source en ligne :

http://www.revistadisena.com/pdf/revistadisena_7_artesantias-digitales.pdf [Consulté le 30/03/2017] Traduit par nos soins.

paramètres que l'algorithme va suivre pour développer une version analogue avec un langage géométrique propre de l'outil informatique.

Paracrafting

Ce mode d'action binaire, mélangeant production artisanale et fabrication digitale a été poussé encore plus loin lorsque le studio s'est demandé : Comment pourrait-on faire du design paramétrique sans ordinateurs ? Tout comme les ordinateurs font de la programmation par codes, ils ont développé des codes qui déterminent des variables pour produire des objets. Le résultat s'est traduit par la fabrication d'une imprimante 3D qui produit des objets suivant un code qui est analogue dans une traduction de la logique computationnelle et des processus automatisés. *Less CPP N°1 : Cattenary Pottery Printer* est né du besoin des membres du studio de transmettre leur manière de travailler dans des contextes académiques et aussi au sein des communautés d'artisans avec lesquelles ils collaborent. C'est une manière simple d'expliquer le fonctionnement des codes et algorithmes en tant qu'ADN d'un objet. « '*Less CPP*' vise à créer des machines standards qui permettent d'atteindre des résultats non standards, mélangeant des commandes numériques analogiques et les techniques et matériaux traditionnels, intégrés dans un unique processus en temps réel. C'est une proposition qui valorise le design paramétrique, au-delà de sa relation avec la fabrication numérique⁹⁸. »

De l'alliance entre artisanat et design paramétrique naît le *paracrafting*. C'est une méthodologie pour développer des objets à partir de paramètres physiques. Chez Gt2p la deuxième étape du *paracrafting* se traduit par un projet de recherche pratique expérimentale avec d'autres matériaux, en particulier l'andésite basaltique, une roche volcanique de couleur noire et légère qui est très présente le long de la Cordillère des Andes. Ainsi *Remolten* est un projet de design et de développement d'une méthodologie physique paramétrique pour la production d'objets en lave volcanique chilienne "re-fondue". Deux séries

⁹⁸ *Ibid.*, p.163.



Imprimante 3D analogue servant à faire du design paramétrique sans ordinateurs.
Source : <http://www.gt2p.com/>



Test n°1: gause. Objets issus de l'imprimante 3D analogue
Source : <http://www.gt2p.com/>

d'objets sont issus de cette expérimentation avec la lave volcanique, *Less CPP N°2 : Porcelain vs Lava Lights* et *Remolten N°1 Revolution Series*.

Less CPP N°2 : Porcelain vs Lava Lights est une application de lave aux formes issues de *Less CPP N°1* dans le but de créer des lampes. Les objets coulés en porcelaine sont cuits avec des petites bouts de roche volcanique placés stratégiquement. La température de cuisson de la porcelaine étant proche des 2300°C permet à la roche de re-fondre dans le four. Une fois que la pièce a refroidi, l'application de lave s'est collée à la porcelaine, créant un seul objet. La partie en roche volcanique servira à l'application des systèmes d'accroche des lumières sans perturber les caractéristiques de translucidité de la porcelaine.

Remolten N°1 Revolution Series est né de l'observation de la lave en son état fluide et de sa caractéristique de recouvrir tout sur son passage sans laisser de trace de ce qui a été recouvert. Que se passerait-il si l'on pouvait identifier cette nature recouverte par la lave tout en gardant l'expression matérielle de la lave ? «Les premiers prototypes appartiennent à la série "*Remolten Revolution*"; ce sont des pièces créées au moyen d'une révolution concentrique de nature expérimentale, permettant à la lave volcanique d'adhérer aux surfaces de grès avec une gamme de pentes et de préserver la forme de l'objet même après que la lave l'ait recouvert⁹⁹.» Différentes textures sont possibles suivant le type de roche utilisé et les courbes de chaleur appliquées lors des processus de fonte.

Une caractéristique transversale des projets de Gt2P est cette combinaison intelligente d'éléments appartenant à leur territoire avec des connaissances traditionnelles et des éléments technologiques contemporains, propres à notre temps. Ils tirent le meilleur de chaque technique pour créer une nouvelle

⁹⁹ Source en ligne : <http://www.gt2p.com/Remolten-N-1-Revolution> [Consulté le 23/05/2017] Traduit par nos soins.



1



3



2



4

Less CPP N°2, lampes en porcelaine avec des applications de lave
1 pièces en porcelaine avec lave appliquée
2 Lustre en porcelaine et lave exposé au MET de New York
3 Less CPP exposé au MET de New York
4 Pièce en porcelaine et roche volcanique
Source : <http://www.gt2p.com/>



Gt2P Remolten N°1 Revolution Series

Objet avec de la lave coulée.

Source: <http://www.gt2p.com/>

manière de faire. C'est en cela que leur démarche est très innovante.

Lors du Forum d'Innovation des Amériques de 2011 il a été évoqué « [...] que les innovations représentaient principalement un agrégat de connaissances modernes et non-modernes, qui reposaient sur les compétences des populations sur leur territoire. La capacité à développer des compétences est l'un des piliers de l'innovation, qui n'est plus localisée dans certains pays. Il a été question également de la nécessité de devenir singulier dans ce monde globalisé, cela reviendrait à la manière de s'approprier des savoirs et de se localiser¹⁰⁰. »

Great Things to People n'est pas le seul exemple qui montre une vraie démarche d'intégration des savoir-faire artisanaux, d'éléments propres de leur culture et de leur patrimoine matériel dans une pratique contemporaine, répondant aux demandes du marché international. C'est certainement un des meilleurs exemples du design latino-américain avec d'autres noms tels que Ariel Rojo et Emiliano Godoy du Mexique. Ces designers sont les exemples les plus emblématiques d'un mouvement qui est en marche dans le continent depuis un certain temps. La visibilité internationale qu'ils ont acquise leur permet de développer des projets avec de meilleurs moyens techniques : la recherche autour de l'andésite basaltique de Gt2P, par exemple, a été faite dans le cadre d'une collaboration avec la galerie new-yorkaise Friedman Benda qui apporta des fonds et de l'équipement permettant l'aboutissement du projet.

¹⁰⁰ GALAN, Beatriz, «Dinámicas del desarrollo en contextos de globalización» [«Dynamiques du développement dans le contexte de la globalisation»], in *Territorios Creativos, Concordancias en experiencias de diseño* [Territoires Créatifs. Concordances en expériences de design], Buenos Aires, éd. Universidad de Buenos Aires. Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo. Secretaría de Investigaciones, 2015, p. 30, source en ligne:

<http://www.ceprodide.com.ar/publicaciones-libros.html>

[Consulté le 10/02/2017]. Traduit par nos soins.

Conclusion

Le point de départ de ce travail était le doute. Un doute qui avait ses racines dans l'ignorance, dans un manque de données concrètes, et aussi surtout dans une vision partielle des choses. Au début j'avais énormément de mal à comprendre ce qui faisait que ma vision du design soit à la fois aussi proche et aussi distante de ce que je découvrais à travers la voix de M. Pierre Damien Huyghe.

Le processus de réflexion et de recherche m'a permis de situer ma démarche dans un cadre théorique beaucoup plus précis. J'ai pu réellement comprendre la vision du design qui m'était expliquée lors de ce cours de Théorie des Techniques, comme propre à un espace et un temps spécifiques. J'ai également pu comprendre en quoi les pratiques du design en Amérique Latine sont singulières.

Le mot déterminant dans ce processus est le contexte. Ce mot « dérivé de *contexere*, proprement "ourdir, entrelacer", d'où "assembler, rattacher", de cum (→ co-) et *texere* (→ tisser). [...] il se dit aussi d'un ensemble de circonstances dans lesquelles s'insère un fait¹⁰¹. » Comme dans un tissage, la qualité et la variété des fils utilisés détermineront le résultat obtenu. Appliqué au design, le contexte est ce qui détermine les rapprochements et les différenciations au sein même de la pratique. Il y a un effet de zoom. Reprenant les mots de Jorge Drexler, « Les choses ne sont pures que si on les regarde de loin¹⁰². » Lorsqu'on les rapproche, elles deviennent très vite nuancées. Le *design*, en tant que concept général englobant tout ce qui est digne de ce nom dans le monde répond de manière très générale à une

¹⁰¹ REY, Alain, *Dictionnaire Historique de la Langue Française*, Paris, éd. Le Robert, 2016. [Source au format e-book, sans pagination]

¹⁰² DREXLER, Jorge, « Poésie, Musique et Identité » [« Poesía, música e Identidad »], conférence TED du 25 avril 2017 à Vancouver, Canada, source en ligne : https://www.ted.com/talks/jorge_drexler_poetry_music_and_identity/transcript?language-es [Consulté le 03/05/2017] Traduit par nos soins.

manière de penser le monde dans le but de fabriquer des objets. Cependant si nous regardons de plus près, les approches théoriques deviennent aussi variables que les approches techniques. Chaque pays, chaque région a une manière de faire qui lui est propre, et qui est à la fois contaminée par d'autres manières de faire qui lui sont étrangères. Le design est à la fois d'ordre local et global et la juste mesure entre les deux est variable selon le contexte, selon la réalité quotidienne de chacun. Le design, le contexte tout comme l'identité sont multiples et pleins de nuances. Reprenant encore Drexler, « Je compris que l'identité est infiniment dense, comme une série infinie de nombres réels, qui, même si on les regarde de très près, bien qu'on agrandi à l'infini, ça ne se termine jamais¹⁰³. »

En ce sens, je découvris avec surprise que la réalité ne se présente pas toujours tel qu'on l'imagine, la pense. Par exemple, un élément central dans le développement de ma réflexion a été la distinction entre l'artisanat européen et l'artisanat en Amérique du Sud. Les contextes et l'évolution de l'un et de l'autre sont comme deux lignes parallèles qui ne se touchent jamais. Leur signification, les imaginaires qu'ils évoquent, les personnes qui les concernent ne sont pas tout à fait les mêmes. Deux visions et deux manières de faire complètement différentes qui s'expliquent par l'évolution historique de leur environnement. Celles-ci dans leur interaction avec le design proposent des objets de différente nature.

En Amérique Latine, l'artisanat fait partie même de notre essence. Contrairement à l'Europe, il refuse d'être évacué et réclame sa place avec une voix de plus en plus affirmée. Le binôme designer- artisan est essentiel parce que c'est dans cette relation que nous sommes capables de trouver une vraie émancipation par rapport aux modèles imposés, que nous sommes capables de trouver l'expression de notre identité et de nos croyances ancrées dans le monde d'aujourd'hui. Design à *contre-courant*, n'est pas un design qui rejette les contraintes du monde globalisé, mais celui qui les accepte et trouve la façon de

¹⁰³ *Ibid.*

les conjuguer à sa *manière* d'être et à sa *manière* de faire, de créer.

Bibliographie

A. LIVRES

- BRANZI, Andrea, *Introduzione al design italiano [Introduction au design italien]*, Milan, éd. Baldini & Castoldi, 2008.
- BRANZI, Andrea, « Le nouvel artisanat », in *Le Design italien : "la Casa calda"*, Paris, éd. L'Esquerre, 1985.
- BRANZI, Andrea, *Nouvelles de la métropole froide, Design et seconde modernité* (1988), trad. Christian Paoloni, Paris, éd. Du Centre Pompidou, coll. « Les Essais », 1991.
- BENJAMIN, Walter, « L'auteur comme producteur », in *Essais sur Brecht*, trad. Philippe Ivernel, Paris, éd. La Fabrique, 2003.
- CAMBARIERE, Luján, *El alma de los objetos, una mirada antropológica del diseño [L'âme des objets, un regard anthropologique du design]*, Buenos Aires, éd. Paidós, 2017.
- DE CERTEAU, Michel, *L'invention du quotidien, I art de faire* (1980), Paris, éd. Gallimard, coll. « Folio Essais », 1990.
- DEPARDON, Raymond, VIRILIO, Paul, *Terre natale, ailleurs commence ici*, Catalogue de l'exposition, Paris, éd. Fondation Cartier pour l'art contemporain, 2008.
- GALÁN, Beatriz, MONFORT, Cristina, RODRÍGUEZ BARROS, Diana, (dir.), *Territorios Creativos, Concordancias en experiencias de diseño [Territoires Créatifs, Concordances en expériences de design]*, Buenos Aires, éd. Universidad de Buenos Aires. Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo. Secretaría de Investigaciones, 2015, source en ligne: <http://www.ceprodide.com.ar/publicaciones-libros.html> [Consulté le 10/02/2017].
- GISBERT Teresa, ARCE Silvia, CAJIAS Martha, *Arte textil y mundo andino [Art textile et monde andin]*, Buenos Aires, éd. Plural, 1992.
- GISBERT, Teresa, *Iconografía y mitos indígenas en el arte [Iconographie et mythes anciens dans l'art]*, La Paz, éd. Gisbert y Cia. 1980.
- HUYGHE, Pierre-Damien, « Le principe du métier », in *Magazine Ateliers d'Art*, n° 100, 2012.
- HUYGHE, Pierre-Damien, *À quoi tient le Design*, Paris, éd. De L'Incidence / CNAP, 2014.
- JÉGOU, François, « Innovations sociales et acupuncture régionales vers un développement durable », in *Design for Change [Design pour le changement]*, dirigé par

- GAUTHIER, Léa, DIAZ, Jean Michel, Paris, éd. Blackjack, 2011.
- LEVI-STRAUSS, Claude, *La Pensée sauvage*, Paris, éd. Plon, 1962, p.27.
 - MIDAL, Alexandra, *Design, introduction à l'histoire d'une discipline*, Paris, éd. Pocket, coll. « Agora », 2009.
 - MOHOLY-NAGY, László, « Nouvelle méthode d'approche. Le design pour la vie », in *Peinture, photographie, film et autres écrits sur la photographie* (1947), trad. Jean Kempf et Gérard Dallez, Paris, éd. Gallimard, coll. « Folio Essais », 2014.
 - MORRIS, William, *L'Art et l'artisanat* (1889), trad. Thierry Gillyboeuf, Paris, éd. Payot & Rivages, coll. « Rivages Poche / Petite Bibliothèque », 2011.
 - REY, Alain, *Dictionnaire Historique de la Langue Française*, Paris, éd. Le Robert, 2016.
 - RIBAUT, Patricia, *Pour une ontologie du geste, À notre corps défaillant*, Thèse dirigée par Pierre Damien Huyghe, Université Paris 1 Panthéon Sorbonne, 2009.
 - SENNET, Richard, *Ce que sait la main : La culture de l'artisanat*, trad. Pierre-Emmanuel Dauzat, Paris, éd. Albin Michel, 2010.
 - SIMONDON, Gilbert, *Du mode d'existence des objets techniques*, Paris, éd. Aubier, 1989.
 - WRIGHT, Frank Lloyd, *L'Avenir de l'architecture* (1953), trad. Marie-Françoise Bonardi, Paris, éd. Gonthier, coll. « Grand Format Médiations », 1966.
 - WRIGHT, Frank Lloyd, *L'Avenir de l'architecture* (1953), trad. Georges Loudière et Mathilde Bellaigue, Paris, éd. Du Linteau, 2003

B. ARTICLES

- BORGES, Adélia, « Craft revitalisation as a change agent in Latin America » [« Revitalisation de l'artisanat comme agent de changement en Amérique latine »], in *Making Futures Journal*, Vol.3 Interfaces between craft knowledge and design : new opportunities for social innovation and sustainable practice [Vol.3 Interfaces entre savoir-faire artisanal et design : nouvelles opportunités pour l'innovation sociale et la pratique durable], 2013.
- DUARTE, Diana, PARADA, Guillermo, ROZAS, Sebastián, « Artesanías Digitales, Desde el diseño paramétrico al encuentro con la artesanía » [« Artisanat Digital, Du Design paramétrique à la rencontre de l'artisanat »], in *Revista Diseña*, n°7, 2014, p. 158. Source en ligne : http://www.revistadisena.com/pdf/revistadisena_7_arte_sanias-digitales.pdf [Consulté le 30/03/2017]

- FERRARA, Marinella, « Design and self-production. The advanced dimension of handcraft » [« Design et auto-production. La dimension avancée de l'artisanat »], in *Strategic Design Research Journal*, éd. Unisinos, Janvier-Avril 2011.
- HERRAIZ, Pablo Alonso, « De buena madera. Trabajos de Heloisa Crocco » [« Du bon bois. Travaux d'Heloisa Crocco »], in *I+Diseño*, Revue Internationale d'Innovation, Recherche et Développement en Design de l'École Polytechnique de l'Université de Málaga (Espagne), [ISSN 1889-433X], Source en ligne : http://www.disenio.uma.es/i_disenio/i_disenio_6/heloisa_crocco.htm [Consulté le 27/02/2017].
- PEREZ, Carlota, « Cambio tecnológico y oportunidades de desarrollo como blanco móvil » [« Nouvelles technologies et opportunités de développement comme cible mobiles »], in *Revista Cepal*, n°75, décembre 2001.

C. CONFERENCES

- DREXLER, Jorge, « Poesía, Música e Identidad » [« Poésie, Musique et Identité »], conférence TED du 25 avril 2017 à Vancouver, Canada, source en ligne : https://www.ted.com/talks/jorge_drexler_poetry_music_and_identity/transcript?language=es [Consulté le 03/05/2017].
- ROBINSON, Ken, « Ken Robinson dice que las escuelas matan la creatividad » [« Ken Robinson dit que les écoles tuent la créativité »], Transcription et traduction d'une Conférence TED datant de Février 2006, source en ligne : https://www.ted.com/talks/ken_robinson_says_schools_kill_creativity/transcript?language=es [Consulté le 29/04/2017]
- WRIGHT, Frank Lloyd, « Art and Craft of the Machine » [« Arts et Métiers de la Machine »], discours adressé à la Chicago Arts and Crafts Society de Hull House le 6 mars, et à la Western Society of Engineers, le 20 mars 1901, source en ligne : http://www.learn.columbia.edu/courses/arch20/pdf/art_hum_reading_50.pdf [Consulté le 20/04/2017].

Dans la pratique

A. LES ANTECEDENTS : *IMPRINTED MEMORIES*

L'année dernière j'ai développé un projet appelé *Imprinted Memories* (*Mémoires Imprimées*), un projet qui découle de mon expérience de travail avec la communauté indigène *Comechingones del Pueblito de la Toma* et avec la communauté d'artisans vanniers de Copacabana la région de Córdoba en Argentine au début de mon séjour dans ce pays.

Imprinted Memories est une collection d'objets du quotidien en céramique inspirée des usages et techniques de production indigènes. Elle est avant tout un hommage aux cultures indigènes et à leur prévalence dans un monde où la mondialisation a tendance à effacer les identités et les cultures locales. La collection se compose de 5 pièces: 1 carafe d'eau, 1 verre, 1 mortier et 2 saladiers. Ces objets sont inspirés par des ustensiles primaires typiquement utilisés par plusieurs communautés indigènes de l'Amérique du Sud.

Le processus de production est inspiré d'une ancienne technique indigène appelée la céramique imprimée. Cette technique ancienne, caractéristique de la communauté indigène *Comechingones*, consiste à utiliser la vannerie tressée en palme Caranday comme moule pour faire de la céramique. La couleur noire des pièces vient aussi d'une technique indigène appelée *tiznado* qui consiste à un processus d'enfumage des pièces.

Pour voir le processus productif dans les détails cliquez [ici](#)



Collection *Imprinted Memories* , 2016



Détail de texture. Collection *Imprinted Memories*, 2016



Collection *Imprinted Memories* avec paniers moules, 2016

B. EXPERIMENTATIONS : IMPRINTED MEMORIES #2

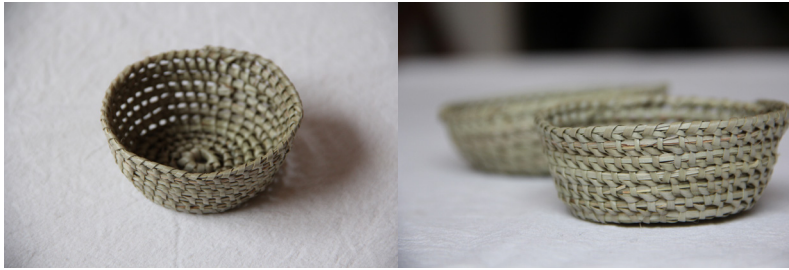
Ayant fait cette première expérience de « mise à jour » de la technique de la céramique imprimée, je me suis demandée si cette vannerie qui servait de moules à la poterie indigène pouvait également servir de moule à d'autres matériaux qui garderaient aussi l'empreinte de ces paniers comme le témoignage du travail de l'artisan qui les a réalisés et aussi comme une trace du savoir-faire propre à la culture des Comechingones qui lutte contre sa disparition.

C'est alors que vient l'idée du verre soufflé. La transparence et la fragilité de ce matériau me semble appropriée pour transmettre d'idée de la fragilité dans laquelle se trouvent les certaines cultures indigènes dont le savoir est en train de mourir avec ses membres les plus âgés. C'est le cas de la vannerie de Copacabana. Don Julio Quinteros, vannier de 84 ans, est le seul à avoir l'habileté de faire des paniers avec les points les plus fins et plus difficiles, donc le seul capable de faire de la vannerie dans une qualité très fine.

Très souvent, pour donner de la forme au verre soufflé, du moins pour obtenir une forme creuse qui ne soit pas sphérique, des moules sont utilisés. Je souhaite donc faire une expérimentation en deux temps.

D'abord, je souhaite utiliser les paniers en tant que moules, à la manière de la technique ancienne de la céramique imprimée. J'ai donc l'hypothèse que les paniers sont capables de laisser une empreinte sur le verre, même si probablement ils brûleront un peu au contact du verre chauffé.

Dans un deuxième temps je souhaite parvenir à faire des pièces avec la même forme que *Imprinted Memories*. Pour ceci nous allons faire des moules adaptés au soufflage du verre où le moule aurait déjà l'empreinte des paniers afin de ne pas avoir à brûler un panier pour chaque pièce, obtenant par ce processus des pièces standard.

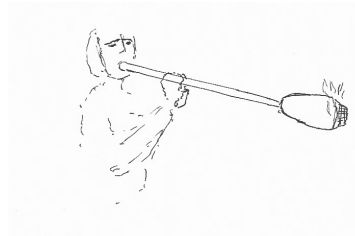


Les paniers serviront à la fois à faire des moules texturés et en tant que moules

PREMIÈRE PARTIE

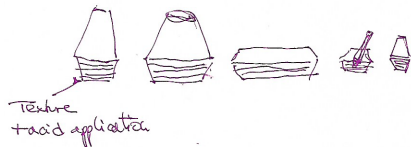


Soufflage à 800 °C permet de ne pas brûler complètement les paniers.

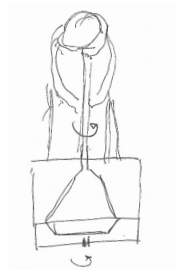


Quelques recherches rapides de forme

DEUXIÈME PARTIE

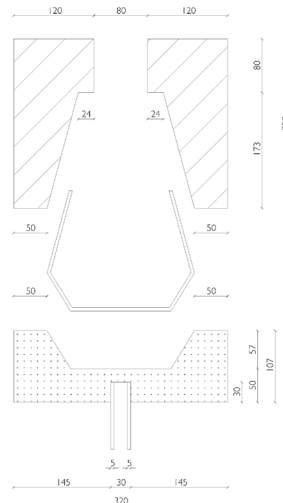
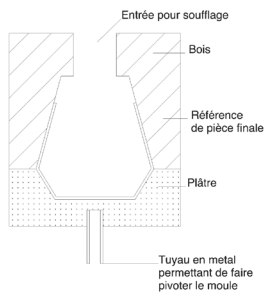


Réalisation de pièces à moitié texturées à faire en un seul morceau



Soufflage pivotant à la verticale

Plan moule pour soufflage de verre



L'idée du souffle dans ce choix de technique n'est pas anodine. D'une part, le soufflage constitue une des quelques techniques artisanales à avoir résisté au remplacement par l'industrie. En effet, selon Patricia Ribault « l'habileté manuelle des plus fins souffleurs de verre n'est pas transposable à l'échelle industrielle [...] Aucune machine n'est capable, ou assez rentable pour réaliser le nombre d'opérations et la dextérité nécessaires pour produire les verres à pied si fins de Murano¹⁰⁴. »

D'autre part, selon le *Dictionnaire historique de la langue française*, par métaphore, le souffle "étant associé à la vie, le mot désigne la force de l'inspiration, l'énergie créatrice et l'influence immatérielle de la force qui anime, inspire ; de là son emploi en tant que signe de vie¹⁰⁵," Le soufflage du verre représente donc métaphoriquement une volonté de donner du souffle à cette culture, de l'aider à vivre.

Le soufflage est une manière de rendre solide quelque chose d'immatériel, ici l'héritage culturel de l'ethnie en question. Cette idée de donner la vie par le souffle nous la retrouvons aussi dans l'œuvre *Le souffle* de Giuseppe Penone (1978). En effet il cherche par cette œuvre à rendre visible la respiration qui est exhalée. « Reprenant l'ancien mythe biblique de la Création où le souffle de Yahvé est donneur de vie, comme aussi le mythe grec de Prométhée et d'Athéna où le souffle de la divinité anime la matière inerte, l'artiste est celui qui donne vie à la matière, lui insufflant l'anima¹⁰⁶. »

Ce projet se fait en collaboration avec M. Vincent Breed, souffleur de verre de la région Rhône Alpes. Les premiers soufflages auront lieu le 30 mai 2017.

¹⁰⁴ RIBAUT, Patricia, *Pour une ontologie du geste, À notre corps défaillant*, Thèse dirigée par Pierre Damien Huyghe, Université Paris 1 Panthéon Sorbonne, 2009, p. 264.

¹⁰⁵ REY, Alain, *Dictionnaire Historique de la Langue Française*, Paris, éd. Le Robert, 2016. [Source au format e-book, sans pagination].

¹⁰⁶ LEONI-FIGINI, Margherita, dossier sur la rétrospective de Giuseppe Penone au Centre Pompidou du 21 avril au 23 août 2004. Source en ligne : <http://mediation.centrepompidou.fr/education/ressources/ENS-penone/penone.html> [Consulté le 27/05/2017].



Giuseppe Penone, Le souffle, 1978

Éléments d'enquête

A. ENTRETIEN A HEIDI JALKH

Heidi Jalkh est une designer colombienne qui vit et travaille à Buenos Aires en Argentine. Cet entretien a été réalisé par Skype le 03 Mars 2017 à 20 :00 heures (Paris). La transcription de cet entretien a été envoyée à la designer qui l'a par la suite validé.

1. Transcription originale

NB: Como ya te comenté mi tesis trata de la relación del diseño a la artesanía. He preparado una serie de preguntas, las vas respondiendo como lo vas sintiendo.

HJ: Ok.

NB: Primero. ¿Qué es el diseño para vos?

HJ: (silencio) Oh! Nati! Eeeeeem

NB: Trata de hacerlo sintético. No hace falta que digas algo muy extenso.

HJ: El diseño para mí tiene que ver con un proceso. El proceso es lo más importante. Ese proceso se vuelca en manifestaciones materiales que pueden variar: objetos, gráficos, digitales... Pero básicamente el diseño está en cómo se procesa la información desde la idea hasta que gestas esas manifestaciones. Es un proceso que es replicable. Tiene algo epistemológico: tienes que aprender del proceso que haces para poder después poder replicarlo, si es lo que deseas, en tu producto, en una familia de productos... Por eso me parece que está vinculado con el proceso.

NB: ¿Cómo definirías el oficio del diseñador?

HJ: Creo que está en la práctica. A medida que vas haciendo más veces y vas ganado más experiencia... Se hace al hacer. Es como alguien que hace artesanías o alguien que tiene un oficio. Entre más práctica hay... El diseño está en cuántas veces tienes que transitar ese proceso.

NB: Hay distintos tipos de diseño, distintas ramas... Hay quiénes se sitúan en ciertas corrientes por encima de otras. ¿Cómo te definirías tú como diseñadora?

HJ: Heterogénea. Creo que todos los diseñadores también lo son. Tienen esa capacidad de moverse de un estadio a otro, de no necesariamente tener que siempre trabajar bajo las mismas condiciones y muchas veces auto gestionados. ¿Cómo era la pregunta de vuelta?

NB: ¿Cómo definirías tu práctica de diseñadora, o cómo te definirías tú como diseñadora?

HJ: ¡Uh! ¡Me estás matando con esas preguntas! Jajaja Si quieres pasamos a otra pregunta y después volvemos.

NB: Dale, no hay problema. ¿Cómo inicias un proyecto?

HJ: Varía. Depende si el proyecto es una inquietud personal o es una inquietud que viene de un cliente. Si es personal en general no necesariamente está la idea del objeto, pero está la idea de trabajar con un determinado material, con una determinada tecnología. A partir de ahí al ir trabajando con eso y desarrollándolo se llega al objeto. Como te decía, siento el objeto como una manifestación de una instancia del proceso de diseño. En general las ideas vienen de otro lado. No es como: "voy a diseñar un banquito", sino es como: "Tengo esta estructura que me gusta, puedo usar esta tecnología, en qué lo puedo transferir que sea escalable, que yo lo pueda producir". También tienen que ver mucho con mi búsqueda personal, que sea algo que yo tenga, una tecnología, no necesariamente disponible, a mano, sino que la pueda conseguir, así me cueste conseguirla, pero que no se quede solo en la instancia de boceto. Necesito llegar a la instancia de prototipo, porque creo que ahí se confirman muchísimas cosas que en la idea se quedan. Y también va variando. Es decir, la idea varía en relación a cómo se puede concretar esa idea. Y por lo general el producto final nunca tiene que ver... o sea no es que no tiene que ver, pero está bastante alejado y tiene otro valor por poderse hacer de la manera que se hizo.

NB: Claro. ¿Qué tipos de métodos de producción usas?

HJ: Trato de usar tecnologías bajas. No tengo acceso a alta tecnología. Básicamente por las cantidades de producción. Uso curvado de metales, cerámica, corte láser. A veces hay una mezcla de procesos de semi alta precisión ó de precisión con cosas más artesanales. Siempre está la mano metida y como son pocas cantidades se trabajan artesanalmente. Las piezas se terminan a mano. No hay un sistema de producción continuo donde la pieza salga de fábrica sin que tenga que haber ajustes o cosas así. Entonces es la fusión entre esas cosas: semi alta complejidad con artesanado.

NB: ¿Qué métodos de producción prefieres? Y ¿Porqué?

HJ: No tengo preferencia. De comodidad, por ejemplo, el corte láser me permite agilizar muchas cosas en el proceso. Pero no hay un método de producción que ponga por encima de otro. De pronto ahora porque es lo que más he estado haciendo, la cerámica. Porque me permite hacer baja producción, porque es una inversión inicial que no es alta y el valor final otorgado a la pieza si es alto. No es un costo, pero el valor agregado es alto y la producción es comparable con la manera en que se produce en el mundo, es decir semi-manual o manual, así que en esa instancia te equilibras con el resto. Por ahí en otros productos es mucho más difícil porque no tienes la precisión que necesitas.

NB: ¿Qué relación tienes con la producción artesanal?

HJ: La relación que me parece que tengo con lo artesanal... Me parece que mis ideas sin los oficios no serían más que ideas. Es una relación muy fuerte. Respeto mucho a la gente que sabe hacer, a la gente que sabe el oficio, en la que puedo confiar para que evolucione o se haga de la mejor manera posible mi diseño. A veces me choco mucho con un "no", entonces a veces es un trabajo de tratar de llegar a la misma situación de sensibilidad hacia el proyecto. Pero es muy fuerte. Me parece que no podría existir mi producción si no tuviera ese vínculo con las personas que son los profesionales de esos oficios en los que trabajo. Porque inclusive el curvado de caño, más allá que es un proceso semi-industrial igual casi todas las piezas estaban hechas a mano. Era un tipo que le ponía un amor en que eso saliera de la manera que tenía que salir, que era increíble. Hay mucho valor puesto ahí, en alguien que está concretando tus ideas.

NB: ¿Puedes describir el proceso de realización de algún proyecto, el que tú quieras, en el que hayas colaborado con un artesano?

HJ: Bueno. En la colección de "Sección" trabajé con una ceramista. Es una relación. Llevamos más o menos dos años para desarrollar la pasta de la manera que yo quería. Yo tenía una idea de cómo quería que se sintiera, pero no tenía los criterios técnicos de cómo llegar a hacerlo. Fue un trabajo en conjunto de mucha prueba y error hasta llegar al momento donde era "es esto lo que estamos buscando" y que funcione en todas las piezas. Fueron muchas pruebas, hubieron muchas piezas que no funcionaron, moldes que se tuvieron que hacer de vuelta. Siempre es un proceso que se va equilibrando. Por eso es para mí tan importante llegar a la instancia de prototipo o de producción. Hasta que no llegas a ese momento, no sabes cuáles son los problemas que vas a enfrentar. En la teoría más o menos todo funciona, pero después en la práctica hay cuestiones ambientales, hay cuestiones de las personas, hay cuestiones de los tiempos, de la economía en Argentina, cosas que se consiguen, cosas que no se consiguen, que van todo el tiempo modificando el hacia donde... No, el hacia donde no. El hacia dónde está claro, pero cómo tiene que evolucionar eso.

NB: ¿Has tenido la oportunidad de trabajar con algún tipo de producción industrial?

HJ: mmmhhh... Pasa que, ¿qué sería industrial?

NB: ¿Qué sería industrial para ti?

HJ: Porque para mí industrial es algo que sale de uno. No sé, en general siempre está la mano puesta, Hace poco hice unas piezas de fundición, pero por las cantidades que manejo no creo que estoy en una escala industrial. Tengo vínculo con la industria, trabajo con la industria, pero no trabajo en unas escalas que yo crea que se puedan llamar industriales.

NB: ¿De qué orden serían esas escalas?

HJ: Más de miles.

NB: ¿Y tu trabajas en el orden de los cientos?

HJ: sí, los cientos.

NB: ¿Cuál es para ti la diferencia entre la producción industrial y artesanal? Y en particular en el contexto en el que trabajas.

HJ: Las diferencias tienen que ver con costos principalmente. Con viabilidad. Hay productos, como el banquito que sería mucho mejor hacerlo en una escala industrial. Ya conseguí una fábrica que lo puede hacer con una máquina sistematizada, entonces me garantiza que todas las piezas me van a salir iguales. Tiene que ver con qué piezas tienen más tolerancia a la diferencia, y que piezas no deberían [tener tolerancia a la diferencial]. Ahí estoy mezclando materiales, la madera no queda bien porque este señor es un amor, lo hace a mano, pero todas le quedan diferentes. Por pequeñas cosas le quedan diferentes. Una fabricación industrial te garantiza la serie, lo estándar. Poder estandarizar el proceso. Eso en lo artesanal no lo tienes, y siempre hay algo que varía. Hay que tener más demasia, o tolerancia al error dentro de la producción artesanal que dentro de la producción industrial.

NB: ¿Qué tanto acceso crees que tiene un diseñador en Argentina a producir industrialmente?

HJ: Creo que es difícil, pero es posible. Si tienes un gran canal de venta donde puedes amortizar la inversión que requiere una producción industrial, creo que se puede. Es difícil encontrar fábricas que te den bola, que se salgan de su producción estándar para hacer productos "Bespoke". Eso es lo más difícil. En general lo que termina pasando es que se terminan casi asociando los diseñadores con las fábricas ó con los fabricantes para poder llegar a tener su propia producción. Tengo un amigo, DARTO, el que hace las sartenes. El trabaja con una fábrica con la que prácticamente es socio. Él sí está trabajando con una cantidad industrial, con una maquinaria semi industrial. Es todo por prensado, saca más de miles de sartenes por mes, y tiene muchos modelos y se puede hacer, pero cuesta muchísimo llegar a hacerlo. Tampoco hay una industria especializada, ni madura. Eso hace que todo cueste muchísimo más, que no tengan la experiencia de trabajar con objetos que no están acostumbrados a trabajar, a resolver los problemas que esos objetos les pueden llegar a traer en la fábrica. Hay mucho de puesta a punto, entonces también a ellos les cuesta cobrarte porque poner a punto una producción que se sale de los estándares que están acostumbrados a trabajar, ellos consideran que es muy caro y no saben si vos estás dispuesto a pagarlo o si el producto realmente vale la pena dentro de sus criterios, si vale la pena hacer esa inversión. Matricería, puesta de máquina, etc. Ahí tienes que tener una frecuencia de pedido importante para que eso sea rentable.

NB: ¿Crees que, en América Latina, o en Argentina, hay mercado para el diseño?

HJ: Creo que mercado sí hay. Creo que los valores que trabajamos son otros por todas estas cuestiones, de todo lo que cuesta. Termina siendo de alguna manera elitista. Y el mercado

es chico. Tenemos mucha superficie, pero no está tan poblada. Por lo menos sacando a Brasil, que ahí ves que hay diferencia. La industria funciona un poco mejor, el canal de venta y la distribución es diferente, la población también es otra entonces es otro mercado. En Argentina hay mucha superficie, poca gente, y menos gente aún que consuma este tipo de productos. También lo que se entiende de diseño... si es más firulete o menos firulete... es bastante variable. Todavía hay que hacer madurar al público en relación al diseño. A entender los procesos que llevan y porque sale lo que sale, y porqué hay cosas que las cobran muchísimo demás cuando deberían salir mucho más económicas. Por ahí los procesos son más sencillos, las cantidades en que se fabrican las cosas también, pero también a veces hay mucha psicología entre el precio y el diseño. Decir que un producto es de diseño, se bastardea un poco toda la ...

NB: ¿Quieres decir que hay una especulación en relación a los productos de diseño?

HJ: Si.

NB: ¿Crees que la producción artesanal o semi- artesanal como la que manejas tú y muchos diseñadores en América Latina tiene un espacio en el mercado internacional?

HJ: Si, definitivamente. Yo creo que si porque hay una tendencia hoy en día en el mercado mundial a rechazar esos productos de producción masiva industrializada que no tienen identidad. De alguna manera los productos que podemos fabricar nosotros en la escala que los fabricamos tienen un poco eso. Y de alguna manera también te asegura un tipo de producción sustentable desde lo social. En general cuando trabajas tan cerca de un proveedor, estás tratando de pagarle lo que le corresponde, lo que pide. Ése mercado es justo, porque son relaciones muy cercanas lo que no pasa en las escalas industriales donde está más despersonalizado. Esa personalización también trae otros problemas, pero son los menos.

NB: ¿Cuál ha sido tu experiencia con proyectos producidos artesanalmente? (en términos de venta, de prensa, etc.)

HJ: mmhh... Es todo muy relativo. De prensa ha estado bien, pero depende contra que lo comparas. Tampoco tenemos nosotros sistemas de comunicación... Por ejemplo, en mi caso, que manejo todo yo sola, no es que tengo una agencia de PR que me haga toda la movida. Si yo pagara un determinado monto, tendría muchísimo más repercusión de lo que hago. Hasta ahora ha sido muy orgánico. De lo orgánico que es, me parece que sí, que tiene buena recepción de los productos.

NB: ¿Qué es lo que le aporta a tu trabajo producir con un artesano?

HJ: Creo que sobretodo (y esto es porque nunca trabajé con una fábrica grande, que tal vez tenga esos mismos criterios) es tener un contacto directo con lo que pasa en la producción. Conocer la producción, conocer que es lo que hace. Poder hacer

modificaciones en un momento a través del diálogo que se genera con una persona que ya tiene muy claro su oficio y la parte de producción y vos que tienes la idea y como encontrar ese punto medio donde se le saca lo mejor al proyecto. Es casi asociativo el proceso: estás discutiendo de qué manera puedes mejorar con lo que tienes y tratar de sacar el mejor resultado posible. Creo que esa relación es lo mejor, se aprende mucho de los dos lados. Se va afianzando la relación y se va mejorando para proyectos futuros.

NB: ¿Qué de todo esto nutre tu trabajo?

HJ: El conocer la forma de trabajar para poder trabajar en función de eso. No inventar cualquier cosa y pensar "Bueno, esto se hace así" y no tener ni idea. Básicamente te da conocimiento sobre la técnica.

NB: Yendo ahora a preguntas más generales.

¿Cómo definirías al diseño latinoamericano en comparación con el diseño europeo? ¿Qué lo diferencia?

HJ: En relación a lo creativo, no me parece que hayan diferencias muy considerables, pero si en las cuestiones que tienen que ver con la producción. Por ahí se nos puede ocurrir la misma idea, pero a la hora de concretar la producción, nuestra industria ya le da una identidad al diseño. Tratar de hacer las cosas con lo que tienes a mano ya va cambiando el sentido y el cómo se ve ese producto. Más allá de que tenga una estética "europea" o no esperada de lo que se espera del diseño latinoamericano. Porque, eso también, creo que las etiquetas siempre vienen de afuera y la etiqueta del diseño latinoamericano está muy vinculada con lo artesanal, que es lógico porque es la industria más antigua que tenemos.

NB: ¿Te refieres a la estética de la artesanía? ¿Es decir la estética del objeto cliché que se le vende al turista?

HJ: Sí, a eso me refiero. Creo que se espera, si sos latinoamericano, que trabajes con tejidos y trabajes con mmmh... no sé, como para poder de alguna manera diferenciarte de lo que está haciendo en Europa o en Estados Unidos. Hay libros de tendencias que hablan de eso. Como es el diseño emergente africano y en realidad a nivel de condiciones, más allá de que varían las tecnológicas, mismo en Latinoamérica, a nivel ideas podemos tener las mismas ideas y poder concretarlas de la misma manera. Ahora si hay una diferencia en los modos de producción.

Un diseño de Noruega tiene una tradición muy longeva de industria, donde sus maderas están súper bien tratadas, súper bien preparadas, hacen el mejor vidrio que pueden hacer, la cerámica es increíble... Hay una profesionalización y una maduración en la industria y eso es lo que se espera.

Como nosotros en Latinoamérica no tenemos una industria madurada, lo único que tenemos con años de historia que se hace bien es la artesanía. Entonces es lógico que sea eso lo que se espera. De alguna manera hay que ver como es el rol del

diseñador latinoamericano, donde por el hecho de hacer un producto más neutro que es lo que está ocurriendo a nivel mundial en lo estético, no termine siendo como que estás haciendo un plagio europeo. Sino que estás en las mismas condiciones, estás viviendo en el mismo mundo, te estás referenciando de las mismas cosas, entonces sería lo lógico que pase. Pero también creo que hay que dialogar con esa industria que tenemos que es la artesanía. Pero no tiene que estar necesariamente volcado a nivel de un sombrero de caña flecha. Hay que dialogar y reinterpretarlo, me parece, y contemporalizarlo en algunos casos, y en otros casos mantenerlo también, no pienso que esté mal. Pero en mi estética, por ejemplo, eso no va tan bien con lo que me gusta porque si me gusta el diseño escandinavo, me gusta el diseño japonés y estoy en Argentina. (se ríe)

Igual creo que uno va encontrando un lenguaje dentro de eso. Queriendo acercarte a esos referentes que te inspiran, pero con las capacidades que vos tienes. Y me parece que eso cambia la estética del producto.

NB: ¿Y que crees que puede diferenciar al diseño en América Latina? El diseño es una manera de pensar y evidentemente todos tenemos referencias. La gente cuando piensa en América Latina piensa en artesanía, pero la artesanía no es diseño.

HJ: Eso es relativo para mí. No es que no sea diseño. Si hablamos de este proceso, hasta antes de decirle diseño le decíamos artesanía. Por ahí lo que tiene el diseñador versus el artesano es la práctica de ser interlocutor de diferentes medios. Estas en el medio de la idea, el cliente, la industria y el artesano puedes dentro de todo eso, manejarlo y encontrar un lenguaje en común.

Ahora que estuve haciendo los platos para Le Pain¹⁰⁷, ellos querían unos platos de cerámica como muy artesanales y llaman a una diseñadora. Entonces yo me preguntaba, ¿Cuál es el rol mío como diseñadora? ¿Y por qué este trabajo mismo no lo puede hacer la ceramista?

A medida que iba pasando el proceso me di cuenta que no era un trabajo para la ceramista porque tenía que un montón de complejidades entender todo el proceso de producción que no iba solamente a la pieza en sí. Creo que tiene que ver con eso. El artesano te hace la pieza con los recursos que tiene disponible, pero cuando empiezan a jugar otros criterios se complejizan y no tienen todas las herramientas, en algunos casos, para poder hacerlo. En este caso había que hacer la matricería, generar, los planos de los platos, generar la costilla para que se hagan exactamente como yo quería. Hay una pretensión a hacer algo seriado más allá de que sea artesanal. Después había que hacer un soporte en aluminio para sostener las matrices dentro del torno, ver como se vincula con el torno... decirle a la ceramista,

¹⁰⁷ Le Pain Quotidien, cadena de cafeterías en Argentina

bueno, me parece que esto no hay que hacerlo por colada, esto hay que hacerlo por shablón, encontrar la forma de adaptar su producción a eso. Hay muchas más complejidades en el proceso que no tienen que ver con la pieza en sí. Por eso insisto en lo del proceso. Tiene que ver con el proceso, y lo otro son manifestaciones.

De pronto, el proceso en el artesano es más directo, tiene que ver con el oficio de lo que hace y lo que produce. El del diseñador es vincular los tiempos de los clientes, los recursos económicos disponibles para hacerlo, el tiempo que hay para la producción. Es como manejar todos los actores y recursos disponibles.

NB: Entonces finalmente son dos oficios totalmente diferentes.

HJ: Si.

NB: ¿Cuáles son para ti los mejores ejemplos de lo que sería el diseño en Latinoamérica?

HJ: Pasa que hay tantas facetas del diseño... Hay cosas que tienen que ver con una expresión más artística y de denuncia, cosas que tienen más que ver con llegar a las masas, otros que hacen más diseño de autor... Y si tengo que hablar de mis referentes latinoamericanos... ¡Uf! No lo había pensado... Tengo que pensarlo y te digo porque pensé que lo tenía más claro.

NB: Está bien, no hay problema.

HJ: ¡Qué loco eso!!

NB: ¡Si! Porque generalmente tenemos bien claro un referente europeo, tipo Bouroullec...

HJ: ¡Claro!

NB: Y no nos miramos muy para adentro.

HJ: Y lo he criticado mucho. Desde Argentina está claro que hay ciertos referentes (pausa) pero referentes locales, pero no son necesariamente mis referentes. Y no es que no siga a diseñadores latinoamericanos. Hay un chico de Colombia que se apellida Torres, que trabaja para Alessi... pero también tiene que ver con su proyección internacional, entonces es re loco.

NB: ¿Pero tiene que ver con su proyección internacional o tiene que ver con el tipo de objetos que desarrolla?

HJ: Pasa que uno llega a conocerlos porque tienen proyección internacional. Sino es muy difícil acceder. Eso es lo que tiene. Porque no tenemos una red de diseño que realmente te muestre localmente como si tienen en Europa. Tienen ferias, todos participan y todos ya saben cuándo está surgiendo alguien. En Latinoamérica, si no van a esas ferias internacionales y no tienen esa proyección internacional es muy difícil que mismo adentro se conozcan.

NB: Bueno, eso nos deja oportunidades para desarrollarnos. Para generar nuestro propio mercado y nuestro propio potencial también.

HJ: Totalmente.

NB: ¿Te parece si volvemos a las preguntas que quedaron al principio?

HJ: Bueno.

NB: Entonces, ¿Qué es el diseño y cómo te definirías como diseñadora?

HJ: Bueno, como te decía el diseño es un proceso. El diseño trabaja como un vinculador y un traductor entre diferentes mundos: el material, el técnico, el humano, el estético, el ambiental, el económico, el cultural. Parece que somos los reyes del mundo, pero realmente tienes que tener todas esas condiciones o todos esos condicionantes que a veces actúan como restricciones, tienes que estar "aware of it". El diseño para mí es un área de exploración a través de la intuición, y es un proceso en el que haces un corte. Nos es que se termina. Cuando estás diseñando un objeto, o lo que sea, son idas y venidas, idas y venidas y en un momento decidís cortarlo en una determinada instancia, pero eso no quiere decir que se termine en ese momento. Es un proceso continuo, al que se puede volver.

Y mi trabajo, es ecléctico, y tiene que ver con que me gusta hacer cosas, me gusta encontrar formas de mezclar, maneras de usar los materiales y las técnicas que tengo disponibles y sacarlas un poco de contexto. Me gusta empujar un poco los límites que ya tengo impuestos, que ya sé que hay muchos constrains hechos desde la capacidad de fabricación y de la tecnología que tengo disponible. Entonces siempre es tratar de sacar lo máximo posible a la tecnología y a los recursos disponibles (dinero, materiales, tiempo, etc.). Siempre es una cuestión de matices: ¿Cuántos matices le puedo sacar a un mismo lápiz? Todos los que puedo encontrar ahí en el medio, esos van a ser como herramienta para jugar con el producto de diseño que esté haciendo. Me gusta participar de todo el proceso, desde la idea hasta sacar la foto, como se va a publicar, como se va a llamar, cual es la estética que va a tener, que colores va a tener. Disfrutar cada paso del proceso. A veces no me siento mucho como una diseñadora de objetos. Soy una diseñadora. Me gustan todas las instancias de ése proceso de pensar un proyecto.

NB: ¡Muchísimas gracias!

HJ: Espero que te sirva mujer.

NB: ¡Claro que sí! Es muy aclarador. Está mi visión que es un poco limitada porque tengo mucho menos experiencia produciendo y tu visión desde la experiencia que es un poco diferente a la idea que yo tenía. Siempre es constructivo ver diferentes puntos de vista.

Podrías leer Moholy Nagy, un profesor de la Bauhaus, escribió el texto New method of approach, design for life, texto de 1947 y dice muchas cosas que tienen que ver con lo que vos describís. Y te demuestra que en algunas cosas el diseño puede ser atemporal.

HJ: Dale, me interesa. Si puedes pásamelo. Si quieres te puedo poner en contacto con Nico de los Sartenes DARTO que trabaja en otra escala y los de A3 que trabajan en otra escala también.

NB: Si, me serviría para tener un panorama general.

HJ: Si, lo que pasa es que hay muchas escalas y cada uno tiene su kiosco. Hay un punto en donde nos encontramos, tenemos puntos en común, me parece que según la escala de la empresa hay como tres instancias.

Yo que trabajo sola, estoy más vinculada a la parte artística del diseño, donde me interesa la producción, pero como estoy tan metida en el proceso y más en la investigación de los procesos, entonces termina no siendo tan importante en cuanto a lo comercial. Después tienes a Nico, también es un gran diseñador, a mí me encanta lo que hace, las capacidades que tiene para hacer muchísimas cosas. Pero él decidió que iba a hacer un producto duradero donde se la acaban los clientes porque te compras una sartén de él y no vas a necesitar otra en tu vida, a menos que saque otros modelos. Es un producto hecho en Argentina, él consiguió la fábrica, él banca la matricería, vende un montón, vende online, no tiene resellers, es el único que vende, vende a todo el mundo, entonces es otra escala de negocio, y muy personal también. Y después A3 diseño tienen miles de modelos de lámparas, todos los producen en cerámica, trabaja con 4-5 talleres diferentes, exporta, es otra escala también.

NB: Pero todo eso es parte del diseño, de la industria del diseño. Acá en Europa también hay gente que se dedica a series más reducidas, series más industriales, pieza única para galería. ¿Tal vez la diferencia está en el tamaño del mercado?

HJ: Me parece que lo que pasa en Latinoamérica es como una selección natural. Y lo que pasa en Europa me parece que es una elección. Vos elegís donde te quieres parar y puedes hacer tu camino desde ahí. Uno elige de alguna manera, pero te va orientando el contexto. Porque no existe, por ejemplo, trabajar en una empresa de diseño, porque no hay. No está Rochebobois.

NB: No hay editores de diseño.

HJ: Exacto, no hay editores de diseño, entonces eso cambia totalmente el panorama. Porque es como que la corriente te va llevando por donde más o menos vas transitando y es un poco aleatorio. Decides, obviamente decides como lo vas a hacer. Pero me parece que con otras reglas. La mayoría de los diseñadores en Latinoamérica se hacen solos. Ahora en Europa están empezando a hacer eso, es una tendencia. No tener más editores porque las regalías son malas y todo eso, pero nosotros lo venimos haciendo así porque no hay otra manera de hacerlo.

NB: Sí, es así. Bueno, cuando puedas me pones en contacto con ellos. Yo encantada de tomar su visión.

Yo voy a transcribir la entrevista y después te mando la transcripción para que vos la revises por si quieres corregir algo que quizás yo haya entendido mal.

HJ: Genial, sí. Perfecto.

2. Traduction à la langue française

NB : Comme je t'avais dit mon mémoire porte sur la relation du design à l'artisanat. J'ai préparé une série de questions, tu peux répondre comme tu le sens.

HJ : Ok.

NB : D'abord. Qu'est-ce que le design pour toi ?

HJ : (silence) Oh ! Nati ! Eeeeeem

NB : Tu peux être synthétique. Il n'y a pas besoin de s'étendre.

HJ : Le design pour moi a à voir avec un processus. Le processus c'est le plus important. Ce processus est déversé dans des manifestations matérielles qui peuvent varier : objets, graphiques, numériques... Mais au fond la conception est dans la façon dont l'information est traitée de l'idée jusqu'à la gestation de ces démonstrations. C'est un processus qui est répliquable. Il a quelque chose d'épistémologique : tu dois apprendre du processus que tu fais pour ensuite être en mesure de le reproduire, si c'est ce que tu veux dans un produit, une famille de produits ... Je pense qu'il est lié au processus.

NB : Comment définis-tu le métier de designer ?

HJ : Je pense qu'il est dans la pratique. Lorsque tu fais les choses à répétition tu gagnes de l'expérience... On fait en faisant. C'est similaire à quelqu'un qui fait de l'artisanat ou quelqu'un qui a un métier. Plus il y a de la pratique... Le design est dans le nombre de fois tu transites ce processus.

NB : Il existe différents types de design, des branches différentes ... Il en a qui se situent dans certains courants plutôt que dans d'autres. Comment te définis-tu en tant que designer ?

HJ : Hétérogène. Je pense que tous les designers le sont aussi. Ils ont la capacité de passer d'une étape à l'autre, de ne pas nécessairement avoir à travailler toujours dans les mêmes conditions, souvent autogérés. Quelle était la question ?

NB : Comment définis-tu ta pratique de designer, ou comment tu te définis en tant que designer ?

HJ : Uh ! Tu me tues avec ces questions ! Hahaha Si tu veux nous pouvons passer à une autre question, puis revenir.

NB : Ok, pas de problème. Comment commences-tu un projet ?

HJ : C'est variable. Cela dépend si le projet est une préoccupation personnelle ou une préoccupation qui vient d'un client. Si elle est personnelle en général je n'ai pas nécessairement l'idée de l'objet, mais l'idée de travailler avec un matériau particulier avec une technologie particulière. A partir de là en travaillant avec elle et le développant j'atteins l'objet. Comme je l'ai dit, pour moi l'objet est une manifestation d'une instance du processus de conception. Les idées en général viennent d'ailleurs. Ce n'est pas genre, « Je vais concevoir un banc », mais plutôt, « J'ai cette structure que j'aime bien, je peux utiliser cette technologie, en quoi je peux la transférer pour que l'échelle soit variable, et que je puisse le produire. » Ma

recherche personnelle aussi a beaucoup à faire avec quelque chose que j'ai, une technologie, pas nécessairement disponible, à portée de main, mais que je puisse me procurer, Même si j'ai du mal à l'obtenir, mais qui ne reste pas à l'instance d'esquisse.

Je dois aller à l'instance de prototype parce que je pense qu'il y a beaucoup de choses qui restent sur l'idée qui s'y confirment. Ça varie aussi. C'est à dire que l'idée varie en fonction de la façon de réaliser cette idée. Et généralement, le produit final aura jamais à voir ... Je veux dire qu'il est loin et a une autre valeur étant fait de la façon dont il a été fait.

NB : Bien sûr. Quels types de méthodes de production utilises-tu ?

HJ : J'essaie d'utiliser des technologies basses. Je n'ai pas accès à la haute technologie. Fondamentalement, à cause des quantités de production. J'utilise le l'incurvation de métaux, la céramique, la découpe au laser. Parfois, il y a un mélange de processus de semi haute précision ou de précision avec de choses plus artisanales. Il y a toujours la main dedans car ce sont de petites quantités qui sont travaillées artisanalement. Les pièces se terminent à la main. Il n'y a pas de système de production en continu où la pièce sort de l'usine sans avoir à faire des ajustements. Alors, c'est la fusion de ces choses : une semi-haute complexité avec l'artisanat.

NB : Quels méthodes de production préfères-tu ? Pourquoi ?

HJ : Je n'ai pas de préférence. Par confort, par exemple, la découpe au laser me permet d'accélérer beaucoup de choses dans le processus. Mais il n'y a pas de méthode de production que je mette par-dessus un autre. Peut-être parce que c'est ce que j'ai le plus fait dernièrement, la céramique. Parce que cela me permet de faire des petites productions, car il est un investissement initial est peu élevé et la valeur finale donnée à la pièce est élevée. Il n'est pas un coûteux, mais la valeur ajoutée est élevée et la production est comparable à la façon dont on produit dans le monde, à savoir de manière semi-manuelle ou manuelle, donc dans cette instance on s'équilibre avec le reste. Peut-être avec d'autres produits c'est beaucoup plus difficile parce que nous n'avons pas la précision dont on a besoin.

NB : Quelle relation as-tu avec la production artisanale ?

HJ : La relation que j'ai avec l'artisanat ... Je pense que mes idées sans les métiers ne seraient que des idées. C'est une relation très forte. Je respecte les gens qui savent faire, les gens qui connaissent leur métier, à qui je peux faire confiance dans l'évolution de mon projet, pour le mener à bien de la meilleure façon possible. Parfois je rencontre des « non », alors il s'agit parfois d'atteindre le même degré de sensibilité par rapport au projet. C'est très fort. Je pense que ma production ne pourrait pas exister si je n'avais pas ce lien avec les gens qui sont des professionnels des métiers avec lesquels je travaille. Même avec le pliage de tubes en acier, même s'il s'agit d'un processus semi-industriel de toute façon presque toutes les pièces sont faites à la main. C'était un gars qui les fabriquait avec un grand amour

pour faire en sorte que les pièces soient telles qu'elles devaient être. Il y a une grande valeur mise sur la personne qui matérialise tes idées.

NB : Peux-tu décrire le processus de réalisation d'un projet, où tu as travaillé avec un artisan ?

HJ : Bon. Dans la collection « Section » j'ai travaillé avec une céramiste. C'est une relation. Ça nous a pris environ deux ans pour développer la pâte de la façon dont je la voulais. J'avais une idée de la façon dont je le voulais que ça se sente, mais pas les critères techniques pour savoir comment y arriver. Ce fut un effort conjoint avec d'un grand nombre d'essais et d'erreurs jusqu'à atteindre le point où c'était : « voilà ce que nous recherchons » et que cela marche sur toutes les pièces. Nous avons fait de nombreux tests, il y eu beaucoup de pièces qui n'ont pas fonctionné, des moules qui ont dû se refaire. C'est un processus qui s'équilibre. Voilà pourquoi il est si important pour moi d'arriver à l'instance de prototype ou de la production. Tu ne sais pas à quels problèmes tu vas te confronter avant ce stade-là. Dans la théorie tout fonctionne plus ou moins bien mais dans la pratique il y a des questions climatiques, il y a des problèmes de personnes, il y a des questions de disponibilité, de l'économie en Argentine, des choses que l'on peut ou pas se procurer, qui vont constamment modifier vers où ... Non, pas vers où, mais comment il [le projet] doit évoluer.

NB : As-tu eu l'occasion de travailler avec une sorte de production industrielle ?

HJ : mmmhhh... Mais qu'est-ce qu'industriel ?

NB : Qu'est-ce qu'industriel pour toi ?

HJ : L'industrie pour moi c'est quelque chose qui sort de soi. Généralement pas la main y est toujours. J'ai fait récemment des pièces moulées, mais par les quantités que je fais je ne pense pas être à l'échelle industrielle. J'ai un lien avec l'industrie, je travaille en collaboration avec l'industrie, mais que je ne travaille pas à l'échelle industrielle ou qui peuvent être ainsi appelées.

NB : De quel ordre sont ces échelles ?

HJ : Plus que des milliers.

NB : Tu travailles dans l'ordre des centaines ?

HJ : Oui, les centaines.

NB : Quelle est pour toi la différence entre la production industrielle et artisanale ? Et en particulier dans le contexte dans lequel tu travailles.

HJ : Les différences portent principalement sur les coûts. Avec la viabilité. Il existe des produits comme le petit banc qu'il serait préférable de faire à l'échelle industrielle. J'ai déjà trouvé une usine qui peut le faire avec une machine systématisée, ils me garantissent que toutes les pièces seront les mêmes. Ça a à voir avec ce que les pièces ont une plus grande tolérance à la différence, et lesquelles ne doivent en pas avoir. Là, je mélange des matériaux, le bois n'est pas bon parce que cet homme qui est très gentil, les fait à la main, mais elles sont toutes

différentes. Les petites choses font les différences. Une fabrication industrielle vous garantit la série standard. Afin d'uniformiser le processus. Ce que dans l'artisanat ne le fait pas, il y a toujours quelque chose qui varie. Il faut avoir beaucoup de pièces en trop ou une tolérance à l'erreur au sein de la production artisanale plus qu'au sein de la production industrielle.

NB : Dans quelle mesure penses-tu qu'un designer en Argentine a accès à produire industriellement ?

HJ : Je pense qu'il est difficile, mais possible. Si tu as un grand canal de vente où que tu peux amortir les investissements nécessaires à la production industrielle, je pense que tu peux. Il est difficile de trouver des usines qui soient à l'écoute, qui laissent leur production standard pour faire des produits « sur mesure ». C'est ça le plus difficile. Dans l'ensemble ce qui finit par se produire c'est que les designers s'associent aux usines ou avec les fabricants afin d'être en mesure d'avoir leur propre production. J'ai un ami, Darto, ce qui vend les poêles. Il travaille avec une usine de laquelle il est pratiquement partenaire.

Lui il travaille avec une quantité industrielle, avec une machine semi-industrielle. Tout est pressé, il fait des milliers de poêles par mois, et a de nombreux modèles. C'est possible de le faire, mais c'est très difficile de le faire. En plus il n'y a pas une industrie spécialisée ni mature. Cela rend tout beaucoup plus cher, et qu'ils n'aient pas d'expérience de travailler avec des objets qu'ils n'ont pas l'habitude de travailler, de résoudre des problèmes que ces objets puissent avoir en usine.

Il y a beaucoup de réglage fin, alors ils luttent aussi pour facturer parce que syntoniser une production qui est hors des normes auxquelles ils sont habitués, ils estiment que c'est très cher et ils ne savent pas si tu es prêt à payer ou si le produit vaut vraiment la peine selon leurs critères, que ce soit intéressant de faire cet investissement. Les moules, les réglages des machines, etc. Tu dois avoir une certaine fréquence de commandes pour que ce soit rentable.

NB : Penses-tu qu'en Amérique latine ou en Argentine, il y a un marché pour le design ?

HJ : Je pense qu'il y a un marché. Je crois que les valeurs que nous travaillons sont différents pour toutes ces questions, tout l'effort que ça implique. Ça finit par être quelque peu élitiste. Et le marché est petit. Nous avons beaucoup de surface, mais elle n'est pas très peuplée. Du moins à l'exception du Brésil où tu vois une différence. L'industrie fonctionne un peu mieux, les ventes, la distribution est différente. La population aussi est différente c'est donc un autre marché. En Argentine il y a beaucoup de surface, peu de gens et encore moins de personnes qui consomment ces produits.

Aussi ce qu'on entend par design... si c'est plus ou moins *firulete*... c'est assez variable. Il faut encore que le public mûrisse par rapport au design. Pour comprendre les processus qui sont mis

en place et le pourquoi des prix. Pourquoi il y a des choses qui sont vendues beaucoup plus cher que cela ne devrait alors qu'ils devraient les vendre beaucoup moins cher. Il existe des procédés plus simples, les quantités dont les choses sont fabriquées... mais parfois il y a beaucoup de psychologie entre le prix et le produit de design. Dire qu'un produit est de design « bâtarde » les choses...

NB : Tu veux dire qu'il y a une spéculation par rapport aux produits de design ?

HJ : Oui.

NB : Penses-tu que la production artisanale ou semi artisanale comme celle que tu utilises avec de nombreux autres designers en Amérique latine a sa place dans le marché international ?

HJ : Oui, sans aucun doute. Je pense que oui parce qu'il y a aujourd'hui tendance sur le marché mondial de rejeter les produits de production de masse industrialisée qui n'ont pas d'identité. D'une certaine façon, les produits que nous pouvons fabriquer à l'échelle que nous fabriquons ont un peu de cela. Et en quelque sorte également cela garantira une production durable socialement. En général, lorsque tu travailles si près d'un fournisseur, tu essayes de lui payer ce qui est dû, ce qu'il demande. Ce marché est juste, parce que ce sont des relations très étroites qui ne se produisent pas dans les échelles industrielles où tout est plus dépersonnalisé. Cette personnalisation apporte également d'autres problèmes, mais les moindres.

NB : Quelle a été ton expérience avec des projets réalisés à la main ? (En termes de ventes, presse, etc.)

HJ : mmhh ... tout est relatif. La presse a été bonne, mais cela dépend de contre qui tu compares. Nous n'avons pas non plus des systèmes de communication ... Par exemple, dans mon cas, je gère tout moi-même, je n'ai pas une agence de relations publiques qui fasse tout pour moi. Si je paie un certain montant, j'aurais beaucoup plus d'impact que je n'ai. Jusqu'à présent, tout a été très organique. Dans son organicité, il me semble qu'il y a eu une bonne réception des produits.

NB : qu'est-ce qui apporte à votre travail de produire avec un artisan ?

HJ : Je pense surtout (ceci parce que je n'ai jamais travaillé avec une grande usine, qui peut avoir les mêmes critères) c'est d'avoir un contact direct avec ce qui se passe dans la production. Connaître la production, connaître ce qui se fait. Pouvoir faire des modifications sur le champ par le dialogue qui est généré avec une personne qui connaît très bien son métier et la partie de la production et soi-même qui a l'idée et comment trouver un terrain d'entente pour faire ressortir le meilleur projet. C'est un processus presque associatif : tu discutes comment tu peux améliorer avec ce que vous avez et essayer d'obtenir le meilleur résultat possible. Je pense que cette relation c'est le top, on

apprend beaucoup des deux côtés. La relation est renforcée et on s'améliore pour des projets futurs.

NB : Comment tout cela nourrit ton travail ?

HJ : Connaître la manière de travailler pour avancer sur cette base. Ne rien inventer et de penser : « Eh bien, cela se fait ainsi » et n'avoir aucune idée. Fondamentalement, ça te donne des connaissances techniques.

NB : Passons maintenant aux questions plus générales.

Comment définis-tu le design latino-américain par rapport au design européen ? Qu'est-ce qui le distingue ?

HJ : En ce qui concerne la création, il ne semble pas avoir des différences considérables, mais si sur des questions ayant trait à la production. Il nous peut arriver d'avoir la même idée, mais au moment de l'exécuter, notre « industrie » donne une identité à la conception. Essayer de faire les choses avec les moyens du bord change le sens du produit et son aspect. Au-delà d'avoir une esthétique « européen » ou inattendue par rapport à ce qui est attendu de l'esthétique du design latino-américain. Parce que, là aussi, je pense que les étiquettes viennent toujours de l'extérieur et l'étiquette du design latino-américain est étroitement liée à l'artisanat, ce qui est logique, car c'est notre plus ancienne industrie.

NB : Tu veux dire que l'esthétique de l'artisanat ? Tu veux dire l'esthétique de l'objet cliché qui est vendu aux touristes ?

HJ : Oui, c'est ça que je veux dire. Il me semble que ce qui est attendu d'un latino-américain c'est de travailler avec des tissus et de travailler avec... Je ne sais pas, pour être en mesure d'une certaine façon de se différencier ce qui se fait en Europe ou aux États-Unis. Il y a des livres de tendances qui parlent de ceci, de comment est le design émergent africain par exemple. Et en fait au niveau des conditions, même si les technologiques sont variables, de même en Amérique latine, aux niveau idées nous pouvons avoir les mêmes idées et sommes capables de les produire de la même manière. Cependant, il y a une différence dans les méthodes de production

Le design en Norvège a une très longue tradition de l'industrie, où ses bois sont très bien traités, extrêmement bien préparés, ils font le meilleur verre qui existe, la céramique est incroyable... Il y a une professionnalisation et une maturation dans l'industrie et c'est ça ce que l'on attend d'eux.

En Amérique latine, nous n'avons pas une industrie mature. Tout ce dont disposons, riche d'années d'histoire et où il y a un véritable savoir-faire, c'est l'artisanat. C'est logique que ce soit ça qui est attendu. D'une certaine façon, il faut appréhender le rôle que joue le designer latino-américain dans le fait de créer un produit [esthétiquement] plus neutre, tendance actuelle dans l'esthétique dans le monde entier, pour qu'il ne soit pas interprété comme un plagiat des produits européens. Nous vivons dans les mêmes conditions, nous habitons dans le même monde, il est logique nous ayons les mêmes références. Mais je

pense aussi qu'il faut dialoguer avec cette industrie qu'est la nôtre, l'artisanat. Mais ça ne doit pas nécessairement se traduire en un *chapeau de caña flecha*¹⁰⁸. Je pense qu'il doit y avoir un dialogue [avec l'artisanat] et une réinterprétation [de l'artisanat], et dans certains cas le mettre à jour et dans d'autres cas le préserver, je pense qu'il n'y a rien de mal là-dedans. Cependant dans mon esthétique ça ne colle pas vraiment avec ce que j'aime parce que j'aime le design scandinave, j'aime le design japonais et je suis en Argentine. [Elle rigole] Je pense que petit à petit l'on y retrouve un langage, à force de se rapprocher de ces références [internationales] qui nous inspirent, mais avec les capacités qui sont les nôtres. Il me semble que cela change l'esthétique du produit.

NB : Qu'est-ce que tu penses qui peut différencier le design en Amérique Latine ? Le design est une façon de penser et, évidemment, nous avons toutes les mêmes références. Lorsque les gens pensent à l'Amérique latine penser à l'artisanat, mais l'artisanat n'est pas synonyme de design.

HJ : Pour moi c'est relatif. Ce n'est pas que ce n'est pas du design. Si nous parlons du processus, même avant de l'appeler design nous l'appelions artisanat. Peut-être ce qui différencie le designer de l'artisan c'est la pratique d'être l'interlocuteur de différents médiums. Vous êtes au milieu de l'idée, du client, de l'industrie et de l'artisan tu peux faire la gestion et trouver un langage commun là-dedans.

Lorsque je faisais la vaisselle pour *Le Pain*¹⁰⁹, ils voulaient des assiettes en céramique très artisanale et ils sollicitent un designer. Je me suis alors demandé, quel est mon rôle en tant que designer ? Et pourquoi ce travail lui-même ne peut pas être fait par la céramiste ?

Au fur et à mesure du déroulement du projet je compris que ce n'était pas un travail pour la céramiste parce qu'il y avait beaucoup de complexité pour comprendre l'ensemble du processus de production qui ne se limitait pas à la pièce elle-même. Je pense ça a à voir avec ça. L'artisan fait la pièce avec les ressources dont il dispose, mais lorsque d'autres critères s'ajoutent les choses deviennent plus complexes et dans certains cas ils n'ont pas les outils pour le faire.

Dans ce cas-là, il a fallu faire les matrices, dessiner les plans des assiettes, créer la nervure servant à les faire exactement comme je les voulais. Il y a une volonté de faire quelque chose de sérieux même s'il s'agit de l'artisanat. Ensuite il a fallu faire un support en aluminium pour tenir les matrices sur le tour, définir les points d'accroche au tour... dire à la céramiste : « eh bien, je pense que ceci ne doit pas se faire par coulée, cela doit être fait par shablon, trouver les moyens d'adapter leur production à cela.

¹⁰⁸ Chapeau typique colombien hérité de la culture indigène *Zenú* et réalisé avec des feuilles de *caña flecha*, graminée de la région du fleuve *Sinú*.

¹⁰⁹ Le Pain Quotidien, cadena de cafeterías en Argentina

Il y a beaucoup plus de complexités dans le processus qui n'ont rien à voir avec la pièce elle-même. Voilà pourquoi j'insiste dans le processus. Ça a à voir avec le processus, le reste ce sont des manifestations.

Peut-être que le processus artisanal est plus direct, il a à voir avec le métier de ce qu'il fait et ce qu'il produit. Le processus du designer est de relier les temps des clients, des ressources financières disponibles pour faire l'objet, le temps disponible pour la production. C'est gérer tous les acteurs et les ressources disponibles.

NB : Finalement ce sont deux métiers différents.

HJ : Oui.

NB : Quels sont pour toi les meilleurs exemples de ce qui serait le design en Amérique Latine ?

HJ : C'est qu'il a tellement de facettes du design... Il y a des choses qui ont à voir avec une expression artistique et la dénonciation, des choses qui visent plus à faire atteindre les masses, d'autres qui font plus du design d'auteur... Et si je dois parler de mes références latino-américaines Ouf ! Je n'y ai pas réfléchi... je dois réfléchir et je dis parce que je pensais que c'était plus clair dans mon esprit.

NB : Ok, il n'y a pas de souci.

HJ : C'est fou ça !!

NB : Oui ! Parce que d'habitude nous avons clairement une référence européenne, du type Bouroullec ...

HJ : Bien sûr !

NB : Et nous ne nous regardons pas nous-mêmes.

HJ : Et je l'ai beaucoup critiqué. En Argentine bien sûr qu'il y a certaines références (pause), mais des références locales qui ne sont pas nécessairement mes références. Ce n'est pas que je ne suive pas les designers latino-américains. Il y a un gars de Colombie il s'appelle Torres, qui travaille pour Alessi ... mais c'est parce qu'il a une projection internationale, c'est fou.

NB : Mais ça a à voir avec sa projection internationale ou avec le type d'objets qu'il développe ?

HJ : Ce qui se passe c'est qu'on parvient à les connaître parce qu'ils ont une projection internationale. Parce que nous n'avons pas un réseau qui nous montre vraiment au niveau local comme ce qu'il y a en Europe. Ils ont des salons, tout le monde y participe et tout le monde sait quand quelqu'un est en train d'émerger. En Amérique latine, si on ne va pas à ces salons internationaux et si on n'a pas une projection internationale il est très difficile de se faire connaître [en Amérique Latine].

NB : Eh bien, cela nous laisse des opportunités de développement. De créer notre propre marché et notre propre potentiel aussi.

HJ : Tout à fait.

NB : Ça te va si nous revenons aux questions qui du début ?

HJ : D'accord.

NB : Alors, Qu'est-ce que le design et comment tu te définis en tant que designer ?

HJ : Comme je disais le design est un processus. Le design fonctionne comme élément qui crée des liens et un traducteur entre des mondes différents : le matériel, la technique, l'homme, l'esthétique, l'environnemental, l'économique, le culturel. On dirait que nous sommes les rois du monde, mais il faut vraiment avoir toutes ces conditions ou toutes ces conditions qui agissent parfois comme des restrictions, il faut les garder en tête. Le design est pour moi une zone d'exploration par l'intuition, et c'est un processus dans lequel on fait une coupure. Ça ne se termine pas. Lorsque vous concevez un objet, ou autre, il y a des aller-retours et à un certain moment on décide de l'arrêter, mais cela ne signifie pas que s'est fini à ce moment-là. C'est processus continu sur lequel on peut revenir.

Et mon travail est éclectique, il a à voir avec ce que j'aime faire des choses, j'aime trouver des façons de mélanger, des façons d'utiliser les matériaux et les techniques que j'ai à disposition et les sortir de leur contexte. J'aime repousser un peu les limites qui me sont imposés car il y a déjà beaucoup de contraintes liées à la capacité de fabrication et à la technologie dont je dispose. Il s'agit donc d'essayer toujours de tirer le maximum possible à la technologie et aux ressources disponibles (argent, matériel, temps, etc.). C'est toujours une question de nuances : Combien de nuances vous pouvez obtenir d'un même crayon ? Toutes celles que je peux y trouver au milieu, seront un outil pour jouer avec le produit de design que je fais. J'aime participer à tout le processus, de l'idée jusqu'à la prise de photos, comment ça va être publié, comme ça va s'appeler, quelle esthétique aura t-il, quels couleurs aura t-il. J'aime profiter de chaque étape. Parfois, je ne me sens pas tant comme une designer d'objets. Je suis designer. J'aime toutes les étapes de ce processus de pensée d'un projet.

NB : Merci beaucoup !

HJ : J'espère que ça va te servir.

NB : Bien sûr que si ! C'est très éclaircissant. Ma vision est un peu limitée parce que j'ai beaucoup moins d'expérience en production et ta vision à partir de l'expérience est un peu différent de l'idée que j'avais. C'est toujours constructif de voir d'autres points de vue différents.

Tu pourrais lire Moholy-Nagy, un professeur du Bauhaus qui a écrit le texte Nouvelle méthode d'approche, le design pour la vie, texte de 1947 et qui dit beaucoup de choses qui ont à voir avec ce que tu décris. Ça montre que certaines choses dans le design sont intemporelles.

HJ : Oui, ça m'intéresse. Si tu peux passes le moi. Si tu veux, je peux te mettre en contact avec Nico de la marque de poêles *Darto* qui travaille à une autre échelle et *A3* qui travaille à un autre niveau aussi.

NB : Oui, ce serait utile d'avoir une vue d'ensemble.

HJ : Oui, c'est qu'il y a de nombreuses échelles et chacun a son kiosque. Il y a un point où l'on se rencontre, où nous avons des

points communs, il me semble que selon l'échelle de l'entreprise il y a que trois cas.

Moi je travaille seule, je suis plus attachée au côté artistique du design, la production m'intéresse, mais comme je suis tellement impliquée dans le processus et dans la recherche du processus, que ça n'est pas tellement important au niveau commercial.

Ensuite, il y a Nico, qui est aussi un grand designer, j'aime beaucoup ce qu'il fait, les compétences qu'il a pour faire beaucoup de choses. Mais il a décidé qu'il ferait un produit durable où les clients se terminent parce que lorsque tu achètes une de ses poêles tu n'en auras plus besoin d'une autre de ta vie, à moins que tu prennes d'autres modèles. C'est un produit fabriqué en Argentine, il a trouvé l'usine, il investit dans les matrices, il vend beaucoup, il vend en ligne, il n'a pas des revendeurs, c'est le seul qui les vend, il vend partout dans le monde, alors c'est une autre échelle d'entreprise et très personnelle en même temps. Et puis il y a A3 Diseño qui a des milliers de modèles de lampes, tous produits en céramique, en collaboration avec 4-5 ateliers différents, ils exportent, c'est encore une autre échelle.

NB : Mais tout cela fait partie du design, de l'industrie liée au design. Ici, en Europe, il y a des gens qui font des petites séries, des séries industrielles, la pièce unique pour galerie. Peut-être que la différence réside dans la taille du marché ?

HJ : Il me semble que ce qui se passe en Amérique Latine c'est comme une sélection naturelle. Et ce qui se passe en Europe c'est peut-être de l'ordre du choix. Tu choisis où tu veux aller et tu fais ton chemin à partir de là. On choisit en quelque sorte, mais l'orientation est donnée par le contexte. Parce qu'il n'y a pas, par exemple, la possibilité de travailler dans une entreprise de design, parce qu'il y en a pas. Nous n'avons pas de Rochebobois.

NB : Il n'y a pas d'éditeurs de design.

HJ : Exactement, il n'y a pas les éditeurs de design ce qui change complètement le panorama. Parce que c'est le courant qui te porte un peu aléatoirement. Décider, tu décides bien évidemment comment tu vas le faire. Mais je pense que les règles sont différentes. La plupart des designers en Amérique Latine se construisent seuls. Maintenant en Europe ils commencent à le faire, c'est devenu tendance. De ne pas avoir d'éditeurs parce que les royalties sont mauvais et tout ça, mais nous le faisons parce que nous n'avons pas le choix.

NB : Oui, c'est vrai. Eh bien, quand tu peux mets moi en contact avec eux. Je serai ravie de voir leur vision.

Je vais retranscrire l'interview, ensuite je vais te l'envoyer afin que tu puisses l'examiner et corriger quelque chose que j'aurai peut-être mal compris.

HJ : Oui, super. Parfait.

B. ENTRETIEN A NICOLAS GROSNY

Nicolás Grosny est un designer argentin, fondateur de la marque de poêles Darto. Cet entretien a été réalisé par Skype le 14 Mars 2017 à 14 :30 heures (Paris). La transcription de cet entretien a été envoyée au designer qui l'a par la suite validé.

1. Transcription originale

NB: ¿Qué tal? ¿Todo bien?

NG: Sí, acá estoy en el local. ¿Sos amiga de Heidi?

NB: Sí, hicimos una maestría juntas y nos hicimos amigas.

NG: ¿Vos dónde estás?

NB: Estoy en París haciendo una maestría en diseño, orientada desde la investigación teórica-conceptual.

NG: Vos sos de Venezuela, ¿puede ser?

NB: Sí, soy venezolana- boliviana.

NG: ¿Y vas a volver, o te quedas ahí?

NB: Por ahora no sé. Vamos a ver qué pasa acá, sino me regreso a Bolivia o a Argentina. Yo viví mucho tiempo en Argentina antes de venirme.

NG: ah mira. ¿Dónde hiciste la carrera?

NB: La hice en Francia, hace mucho. Después me fui a Argentina. Allá estuve laburando varios años. Este año me vine con mi marido a terminar mi maestría.

Heidi Jalkh me comentó de tu marca de sartenes. Me parece súper interesante lo que haces. Ella me recomendó que te contacte porque mi tesis es sobre el diseño en relación a la artesanía. Me interesa ver cómo se maneja en América Latina la producción. Quiero ver casos de diseñadores que estén en América Latina y cómo se relacionan con la producción, en particular con la producción artesanal. Tu empresa me interesa ya que por lo que entiendo tiene una escala intermedia de producción que no es la gran escala industrial, pero que va más allá de la serie pequeña.

NG: No sé si entro en la categoría de artesanal, porque de alguna manera tiene un planeamiento con orientación industrial, en el sentido que hay una idea y un esfuerzo de que todo salga lo más parecido posible, en el menor tiempo posible, al mejor precio posible. No sé todavía cuáles son las definiciones de artesanía, pero por un lado sé que no tienen una preocupación muy grande porque todo salga exactamente igual. Aparte a veces trabajan con los elementos que tienen en el momento. Pero si, la escala se puede decir que es chica. Son 300 unidades por mes. Lo que pasa es que el proceso es industrial porque son máquinas industriales. Tengo proveedores que trabajan en pequeña escala: de a 100, 800 o 1000 piezas. Las bolsas en donde vienen son de arpillera, las cosen en un taller que serán 7 costureras. Es un taller chico que también, me imagino, estará

tratando de organizarse de una manera medianamente industrial. Por eso no sé... Como no sabía nada yo le dije q Heidi: "bueno, perfecto". Yo te puedo contar lo que quieras, pero no sé si es lo que estás buscando.

NB: A mí me interesa saber cómo te manejas con la producción. Más allá de que no sea específicamente artesanal. Es para mostrar que ha distintas posibilidades de producción.

(Primer corte de audio- tiempo indeterminado)

NG: [...] Entonces un poco las propias limitaciones de poder elaborar un buen producto fue lo que me hizo pensar en hacerlo de una sola pieza, porque de alguna manera con eso eliminábamos un montón de cosas. Se hacía más rápido, había menos margen de error para que se fabriquen. No había necesidad de ningún conocimiento adicional ni de recortar nada. La pieza se prensa y ya está. Y te ahorrabas mucha plata. Así que creo que, me fui de la pregunta original, ¿qué era?

NB: El rol del diseñador.

NG: Ah bueno, en realidad no me fui mucho. Es un poco eso. Es estar al tanto de toda la vida del producto para mí. Ése para mí sería el rol ideal (*del diseñador*): que se ocupe de todo tanto dentro del diseño del producto como de ayudar, más si es en esta pequeña escala de la que estamos hablando. Después en gran escala me imagino que... acá en Argentina no hay mucho, en Europa tengo entendido que sí, que el diseñador diseña meramente la idea y después hay un grupo de ingenieros que se ocupa de bajarla a tierra. Tengo entendido que hay diseñadores que se preocupan de qué queda después que lo agarran esos ingenieros y hay otros que les da lo mismo. Pero acá ese personaje no está porque no se lo puede pagar y tampoco se lo conoce. A ese personaje me refiero al que agarra la idea del diseñador, la idea que tiene, la sabe desarrollar para darle la mayor eficiencia posible en la fabricación y en la distribución.

NB: Claro, es un ingeniero en realidad, ¿no?

NG: Es como que se mezcla. En Europa tiene un nombre que se fue gestando. Porque a veces son más ingenieros que se pasan más para el lado de la interpretación del diseño y a veces son diseñadores industriales que se copan más con la idea de la resolución del producto en términos más de fabricación. A mí me tocó cuando trabajaba en la fábrica de juguetes, yo era el diseñador industrial pero también me tocaba hacer las matrices de inyección de plástico. De alguna manera era mi propio bajador de producto a la industria: las decisiones que yo tomaba sobre lo que diseñaba eran un poco evaluar qué tipo de plástico se inyectaba, cómo quedaría. Acá eso lo tiene que hacer el diseñador industrial porque el ingeniero, por lo menos en mi experiencia, si lo resuelve, lo resuelve de maneras muy fáciles y

poco pensadas. Más que nada para que salga la pieza y para nada más.

NB: ¿Y dónde dirías que está la diferencia entre el enfoque del ingeniero y del diseñador? ¿Puede ser que al ingeniero no le importe el aspecto estético del producto, simplemente resolver la tarea de manera matemática? O, ¿tiene otras razones?

NG: Y, en mi experiencia por lo menos en Argentina, de lo que más se podría sentir orgulloso el ingeniero es de la eficiencia económica productiva. Como que no ponen un producto en un contexto. Su único contexto es la fábrica. Si él a su jefe le puede decir que la misma máquina le va a dar mayor velocidad y con mayor resistencia o igual resistencia a la que fuese sometida ahí se liga los aplausos. Hay un caso para mí muy evidente de eso que es el tacho de pintura de 20L, creo que pasa en todo el mundo. Un profesor y yo diseñamos una propuesta para un concurso. ¿No sé si alguna vez levantaste un balde de 20L de pintura?

NB: Si.

NG: Notaste cuando vos lo levantaste, el borde de abajo es muy filoso.

NB: Si.

NG: Porque tiene una arista muy filosa además tiene un montón de costillitas que le dan resistencia. Entonces, vos lo agarras y te duelen las manos.

NB: Si.

NG: Siempre la manija es muy dura de agarrar. Cuando lo abres, no sabes cómo abrirlo y cerrarlo y que chorrea pintura. Es un producto que es eficiente porque cumple su función de no romperse en el traslado ni en el uso ni en nada. Se debe poder fabricar con la menor cantidad de plástico posible. Entonces en términos de ingeniería y eficiencia está logrado. Pero ese producto en el contexto en el que vive tiene miles de errores, para mí, que pueden ser solucionados con la misma cantidad de plástico y con la misma cantidad de resistencia del producto. Y no se hace. ¿Porqué? Porque la persona que lo hizo en su momento solo hizo foco en la cuestión dentro de la fábrica que era eso: fabricarlo al menor costo posible con la resistencia mínima necesaria para lo que era sometida, traslado, uso, etc. Entonces, creo que el ingeniero, por lo menos en mi experiencia lamentablemente, se queda ahí. El diseñador puede tener una visión mucho más precisa de todas las etapas de vida del producto, desde que se fabrica hasta que muere o se puede reciclar o se le pueda dar un segundo uso. Ese balde por ejemplo tiene múltiples usos cuando ya no tiene más pintura: tacho de basura, tacho de agua, asiento, contenedor de recipientes, ... porque tiene una resistencia muy grande. Y me parece aparte que el diseñador industrial en el mejor de los casos... Lamentablemente hay muchas universidades que no lo hacen bien, lo que me parece que es muy criticable, que es que enseñan un panorama muy por arriba de los métodos

productivos. Después cada diseñador según su propia inquietud se va metiendo más, a menos que venga de una universidad que si se los haya enseñado un poco mejor. Creo que el diseño industrial está *[más]* embebido en el conocimiento que pueda tener un ingeniero industrial que *[lo que]* el que un ingeniero industrial puede estar con un diseñador industrial. Con esto quiero decir es que yo hoy puedo tomar decisiones junto a un ingeniero industrial sobre cuestiones de una matriz, por ejemplo. Yo de repente quiero diseñar un producto y el ingeniero me dice: "No se puede porque necesitamos un ángulo de salida tal, y vos lo que me pedís no le puedo poner ángulo de salida". Entonces, yo sé que significa eso. Yo podría proponer otra opción manteniendo esas características que él me está pidiendo porque las entiendo. En cambio, si yo viniendo del diseño industrial le digo: "Quiero que pienses en todos los ámbitos en que el producto va a estar relacionado y que tomes decisiones en base a eso". No creo que el ingeniero industrial tenga la práctica o el ejercicio suficiente. Quizá haya alguno por ahí que la tiene clara, por experiencia propia, pero bueno, creo que esa es la diferencia entre uno y otro hoy. En Argentina lamentablemente creo que el diseñador industrial tiene que ser más ingeniero todavía porque le toca. Afuera quizás tenga personas que se lo resuelvan.

NB: ¿Podrías explicitar a que te refieres con "porque le toca"?

NG: ¿Porqué "le toca"? Por eso que te decía de que no está la persona que puede de alguna manera unir al diseñador industrial y al ingeniero industrial con sus conocimientos. El ingeniero industrial acá es mucho más ingeniero que lo que quizás se puede encontrar en Europa. Quizás encuentras ingenieros que se van más para el lado del diseño industrial y después la más importante que veo yo, no hay presupuesto. Cuando yo trabajaba en la fábrica de juguetes hubiese sido genial que hubiese un ingeniero industrial en donde yo le mandaba el diseño en una etapa avanzada. Con etapa avanzada me refiero a que está modelado en 3 dimensiones con los ángulos de salida correspondientes y el ingeniero pudiera tomar decisiones al respecto y hacer la matricería lo más eficiente posible. O inclusive yo tener ideas en términos de funcionalidad o de comunicación verdaderamente importantes y que no se puedan lograr por culpa de mi *[falta del]* conocimiento de matricería, no sabría cómo. Entonces el ingeniero con su experiencia me diría: "Mirá acá en esta morfología completa que vos estás haciendo, quizás sea mejor hacerlo así, así o asá. Como para hacerlo lo más económico, lo más eficiente, lo más rápido". Entonces porqué "le toca", creo que lo más importante es por la falta de presupuesto y porque también acá en Argentina somos como predicadores de nuestro propia ... cada diseñador industrial pasa a ser un predicador de su propia disciplina. Porque no tenemos un referente, ni persona, ni ejemplo industrial importante como para que los industriales en Argentina

verdaderamente se apoyen o se sientan cómodos trabajando con el diseño industrial. En Europa sobran los ejemplos de empresas que contrataron un diseñador industrial, multiplicaron sus ventas, su calidad, su imagen ante el público, o ahorraron muchísima plata por tomas de decisiones de diseñadores industriales a la hora de fabricar, a la hora de reducir costos, porque lo que hacían en tres piezas, el diseñador industrial logró que lo hicieran en una pieza. Entonces cada vez que nosotros tenemos que ir a ver un cliente o conseguir un cliente nuevo, como son un poco reacios a contratar un diseñador industrial porque no saben que es, a que se dedica, si solamente les va a hacer un dibujo en un papel y nada más, y ellos van a tener que resolver todo lo demás, que es lo que pasa, tenemos que ir con algo más abajo del brazo. Entonces ahí también nos toca, usando de vuelta esa palabra, saber más. Entender más de lo que vamos a hacer. Y acá en Argentina pasa mucho que el industrial se copia de afuera. Entonces como que el ciclo es: traigo un producto de afuera, se lo mando al matricero, y el matricero me hace la matriz de ese producto que traigo de afuera para poderlo fabricar.

El matricero es el que tiene que ocuparse de la responsabilidad de que esa pieza salga tal cual. Y se ahorran ahí tiempo, plata, preocupaciones. Saben que ese producto afuera se vende bien entonces acá se va a vender bien. Pero bueno, eso tiene un techo porque el día de mañana quieren exportar y no pueden o no deberían. En ningún caso deberían. Pero bueno exportar sería más cara dura todavía. Aunque mandan a fabricar mucho a China. Y en China pasa mucho que... yo que sé... yo tengo esta calculadora y quiero que me la fabriquen, mando la calculadora por correo y me la fabrican perfectamente. Eso sí tienen, una capacidad de interpretación muy precisa. Así que eso es el "que le toca" me parece.

NB: Muchas gracias. Ahora quiero hacerte un par de preguntas más referidas a ti como diseñador. Por ejemplo, ¿cómo inicias un proyecto? Puede ser, cómo iniciaste con Darto o con otro proyecto que tú elijas. ¿Cuáles son tus disparadores? ¿Cómo empiezas con un proyecto?

NG: ¿Proyecto de fabricación propia, o proyecto de diseño industrial? ¿Cómo consigo clientes de diseño industrial o como empiezo con un emprendimiento?

NB: Puede ser ambos. Quizás me interese más algo relacionado a la autoproducción, o sea algo que hayas manejado tu solo.

NG: El mío sería un caso extremadamente particular. Contado medio rápido, yo trabajaba como diseñador independiente en casa, para clientes que me conseguía yo y trabajar en casa me cansaba mucho. Porque estás en tu casa, por lo menos me pasaba a mí. Y me ponía a cocinar y eso me distraía y como que quería aprender más y en vez de ir a una escuela me había pasado muchas veces de... yo muchas veces fui a fábricas durante una semana o un mes para aprender. Una vuelta fui a

hacer cerámica, fui a una carpintería. Otra vez me pasaba que quería aprender aquí de máquinas, se aprende 300 veces más rápido que yendo a una escuela. Entonces, le propuse a la tarde a un restaurant cerca de casa trabajar gratis a cambio de aprender durante 4-5 horas por día de lunes a viernes, con la posibilidad de faltar si tenía algún proyecto que me ocupara más horas o lo que sea. Y bueno, por suerte fue un restaurant muy bueno, lo que yo no sabía. Era un grupo de gente muy bueno, cosa que ayudó. Y ahí estuve 6 meses, y ahí aprendí muchísimo a cocinar y de alguna manera yo jorobaba con la idea de que fui mi mejor cliente. Porque cuando viene un cliente a verte de cualquier empresa, no sé, una empresa que fabrica artículos de medicina, para hospitales, camas, lo que sea. Te pide que le diseñes un producto, que le mejores un producto. Qué mejor que ir a un hospital, recorrerlo, vivirlo, para entender más las circunstancias, ¿no?

Entonces yo sin darme cuenta al trabajar en el restaurant, era como si un fabricante de sartenes me hubiese contratado y me hubiese dicho: "Nicolás, andá 6 meses a trabajar a un restaurant para entender qué le sobra a una sartén y qué le falta". Entonces ahí al aprender a cocinar y vivir en un restaurant de repente ves muchas circunstancias a las cuales son sometidos los productos que se usan para cocinar. Había una en particular que era una sartén francesa que es igual a la mía, pero remachada, y era un producto increíble. Y acá no se vendía. Y lo bueno que tenía era todo lo que cumplía, yo que sé... Cuando un producto va a la bacha, tiene que lavar la persona de limpieza todo, siempre es un lugar donde se le somete a mucho maltrato. Porque por supuesto lavar todos los días en un restaurant no es algo que nadie creo que elija. Entonces siempre hay un humor muy difícil ahí, más el humor de los cocineros. Las cosas se caen, se rompen, se rallan. Entonces era un producto que aguantaba todo por más mal humor, mala gana o accidente que pueda llegar a tener, y cocinaba perfectamente bien y tenía un precio recontra razonable. Entonces como que reunía todo lo que necesitaba un producto, y estaba de alguna manera destilado de todos los fetiches de la gastronomía. Que si son de cobre, que si tanta o xxx (*palabra que no se entiende- min14:40*) de teflón, que si lo que sea. Entonces ahí me di cuenta que sería un producto que sería genial fabricarlo. Y después me acordé, cuando empecé con esto había una frase que una vez me dijeron, a la hora de emprender un proyecto, que creo que le puede servir a cualquiera. A mí me sirve mucho, que es "la simple actitud de compartir algo que sea bueno". Yo estaba en el restaurant y ese producto era genial y era económico. Y de alguna manera, acá en Argentina no lo vendían. Entonces lo que se me venía a la cabeza es... yo me compré una afuera del país cuando mis viejos viajaron, me trajeron una se Estados Unidos. Y cuando la usé en mi casa, cada vez que cociné me decía: "qué lástima que nadie acá lo puede tener, porque sinceramente es un producto

increíble". Creo que esa frase de "algo bueno", que vos conscientemente o con determinado criterio puedas entender que es bueno para los demás, qué mejor que reproducirlo. Y si se le puede dar una cuota de innovación, mejor todavía. Entonces, me puse a fabricarlo. Esa es un poco la historia. Después cuál es el mejor método para arrancar, no lo sé... Yo elegí hacerlo muy de a poco. Hay personas que de repente les gusta salir a pedir un crédito, plata prestada y abrir de un día para el otro con bombos y platillos. Yo soy y fui siempre medio reacio a las deudas, así que sabía perfectamente que si iba a hacer algo lo iba a hacer de manera paulatina y con un crecimiento lógico. Entonces, yo empecé con 15.000 pesos argentinos, fabriqué 100 unidades, se vendieron 50. Fabriqué una matriz nueva, fabriqué 100 unidades más, las vendí y después fabriqué 200 unidades, las vendí, después 400, las vendí. Pasé 3 años de hacer una primera fabricación de 100 unidades a hoy fabricar entre 1500 y 2000 unidades cada vez que fabrico con mi propia plata. Osea no le tuve que pedir plata prestada a nadie.

NB: ¿Y ese número es anual? ¿Mensual? ¿Cada cuanto fabricas?

NG: Se venden 4500 anuales. El año pasado se vendieron 4500. Que me da un promedio de 300 y pico por mes. Pero por lo general mando a fabricar 3 o 4 veces al año. Ahora que estamos de alguna manera más cancheros por decirlo así, para mí lo ideal sería reducir esos... osea fabricar 1 o dos veces al año. Más que nada porque fabricar es un movimiento de hierro y de logística que es complejo. Y si bien el método de fabricación es muy rápido, imaginate que, si yo me quedo sin producto hoy, en tres semanas ya tengo todo fabricado. Va rápido para mí. Si me preguntas a mí, prefiero tenerlo stockeado, que vender al día. Así que no sé, yo elegí ese método para emprender algo. Compartir algo que me parecía que era bueno para los demás, como base conceptual, que me parece que es lo que puede estar bueno. Y después elegir el camino de la venta por internet, porque al no tener venta mayorista podía vender mi producto a un precio mayorista.

NB: Discúlpame que te corte un segundo (interrupción aspiradora). Me estabas diciendo como fue creciendo la fabricación.

NG: Yo vendí solo por internet porque la venta mayorista... bueno yo en Argentina, podía vender en forma mayorista a locales, y elegí hacerlo, en realidad, por internet. Al precio mayorista, pero al precio de público final. Entonces ahí, de alguna forma, lograba un excelente precio, y que la gente pudiera comprarlo por ahí, y de alguna manera me ahorraba toda la dinámica de la venta mayorista. Mi viejo, mi padre, era mayorista para las casas de regalos. Las casas de regalos son acá donde venden platos, cubiertos, para la casa. Él importaba de Europa o de China y las vendía acá. Y yo que trabajé con él, conocía la dinámica de venta mayorista. Y por más práctica que parezca en los números, como decir, yo fabrico 1000 y le distribuyo 100 a cada mayorista,

lamentablemente en el día a día no funciona bien así. Hay una suerte de complicaciones de que, si te pagan los cheques, que te piden favores, de que te piden precios, de que el día de mañana el 50% de tu producción la tiene un mayorista, y él es el que terminaría poniendo las reglas. De que estás de alguna manera mucho más sujeto a... o sea tus ventas dependen de personas y no de tus clientes. Entonces cuando la economía cae, de alguna manera, me parece que no puedes hacer nada, porque vos quieres hacer ofertas, llegar de alguna manera a tus clientes y tu única boca de salida son los locales. Yo en el único lugar que vendo es por Internet y en el local. Pero donde más se vende es por Internet. Yo cada vez que quiero contar algo se lo mando directamente a todos mis clientes a sus 7000 mails. Por ejemplo, nosotros nunca hicimos publicidad paga, sólo tenemos Instagram y Facebook, y desde que empezamos tenemos una inercia de venta que aumenta paulatinamente, pero no nos sorprende nunca, entiendes. Todos los meses más o menos sabemos que un piso tenemos y que depende de nosotros si lo mejoramos o no. Entonces por ejemplo nosotros dos veces al año hacemos lo que se llama la venta de segundas, que son todas las que salieron mal en la fabricación. Se venden a mitad de precio, pero cada vez se fabrican mejor entonces cada vez hay menos a mitad de precio. Siempre solían ser 300, y la última vez era 100 que estaban mal, y eran muy pocas. Entonces, como habíamos fabricado demás, decidimos poner 100 de segunda mano y 400 de primera, o sea 500 unidades a mitad de precio. Logramos contárselo a todos nuestros clientes por mail. Hicimos, bueno, martes a las 10:00 am, se empieza la venta de 2da solo por internet. Y se vendieron 500 unidades en 10 minutos.

NB: ¡Wow!

NG: Es un número gigante, para nosotros. Me parece que la apuesta que se hizo desde el primer día funcionó por lo menos a este nivel. Muchas personas me dicen que si hubiese vendido a mayoristas hoy estaría muchísimo más grande, pero, yo considero que eso puede ser real, pero me parece que hoy, si bien estaría más grande, tendría muchos más dolores de cabeza y tendría mucha más mala sangre y no sería dueño de mi negocio, sino que dependería de terceros.

NB: Claro, y me imagino que los márgenes de ganancia también son diferentes.

NG: Si, son diferentes, pero cuando la venta mayorista ya es tan grande, si bien tienes un margen menor, probablemente tengas una ganancia mayor. Porque yo puedo vender 1000 a mayoristas y ganar 10 pesos, y puedo vender 100 a minoristas y ganar 50, pero *[vendo]* más de la otra manera. La mala sangre para mí es mucho mayor. Por la experiencia con mi padre y por pequeños casos que hemos tenido. Aparte está el tema de satisfacción personal diaria. Cuando un cliente te escribe o te llama o viene al local, tienes el mensaje directo de una persona que está

contenta de lo que compra, que te cuenta lo que hizo, lo que no hizo. Y cuando vos haces la venta a mayorista la dinámica diaria que tienes es de una persona que lo único que le importa es el mayor rédito posible. Y eso más allá de las ganancias, de esto, lo otro, es lo que forma tu semana.

Vos te puedes levantar a la mañana de lunes a viernes para estar todo el día hablando con clientes que lo único que quieren es una mayor ganancia del producto que te compran, o puedes levantarte todas las mañanas, y que es lo que nos pasa hoy en día a nosotros, que escuchas a las personas que viene a comprar una más para regalar porque les encantó cuando lo usaron. Gente que está contenta con el producto, de que les encanta como hacen el huevo frito. Todo eso son cosas que van sumando en pequeña medida. Quizás se deja de lado esa venta mayorista indiscriminada con diálogos diarios de negociaciones que a mí me cansan y no me interesan. Digo: "Bueno, prefiero ganar un poco menos, estar en paz, no deberle plata a nadie". Y a la vez, sentir un poco la satisfacción de la gente que en definitiva me gratifica porque en realidad es el fin: hacer un buen producto que le sirva a mucha gente y la plata por supuesto nos sirve a todos, pero sigue siendo un medio para poder hacer las cosas mejor o más y otros productos porque la idea es hacer otras cosas.

NB: Bien. Tu producto siendo un producto de fabricación semi-industrial o semi-artesanal, que está entre los dos, ¿crees que tiene un espacio en el mercado internacional?

NG: Sí, si creo que lo tiene. Al día de hoy, en estos tres años ya son 19 países a los que le vendimos. Principalmente a Estados Unidos, más que nada por la cultura de compra por internet que tienen y del hecho que sean 200 millones que cualquiera puede comprar este producto por el precio que significa. Y porque aparecimos en un blog de gastronomía muy importante allá, donde están usando nuestros productos en los videos que promocionan. Entonces la gente se fue preguntando que era ese producto porque les llamaba la atención de ver una sartén sin remaches. Y afuera también. Yo ahora voy a viajar a España el 25 de abril, y mi idea es durante 3 semanas tratar de insertarlas en el mercado de allá. Porque en Estados Unidos es un buen nicho en donde están insertadas, de la misma forma en Argentina hay una suerte de inercia. A lo que voy, no sé, este año desde que empezamos cada dos días, una se vende afuera del país, principalmente Estados Unidos. Ósea de las 10 que salen del país nueve van a Estados Unidos. Y eso podría estar mucho más fomentado. Lo que pasa es que te vas enterando de muchas cosas a medida que vas creciendo y me parece que es la mejor forma de aprender. Sería muy molesto, por algún motivo hacer una publicidad o lo que sea, y tener que empezar a vender miles afuera y te vas enterando de limitaciones que con las pequeñas cargas no tenías. A lo que voy, por ejemplo, cuando hicimos la venta en diciembre del año pasado, muchos de Estados Unidos

aprovecharon de la oferta. Entonces tuvimos no sé si 70 envíos afuera del país, y lo que no sabíamos es que hay una ley de que hay un máximo de envíos de DHL de máximo de 1000 dólares por día. Entonces no podíamos mandar los 70 el mismo día. Entonces se hizo un cuello de botella. Entonces, esas cosas es mejor aprenderlas de a poquito. Creo que afuera se venderían muy bien. Pasa que es un producto muy destilado, es como la base fundamental de una sartén. Después puedes tener sartenes con otro tipo de apreciaciones, pero nadie va a poder negar que este producto va a cumplir su función, y que va a ser eterno. Que es algo que también nos gusta. Así que esperemos que afuera se venda cada vez más.

NB: ¿Esa restricción con respecto a DHL viene del gobierno? ¿O de que es?

NG: Creo que, si es del gobierno, pero creo que también viene de DHL. Porque ellos saben que, en la Argentina, necesitan dos aviones diarios, por decirte algo, para mandar todo lo que comúnmente se manda. Entonces si de repente hay 4 empresas que de la noche a la mañana le caen con ... y necesitan tener 3 aviones, les desestabilizas un poco la logística. Ellos ya no te pueden garantizar lo que dicen que van a tardar. Pero es una mezcla, me parece que es parte del gobierno y parte de DHL.

NB: ¿Has tenido experiencias en ferias internacionales?

NG: Sí, fuimos a una en Nueva York, pero no nos fue muy bien. Pero me parece que era bastante... ya habiendo recorrido la feria, y ya habiendo participado... Como que uno puede participar en ferias de exposición y tendencia, que fue como la que participamos, y otras son ferias donde las personas van directamente a hacer negocios. A la feria que fuimos en particular era más de tendencias, entonces la gente como que recorre y mira y se hace el ojo y muy de vez en cuando tenías un cliente interesado.

Nosotros queremos participar en una feria en Alemania, que se llama Messe Frankfurt. Es muy difícil de entrar porque va gente de todo el mundo y como que se llena muy rápido. Ahí es donde empezaríamos a ver la venta mayorista, pero afuera del país, que me parece que es más concreta y todo se resuelve más fácil y no hay esa cosa medio argentina de la avivada o de que estén acá tocándote la puerta. Sería todo por mail. Ahí se vería la opción de venta mayorista, pero no lo sé. Si me preguntas a mí, prefiero que siga siendo así.

Después acá si participamos en varias.

NB: ¿En qué tipo de ferias? ¿En la "Puro Diseño"?

NG: No, en esas no. En esas no nos gusta participar. Bueno ya de por sí la feria en particular no nos gusta y tampoco creo que el producto se catalogue como un producto de diseño. Me molestaría que la gente lo compre por ése motivo. Que sin embargo hay gente que lo compra. El otro día vino alguien que no tenía ningún problema en decirlo. Dijo, me gustaría llevarme toda la línea entera porque me encanta esa cuestión visual que

la más chiquita se vaya hasta la más grande y aparte porque es un producto de diseño muy lindo y me gustaría que esté colgado en mi cocina. Y como en ningún momento hablaba si lo necesitaba o no. La gente lo compra por lo que quiere, a mí me da igual, pero no me gustaría que fuese catalogado de esa manera. Como que su principal función sea como hacer una sartén "de diseño", cuando la palabra de diseño se usa como una característica más snob que funcional como más gruesa. Y me parece que Puro Diseño juega mucho con eso. Si hemos participado en ferias de gastronomía, que es como si dijera, no sé LA feria de gastronomía e insumos para restaurantes y hoteles que se llama "Hotelga". Entonces ahí la gente va por la mera funcionalidad y la necesidad básica. Una persona quiere abrir un restaurant tiene que comprar piezas nuevas para su restaurant porque las quiere mejorar o modernizar, se va a la feria esta y ahí tiene el que fabrica hornos, el que fabrica platos, el que fabrica sartenes, el que fabrica esto y lo otro. Eso es mucho más crudo y real, que es lo que a mí más me gusta. Eso a nivel clientes. Después participamos en ferias de gastronomía más que nada eventos y fiestas en el sentido de una feria gastronómica donde la gente va a comer, de foodtrucks y al lado nos tienen a nosotros. Entonces de alguna manera está todo mucho más simbolizado por la gastronomía y no por el ambiente del diseño. Entonces la personas que quieren ir a ver ahí, el primer motivo fue ir a la feria para comer rico, pasarlo al aire libre, que quieren tener una vida sana, pasarla rico, que son valores que me gustan más. Entonces queremos rodearnos más de ese tipo de gente que de otra.

NB: ¿Como calificarías a tus fabricantes? Llamarías eso realmente una producción industrial, o semi-industrial. ¿En donde ubicarías a los fabricantes con los que haces tu producto?

NG: Para mi es semi-industrial. Porque son pequeña escala, porque son discontinuas y porque hay todavía etapas del producto que se hacen a mano, o que requieren una atención un poco manual. Está establecida por el criterio de un operador y por una máquina. Así que el operador no solo tiene que operar, sino que también tiene que tomar decisiones en esa etapa productiva, en ese proceso productivo. En ese sentido, si así lo entiendo bien, sería más semi-industrial.

NB: ¿Cuál sería la ventaja de trabajar de esa manera? ¿O las dificultades de trabajar con ese tipo de producción?

NG: Para mi tiene pros y contras. Los pros son que puedes hacer pequeñas cantidades, de alguna manera te puedes acomodar a los tiempos y puedes estar encima.

(Segundo corte de audio- tiempo indeterminado)

[...] con el fabricante me parece... pero sí, hay pros y contras. Que es un poco como la inyección de plástico y la cerámica. La cerámica es bastante artesanal, la matricería es más económica,

la materia prima es un poco más cara y la mano de obra es más cara, pero ponerte a fabricar una pieza de cerámica, puedes tenerla en tu mano en una semana si quieres. Fabricar 100 te va a llevar mucho tiempo porque es muy manual. Si vos a esa misma pieza, ponele que sea un cuenco, la fabricas en inyección de plástico, quizás en tener la matriz tardes 1 mes, pero en fabricar 1000 vas a tardar 1 día, entiendes. Y me parece que la diferencia entre semi-industrial o industrial en mi caso por más que sea el mismo método productivo es lo mismo.

NB: ¿Cómo ves tú el diseño en Latinoamérica, en comparación con el diseño europeo?

NG: Muchas veces he hablado de esto con otras personas. Me parece que cada vez más los productos o los diseñadores no se enfocan en un país regional sino en la intención que tiene cada diseñador industrial. Yo creo que hoy los diseñadores industriales sin darse cuenta, o algunos si, se terminan agrupando por la intención o la forma con la que diseñan que en las características del país al que pertenecen. Antes había un diseño italiano, un diseño escandinavo, un diseño de Estados Unidos. Me parece a mí que porque la globalización era más limitada. Entonces los países al tener comunicaciones entre ellos mismos, como que predicaban las mismas leyes de diseño, porque eran las que conocían o las que mamaban. Yo hoy me siento más identificado con diseñadores industriales de diferentes países y cuando veo sus productos, de alguna manera veo como la misma forma de actuar o de pensar que podría tener yo. Por más de que trabajen en empresas de altísima calidad o, no sé, diseñadores comunes como yo. No creería que hay un diseño industrial regional últimamente. Me parece que los diseñadores industriales que se logran destacar en alguna parte del mundo comulgan con una intención. Con un objetivo diferente. No sé, un diseñador de autos, a la hora de diseñar su intención puede ser mucho más provocativa y deja un poco de lado las mejoras productivas. En el caso del diseño del automóvil es todo muy "styling". Entonces verdaderamente su énfasis está en la provocación, en el uso de los recursos, en la innovación. En cambio, en otras empresas como el caso de Apple, las computadoras, que es muy característico el diseño industrial que ya tienen, ahí te das cuenta que es un diseño industrial que se mete muy profundo desde el método productivo a como lo resuelven. Inclusive le hicieron un cambio radical a la hora de fabricar computadoras que es directamente mecanizarlas en aluminio. Yo creo que hay muchas personas que comulgan mucho más con esa intención de diseñar que la de conocer el producto desde el fondo y diseñarlo desde o. Y acá pasa un poco eso. Nosotros tenemos un grupo de colegas de diseño industrial y si me preguntas a mí, no tenemos todos una característica en común que nos vuelva diseño industrial argentino y diseño industrial latinoamericano.

NB: ¿Te refieres a lo estético o a qué?

NG: No, a la forma de trabajar. De repente hay algunos grupos que plagian. Como que se copian de otros diseñadores de afuera. Y ellos lo toman de referencia, y lo modifican un poco. Y para ellos es una forma de diseñar. Hay otros que no sé... No tengo muy definidos los grupos que puede llegar a haber. Hay algunos que verdaderamente están preocupados, como creo que es mi caso, de tratar de tocar todas las áreas del producto o de la vida de un producto. Y de alguna manera hay una necesidad, hay una sed de poder ver que se puede hacer que no se puede hacer, desde la materia prima hasta que termina. Después tienes el caso de Heidi, de gente quizás mucho más cómoda conceptualmente. Ella quizás como que se cansa de estar todos los días detrás de la producción, o del detalle y es mucho más de la propuesta. Ella quizás se siente mucho más identificada con esa forma de diseñar con otros que quizás con la región. Entonces por eso yo no sé si podríamos hoy identificar las características del diseño industrial latinoamericano. Si las dificultades y las circunstancias del día a día que estuvimos hablando con vos de cómo se encara adelante una idea. Pero esas dificultades las voy a tener yo que quiero ocuparme de todas las áreas y la va a tener el otro que directamente se copia. Entonces si alguien se quiere copiar algo también va a tener los mismos problemas que yo, quizás unos menos porque se ahorra un par de pasos. Así que lamentablemente, creo que no hay. Ni latinoamericana ni de otra. Si hoy agarras a diseñadores italianos, no creo que reúnan características que los agrupen a todos, como decir diseño italiano. Me parece que el único estilo que queda últimamente es el de los países escandinavos. Porque es tanto lo que se preocupan por el detalle y por la forma y son tan precisos para mí con todo lo que hacen que me parece que es el último vestigio regional que agrupa a un par de diseñadores industriales. Y, es más, de lo último que vi por arriba de alumnos o diseñadores más jóvenes, lamentablemente creo que lo están perdiendo. Yo creo que antes en su cuestión climática y geográfica estaban tan aislados y la necesidad era tan imperiosa de que, si no hacían las cosas bien, se morían o de frío o de lo que fuera, más su capacidad intelectual o capacidad de orden social, de alguna manera lograron mejorar el diseño industrial. Y ahora no sé si la globalización un poco no está como No sé, pero son visualizaciones generales. No sé si es exactamente así.

NB: ¿Tienes algún referente, un diseñador en América Latina o en Europa, o ambos?

NG: Sí, Hace mucho que no recorro mucho. Tengo los clásicos de toda mi vida. En Argentina hay uno que se llama Francisco Gómez Paz, ¿no sé si lo tenés?

NB: Sí, que trabaja en Italia.

NG: Trabaja en Italia, vive en Italia. Ése me gusta mucho porque se lo nota un investigador y un tipo que va a fondo con todo lo que hace. A veces hace cosas que me gustan, y a veces que no, pero si admiro mucho esa búsqueda que tiene a la hora de

diseñar un producto. Acá en Argentina, si preguntas de los que viven acá, no hay ninguno que me genere ese tipo de admiración. Si hay muchos que diseñan correctamente, pero así que todo el tiempo esté averiguando que hacen y qué no, como con este, no. Y de internacional un poco los clásicos. Johnathan Ive, el diseñador de Apple. Marc Newston, trabaja más independiente. Esos dos de alguna manera son muy sintéticos en su forma y me gustan mucho. Philip Stark me gusta por momentos, Dieter Rahms también me gusta bastante, es un alemán. Ron Arad... Ron Arad y Philip Stark ya se van mucho para el lado artístico, pero está bueno un poco para romper, para no estar todo el tiempo pensando en la eficiencia máxima y quizás ponerle un poco de poesía al producto. Así al vuelo se me vienen esos como referentes o personas que cada dos por tres o cada tanto me gusta saber en qué andan.

NB: ¿Y fuera de Argentina, pero adentro de América Latina, tienes algún diseñador en vista?

NG: No conozco. Antes yo todos los días yo veía el diario de mi país y me entraba al call 77. Era una dinámica que tenía porque me gustaba estar actualizado. Desde que empecé a trabajar con este emprendimiento, por tiempos o por foco, o por lo que sea, perdí mucho como actualidad en el diseño industrial. Así que seguramente los haya, pero no los conozco, así que no puedo nombrarte ninguno.

NB: Bueno yo te quiero agradecer mucho por tu tiempo y la buena onda de contestar a todas las preguntas. Yo grabé la conversación para no tener que estar tomando notas mientras vos hablabas. Yo voy a transcribir la entrevista. Se me cortó un par de veces la grabación así que van a haber algunos huecos, pero te la voy a pasar para que vos puedas ver si hay alguna cosa que escuché mal o entendí mal, la puedas corregir. Y cuando tenga la tesis también te puedo mandar una copia por si te interesa o tienes ganas de verla. Te quería preguntar si es que llego a tener alguna duda, sobre todo porque una parte del audio se cortó si te puedo volver a mandar un mail o un mensaje para aclarar alguna cosa.

NG: Sí, más vale. Sí, no pasa nada, cuando quieras. Y lo otro sí, tampoco... o sea es información, pero son pensamientos personales, no pasa nada. Sería bien divertido ver la tesis final. Pero te digo que, si hay una equivocación, no soy un personaje político, a eso me refiero. No creo que vaya a sufrir ningún tipo de represalia, así que no hay problema.

NB: Bueno, gracias. Yo te lo digo de todas maneras para hacer las cosas bien, correctamente.

NG: Bueno, dale.

NB: Muchísimas gracias. Te deseo mucha suerte con tu emprendimiento. Ojalá algún día pueda usar tus sartenes. Estoy en París. Si por alguna razón pasas por Europa y vienes a París, avisame y te invito un café o algo.

NG: Bueno, dale.

2. Traduction à la langue française

NB : Salut, ça va ?

NG : Oui, je suis ici dans le magasin, t'es amie de Heidi ?

NB : Oui, nous avons fait un master ensemble sommes devenues amies.

NG : Où es-tu ?

NB : Je suis à Paris, je fais un Master en Design orienté recherche théorique- conceptuelle.

NG : Si j'ai bien compris tu viens du Venezuela n'est-ce pas ?

NB : Oui, je suis vénézuélienne-bolivienne

NG : Et tu penses revenir ou tu penses rester là-bas ?

NB : Pour l'instant je ne sais pas. Ça dépend de comment se passent les choses ici. Sinon je rentrerai en Bolivie ou en Argentine. J'ai vécu longtemps en Argentine avant de venir à Paris.

NG : Je vois. Où t'as fait ta formation ?

NB : Je l'ai faite en France il y a longtemps. Puis je suis partie en Argentine. J'ai travaillé là-bas plusieurs années. Cette année, je suis venue avec mon mari pour terminer mon master.

Heidi Jalkh m'a parlé de ta marque de poêles. Je trouve vraiment très intéressant ce que tu fais. Elle m'a conseillé de te contacter parce que mon mémoire porte sur le design en relation avec l'artisanat. Je veux voir comment se gère la production en Amérique Latine. Je veux voir des cas de designers qui sont en Amérique latine, quel est leur lien à la production, notamment la production artisanale. Ton entreprise m'intéresse parce que ce que je comprends qu'elle a échelle intermédiaire de production qui n'est pas la grande échelle industrielle, mais il va au-delà d'une petite série de production.

NG : Je ne sais pas si je rentre dans la catégorie de l'artisanat, car ma production a en quelque sorte une planification avec une orientation industrielle, dans le sens où il y a une idée et un effort pour que tout se produise de façon semblable, dans le temps le plus court possible au meilleur prix possible. Je ne sais pas encore quelles sont les définitions de l'artisanat, mais d'une part je sais que la préoccupation ne porte pas sur le fait que les pièces soient exactement pareilles. D'ailleurs, parfois, ils travaillent avec les éléments qu'ils ont sous la main. Mais oui, on peut dire qu'il s'agit d'une petite échelle. 300 unités par mois sont produites. Ce qui se passe est que le processus est l'industriel parce que ce sont des machines industrielles. J'ai des fournisseurs qui travaillent à petite échelle : de 100, 800 ou 1000 pièces. Les sacs où elles sont vendues sont en toile de jute, elles sont faites dans un atelier qui doit compter avec sept couturières. C'est un petit atelier qui, je pense, essaye de s'organiser d'une manière moyennement industrielle. C'est pour ça je ne sais pas ... comme je ne savais pas j'ai dit à Heidi « bon, parfait. » Je peux te raconter ce que tu veux, mais je ne sais pas si c'est ce que tu cherches.

NB : Ce qui m'intéresse particulièrement est de savoir comment tu gères la production. Au-delà du fait qu'il ne s'agit pas spécifiquement de l'artisanat. Dans le but de montrer qu'il y a différentes possibilités de production.

(Coupure audio- temps indéterminé)

NG : [...] Donc, les propres limitations pour pouvoir développer un bon produit est ce qui m'a fait penser à le faire en une seule pièce, parce que d'une certaine façon avec cela nous éliminons beaucoup de choses. C'était plus rapide à faire, il y avait moins de marge d'erreur lors de la fabrication. Il n'y avait pas besoin d'aucune connaissance supplémentaire ou de recouper quoi que ce soit. La pièce est pressée et elle est prête. Et l'on économise beaucoup d'argent. Je pense que je me suis éloigné de la question initiale, c'était quoi la question ?

NB : Le rôle du designer.

NG : Eh bien, en fait je ne me suis pas éloigné autant. C'est ça. Il s'agit d'avoir conscience de toute la vie du produit pour moi. Voilà le rôle idéal [du designer] : il s'occupe de tout autant dans le design du produit et que d'aider, encore plus s'il s'agit d'une petite échelle comme celle que nous discutons. Après à grande échelle j'imagine que ... Ici en Argentine il n'y en a pas beaucoup, en Europe, je pense qu'il y en a, que le designer dessine simplement l'idée, puis un groupe d'ingénieurs s'occupe de l'amener à exécution. Je crois qu'il y a des designers dont la préoccupation est ce qu'il en reste du produit. Après il y a ces ingénieurs le prennent en charge et il y a d'autres [designer] à qui ça ne pose aucun problème. Mais ici, ce personnage n'existe pas parce qu'on ne peut pas le payer et parce qu'on ne le connaît pas. Avec ce personnage je fais référence à celui prends l'idée du designer, et qui s'occupe de la développer pour la rendre le plus efficace possible dans la fabrication et dans la distribution.

NB : Bien sûr, c'est un ingénieur en fait, non ?

NG : C'est un mélange. En Europe ça a un nom. Parce que parfois, ce sont des ingénieurs qui passent plus du côté de l'interprétation du design et parfois se sont des designers industriels qui vont s'amuser avec la résolution du produit en termes de fabrication. Ça m'est arrivé quand je travaillais à l'usine de jouets, j'étais designer industriel, mais je devais aussi faire les matrices d'injection de plastique. D'une certaine façon, j'étais mon propre réalisateur de produit pour l'industrie : dans les décisions que je prenais sur mon design je devais évaluer le type de plastique injecté, et les terminaisons. Ici c'est le travail du designer industriel parce que l'ingénieur, au moins dans mon expérience, s'il résout le problème de manières trop simples et avec peu de réflexion. Dans le but de produire l'objet et rien de plus.

NB : Et où se trouve selon toi la différence entre l'approche de l'ingénieur et celle du designer ? Peut-il être que l'ingénieur ne se

soucie pas de l'aspect esthétique du produit, pour résoudre simplement la tâche mathématiquement ? Ou, as t-il d'autres raisons ?

NG : Dans mon expérience, au moins en Argentine, l'ingénieur est fier s'il achève une efficacité économique productive. Il ne met pas le produit dans son contexte. Son seul contexte est celui de l'usine. S'il peut dire à son patron qu'une même machine peut être plus rapide en gardant la même résistance ou avec une résistance supérieure il sera applaudi. Il y a un cas très évident que c'est le pot de peinture 20L, je pense que ça existe dans le monde entier. Avec un enseignant nous en avons conçu une proposition pour un concours. Je ne sais pas si t'as levé un pot de peinture de 20L ?

NB : Oui.

NG : T'as remarqué que lorsque tu le lèves, le bord inférieur est très coupant ?

NB : Oui.

NG : Parce qu'il a un bord très pointu et aussi a beaucoup de côtes qui le rendent résistant. Donc, quand tu le prends tu te blesse les mains.

NB : Oui.

NG : La poignée est très difficile à saisir. Lorsque tu l'ouvres, tu ne sais pas comment l'ouvrir et le fermer et la peinture dégouline. C'est un produit efficace, car il remplit sa fonction de ne subir aucune rupture lorsqu'il est transporté ni lors de l'utilisation ou quoi que ce soit. Il doit se fabriquer avec une petite quantité de plastique. Donc, en termes d'ingénierie et de l'efficacité, l'objectif est atteint. Mais ce produit dans le contexte dans lequel il vit a des milliers d'erreurs, pour moi, qui peuvent être résolus avec la même quantité de plastique et avec la même quantité de résistance. Mais ceci ne se fait pas. Pourquoi ? Parce que la personne qui l'a fait au moment où elle l'a conçu ne se concentrait que sur la conception dans le contexte de l'usine : le fabriquer au prix le plus bas avec la résistance strictement nécessaire pour ce à quoi il sera soumis, le transport, l'utilisation, etc. Je pense donc que, malheureusement l'ingénieur, au moins dans mon expérience, reste à mi-chemin. Le designer peut avoir une idée beaucoup plus précise reliant toutes les étapes de la vie du produit, de la fabrication jusqu'à sa mort ou jusqu'à son recyclage ou jusqu'à une réutilisation. Ce seau a par exemple de multiples usages lorsqu'il n'a plus de peinture : comme poubelle, seau d'eau, siège, porte-conteneurs, ... car il a une très grande résistance. Et je pense d'ailleurs le designer industriel dans le meilleur cas de figure ... Malheureusement, il n'y a beaucoup d'universités qui ne font pas bien, ce qui me semble très critiquable, elles enseignent un panorama très superficiel des méthodes de production. Après chaque designer selon ses propres intérêts va être de plus en plus impliqué sur le sujet, à moins qu'il provienne d'une université qui leur aie appris ceci un peu mieux. Je crois que le design industriel est [plus] intégré

dans les connaissances que peut avoir un ingénieur industriel que le cas inverse. Avec ça je ne veux pas dire que je peux pas prendre des décisions maintenant avec un ingénieur industriel sur des questions d'une matrice, par exemple. Je veux tout d'un coup développer un produit et l'ingénieur me dit : « Tu ne peux pas parce que nous avons besoin d'un tel angle de sortie, et tu me demandes un objet où je ne peux pas mettre un tel angle de sortie ». Donc, je sais ce que cela signifie. Je pourrais proposer une autre option tout en gardant les mêmes caractéristiques qu'il me demande parce que je les comprends. Au contraire, si moi, venant du design industriel lui dis : « Je veux que tu réfléchisses aux domaines où le produit sera utilisé et que tu prennes des décisions par rapport à ça » Peut-être il y en aura un qui pourra répondre, basé sur mon expérience. Mais bon, je pense que c'est la différence entre l'un et l'autre aujourd'hui. En Argentine je pense que, malheureusement, le designer industriel doit être plus un ingénieur parce que ça reste « son rôle ». À l'étranger il y a peut-être d'autres personnes pour résoudre ces problèmes.

NB : Tu peux expliquer ce que tu veux dire par c'est « son rôle » ?

NG : Pourquoi « son rôle » ? Parce qu'il n'y a pas une personne qui peut faire le lien entre l'ingénieur et le designer industriel avec ses connaissances. L'ingénieur industriel est peut-être ici beaucoup plus ingénieur qu'il peut être en Europe. Peut-être que les ingénieurs penchent plus du côté du design industriel et la chose la plus importante que je vois, c'est qu'il n'y a pas de budget. Quand je travaillais dans l'usine de jouets, ça aurait été génial d'avoir un ingénieur industriel auquel j'aurais pu envoyer le design du produit à un état avancé. Avec un état avancé, je veux dire qu'il est modélisé en 3 dimensions avec des angles de sortie correspondants et l'ingénieur pourrait prendre des décisions au sujet et faire les matrices le plus efficaces possible. Ou encore je peux avoir des idées en termes de fonctionnalité ou de communication elles ne pourront pas être abouties par mon manque de connaissance en matrices. Du coup, l'ingénieur de son expérience me dirait : « Regarde dans cette morphologie complète que tu fais, il est peut-être préférable de le faire de telle ou telle manière pour le rendre plus économique, plus efficace, plus rapide ». Alors, pour ça que c'est « son rôle », je pense que la chose la plus importante est le manque de budget et parce qu'ici en Argentine on est comme des prédicateurs de notre propre ... chaque designer industriel devient un prédicateur de sa propre discipline. Parce que nous n'avons aucun référent, aucune personne, aucun exemple industriel important qui serve d'appui aux industriels d'Argentine pour qu'ils soient vraiment favorables ou à l'aise avec le design industriel. En Europe, les exemples abondent d'entreprises qui ont embauché un designer industriel, et qui ont multiplié leur chiffre d'affaires, leur qualité, leur image publique, ou qui ont économisé beaucoup d'argent avec la prise de décision des designers industriels au moment de la fabrication, et au moment de réduire les coûts, parce que

ce qui se faisait en trois parties, et le designer industriel a réussi à le faire en une seule pièce. Donc, à chaque fois que nous devons aller voir un client ou chercher un nouveau client, du fait qu'ils sont un peu réticents à embaucher un designer industriel, car ils ne savent pas qu'est-ce qu'il fait exactement, si de simples dessins sur papier et rien d'autre, et ils pensent qu'ils devront résoudre tout le reste. C'est ce qui se passe, nous devons donc aller avec quelque chose de plus sous la manche. C'est donc « notre rôle », en utilisant à nouveau cette expression, de savoir plus. Comprendre plus ce que nous allons faire. Et ici en Argentine les industriels copient beaucoup des produits de l'étranger. Le cycle est alors : je ramène un produit de l'étranger, je l'envoie au matricier et il me fait la matrice du produit que j'ai ramené de l'étranger pour pouvoir le fabriquer.

Le matricier devra s'occuper de la responsabilité que la pièce soit tel quelle. Ainsi ils économisent du temps, de l'argent et des préoccupations. Ils savent que le produit se vend bien à l'étranger donc il va bien se vendre en Argentine. D'autre part si par la suite ils veulent exporter ils ne pourront pas, ils ne devraient pas. En aucun cas ils devraient. Mais bon l'exportation serait difficile plus osé encore. Bien qu'ils aient envoyé à fabriquer beaucoup en Chine. Et en Chine il se passe beaucoup que les choses ... je ne sais pas... j'ai cette calculatrice et je veux la fabriquer, j'envoie la calculatrice par courrier et ils vont la faire parfaitement. Ils ont une capacité d'interprétation très précise. Voilà ce je pense que c'est « son rôle ».

NB : Merci beaucoup. Maintenant, je veux te poser quelques questions par rapport à ta pratique de designer. Par exemple, comment est-ce que tu commences un projet ? Tu peux prendre l'exemple de Darto ou un autre projet de ton choix. Quels sont tes déclencheurs ? Comment démarres-tu un projet ?

NG : Projet de fabrication individuelle ou projet de design industriel ? Comment je fais pour obtenir des clients de design industriel ou comment je démarre une entreprise ?

NB : Ça peut être les deux. Je suis plus intéressée par l'autoproduction, je veux dire quelque chose que tu aurais fait seul.

NG : Mon cas est extrêmement particulier. Je te raconte rapidement, j'ai travaillé en free-lance chez moi, pour des clients que je cherchais moi-même et travailler chez moi était très fatigant. Parce que t'es chez toi, c'est ce qui m'arrivait à moi. Et j'ai commencé à cuisiner pour me distraire et je voulais apprendre un peu plus et au lieu d'aller dans une école, il m'était arrivé plusieurs fois ... d'aller aux usines pendant une semaine ou un mois pour apprendre. Une fois j'ai fait de la céramique, je suis allé chez un menuisier. Une fois je voulais apprendre sur des machines, et en fait on apprend 300 fois plus vite comme ça qu'à l'école. J'ai donc proposé à un restaurant près de chez moi de travailler gratuitement en échange d'apprentissage, pendant 4-5 heures par jour du lundi au vendredi, avec la possibilité de m'absenter si un projet ou quelque chose devait m'occuper plus

d'heures. Eh bien, heureusement, c'était un très bon restaurant, je ne le savais pas. C'était un très bon groupe de personnes, ce qui m'a aidé. Et je suis resté là pendant 6 mois et j'ai appris à cuisiner, d'une certaine façon j'ai été mon meilleur client. Parce que quand un client vient te voir d'une entreprise pour te parler, par exemple, un client qui fabrique des articles médicaux pour hôpitaux, des lits ou quelque chose, il vous demande de concevoir un produit, d'améliorer un produit, quoi de mieux que d'aller à l'hôpital, le parcourir, le vivre pour comprendre mieux les circonstances, non ?

Ensuite, sans me rendre compte, en travaillant dans le restaurant c'est comme si un fabricant de poêles m'avait embauché et qu'il m'avait dit : « Nicolas, vas travailler dans un restaurant pendant 6 mois pour comprendre ce qu'est-ce qui manque ou qu'est-ce qu'il y a en trop dans une poêle. ». Alors en apprenant à cuisiner et en vivant dans un restaurant, tu remarques de nombreuses circonstances, auxquelles sont soumis les produits pour cuisiner. Il y avait une casserole française en particulier qui est semblable à la mienne, mais rivée, et c'était un produit magnifique.

Et ici elle n'était pas vendue. Et ce qui était bien c'est toutes les exigences qu'elle accomplissait... lorsque qu'un produit va à l'évier, la personne de nettoyage doit tout laver, c'est toujours un endroit où elle les choses font l'objet de beaucoup de maladresse. Car bien sûr laver tous les jours dans un restaurant n'est pas quelque chose que personne souhaite. De plus, il y a toujours une ambiance très difficile là-bas, en plus de l'humour des cuisiniers. Les choses tombent, se cassent, se rayent. C'était un produit qui résistait toute, les mauvaises humeurs, et tout accident qui peut y arriver et elle cuisinait parfaitement bien et elle avait un prix raisonnable. Elle réunissait tout ce qu'un produit a besoin et en quelque sorte elle était libre de tous les fétiches de la gastronomie. Si elle est en cuivre ou téflon (...) [Mot qui ne se comprend pas] Alors, je compris qu'il serait un excellent produit à fabriquer. Et puis je me suis rappelé que lorsque je commençais il y avait une phrase que on m'avait dit, avant de commencer un projet, qui peut être utile à tout le monde. Elle est très utile pour moi, c'est "la simple attitude de partager quelque chose de bien". J'étais dans le restaurant, et ce produit était excellent, économique. Et pour une raison ou un autre elles n'étaient pas vendues en Argentine. Alors ce qui m'est venu à la tête ... J'en ai acheté une à l'étranger lorsque mes parents ont voyagé, ils m'ont ramené une des États-Unis. Et quand je l'utilisais chez moi, chaque fois que je cuisinai je me disais : « Quel dommage que personne ici ne peut en avoir, parce que honnêtement c'est un produit exceptionnel. »

Je pense que la phrase de « quelque chose de bien » que tu puisses consciemment ou avec certains critères comprendre que c'est quelque chose de bon pour les autres, quoi de mieux que de le produire. Et si vous pouvez lui donner une part d'innovation, encore mieux. Alors j'ai commencé à les fabriquer.

C'est un peu ça l'histoire. Ensuite, quelle est la meilleure méthode pour commencer, je ne sais pas ... J'ai choisi de le faire très lentement. Il y a des gens qui aiment emprunter de l'argent, et ouvrir le lendemain avec une grande fanfare. Je suis et a toujours été réticent aux dettes, donc je savais très bien que si j'allais faire quelque chose j'allais le faire progressivement et avec une croissance logique. J'ai donc commencé avec 15.000 pesos, j'ai fabriqué 100 unités, j'en ai vendu 50. J'ai fabriqué une nouvelle matrice, j'ai fabriqué 100 unités de plus, je les ai vendues, puis j'ai fabriqué 200 unités, je les ai vendues, après 400, je les ai vendues. Je suis passé en 3 ans d'une première fabrication de 100 unités à fabriquer entre 1500 et 2000 unités aujourd'hui à chaque fois avec mon propre argent. C'est à dire que je n'ai pas emprunté de l'argent à personne.

NB : Et ce nombre est annuel ? Mensuel ? Quelle est la fréquence de fabrication ?

NG : Nous vendons 4500 par an. L'année dernière nous avons vendu 4500. Cela fait une moyenne de 300 par mois. Mais habituellement je commande la fabrication 3 ou 4 fois par an. Maintenant que nous sommes en quelque sorte plus doués, pour moi l'idéal serait de réduire ... c'est à dire fabriquer une ou deux fois par an. Surtout parce que la fabrication est un mouvement du fer à une logistique complexe. Et même si le procédé de fabrication est très rapide, figure-toi que si je finis mon stock aujourd'hui, en trois semaines j'ai tout fabriqué. Ça va vite pour moi. Si on me pose la question, je préfère l'avoir en stock, que de vendre au jour le jour. C'est donc la méthode que j'ai choisie pour entreprendre. Partager quelque chose qui me semble bon pour les autres, comme base conceptuelle, je trouve que c'est bien. Et puis j'ai choisi le chemin des ventes sur Internet parce du fait de ne pas passer par les grossistes je peux me permettre de vendre mon produit au prix du grossiste.

NB : Je suis désolée de t'interrompre une deuxième (bruit d'aspirateur). Tu disais que la fabrication était en pleine croissance.

NG : J'ai vendu seulement en ligne parce que ... eh bien en Argentine, je pourrais vendre à un grossiste à des magasins, et a choisi de faire en ligne. Le prix de grossiste mais pour public final. Ça me permettait d'avoir un excellent prix et que les gens puissent acheter par là et en quelque sorte ça m'a épargné de toute la dynamique du grossiste. Mon père, était grossiste dans une maison de cadeau. Les maisons de cadeaux ici sont les endroits où sont vendues des assiettes, des couverts, pour la maison. Il importait d'Europe ou de Chine et les vendait ici. Et je travaillais avec lui, je connaissais la dynamique du grossiste. Et même si cela semble plus pratique en nombre, par exemple, je fabrique 1000 et distribuerai 100 à chaque grossiste, malheureusement dans la vie quotidienne cela ne fonctionne pas bien. Il y a une série de complications, qu'ils payent par chèque, ils vous demandent des faveurs, ils te demandent de baisser tes prix, et demain c'est le grossiste qui a le 50% de ta

production, et il finit par mettre règles. C'est à dire que tes ventes dépendent de ces gens-là et pas de tes clients. Alors, lorsque l'économie tombe, en quelque sorte, tu ne peux rien faire parce que tu veux faire une offre pour obtenir vos clients et ton seul point de vente sont les magasins. Je vends uniquement sur internet et dans mon magasin. Mais là où on a le plus de vente c'est en ligne. À chaque fois que je veux raconter quelque chose je l'envoie à tous mes clients directement sur leurs 7000 boîtes mail.

Par exemple, nous n'avons jamais payé de publicité, nous avons seulement Instagram et Facebook, et depuis que nous avons commencé, nous avons un chiffre d'affaires qui augmente progressivement, mais qui ne nous surprend jamais, tu sais. Nous savons que chaque mois nous avons un niveau de base et cela dépend de nous si nous souhaitons l'améliorer ou pas. Ainsi, par exemple deux fois par an, nous faisons ce qu'on appelle la vente de seconde, qui sont tous les produits qui ont mal tourné dans la fabrication. Ils sont vendus à moitié prix, mais nous les faisons de mieux en mieux, il y en a donc moins à moitié prix. Nous avons toujours aux alentours de 300, et la dernière fois nous en avons eu que 100 qui ont mal tourné, c'était trop peu [pour faire la promo]. Nous avons donc décidé de mettre 400 poêles de première qualité, c'est à dire 500 unités à moitié prix. Nous l'avons raconté à tous nos clients par courrier. Nous avons dit, bien, mardi à 10h00, commence la vente de seconde en ligne. Et les 500 unités ont été vendues en 10 minutes.

NB : Wow !

NG : C'est un nombre énorme pour nous. Je pense que le pari a marché au moins à ce niveau-là. Beaucoup de gens me disent que si j'avais vendu aux grossistes aujourd'hui je serais beaucoup plus grand, mais je pense que, c'est peut-être vrai, mais je aujourd'hui, même si j'étais bien plus grand, j'aurais beaucoup plus de soucis en tête et beaucoup plus de mauvais sang et je ne serais pas propriétaire de mon entreprise, mais je serais dépendant d'un tiers.

NB : Bien sûr, et j'imagine que les marges sont également différentes.

NG : Elles sont différentes, mais lorsque la vente grossiste est tellement grande, même si tu as des marges plus petites, tu auras probablement un gain plus élevé. Parce que je peux vendre 1000 à des grossistes et gagner 10 pesos et 100 au détail et ne gagner que 50, mais [je vends] d'une autre manière. Le mauvais sang pour moi est beaucoup plus élevé. Par l'expérience avec mon père et de petits cas, nous avons eu.

D'autre part il y a la satisfaction personnelle quotidienne. Quand un client vous écrit ou vous appelle ou vient au magasin, vous avez le message direct d'une personne qui est heureuse de ce qu'elle a acheté, qui vous dit ce qu'elle a fait avec. Et quand vous vendez dans la dynamique du grossiste vous traitez tous les jours avec quelqu'un pour qui tout ce qui compte est d'avoir le

plus de revenus possibles. Au-delà des profits, c'est ce qui donne forme que ta semaine. Tu peux te lever le matin, du lundi au vendredi et passer toute la journée à parler aux clients que tout ce qu'ils veulent est un produit de gain plus élevé du produit qu'ils t'achètent, ou tu peux te lever tous les matins, et c'est ce qui nous arrive aujourd'hui, tu écoutes les gens qui viennent acheter un cadeau parce qu'ils l'ont aimé lorsqu'ils l'ont utilisé. Les gens qui sont heureux avec le produit qui aiment comment ils ont fait l'œuf frit. Ce sont toutes les choses positives.

J'ai laissé de côté les négociations de tous les jours avec les grossistes qui me fatiguent et qui ne m'intéressent pas. Je me dis : « Eh bien, je préfère gagner un peu moins, être en paix, je ne dois de l'argent à personne. » Et en même temps se sentir un peu la satisfaction des gens qui, finalement, je suis heureux parce qu'il c'est vraiment ça la fin : faire un bon produit qui fonctionne pour beaucoup de gens. L'argent est bien sûr utile pour tous, mais cela reste un moyen pour mieux faire les choses ou plus et d'autres produits, car l'idée est de faire d'autres choses.

NB : Bien. Ton produit est un produit de fabrication semi-industrielle ou semi-artisanale, qui est entre les deux, penses-tu qu'il a un espace sur le marché international ?

NG : Oui, je pense qu'il a. Aujourd'hui, depuis ces trois années ce sont déjà 19 pays auxquels nous vendons. Principalement aux États-Unis, surtout par la culture d'achats sur Internet qu'ils ont et le fait qu'ils sont 200 millions que tout le monde peut acheter ce produit pour le prix que cela signifie. Et parce que nous avons apparu sur un blog de gastronomie très important là-bas, où ils utilisent nos produits dans leurs vidéos de promotion. Les gens ont commencé à demander quel était ce produit parce qu'il attirait leur attention de voir une casserole sans rivetage. Et à l'étranger aussi. Je vais bientôt aller en Espagne le 25 Avril, et mon idée est de 3 semaines durant essayer de les introduire dans le marché là-bas. Parce que l'Amérique est un bon créneau où ils sont insérés, de la même manière que l'Argentine il y a une sorte d'inertie.

Je veux dire que cette année depuis que nous avons commencé tous les deux jours nous vendons une poêle à l'étranger, principalement aux États-Unis. Sur 10 qui quittent le pays 9 vont aux États-Unis. Et cela pourrait être beaucoup plus encouragé. Ce qui se passe c'est que vous trouvez beaucoup de choses qu'on apprend au fur et à mesure qu'on grandit et je pense que c'est la meilleure façon d'apprendre. Il serait très ennuyeux de faire de la publicité, et d'avoir à commencer à vendre des milliers à l'extérieur et se retrouver limités par de petites charges pas prévues. Par exemple, lorsque nous avons fait la vente en Décembre l'année dernière, de nombreux américains ont profité de l'offre. En conséquence, nous avons eu environ 70 envois à l'étranger en un seul jour, et nous ne savons pas est qu'il y a une loi qui limite les envois DHL jusqu'à 1000 \$ par jour. Du coup

Ensuite, nous ne pouvions pas envoyer les 70 le même jour. C'est devenu un goulot d'étranglement. Il est donc préférable d'apprendre ces choses peu à peu. Je pense qu'elles se vendraient bien à l'étranger. C'est un produit très « distillé », c'est l'expression basique d'une poêle. Tu peux avoir des poêles avec d'autres qualités, mais personne ne peut nier que ce produit remplira sa fonction, et il sera éternel. Ce qui est quelque chose que nous aimons. Alors, espérons en vendre de plus en plus.

NB : Est-ce que la restriction sur DHL vient du gouvernement ? Ou d'ailleurs ?

NG : Je pense que c'est le gouvernement, mais je pense qu'il ça vient aussi de DHL. Parce qu'ils savent qu'en Argentine, ils ont besoin de deux avions par jour pour d'envoyer tout ce qui est communément envoyé. Donc, si tout à coup il y a 4 entreprises qui du jour au lendemain arrivent avec plus ... et qu'ils ont besoin d'avoir 3 avions, ils sont déstabilisés dans leur logistique. Ils ne peuvent plus garantir les délais qu'ils disent qu'ils prendront. Mais c'est un mélange, une partie du gouvernement et une partie de DHL.

NB : As-tu eu une expérience dans des salons internationaux ?

NG : Oui, nous sommes allés à New York, mais n'a pas été très bien. Mais je pense qu'il était assez ... et après avoir parcouru le salon, et ayant déjà participé Nous pouvons participer à des salons commerciaux et de tendance, comme celle dans laquelle nous avons participé, et d'autres qui sont issus de commerce montre où les gens vont directement à faire des affaires. Le salon où nous sommes allés c'était plus un salon de tendances, alors les gens se baladaient et regardaient et très occasionnellement il y avait un client intéressé.

Nous voulons participer à un salon en Allemagne, appelée Messe Frankfurt. C'est très difficile d'accès parce que des gens de partout dans le monde y vont et ça se remplit très vite. Voilà où nous commencerions à voir les grossistes, mais à l'étranger, il me semble que les choses sont plus concrètes et tout fonctionne plus facilement et il n'y a ce truc de du profit de l'Argentine ou qu'ils soient là à sonner à ta porte. Tout passerait par mail. Nous évaluerons à ce moment-là l'option grossiste, mais je ne sais pas. Si vous me demandez, je préfère rester comme ça.

Puis ici si nous participons à plusieurs salons.

NB : De quel genre ? Puro Diseño ?

NG : Non, pas ça, on ne les aime pas celles-là et on ne pense pas que notre produit soit catalogué produit de design. Ça me dérangerait que les gens l'achètent pour cette raison. Pourtant, il y a des gens qui l'achètent. L'autre jour, quelqu'un est venu qui n'avait aucun problème à le dire. Il a dit, « je prendrais toute la ligne parce que j'aime cette question visuelle de la plus petite à la plus grande et à part parce qu'il est un produit de très joli et je souhaite l'accrocher dans ma cuisine. » Et à aucun moment il a parlé de s'il en avait besoin ou pas. Les gens les achètent pour

les raisons qu'ils veulent, moi ça m'est égal, mais je n'aimerais pas le cataloguer cette façon. Comme si la fonction principale d'une poêle d'être de « design », lorsque le mot design est utilisé comme caractéristique plus snob que fonctionnelle. Et je pense que *Puro Diseño* joue beaucoup avec ça. Nous avons participé à des salons de gastronomie, du genre LE grand salon de la gastronomie et des fournitures pour les restaurants et hôtels appelé « Hotelga ». Alors, les gens y vont pour la simple fonctionnalité et pour les besoins de base. Une personne veut ouvrir un restaurant et il doit acheter de nouvelles pièces pour son restaurant parce qu'il veut l'améliorer ou le moderniser, il va au salon et là il a le fabricant de fours, de plaques, de casseroles, de ceci de cela. C'est beaucoup plus brut et réel, c'est ce que j'aime moi au niveau des clients. Nous avons participé à des foires alimentaires, des événements de quoi que ce soit où les gens vont manger, où il y a des foodtrucks et nous sommes à côté. Alors, en quelque sorte, tout est beaucoup plus symbolisé par la nourriture et non l'environnement du design. Alors les gens qui y vont, la première raison d'y aller c'est pour manger bien, s'amuser en plein air, ils veulent avoir un mode de vie sain, passer un bon moment, ce sont des valeurs que je préfère. Du coup nous nous entourons plus ces gens-là plutôt que d'autres.

NB : Comment qualifies-tu tes fabricants ? Tu l'appelleras une production industrielle ou semi-industrielle. Où avez-vous mettrais-tu les fabricants avec lesquels tu fais ton produit ?

NG : Pour moi, c'est semi-industriel. Parce qu'ils sont à petite échelle, parce qu'ils sont discontinus et parce qu'il y a encore les étapes du produit fabriquées à la main, ou qui nécessitent une intervention manuelle. C'est établi par le critère d'un opérateur et par une machine. Ainsi, l'opérateur ne doit pas seulement fonctionner, mais il doit aussi prendre des décisions dans la phase de production, dans le processus de production. En ce sens, si je comprends bien, ce serait semi-industrielle.

NB : Quel serait l'avantage de travailler de cette façon ? Ou les difficultés de travailler avec ce genre de production ?

NG : Pour moi, il a des avantages et des inconvénients. Les avantages sont que tu peux faire de petites quantités, tu peux en quelque sorte tenir compte des temps et tu peux suivre de très près.

(Seconde coupure audio- temps indéterminé)

[...] avec le fabricant il me semble que... mais je pense qu'il y a des avantages et des inconvénients. Ce qui est un peu comme l'injection plastique et la céramique. La céramique est tout à fait artisanale, l'outillage est moins cher, les matrices ne sont pas chères, la matière première est légèrement plus chère et la main d'œuvre est plus chère, mais dans la fabrication d'une pièce, tu peux l'avoir entre les mains dans une semaine si tu veux. Fabriquer 100 va prendre beaucoup de temps car le travail est

très manuel. Si cette même pièce, un bol par exemple, tu le fais en injection plastique, peut-être que la matrice tu l'auras dans 1 mois, mais à faire 1000 prendra une journée, tu comprends ? Je pense que la différence entre dans mon cas entre semi-industrielle ou industrielle c'est la même, même si méthode de production est similaire.

NB : Comment tu vois le design en Amérique latine, par rapport au design européen ?

NG : Je l'ai souvent parlé de cela avec d'autres personnes. Je pense que de plus en plus les produits ou les designers ne se concentrent plus sur une région, mais dans l'intention que chaque designer industriel. Je pense que les designers industriels d'aujourd'hui sans se rendre compte, ou certains oui, finissent par se regrouper par intention ou par la manière dont ils font du design plutôt que les caractéristiques du pays auquel ils appartiennent.

Avant il y avait un design italien, design scandinave, design des Etats-Unis. Il me semble que [c'était] parce que la mondialisation était plus limitée. Ensuite, les pays ayant la possibilité de communiquer entre eux, ils prêchaient les mêmes lois du design parce que c'était ce qu'ils connaissaient. Aujourd'hui, je me sens plus identifié à des designers industriels de différents pays et j'y vois leurs dans leur produits la même façon d'agir ou de penser que je pourrais avoir. Même s'ils travaillent dans des sociétés de très haute qualité ou des designers communs comme moi. Je dirais qu'il n'y a plus actuellement de design régional. Je pense que les designers industriels qui réussissent à se démarquer dans le monde communiquent quelque part avec une intention. Avec un objectif différent. Par exemple, un designer de voitures, peut avoir une intention beaucoup plus provocatrice au moment de créer et laisse de côté les améliorations de la production. Dans le cas du design automobile tout est du « styling ». Donc en fait l'accent est mis sur la provocation, dans l'utilisation des ressources, dans l'innovation. En revanche, d'autres entreprises telles que le cas des ordinateurs Apple, qui est design industriel très caractéristique, tu te rends compte qu'il y a un design industriel va en profondeur dans la méthode de production et sa résolution. Ils ont même fait un changement radical lors de la fabrication des ordinateurs de les fabriquer en aluminium. Je pense qu'il y a beaucoup de gens qui sont d'accord avec cette intention de faire du design que celle de connaître un produit à fond et le dessiner de 0. Ici c'est un peu comme ça. Nous avons un groupe de collègues de design industriel et si tu me demandes, nous n'avons pas tous une chose en commun qui nous caractérise comme design industriel argentin ou latino-américain.

NB : Tu veux dire par l'esthétique ?

NG : Non, par la façon de travailler. Tout à coup, il y a des groupes qui font du plagiat. Ils copient d'autres designers étrangers. Ils les prennent comme référence et les modifient un

peu. Et pour eux, c'est une manière de faire du design. D'autres par exemple ... J'ai des groupes très définis sur ce qu'ils peuvent venir à être. Il y a des gens qui sont vraiment inquiets, comme moi, d'essayer de toucher à tous les domaines du produit ou de la vie produit. D'une certaine manière il y a un besoin, il y a une soif de voir ce qui peut se faire ou pas avec la matière première jusqu'à sa fin. Ensuite, vous avez le cas de Heidi, les gens qui sont plus à l'aise sur le plan conceptuel. Elle pourrait s'ennuyer de courir tous les jours après la production, ou du détail et est beaucoup plus du côté des propositions. Elle peut se sentir plus identifiée à la façon faire du design d'autres que peut-être la région. Voilà pourquoi je ne sais pas si nous pouvons aujourd'hui identifier les caractéristiques du design industriel latino-américain. Si les difficultés et les circonstances de la vie quotidienne dont nous parlions avec toi, sur la façon dont une idée est menée vers l'avant. Mais ces difficultés je les aurais autant que celui qui copie. Alors, si quelqu'un veut copier quelque chose il aura les mêmes problèmes que moi, peut-être un peu moins, car il économise des étapes. Donc, malheureusement, je pense qu'il n'y en a pas. Ni en Amérique Latine ni ailleurs. Si aujourd'hui on prend des designers italiens, je ne pense pas qu'ils soient tous regroupés sous de caractéristiques pour les nommer design italien. Je pense que le seul style de ces derniers temps est celui des pays scandinaves. Parce qu'ils ont tellement de souci du détail et de la forme et ils sont aussi exacts, pour moi avec tout ce qu'ils font, il me semble que c'est le dernier vestige de regroupement régional de designers industriels. En outre, les dernières choses que j'ai vu par-dessus des étudiants ou des jeunes designers, je pense que malheureusement ils sont en train de le perdre.

Je pense qu'avant, avec leur climat et situation géographique ils étaient si isolés et la nécessité était si urgente que, s'ils ne faisaient les choses bien ils mouraient de froid ou autre chose. De plus leur grande capacité intellectuelle ou de la capacité de l'ordre social qu'ils ont réussi à améliorer le design industriel. Je me demande si la mondialisation n'a pas un peu.... Je ne sais pas, ce sont des visualisations générales. Je ne sais pas si c'est exactement comme cela.

NB : As-tu un référent, un designer en Amérique Latine ou en Europe, ou les deux ?

NG : Oui, ça fait un bout de temps que je ne regarde plus. J'ai les classiques de ma vie. En Argentine, il y en a un appelé Francisco Gomez Paz, je ne sais pas si tu le connais ?

NB : Oui, il travaille en Italie.

NG : Il travaille en Italie, il vit en Italie. Je l'aime bien parce qu'on remarque un chercheur et un gars qui va au fond de tout ce qu'il fait. Parfois, il fait des choses que j'aime bien, et parfois pas, mais j'admire cette recherche qu'il mène pour concevoir un produit. Ici en Argentine, si tu demandes par rapport à ceux qui vivent ici, il n'y en a aucun qui génère ce genre d'admiration en moi. Il y en a

beaucoup qui dessinent correctement, mais que je suive comme pour celui-ci, non.

À l'international j'ai les classiques internationaux. Jonathan Ive, le designer d'Apple. Marc Newston, qui travaille plus indépendamment. D'une certaine façon ces deux sont très synthétiques dans leurs formes et j'aime beaucoup. Philip Stark j'aime parfois, Dieter Rahms j'aime aussi beaucoup, c'est un Allemand. Ron Arad ... Rod Arad et Philippe Stark sont beaucoup plus du côté artistique, mais c'est bien de briser un peu, ne pas être tout le temps dans la réflexion de l'efficacité maximale et peut-être mettre un peu de poésie au produit. Voilà très vite mes référents ou les gens que je suis de temps en temps.

NB : Et dehors de l'Argentine, mais en Amérique latine, tu as un designer en vue ?

NG : Je n'en connais pas. Avant je regardais tous les jours le journal de mon pays et aussi call 77. Ce fut une dynamique qui j'avais parce que j'aimais être à jour. Depuis que je travaille avec ce projet, à cause des temps ou pour d'autres raisons, j'ai perdu l'actualité du design industriel. Il y en a sûrement, mais je ne les connais pas, donc je ne peux nommer aucun.

NB : Eh bien, je tiens à te remercier pour ton temps et la gentillesse pour répondre à toutes les questions. J'ai enregistré la conversation pour ne pas passer tout e temps à prendre des notes pendant l'entretien. Je vais retranscrire l'interview. Ça a coupé quelques fois, il y aura donc quelques lacunes, mais je vais te la passer pour que tu puisses voir s'il y a quelque chose que j'aurai mal compris, tu peux faire des corrections. Et quand j'aurai terminé le mémoire je pourrai aussi te l'envoyer si ça t'intéresse. Je voulais te demander si j'ai des doutes, en particulier parce qu'une partie de l'audio a coupé si je peux t'envoyer un mail ou un message pour clarifier des choses.

NG : Oui, bien entendu. Tout va bien, quand tu voudras. Et pour le reste... c'est à dire c'est de l'information, des les pensées personnelles, tout va bien. Ça serait amusant de voir la version finale du mémoire. Mais je vous dis que s'il y a une erreur, je ne suis pas un homme politique, c'est ce que je veux dire. Je ne pense pas qu'il n'y aura pas de représailles, donc pas de problème.

NB : Eh bien, je te remercie. Je te le dis de toute façon afin de faire les choses correctement.

NG : ok.

NB : Merci beaucoup. Je te souhaite bonne chance avec ton entreprise. J'espère qu'un jour je puisse m'acheter une de tes poèles. Je suis à Paris. Si jamais tu viens en Europe et que tu passes à Paris, fias-moi signe et je t'offrirai un café ou quelque chose.

NG : Ok.

C. ENTRETIEN À SEBASTIÁN ROZAS

Sebastian Rozas est l'un des fondateurs du studio chilien Great Things to People (Gt2P), un studio d'architecture et design qui travaille avec des techniques artisanales du Chili et des techniques de fabrication numérique. Cet entretien a été réalisé par Skype le 25 Mars 2017 à 15 :00 heures (Paris).

1. Transcription originale

SR: ¡Qué gusto verte!

NB: ¡Sí, igualmente! Hace muchos años. Creo que fue en el 2010 que los conocí.

SR: ¡Sí, hace un resto!

¿Oye, y que estás haciendo? ¿Tú estás estudiando un posgrado allá? ¿Tú ya no estás en Argentina, cierto?

NB: Me vine a Francia hace unos 6 meses. En agosto me mudé para acá para hacer la maestría. Estaba en Argentina, estuve en Córdoba un tiempo y después me fui a Buenos Aires y de Buenos Aires me vine para acá.

SR: ¿En qué lugar estás estudiando?

NB: En la Sorbona, en París¹. La maestría está orientada a Diseño Artes y Medios. Es bastante teórica, conceptual.

SR: ¡Ah! Aquí lo veo. Dice Design, Medias, Technologies. En la Université Paris 1 Panthéon Sorbonne. Creo que ya lo encontré.

¿Y cuánto tiempo dura eso?

NB: Dura 2 años. Yo entré directo al segundo. Ellos tienen dos masters. Uno con orientación (que ellos le dicen) profesional, que tiene más enfoque a UX y UI. Y este que yo hago es más amplio porque te prepara a hacer investigación en diseño.

SR: ¿Y para qué tarea me necesitas?

NB: Te cuento. Este semestre ya estoy terminando. Estoy haciendo el trabajo de tesis. Y he decidido trabajar principalmente sobre el diseño en América latina y su relación a la producción; y en particular su relación a la producción artesanal. Como no hay mucha literatura con respecto al diseño en Latinoamérica, estoy haciendo una serie de entrevistas a diseñadores que conozco de allá, como para hacerme una idea de cómo trabajan. También cómo ven ustedes desde Latinoamérica el diseño. Cuáles son las particularidades del diseño en América Latina. Qué nos diferencia. Me parece que ustedes tienen un perfil con una identidad muy particular y me interesa un montón tener tu visión por parte de GT2P. Yo los vengo siguiendo hace mucho y me parece muy interesante lo que hacen. Relacionan producción artesanal con otras tecnologías, manteniendo su identidad local viva.

SR: Mira, aquí encontré, mientras tú me decías, un artículo que se escribió en la revista diseñá que es una revista que hace la

Universidad Católica. Lo mejor de esa revista es que todos los artículos son descargables.

NB: Buenísimo.

SR: Entonces si tu quisieras descargar algo.. yo sé que en la Católica igual le dan arto al tema de la artesanía. Ése es el artículo que hicieron con nosotros, ahí te lo pegué en Skype. [manda link vía Skype]

NB: ¡Ah, bueno, genial!

SR: Son súper pegados, y les gusta. Entonces puede ser, si uno piensa en buscar algo latinoamericano, ahí está fácil encontrarlo. Aparte la Católica tiene un programa propio de artesanía, que lo lleva desarrollando hace muchos años.

NB: Mira, no tenía idea. En realidad, conozco muy poco lo que se hace en Chile, fuera de lo que hacen ustedes. Esto es otra cosa que hablaba con Heidi. ¿Tú conoces a Heidi Jalkh, cierto?

SR: No sé quién es Heidi.

NB: Es una diseñadora de Buenos Aires. Una colombiana, que está organizando un Habit Lab en Buenos Aires, dentro de un año, me parece. Tenía la idea que ella los conocía a ustedes, pero quizás me confundí.

Bueno, el caso es que, discutiendo con ella, que es una diseñadora con cierta trayectoria, hablábamos de la dificultad de conocernos entre nosotros. Porque muchas veces, si no pasamos por las redes europeas, no es tan fácil...

SR: Es verdad.

NB: ...no es tan fácil saber que estamos haciendo de un lado y del otro. También, nuestra territorialidad hace que es más difícil, ¿no? La distancia que nos separa en términos geográficos es mucho más grande que lo que ocurre en Europa que todos están cerquita, se ven, se cruzan, etc.

SR: Si, están mucho más comunicados.

Mira, rápidamente te busqué las cosas que te pueden servir.

NB: ¡Genial! ¡Muchísimas gracias!

SR: Artesanía UC, es un programa que existe desde hace muchísimos años. Hay una fundación estatal que se creó hace varios años también que se llama Artesanías de Chile y el consejo de la cultura, porque aquí no hay ministerio de la cultura, lo que hay es un consejo. Creo que depende del ministerio de Educación.

NB: Sí.

SR: Y en el consejo hay un área de diseño. Ahí creo que es útil para darse cuenta de la cantidad de cosas que se hacen porque en general, las actividades que crean los diseñadores, ellos las financian. Entonces, como las financian las van...

NB: difundiendo

SR: Exacto, exactamente.

Entonces así se hace más fácil.

Entonces, suponte que la última noticia que aparece ahí es una noticia que nos compete a nosotros porque el día de mañana llegan los hermanos Campana a trabajar acá.

NB: Ah, bien.

SR: Entonces por un lado... Bueno, eso lo podemos repasar después. Vamos a lo que tú necesitas primero y después nos vamos para las orillas.

Para no perdernos tanto.

NB: Dale, perfecto.

SR: Después nos podemos ir por las orillas.

NB: Dale. Yo prepararé unas preguntas. Voy a grabar la conversación, si es que no te molesta, así después puedo transcribirla para la tesis. Yo de cualquier manera, una vez que la transcriba, antes de entregar la tesis te la mandaría para cualquier corrección que desees hacer.

SR: Si, no hay problema.

NB: Bueno, perfecto.

¿Podríamos empezar por que nos cuentes brevemente a qué se dedica GT2P?

SR: GT2P es un estudio de arquitectura y diseño. Realiza proyectos en un espectro bastante amplio que va desde la creación de piezas de diseño coleccionables a crear piezas que forman parte de edificios públicos. Un espectro bastante amplio que atraviesa también objetos que son de diseño, de arquitectura y suministra esos elementos para la construcción. El centro de la oficina se basa en la mezcla o la integración de conocimientos de diseño digital, de fabricación digital, con historias y materiales que son propios de nuestro país. Va por ahí la cosa.

El vínculo está en que cada cosa que se crea realmente responde, más que a un *brief* o a algún objetivo, responde como a una historia que logra concatenar en la forma, en los materiales, en la tecnología con que se produce. Entonces es sumamente importante para nosotros entender que lo que nosotros estamos produciendo también tiene la capacidad de comunicar, alguna idea, alguna preocupación que va más allá de la simple respuesta de un objeto de diseño.

Entonces uno podría distinguir que el tiempo de la oficina, hay distintas etapas. Hay una primera etapa, que fue la que tu conociste, que estaba mucho más orientado al diseño paramétrico y la fabricación digital con una mirada que tenía que ver con la irrupción de nuevas tecnologías y que probablemente esas tecnologías por sí solas serían capaces de crear algo nuevo, solucionar problemas, etc. Luego de esa primera etapa, después de exhibir en Estocolmo, en el año 2010, nosotros nos dimos cuenta que en cierta medida la tecnología es algo que es bastante homogéneo al final. Osea, si uno se centra en la expresión tecnológica de las cosas, uno se puede volver muy parejo. Entonces el cambio que hicimos fue principalmente mirarnos a nosotros mismos. Mirar a nuestro país y ver cuáles eran los potenciales que tenía. Y ahí existió un cambio. Como que del simple diseño de los objetos a entender que una

manera de producir tiene que ver con el lugar en donde uno está.

NB: Claro.

SR: Entonces ahí ocurre el primer cambio. Que es una visión tecnológica contemporánea con una visión tecnológica que podía ser anterior. Por eso pasa a ser una artesanía digital, en la cual nosotros también nos involucramos más con los procesos de producción de otras personas y los incorporamos para aprender. Es así como empiezan a aparecer piezas de cerámica y piezas que no son blancas, no son tan puras, no son tan pulcras, pero si responden a la manera que nosotros tenemos y producir con los conocimientos que aquí existen e integrar.

Cuando nosotros estábamos haciendo eso, empezaron a llegar los primeros trabajos de arquitectura. Pero principalmente mirando la capacidad de darle forma a una idea que no era nuestra. No sé, se acercaba un amigo arquitecto y nos pedían diseñar para ellos y desde siempre hemos trabajado. Ahí está la página en donde se ven esos trabajos (<http://cargocollective.com/shapeAC>). Nos creamos hasta una empresa que se llama Shape, que su labor es ser un proveedor para la construcción. Entonces en este tránsito, cuando nosotros llegamos a *digital crafting*. Nos empezaron a llegar encargos de mayor envergadura y encargos que tenían que ver con edificios y hacer la fachada, hacer el revestimiento y cosas así porque ellos veían en los objetos la capacidad de poder crear. Y lo que nosotros hicimos fue escalar eso, como la capacidad de producir. Entonces cuando estábamos en este tránsito, empezamos a sentir con mayor fuerza lo que produce la tecnología en términos de ponerte homogéneo con los demás.

NB: Si.

SR: Entonces hubo un siguiente punto de inflexión, que fue con la colección *Losing my America*.

NB: Si.

SR. *Losing my America* es un proyecto... yo te estoy contando todas sus partes para que se entienda bien. Y me lo sé bien porque hablamos en Capetown hace unas dos semanas. [se ríe]

NB: [me río yo también]

SR: Hubo un punto de cambio el sentido que en la medida que más nos involucrábamos con la artesanía o personas que trabajaban en otro ámbito de producción más local, nosotros empezábamos a sentir que habían distintas vías. Por un lado, la tecnología empezaba a homogeneizar todas las cosas, la tecnología empieza a dejar de lado los elementos más funcionales. Por ejemplo, es muy difícil de encontrar producción cerámica porque ya todo se compra, se importa.

NB: Si.

SR: Y junto con eso empezamos a ver qué acerca de la artesanía había una visión que está principalmente basada en los objetos más que en las personas que realizan la artesanía. Entonces a nosotros eso nos hace un poco de ruido porque si tu solo te

concentras en las piezas, vas a tener una colección museística. Pero lo importante para producir las piezas es que existan personas que sepan hacerlas.

NB: Por supuesto.

SR: Entonces el proyecto *Losing my America* se trata de la creación de piezas colaborativamente con los artesanos de modo de contar una historia en la cual nosotros podemos decir que hay una parte que somos originales y hay otra en la que nos empezamos a poner homogéneos. Por eso es que cada pieza tiene una parte que tiene como la resolución original del objeto y la otra disminuye en resolución. Y siempre se va triangulando, enfatizando la idea de que se están pareciendo. Entonces el mayor desafío de éste proyecto es, un proyecto que también fue financiado por el Concejo de la Cultura, digo también porque anteriormente nos han financiado varias veces, exigir de nosotros hacer una investigación práctica de cómo hacer esto porque la técnica que tenía la empresa no servía directamente para hacerlo. Entonces había que crear para cada elemento, crear un proceso productivo para poderlo ejecutar.

Parte de nuestra obsesión era cómo lograr un proceso para lograr este objeto pero que sea producido por el artesano, no por nosotros. Teniéndolo asumido se tomaron todas las piezas y se escanearon en 3D. Se desarrolló un algoritmo para que la pieza pierda resolución. Y esa pieza, éste modelo 3D que perdió resolución se trabajó de distinta manera. Entonces por darte un ejemplo. Las piezas de cerámica, hay unas que se hacían en torno, otras las modelaban directamente a mano. Finalmente terminaron haciendo moldes de silicona en los cuales ellos como que metían la mano e iban empujando desde adentro la cerámica. Hubieron muchas interjecciones. No salió de la primera.

NB: Claro.

SR: Hay un tipo repujaba ollas y había que hacerle una tapa triangular. Lo que se hizo fue un molde de CNC, molde y contra molde, entonces se ponía la lata, el cobre caliente al medio se hacía como un bastidor. Se bajaba, todo se golpeaba y la cuestión tomaba la forma.

NB: Claro.

SR: Pero era un ida y vuelta porque primero hicimos uno que tenía unos triángulos muy pequeñitos, y no se dibujó nada. Entonces hubo que hacer otro molde, la resolución era más grande, y bueno hubo que hacerlos de nuevo.

Hay uno bien bonito que es una señora que está horneando pan. Es muy interesante porque éste es mucho más latinoamericano. Porque la policromía llega a Sudamérica con los españoles y se asienta en Ecuador. Entonces en Ecuador está como la gran escuela quiteña de artesanía. Y hay unas monjas que se traen todo ese conocimiento a Chile y cerca de Santiago crean un convento. Entonces las monjas del convento empiezan a crear figuras que son de, como decirlo, de costumbres y hábitos

corrientes. Hay una bien famosa que es una jardinera con los bracitos así, como taza [hace la pose frente a la cámara]

NB: Sí

SR: Hay otra que es una guitarrera... Entonces es bien bonito porque estas piezas empiezan a contar las historias del campo. Entonces buscamos a esa señora y con ella nunca pudimos hacer las piezas trianguladas a mano, no se pudo. Porque claro, los deditos son redondos, no pueden dibujar triángulos. Lo que se hizo es que la pieza es sólo impresa en 3D, y ella la pintó. Le hizo una policromía por encima. Y hay un árbol que tiene unas manzanas. Ella modeló las manzanas, pero trató de hacer las manzanas cubito, pero como los dedos son redondos las manzanas quedan como redondeadas. Y esa cuestión fue una maravilla, ósea fue algo súper lindo. Aparte que involucró, tomando distintas funciones, involucró a toda la oficina. Si piensas que la oficina en un día está haciendo una pieza coleccionable, también está instalando una fachada, como que está muy muy expandido... Para hacer ese proyecto nos tuvimos que concentrar todos, sino no lo hubiéramos podido sacar. Y tuvimos la fortuna que el año antes de exhibirlo, en la galería Gonzalo Hernández, habíamos conocido a Giulio Cappellini a través de Patricia Urquiola. Teníamos unos tarritos de porcelana blancos que estábamos exhibiendo y vi pasar a Patricia Urquiola y me acerqué y le hablé en español y le dije "Hola, te quiero mostrar mi proyecto." Lo vio y enseguida me dijo: "No me expliques nada, esto es súper lindo. Ya regreso, voy a buscar a alguien." Y ella fue a buscar a Giulio Cappellini. Y le dijo: "Giulio, esto tiene que ser para ti". Y nos quedamos hablando con él. Porque Giulio es una especie de Head Hunter del diseño. Giulio nos conoció y al año siguiente él nos facilitó su *showroom* en Milán para hacer el *preview* de esta exhibición que después iba al museo de arte y diseño de Nueva York. Entonces después, cuando ya tomamos el impulso, invitamos a un amigo mexicano, Ariel Rojo y Augusto Requena. La ventaja es que los 3 estudios hacen cosas muy lindas. Igual tienen comportamientos similares porque hacen como el diseño coleccionable, diseño más por encargo y también hacen arquitectura. Los tres también estirados. Y todos programan. Entonces todos encontraron su propia manera algorítmica de producir las piezas y después todo se montó en Nueva York. Esa exhibición sirvió en alguna medida para ver como el diseño paramétrico se volvía en algo utilitario. Ya no era la estrella principal, sino que se trataba de otra cosa.

¿Nosotros empezamos a pensar qué pasaría si lo paramétrico no usara computadores? Entonces empezamos a escribir códigos en los que nosotros seguíamos instrucciones, hacíamos monos a mano. Entonces ahí caímos en cuenta y ahí aparece como la etapa más actual de la oficina que es el *paracrafting*. Que es como se puede hacer el diseño paramétrico sin necesitar del computador o establecer como un modelo de programar piezas sin [palabra imperceptible]. Pero sigue siendo una programación,

no abandona el código de que el manejo de las variables te permite obtener la pieza. Entonces con eso se hace el *Less CPP*, el *Catenary Pottery*, ¿viste?

NB: *Si.*

SR: Ése proyecto fue elegido por la revista *Domus* como el mejor proyecto cerámico del 2014. Después empieza la experimentación de la porcelana con lava. A 2300 grados, cuando la porcelana endurece la lava se empieza a derretir y cuando se enfrían quedan atachados, entonces se pegan. Después se hacen las lámparas que tienen interacción.

NB: *Pero, te hago una consulta técnica. ¿Ustedes ponen la porcelana al horno con la porcelana y pedazo de lava en forma de piedra?*

SR: Con una roquita. En principio era con una roca. Ahora la lava se chanca.

NB: *¿Qué es chancar?*

SR: Chancar es moler, hacerla polvito.

NB: *Si.*

SR: Entonces cuando teníamos eso la directora del Museo de Arte y Diseño de Nueva York nos presenta a Mark Benda que es el propietario de la Galería Friedman Benda, que tiene a Nendo, Hermanos Campana, Andrea Branzi, a varias súper estrellas. Y hubo que juntarse con él y le encantó nuestro trabajo y nos dijo "Miren, todo esto que está aquí, no se lo muestren a nadie. Queda totalmente bloqueado, lo quiero para mí." Y ahí empieza una nueva relación. Entonces con él, es digamos el punto de partida para la materialización del proyecto *Paracrafting*. Y eso es lo que ahora se está trabajando que no sé si has visto, ¿como los pisitos que son de lava?

NB: *Sí, ime encantaron!*

SR: Entonces de lo que se trata ahora es, como compramos un horno alemán que está en la oficina, tu puedes controlar las curvas que se calientan y se enfrían. Entonces en cierta medida nosotros podemos imaginar el efecto que va a tener la lava sobre las piezas: Unas van a quedar más suaves, otras se explotan. Y hay lavas de distintos volcanes... Igual ha sido un proyecto sumamente largo de más de dos años para lograr una pieza. Estaba la intención. Hay volcanes que la lava sale hacia arriba, como estallido, otros que cae por el lado, hay distintas composiciones, se chanca de distinta manera. Tiene infinitas variables. Pero ahora ya hay control que permite armar estas cosas. Ése último objeto que es lo que se lanzó en diciembre, las piezas ya fueron compradas por el MET de Nueva York, por el National Gallery of Victoria y un museo en Denver. Entonces estas piezas alcanzan un nivel de curiosidad que es como museístico.

NB: *Claro.*

SR: Aparte con Mark Benda, el plan ahora es consolidar la etapa del *paracrafting* y en mayo del próximo año tenemos que exhibir nosotros solos en la Galería. Hay que presentar alrededor de 14

objetos. Entonces algunos objetos se hacen en Chile, otros se hacen en Italia, otros se van a hacer en Londres, entonces la cuestión como que ya se dispersó. Pero la ventaja es que la Galería nos da un *fee* mensual solo para trabajar para ellos y también invierte en infraestructura. Nos van a comprar un horno más grande, hay que cambiarse de oficina, etc.

Pero si uno quisiera hablar de que es GT2P y su historia, ahí está. Ésa es.

NB: Wow, es impresionante todo lo que han hecho.

Bueno, las preguntas que te voy a hacer, probablemente se crucen con algunas cosas que ya me contaste.

¿Cómo inician ustedes un proyecto? ¿Cuáles son sus disparadores?

SR: Yo diría que en general estamos casi todo el día disparando. En cierta medida nos damos bastante libertad para pensar en lo que se nos ocurra. Pero yo creo que el verdadero punto de partida es cuando alguien tiene una idea y la ejecuta. Antes de ejecutar la idea, no existe la idea. Te voy a mostrar una foto de algo que estamos haciendo ahora. Nos compramos una impresora de cerámica. Entonces ahora estamos haciendo eso. [Muestra la foto]

NB: Ah, bien.

SR: Es como un fideo.

NB: Sí, sí.

SR: Lo que estamos haciendo es enfrentar la máquina con la gravedad. No es que estemos imprimiendo objetos, sino es que estamos viendo un efecto. Como a partir de ese efecto nosotros podemos crear algo. Entonces el proceso creativo parte por hacer algo, y cuando uno hace algo, lo comparte, porque trabajamos juntos, así pegados todo el día. Entonces el trabajo es siempre compartido. Nos compartimos nuestro trabajo. Cuando alguien llega con algo, el otro se entusiasma, y se empieza a armar el proyecto.

NB: Empieza a sumar.

SR: Y viendo las cosas me doy cuenta que cada paso es con algo ejecutado. Nosotros no nos sentamos a pensar acerca de qué vamos a hacer. Sino que, si yo tengo una idea, voy y lo hago y se lo muestro a los demás y ahí empieza. El trabajo a veces tiene más que ver con que alguien se fije en algún detalle, se obsesiona con eso, va y lo hace. No hay que pedirle permiso a nadie. Obviamente al menor costo posible, nadie se gasta una fortuna en el primer paso. Pero hay que hacerlo. Entonces ponte, el año pasado estábamos haciendo la cuestión de lava y no sé, a mí se me ocurría que talvez los objetos podían flotar y tener patas, entonces llegué e hice una maqueta. Fui a la oficina, la Tami la vio y bueno hagámoslo, probémoslo y así fue. Entonces el punto de partida tiene que ver con tener una idea, hacerlo y correrlo. Y si nos gusta, sigue.

NB: Perfecto. ¿Y que métodos de producción usan en general?

SR: Digamos que todos los procesos CNC. Ósea, corte láser, corte agua, router, brazo robot, impresoras 3D, de plástico, de

cerámica... Ahora estamos haciendo unas piezas torneadas en metal. Es decir, toda la tecnología CNC. Plegado, cilindrado digital. Porque en cierta medida cuando nosotros damos el primer puntapié, el desarrollo que nosotros tenemos en la oficina diría que es un desarrollo que es muy cabezón. Un desarrollo en el que realmente nosotros le ponemos mucho cerebro, porque hay que aprender bastante para lograr las piezas. Y si hay algo que nos gusta es sentir que nosotros podemos lograr la precisión que se busca.

Es una de las cosas que hemos aprendido suponte con *Losing My America*, es hacer que la resolución de las cosas... ponte cuando la señora no puede hacer un cubo porque esta es su capacidad de resolución [muestra los dedos]. Entonces cada elemento que se produce uno tiene que imaginar que resolución va a lograr. Suponte cuando uno pliega metal, los puntos críticos son los extremos porque son donde la máquina tiene menos material para hacer presión. Entonces si uno quiere un ángulo recto, se te puede ir medio grado. Entonces nosotros somos sumamente obsesivos con la idea de que las cosas se manufacturen como se piensan. Por eso el CNC es como nuestro punto clave, y en la oficina quién llega a trabajar, hay como un... como decirlo, como una prueba. Cuando el tipo lleva no sé, dos meses, tiene que diseñar piezas plegadas en acero, y le tienen que quedar como las pensó. Eso requiere, Rhino, Grasshoper, Inventor, fórmula de plegado, la fórmula del estiramiento, con un diseño así 100% acá.

Y en paralelo... yo creo que tiene más que ver con una visión de la tecnología, desde al menos mi punto de vista. No es algo que conversemos nunca. Yo siento que las cosas son similares. La tecnología CNC no vino a remplazar a la carpintería, la carpintería no remplazó a la artesanía, sino que finalmente las cosas combinan. La tarea de uno es hacer, cómo lograr tu objetivo con la mejor integración tecnológica posible. Entonces, los pisos que se están haciendo ahora, se hicieron con unos moldes que son en mdf cortado en láser, para que el tornero a mano, el tronero cerámico tenga como la plantilla para que le queden todas iguales. Finalmente, no se trata del uno o del otro sino de integración. El CNC en lo que te puede ayudar es tener un perfil rectificado. Y el tipo del torno tiene que tener la habilidad manual. Entonces realmente no se trata o del uno o del otro, sino de cómo uno puede ayudar al otro.

NB: Claro.

SR: Claro, los procesos CNC y los procesos computacionales finalmente terminan, muchas veces para nosotros, terminan asistiendo los procesos manuales. Y si al revés se puede, no hay problema. Pero en general, lo que no nos hace problema es la selección de la tecnología. En realidad, lo importante está en encontrar la mejor manera de lograr algo, y ahí elegimos el medio más adecuado no más. Pero no hay una predilección. Aquí el que mejor funciona es el que es. Si el uno es análogo, es

análogo, si el otro es digital el proceso es digital y si el uno ayuda al otro, fantástico. Pero no hay un cepo.

NB: Claro. No hay una separación, como mucha gente separa tipo lo industrial y lo artesanal, y son dos cosas que no tienen nada que ver una con la otra, o lo digital ...

SR: Si, tal cual. Nosotros el tema está totalmente cerrado. Por eso ni siquiera conversamos de esto, es como un tema superado. Entre la industria y la artesanía no necesito saber... lo que importa es lo que produce, como lo hace. No la etiqueta. La etiqueta no es importante.

NB: No, por supuesto.

Vamos a la siguiente pregunta. Qué es el diseño para ti, de manera general. Que es el diseño dentro de la sociedad.

SR: Mira. Mi visión es que el diseño es una disciplina proyectiva, ósea un conocimiento aplicado para proyectar. Y donde impacta lo que uno proyecta tiene que ver con la manera en que se habita y se ocupa el mundo en general. Yo lo ocupo desde la ropa, desde tener un reloj que me organiza, lo ocupo desde tener un techo. Entonces lo que uno está proyectando es la manera en que el ser humano se desenvuelve en el mundo. La señalética te dice para dónde ir. Yo lo tomo por la definición más corta, que es una disciplina proyectiva. Para mi esa es la clave porque la gracia de la palabra disciplina es que es conocimiento aplicado. No es solo saber, no es solo hacer, sino que como tu aplicas ese conocimiento para proyectar algo. Porque desde mi punto de vista, si uno no hace el ejercicio de proyectar y poner en marcha una acción que se dirija a las personas y a su manera de desenvolverse en el mundo yo creo que nos quedamos cortos. Yo creo que estamos haciendo teoría del diseño, estamos haciendo otra cosa, no es diseñar para mí. Para mi diseñar está en la búsqueda de una acción más concreta sobre las personas.

NB: Perfecto. ¿Y cómo definirías ahora al oficio de diseñador en el hacer?

SR: No sé. A mí no me calza la palabra oficio la verdad. Para mi es diseño es una práctica y para practicarlo tú no necesitas ni siquiera ser diseñador.

Si tú estás enfocado en aplicar tu conocimiento en proyectar algo que tenga que ver con tu entorno y el modo en que habitas en el mundo, tú ya estás diseñando. Lo que me molesta de la palabra oficio es que siento que oficio como que tiene sus reglas, como que hay una determinada manera de hacer las cosas y yo no creo que exista una sola manera de hacerlo.

Nosotros damos clases de diseño industrial, recibimos generalmente practicantes de diseño industrial y uno logra distinguir a aquellos que son los oficiosos. Claro, hay unos niños que en la universidad les enseñan que tienen que hacer un boceto. Hay algunos niños que bocetan muy lindo y la resuelven. Pero también creo que me resulta más interesante cuando en realidad como que se ponen la meta, se ponen el

objetivo y luego buscan el medio. Eso es lo que diferencia mi visión con la de tener oficio, porque tener oficio es como hay una manera de hacer las cosas para llegar al objetivo. Yo creo que primero hay que ponerse el objetivo y después encontrar la mejor manera. Para mí la práctica del diseño tiene que ver con aplicar tu conocimiento para proyectar objetos, como cosa general que tengan que ver con cómo se desenvuelve el ser humano en el mundo. En realidad, cuesta pensar que ese diseño no tenga que ver con las personas. El diseño un robot, pero el robot va a mezclar con una cucharita la sopa que tú te vas a comer. Finalmente, quién lo recibe es un humano.

NB: Claro, por supuesto.

Bien. Es muy esperanzador esto que me dices, ya que la escuela francesa es muy del oficio y yo no calzo en el oficio para nada. Habiendo estudiado siempre en la escuela francesa, siempre me sentí fuera del molde. Como, ¿bueno en dónde estoy parada? Y parte de mi tesis tiene que ver con eso también porque mi director de Master es un filósofo muy respetado acá en el medio del diseño, pero es filósofo. Nunca ha estado en la práctica del diseño, y el por ejemplo dice: lo que hace el diseño tiene que ver únicamente con una práctica industrial y está orientado únicamente a la industria. A mí se me ponen las orejas rojas cada vez que lo escucho hablar, y parte de la motivación de esta tesis, es decir, bueno, el diseño no es solo eso, el diseño es algo mucho más amplio que eso. El diseño tiene más que ver justamente con esto que tú dices del poder hacer y el poder hacer con lo que uno puede y con lo que uno tiene a mano, con lo que hay. Porque en muchos casos, por lo menos lo que yo he visto en Argentina, al no tener mucho acceso, o un acceso limitado a un montón de tecnologías, uno termina haciendo con lo que tiene a mano: el artesano de la esquina con el que vas al taller y te pones a trabajar con él para ir desarrollando la pieza como la quieres, y empiezas a reflexionar sobre la tecnología que él usa, a los fines que tú quieres lograr...

SR: Ahora yo creo que es una visión de un país industrializado. Él tiene una visión de un país industrializado. Nosotros tenemos una visión totalmente diferente. Ahora hay una de las cosas... está bien no soy muy lector, pero yo creo que un momento revelador como de la idea que puedo tener acerca del diseñar la lei en un libro que se llama de lo analógico a lo digital que escribe un profesor de Ulm, el caballero que invento los simbolitos de las olimpiadas. Tiene apellido Aicher. En un capítulo, él habla de un filósofo que se llama Wittgenstein, según lo recuerdo, estuve hablando de eso ayer con un amigo en la oficina. Ése filósofo escribió un libro que se llama *Tractatus*. *Tractatus* dice que todo se puede hacer con palabras. Todo se puede describir con palabras, no hace falta un dibujo, no hace falta nada. Y si hay algo que no se puede decir con palabras, no existe. Así, radical. Ese caballero tuvo oportunidad de diseñar una casa con un arquitecto. Y con lo que más se quedó... ósea ya la casa con una

construcción súper racional, pensada, como que escribió un libro antes de hacer la casa, pero en el momento de ejecutar la casa el gallo empezó a entender como medio la vuelta. Y hay un elemento que él diseñó que es una manilla para abrir una ventana. Entonces al tomar la manilla, como girar la manilla y abrir la ventana. En el proceso desde concebir la manilla para abrir la ventana y la ventana abierta y que entre el aire fresco, el tipo entendió como que hay ciertas cosas que no son posibles de describir con palabras y que las palabras no son necesariamente útiles, ni la mejor manera de dar a entender eso. Sino que experimentarlo, juntarse con el forjador, hacer la manillita pensar el tamaño que tiene. Habian ciertos elementos que él no podía pensar desde antes.

NB: No podía anticipar.

SR: Solo al momento de hacer conectó con una manera análoga, porque la palabra es lo más digital que puede haber. Al tener que fabricar un elemento el conectó con el mundo análogo y con una experiencia física, como que entró el aire fresco. De hecho, él cambia, su filosofía cambia radicalmente. Yo creo que, si yo buscara un lugar exacto donde, cuando empecé a pensar de esta manera es en ése libro. Ésa fue la revelación.

NB: Si, de verdad súper interesante.

SR: Y también hay críticas, como Jean Prouvé, que es francés, ¿no? Donde empieza la mano y termina el pulgar. Esto [hace un gesto manual] no lo puedes describir con palabras.

NB: No... Irisa!

SR: Y el partió siendo un forjador y termina armando un [palabra incomprensible]

NB: Claro. Bien, mi siguiente pregunta tiene que ver con Latinoamérica y como ves tú el diseño en Latinoamérica de manera general. ¿Y que lo distinguiría del diseño europeo o americano?

SR: Yo diría que, en principio, creo que poner la etiqueta no está bien. Yo hablaría... porque aparte uno entra al computador y puede acceder a ver lo que hacen en todas partes del planeta. Que es el diseño Latinoamericano o más bien diseño hecho en Latinoamérica. Que se hace aquí, eso es lo que lo distingue. No como con una mentalidad latinoamericana sino al menos el que se hace como en este bordecito que dibuja el continente.

NB: Si.

SR: Ahora, yo diría que es ampliamente diverso, y a pesar de su diversidad mantiene una diferencia muy clave con el diseño europeo y el gringo, que los otros diseños son para la industria. Nosotros diseñamos para cosas que no necesariamente son industria. Entonces claro, te doy un ejemplo. Tenemos un amigo, yo lo conocí la primera vez expusimos en el satélite, se llama Giorgio Bonaguro, diseñador italiano, estudió en el politécnico de Milán, tiene como la línea exacta. El tipo tiene productos como para 8 marcas, pero porque el gallo vive al lado de las marcas. Entonces hoy hace una figurita: "Hola señor Benini, quiero hacer

este figurín en cristal de murano. Le gusta, ¿sí o no?" Entonces es un diseño que está principalmente afectado a la industria. En cambio, nosotros diseñamos, y es difícil saber para qué diseñamos. Tengo artos amigos que estudian arquitectura, entonces le es más fácil saber qué tengo que hacer. Pero siento que, para los otros, incluso para los diseñadores, es más difícil saber que tienen que hacer. Pero al menos con el contacto.

[corte de audio]

Yo de los diseñadores no conozco a ningún peruano. Así directo. Ósea, conozco a un diseñador peruano, pero no distingo en él una práctica particular. No conozco ningún diseñador boliviano. Ecuatoriano sí, que es bien interesante. Ellos tienen un lugar que se llama Reino Studio. Brasileños sí, colombianos sí, venezolanos sí, pero conozco poco. No conozco muchos. Ahora lo que yo sí siento que tal vez pueden compartir tiene que ver con algo que dije un poquito más atrás y es que el modo de asociarse a las personas es distinto. Aquí, la asociación, ósea la familia, tu entorno cercano, tus amigos... porque para nosotros nuestra oficina es como nuestra familia. Es algo en lo que estamos muy unidos. Entonces esa visión de estar todos unidos yo creo que también marca en lo que se hace, la idea que tenemos que hablar de quienes somos, de qué hacemos. Yo creo que sigue siendo importante darnos a conocer no en términos de marketing, sino que cuando tú te das a conocer tu puedes conocer otro y crear amistades. Primero establecer una red, como trabajo en red, no usar la idea de red como algo tan determinado, sino que es algo amistoso, un contacto cariñoso, un contacto amable.

NB: Una relación humana.

SR: Sí, entonces yo creo que, si hay algo en general en los trabajos de diseñadores que yo conozco... Los objetos en muchos casos traen consigo un relato acerca de quiénes somos no con la idea necesaria de imagen, sino que, si tú dices quien eres, puedes hacer un nuevo amigo. Sino no funciona. Claro, que si yo repaso el trabajo de Ariel Rojo que cuenta la historia con su objeto, o en el caso nuestro que la historia es un punto esencial. Pero igual creo que hay personas que se van. Yo creo que Federico Churba es como si fuera un diseñador europeo, no es latino.

NB: Sí, sí.

SR: Yo lo conozco, nos encontramos, nos saludamos, y el tipo se ve como diseñador europeo, diseña como europeo, diseña para las marcas, por eso realmente no me atrae lo que hace porque tal vez yo estoy buscando que alguien me diga quién es. Quiero hacer un amigo. Y tal vez yo siento que él con esa idea de estar tan orientado hacia allá, me cuesta hacerme amigo. Es algo que yo busco en otra persona. Conocí hace poco a gente de Colombia, de Medellín, estábamos con David de Valle, un tipo que está orientado al negocio, pero no por lo orientado al negocio deja de pensar que su compañía son sus amigos, crean

una familia, un lazo fuerte y sin ése lazo fuerte no se crea. Pero no es como desde una visión de MBA, una visión desde alguien que administra negocios, sino que finalmente los recursos que nosotros tenemos a veces no es la tecnología, sino que los recursos son las personas con las que trabajamos. A mí me importan más las personas que los robots. Los robots nunca los vamos a tener, las personas sí. Entonces eso es lo que importa.

NB: Claro. Totalmente de acuerdo. Es verdad que si algo nos caracteriza es eso. Yo lo había escrito en un párrafo en mi tesis. Para mi nuestra producción está muy alimentada por, no un fin de marketing, sino una declaración de identidad: "Yo soy esto". Yo lo veo así. En algún punto los proyectos hablan de uno, de donde uno viene, de cómo uno lo hizo, de qué historia tiene uno en su lugar. Eso es lo que yo veo que podría ser un distintivo, ¿no?

SR: Si.

Tengo 10 minutos porque me vienen a buscar.

NB: Si, ya nos queda la última pregunta. ¿Cuáles serían para ti los ejemplos más representativos del diseño en Latinoamérica? O los que a ti más te gustan en todo caso.

SR: Yo creo que Ariel Rojo para mí es el mejor. Yo creo que él está muy lejos porque en su visión hay una integración muy amplia. Yo creo que él ha puesto también un acento en entregar un mensaje a través de sus objetos y un mensaje que logre conectar con el que lo tiene. No solo yo compro algo porque está más barato o me dura más. El tipo también técnicamente es muy preciso y sabe trabajar con su comunidad. Eso lo transforma claramente, desde mi punto de vista en un muy buen ejemplo.

Yo creo que otra persona que está ahí es Emiliano Godoy que está en México. A Emiliano lo veía en un momento como irse, así como crecer hasta la luna. Pero creo que él también tomó una decisión, porque su taller está en el DF, un poco afuera del DF. El armó un taller en un galpón grande, él vive ahí, sus panas viven ahí, y creó como una comunidad. Todos trabajan juntos y trabajan en un horario súper estricto y a las 6 de la tarde juegan fútbol. Entonces a lo que voy es que me resulta súper llamativo eso, que finalmente como que se crea un trabajo de tamaño lo suficientemente grande para mantener un modo de vivir que es como lo explica el Ariel, él diseña para vivir y no vive para diseñar. Yo creo que tienen como ese estado de lucidez, aparte como son tipos que están como por los 40, un poco más allá, técnicamente ya son muy buenos. Ya han desarrollado tantos objetos, tantas piezas, que uno empieza a ver otro nivel de calidad. Porque generalmente si uno toma como la visión más oficiosa del diseño, el diseño termina en los dibujos. En tu dibujo, tu especificación técnica, tus dimensiones, pero no en hacerlo. Entonces estos tipos como se introdujeron en el hacer, el día de hoy ellos hacen muy bien. Yo sé que talvez la diferencia no es tan notoria, es más sutil, entre el trabajo del que diseña y otro ejecuta y ellos que están como integrando esos procesos. Siento

que logran una calidad que me resulta mucho más emocionante. Porque hay más ingenio, pero no es un ingenio de tirarme por la ventana, hacer el ridículo. Sino que ingenio puesto en un elemento muy muy pequeño que tengo que hacer. Yo lo encuentro bonito. Diría que ellos son como mi meta. Uno que es mucho más conceptual y el otro mucho más práctico. Porque de Argentina, aparte de Federico y el tipo que tiene la galería Normal, sus trabajos a mí no me llaman la atención. En Brasil yo creo que los que destacan en realidad son los hermanos Campana que se vienen a trabajar con nosotros. Diría que es por una mezcla de motivos. Los objetos finales que ellos hacen no necesariamente me gustan, pero lo que si me interesa es que van al rescate de las cosas, como que tienen la intención, crean a partir de esa intención, y tampoco se han vuelto locos, como que ellos todavía tienen la oficina de 12 personas. Esa oficina no crece porque lo que importa es que los proyectos tengan más contenido en vez de hacer muchos más proyectos. Entonces como que ellos han tratado de mantener el control en la idea, en el proceso en los objetos. Eso me parece interesante, porque muchas veces uno podría decir claro, si yo vengo de una realidad que económicamente no es la mejor del planeta, en la primera oportunidad que vea, me tiro para arriba hasta explotar. Eso es como otro arquitecto, no sé, Fernando Romero, no sé las personas que a mí no me llaman la atención. Y eso... yo diría que solo ellos.

NB: Bien, ¿y ahora que van a hacer? Así cerramos el círculo por donde lo empezamos, contando lo que van a hacer con los hermanos Campana.

SR: Me parece que te lo puse por ahí.

<http://www.cultura.gob.cl/agendacultural/afamados-disenadores-brasilenos-comparten-experiencias-con-creadores-sello-de-excelencia-artesania-de-chile/>

NB: Si, tengo el link abierto.

SR: Lo que pasa es que, nosotros después de hacer el *Losing my America*, como la idea es que lo que importa no son los objetos, sino que las comunidades que producen los objetos, se crea una idea que se llama Hecho por Chile que consiste en, a grandes rasgos, poner el acento en el desarrollo de las comunidades artesanales para producir cosas. No necesariamente las mismas de siempre, pero utilizar ese conocimiento para seguir creando y ser productivos. Porque no basta solo con hacer los monos, sino que hay que poder vivir de eso. Dentro de esa iniciativa, el primer paso es la venida de los Hermanos Campana. Ellos llegan mañana y lunes, martes y miércoles se van a trabajar al sur a una comunidad que hace crin, que es pelo de caballo. Se van a trabajar con eso. Entonces claro, ellos vienen, van a entender más o menos como funciona la idea con los artesanos. Vuelven a Sao Paulo y harán el diseño final y después eso se produce acá en Chile. Entonces la idea es establecer esos vínculos que no es: "Hola, quiero un mono, házmelo". Sino que ven, aprende

de mí, aprende de lo que yo hago, ten libertad de inventar, nosotros lo producimos. Es como la industria al revés. En vez de ir a tocar la puerta de Moroso, te vienes a tocar la puerta del artesano.

NB: ¡Si! Me parece fantástico. Hay un intercambio genial, porque uno aprende del artesano y el artesano también aprende en el proceso.

SR: Entonces la gracia es que esto incentiva. Se crea un incentivo en la comunidad, en vez de que cada vez menos personas se dediquen a eso, más personas terminan dedicándose a eso porque hay un programa que lo soporta. Entonces el paso más adelante sería, ponle la idea es traer a varias personas, sería casi crear como centros de creación local. Ya no se trata de ir a la universidad, estudiar diseño y no es que voy a diseñar autos para Porsche, sino que yo puedo en mi misma comunidad aprender una manera de desarrollar una idea, crear y ser productivo para que mi comunidad no se quede.

NB: Claro. ¡Es genial!

SR: por ahí va el plan.

NB: Me parece hermoso. Yo estoy haciendo un proyecto ahora con una asociación de la Sorbona en la que estamos tratando de generar unos talleres con estudiantes de diseño y comunidades de artesanos en Argentina y en Francia, un poco en ese espíritu. Pero bueno, si quieres después te mando más información y te cuento más porque creo que ya tienes que partir.

SR: Está bien. Porque suponte, nosotros lo que nos ha costado es como dar con el modelo para que esto se realice. Entonces si ustedes tienen un modelo entonces buenísimo, así podemos ir aprendiendo.

NB: Si, bueno esto nace de la experiencia que tuve en Córdoba con comunidades artesanas y en realidad estoy tratando de generar un modelo con algunos profesores argentinos y con un profesor acá en Francia de introducir este tipo de intercambio a través de talleres que vamos a hacer con estudiantes de diseño y comunidades artesanas que tienen un saber específico. Si quieres después te mando de que se trata el proyecto y cualquier comentario para nosotros va a ser súper bienvenido.

SR: Nosotros encontramos una iniciativa similar en Sudáfrica, entonces claro, nos cuesta imaginar que, así como existe la red de los Fab Labs, existe una red paralela que trabaja con otras cosas. A los Fab Labs les meten mucha plata.

NB: Si...

Bueno perfecto. Muchísimas, muchísimas gracias. Fue súper generosa tu entrevista y la verdad un honor.

SR: Hay que hablar de lo que a uno le gusta. [risas]

NB: Bueno, seguimos en contacto.

SR: Que te vaya súper bien.

NB: Gracias, seguimos en contacto.

SR: Si necesitas imágenes, sácalas del sitio web.

NB: Perfecto.

SR: Cópialas, pégalas y después haces la referencia que las tomaste del sitio web.

NB: Bueno, perfecto. Muchísimas gracias.

SR: Que te vaya bien.

NB: Buen finde.

SR: Chau.

2. Traduction à la langue française

SR : Ravi de te voir !

NB : Oui, moi aussi ! Ça fait très longtemps. Je pense que c'était en 2010 qu'on s'est rencontrés.

SR : Oui, ça fait longtemps !

Alors, qu'est-ce que tu deviens ? Tu fais un Master là-bas ? Tu n'es plus en Argentine ?

NB : Je suis venue en France il y a environ 6 mois. En Août, je suis venue pour faire le Master. J'étais en Argentine, j'étais à Cordoba pendant quelques années, puis je suis allée à Buenos Aires. Ensuite je suis venue ici.

SR : Tu étudies où ?

NB : À la Sorbonne, Paris 1. C'est un Master en Design, Arts et Médias. C'est très théorique.

SR : iAh ! Le voici. C'est marqué Design, Médias, Technologies. À l'Université Paris 1 Panthéon Sorbonne. Je crois que je l'ai trouvé. Ça dure combien de temps ?

NB : 2 ans. J'ai été prise directement en deuxième année. Ils ont deux Masters, un Master professionnel focalisé sur UX et UI ; et celui-ci qui te prépare à la recherche en design.

SR : Alors, pourquoi tu as besoin de moi ?

NB : Alors, je suis sur mon dernier semestre. Je fais mon mémoire. J'ai décidé de travailler sur le design en Amérique Latine et sa relation à la production, en particulier à la production artisanale. Comme il n'y a pas beaucoup de littérature sur le design en Amérique latine, je suis en train de faire une série d'entretiens avec des designers que je connais là-bas, pour avoir une idée de leur façon de travailler. Je suis aussi intéressée par votre vision du design en Amérique latine. Quelles sont ses particularités. Ce qui nous distingue.

Je pense que vous [Gt2P] avez un profil avec une identité très particulière et votre vision m'intéresse beaucoup. Je vous suis depuis longtemps et je trouve très intéressant ce que vous faites. Vous mettez en lien la production artisanale avec d'autres technologies, tout en conservant une identité locale vivante.

SR : Regarde, ici j'ai trouvé pendant que tu me parlais, un article écrit pour le magazine *Diseña*, c'est un magazine de l'Université Catholique. Ce qui est super dans ce magazine c'est que tous les articles sont téléchargeables.

NB : Super.

SR : Donc, si tu veux télécharger quelque chose ... Je sais que l'Université Catholique travaille beaucoup sur l'artisanat. Voici l'article qui nous avons fait. Je te l'envoie là sur Skype. Il envoie le lien sur Skype :

http://www.revistadisena.com/pdf/revistadisena_7_artesantias-digitales.pdf]

NB : ¡Ok, super !

SR : Ils sont à fond, et ils aiment ça. Alors si tu cherches quelque chose latino-américain, là c'est facile à trouver. D'autre côté, [l'Université] Catholique a son propre programme d'artisanat, ils le développent depuis quelques années.

NB : Je n'avais aucune idée. En réalité, je connais très peu ce qui se fait au Chili, mis appart ce que vous faites. C'est quelque chose que je discutais avec Heidi. Tu connais Heidi Jalkh n'est-ce pas ?

SR : Je ne sais pas qui c'est Heidi.

NB : C'est une designer de Buenos Aires. Une Colombienne qui organise un « Habit Lab » à Buenos Aires dans un an, je pense. Je croyais que vous vous connaissiez, mais peut-être je me suis trompée.

Eh bien, le fait est qu'en discutant avec elle, une designer avec une certaine trajectoire, nous avons parlé de la difficulté de se connaître [entre designers latino-américains]. Parce que beaucoup de fois, si on ne passe pas par les réseaux européens, il est pas si facile ...

SR : C'est vrai.

NB : ...c'est difficile de savoir ce qui se fait dans le coin. De plus notre territorialité fait que c'est plus difficile, n'est-ce pas ? Les distances qui nous séparent géographiquement est beaucoup plus grande que celle qu'il y a en Europe. Ils sont tous à côté, ils se croisent facilement.

SR : Oui, ils sont plus communiqués.

Regarde, j'ai cherché rapidement des choses qui peuvent te servir.

NB : ¡Super ! ¡Merci beaucoup !

SR : Artesanía UC [Artisanat UC], est un programme qui existe depuis très longtemps. Il y a une fondation de l'État, créée il y a quelques années qui s'appelle Artesanías de Chile [Artisanat du Chili] et le Consejo de la Cultura [Conseil de la Culture], parce qu'ici nous n'avons pas de ministère de la culture, c'est un conseil. Je pense qu'il dépend du ministère de l'éducation.

NB : Ok.

SR : Et le conseil a un département de design. Ici, je pense c'est utile pour se rendre compte de la quantité de choses qui sont faites, car en général, ils financent les activités des designers. Puis, comme ils les financent ...

NB : Ils les diffusent.

SR : Exactement.

Ça rend les choses plus faciles. Regarde la dernière entrée est en rapport avec nous parce que demain les frères Campana viennent travailler ici.

NB : Ah, ok.

SR : Alors... Bon, tout ça on peut le voir tout à l'heure. Allons sur ce dont tu as besoin d'abord et après nous discutons des autres choses. Comme ça on ne se perd pas.

NB : Ok, parfait.

SR. Après nous discutons du reste.

NB : ok, J'ai préparé des questions. Je vais enregistrer la conversation, si ça ne te dérange pas, comme cela je pourrai faire la transcription après pour mon mémoire. Je vais t'envoyer cette transcription avant le rendu pour que tu puisses vérifier et éventuellement corriger des possibles erreurs.

SR : Ok, pas de problème.

NB : Parfait.

Peux-tu commencer par nous dire quel est le travail que Gt2P propose ?

SR : GT2P est un studio d'architecture et design. Il réalise des projets dans un spectre assez large allant de la création de pièces de design de collection à la création de pièces qui font partie des bâtiments publics. Une gamme assez large qui passe aussi par des objets de design, d'architecture et fournit ces éléments pour la construction. Le studio focalise sur le mélange ou l'intégration des connaissances en design numérique, fabrication digitale, avec des histoires et des matériaux qui sont uniques à notre pays. C'est à peu près ça.

Le lien se trouve dans le fait que tout ce qui est créé répond vraiment, plutôt qu'à un *brief* ou à un objectif spécifique, il répond à une histoire qui parvient à concaténer dans une forme, dans les matériaux, dans la technologie avec laquelle il se produit. Ensuite, il est extrêmement important pour nous de comprendre que ce que nous produisons a également la capacité de communiquer, une idée, une préoccupation qui va au-delà de la simple réponse d'un objet design.

Alors dans la vie du studio nous pouvons distinguer différentes étapes. Il y a une première étape, celle que tu as connu, qui était beaucoup plus orientée au design paramétrique et la fabrication digitale avec un regard qui avait à voir avec l'émergence de nouvelles technologies et le fait que ces technologies à elles-mêmes seraient probablement en mesure de créer quelque chose à nouveau, de résoudre des problèmes, etc. Après cette première étape, après avoir exposé à Stockholm, en 2010, nous avons réalisé que dans une certaine mesure la technologie est quelque chose qui est assez homogène finalement. Je veux dire, si l'on se concentre sur l'expression technologique des choses, on peut devenir très similaires. Alors, le changement que nous avons opéré a été principalement de nous regarder nous-mêmes. Regarder notre pays et voir quel potentiel il avait. C'est là qu'il y a eu un changement. Passer du simple design d'objets à la compréhension qu'une façon de produire a à voir avec le lieu où l'on est.

NB : Bien sûr.

SR : Il se produit alors le premier changement. Qui se traduit par une vision technologique contemporaine avec une vision technologique qui pourrait être antérieure. Cela devient donc de l'artisanat digital, dans lequel nous sommes également plus impliqués dans les processus de production d'autres personnes et nous les intégrons pour apprendre. Ainsi commencent à apparaître des pièces en céramique et des pièces qui ne sont pas complètement blanches, qui ne sont pas si pures, ni aussi propres, mais qui répondent aux manières que nous avons pour produire avec les connaissances qui existent ici et les intégrer.

Quand nous faisons cela, les premières commandes d'architecture ont commencé à arriver. Mais c'était principalement regardant la capacité de façonner une idée qui n'a pas été la nôtre. Par exemple, un ami architecte nous approchait et nous demandait de concevoir pour lui. Nous avons toujours travaillé. Il y a un site où l'on peut voir ces commandes (<http://cargocollective.com/shapeAC>).

Nous avons créé une société appelée Shape, dont l'objectif est d'être un fournisseur pour la construction. Donc, dans ce transit, nous sommes arrivés au digital crafting. Nous avons commencé à recevoir des commandes plus importantes pour des bâtiments et des revêtements de façade et ce genre de choses parce qu'ils ont vu dans nos objets la possibilité de créer. Ce que nous avons fait c'est changer l'échelle des objets comme une manière de produire. Alors, lorsque nous étions dans ce transit, nous avons senti plus fortement cette caractéristique de la technologie de rendre les objets homogènes.

NB : Ok.

SR : Alors, le point d'inflexion suivant est venu avec la collection Losing my America.

NB : D'accord.

SR. Losing my America est un projet ... Je te raconte toutes les étapes pour que l'on comprenne. Je les connais bien parce que nous venons de l'exposer à Capetown il y a deux semaines. Ill rigole!

NB : [je rigole aussi]

SR : Il y avait un tournant dans le sens où au fur et à mesure que nous nous impliquions avec l'artisanat ou avec des personnes qui travaillent dans un autre domaine de production local, plus nous avons le sentiment qu'il y avait des chemins différents. D'une part, la technologie homogénéise toutes choses, la technologie commence à mettre à l'écart des éléments fonctionnels. Par exemple, il est très difficile de trouver la production de céramique parce que tout est acheté et importé.

NB : Oui.

SR : Et ainsi nous avons remarqué qu'il y avait une vision de l'artisanat principalement basée sur les objets plutôt que sur les gens qui font de l'artisanat. Alors ceci nous dérangeait un peu parce que si tu te concentres uniquement sur les pièces, tu auras une collection de musée. Ce qui est important pour

produire des pièces c'est qu'il y ait des gens qui les sachent les produire.

NB : Absolument.

SR : Ainsi le projet *Losing my America* a pour but la création de pièces en collaboration avec des artisans afin de raconter une histoire dans laquelle on peut dire qu'il y a une partie originale et une autre partie dans laquelle nous commençons à devenir semblables. C'est la raison pour laquelle chaque pièce a une partie ayant la résolution originale de l'objet et une autre avec une basse résolution. Ça commence à trianguler pour renforcer l'idée que les objets deviennent semblables. Alors, le plus grand défi de ce projet est (c'est un projet aussi financé par le Conseil de la Culture, je dis bien aussi parce qu'ils ont financé plusieurs de nos projets) qu'il nous oblige à faire des recherches pratiques pour trouver la façon de le faire, parce que les techniques de la boîte ne servaient pas. Il fallait créer pour chaque élément un processus de production afin qu'il puisse fonctionner.

Une partie de notre obsession était de savoir comment parvenir à un processus pour faire en sorte que cet objet puisse être produit par l'artisan, et non pas par nous. Ayant assumé cette contrainte toutes les pièces ont été prises et numérisées en 3D. Un algorithme a été mis au point de sorte que la pièce perde résolution. Et cette pièce, ce modèle 3D ayant perdu résolution a été travaillé différemment. Alors, par exemple, certaines pièces en céramique étaient tournées et d'autres directement modélisés à la main. Enfin, des moules en silicone ont été faits dans lesquels ils [les artisans] mettaient leurs mains pour pousser la céramique depuis l'intérieur. Il y a eu beaucoup d'interjections. Nous ne les avons pas eus au premier coup.

NB : Bien sûr.

SR : Il y a un gars qui embossait des casseroles et il fallait faire un couvercle triangulaire. Ce qui a été fait c'est un moule CNC, moule et contre-moule. Alors il versait le cuivre chaud au milieu qui faisait comme un cadre. Le tout était baissé, frappé et l'objet prenait forme.

NB : D'accord.

SR : Mais ce fut un aller-retour parce que nous avons d'abord fait un qui avait des triangles trop petits, et nous n'avons pas tiré quoi que ce soit. Ensuite, il a fallu faire un autre moule, la résolution était plus grande, et il a donc fallu les faire à nouveau.

Il y a un qui est très joli, c'est une dame qui cuit du pain. C'est très intéressant parce qu'il est beaucoup plus latino-américain. Parce que polychromie arrive en Amérique du Sud avec les espagnols et s'installe en Equateur. Puis, en Equateur il y a la grande école d'artisanat de Quito. Et il y a des religieuses qui ramènent ce savoir au Chili, elles créent un couvent près de Santiago. Alors les religieuses du couvent commencent à créer des figures qui sont, pour ainsi dire, les us et coutumes courantes. Il y en a une très célèbre, c'est une jardinière avec des petits bras comme ça, comme une tasse [il imite la position des bras devant la caméra]

NB : Ok.

SR : Il y a un autre qui est une femme à la guitare ... C'est très joli parce que ces pièces commencent à raconter les histoires de la campagne. Nous avons alors cherché cette dame, mais nous n'avons jamais réussi à avoir des pièces triangulées à la main. Parce que de toute évidence, les doigts sont arrondis, ils ne peuvent pas faire des triangles. Nous avons fait une pièce uniquement imprimée en 3D, et elle l'a peinte. Elle a fait la polychromie par-dessus. Et il y a un arbre qui a quelques pommes. Elle a modelé les pommes, mais elle a essayé de les faire cubiques, mais comme les doigts sont arrondis les pommes sont arrondies. Et c'était merveilleux, c'était quelque chose de très beau. En plus ça a impliqué, sous différentes fonctions, tout le studio. Normalement en une journée le studio est en train de faire une pièce de collection, en même temps que l'installation d'une façade, car il [leur travail] est très étendu ...

Pour ce projet, nous avons dû tous nous y concentrer, autrement nous n'aurions pas été en mesure de le faire. Et nous avons eu la chance que l'année précédente à son exposition dans la galerie Gonzalo Hernández, nous avons rencontré Giulio Cappellini par Patricia Urquiola.

Nous exposions quelques pots de porcelaine blanche, j'ai vu passer Patricia Urquiola, je l'ai approchée et parlé en espagnol et lui a dit : « Salut, je veux te montrer mon projet. » Elle l'a vu et m'a tout de suite dit : « N'explique quoi que ce soit, ceci est très joli. Je reviens tout de suite, je vais chercher quelqu'un. » Elle est allée chercher Giulio Cappellini. Et lui a dit : « Giulio, ceci doit être pour toi. » Et nous avons parlé de lui. Parce que Giulio est une sorte de chasseur de têtes du design. Giulio nous a rencontré et l'année suivante il nous a donné son show-room à Milan pour le *preview* de cette exposition qui, après devait aller au musée d'art et du design à New York. Ensuite, lorsque nous avons pris de l'élan, nous avons invité un ami mexicain, Ariel Rojo et Augusto Requena. L'avantage est que les 3 studios font de très belles choses. Ils ont des comportements similaires, ils font du design de collection et sur mesure et de l'architecture. Tous les trois étalés. Et ils programment tous. Alors chacun a trouvé sa propre façon algorithmique de produire les pièces, ensuite tout a été monté à New York. Cette exposition a servi, dans une certaine mesure, pour voir comment le design paramétrique est devenu quelque chose d'utilitaire. Il n'était plus la star, mais c'était autre chose. Nous avons commencé à penser à ce qui se passerait si le paramétrique n'utilisait pas d'ordinateurs? Nous avons alors commencé à écrire des codes dans lesquels nous suivions des instructions, et on faisait des objets à la main. Nous avons réalisé à ce moment-là l'étape la plus actuelle de notre travail, le *paracrafting*. Il s'agit de comment vous pouvez faire du design paramétrique sans un ordinateur ou définir un modèle pour programme de pièces sans xxx [mot incompréhensible]. Mais c'est toujours de la programmation, ça n'abandonne pas le code.

La manipulation de variables d'obtenir la pièce. *Less CPP, Catenary Pottery* a été fait ainsi. Tu as vu?

NB : Oui.

SR : Ce projet a été sélectionné par le magazine *Domus* comme le meilleur projet en céramique de 2014. Ensuite a commencé l'expérimentation avec de la lave et la porcelaine. A 2300°, lorsque la porcelaine durcit lorsque la lave commence à fondre et quand le tout refroidi il sont attachés, collés. Par la suite des lampes à interaction sont faites.

NB : Petite question technique. Vous mettez la porcelaine avec une roche de lave dans le four ?

SR : Avec une petite roche. Au début c'était une roche, maintenant c'est de la lave *chanca*.

NB : ¿Qu'est-ce que c'est chanca ?

SR : *Chanca* c'est moudre, en faire de la poudre.

NB : Ok.

SR : Quand nous avons ceci, la directrice du Musée d'Art et de Design à New York nous présente Mark Benda qui est le propriétaire de la Galerie Friedman Benda, qui expose Nendo, les frères Campana, Andrea Branzi, plusieurs superstars. Nous l'avons rencontré et il a aimé notre travail, il nous dit: «Regardez, tout ce qui est ici, ne le montrez à personne. C'est complètement bloqué, je le veux pour moi.» À ce moment commence une nouvelle relation. Avec lui, nous pouvons dire que c'est le point de départ de la matérialisation du projet *Paracrafting*. Et c'est ce sur quoi nous travaillons maintenant, je ne sais pas si tu l'as vu, des petits bancs en lave?

NB : Oui, je les ai adorés !

SR : Maintenant il s'agit de, comme nous l'avons acheté un four allemand qui est au bureau, tu peux contrôler les courbes de réchauffement et refroidissement. Donc, dans une certaine mesure, on peut imaginer les effets que la lave aura sur les pièces : certaines seront plus douces, d'autres explosent. Il y a de la lave de différents volcans...

Cela a été un projet très long, de plus sur deux ans pour obtenir une pièce. Il y avait une intention. Il y a des volcans dont la lave sort vers le haut, comme une explosion, d'autres dont la lave tombe sur un côté. Il y a différentes compositions, ça se moule différemment. Il a des variables infinies. Mais maintenant nous avons un contrôle qui permet de faire ces choses. Ce dernier élément qui a été lancé en Décembre, les pièces ont déjà été achetées par le MET de New York, par la National Gallery of Victoria et un musée à Denver. Ces pièces atteignent un niveau de curiosité qui est digne du musée.

NB : J'imagine bien.

SR : En outre avec Mark Benda, le plan est maintenant de consolider l'étape de *paracrafting* et en mai de l'année prochaine, nous devons exposer dans la galerie. Il fait présenter 14 objets. Certains objets sont faits au Chili, d'autres sont fabriqués en Italie, d'autres vont le faire à Londres, la question

est déjà dispersée. Mais l'avantage est que la galerie nous donne une redevance mensuelle juste pour travailler pour eux et investit également dans les infrastructures. Nous allons acheter un four plus grand, vous devons déménager le bureau, etc.

Si on voulait parler de Gt2P et son histoire, la voici. C'est ça.

NB : Wow, c'est très impressionnant tout ce que vous avez fait.

Bon, les questions que je vais te faire, il y en aura certaines auxquelles tu as déjà répondu. Comment commencez-vous un projet ? Quels sont les

Quels sont les éléments déclencheurs ?

SR : Je dirais que nous sommes à peu près tout le temps en train de lancer des idées. Dans une certaine mesure, nous nous donnons assez de liberté de penser à ce qui nous vient à l'esprit. Mais je pense que le vrai point de départ c'est quand quelqu'un a une idée et l'exécute. Avant d'exécuter l'idée, elle n'existe pas. Je vais te montrer une image de ce que nous faisons maintenant. Nous avons acheté une imprimante en céramique. Donc, nous faisons ça maintenant. [Il montre la photo]

NB : Ah, ok.

SR : c'est comme des pâtes.

NB : Oui.

SR : Ce que nous faisons est confronter la machine à la gravité. Nous ne sommes pas en train d'imprimer des objets, mais nous constatons un effet. Comment à partir de cet effet, nous pouvons créer quelque chose. Alors, le processus de création commence par faire quelque chose, et quand vous faites quelque chose, vous le partagez, parce que nous travaillons ensemble toute la journée. Le travail est toujours partagé. Nous partageons notre travail. Quand quelqu'un arrive avec quelque chose, l'autre s'excite et le projet commence à se construire.

NB : Il contribue.

SR : Au regard des choses je me rends compte que chaque étape est faite avec quelque chose d'exécuté. Nous ne nous asseyons pas à penser à ce que nous allons faire. Mais si j'ai une idée, je vais l'exécuter et la montrer aux autres et c'est comme ça que ça commence. Le travail a parfois plus à voir avec quelqu'un qui remarque un détail et devient obsédé par ça, il va et le fait. Pas besoin de demander la permission à personne. Bien évidemment au plus bas coût possible, personne ne dépense une fortune à la première étape. Mais il faut le faire. Par exemple, l'année dernière, lorsque nous faisons la question de la lave, peut-être moi je pouvais penser à des objets flottants avec les jambes, alors j'ai fait une maquette. Je suis allé au bureau, Tami l'a vu et dit «Allez, testons». Ainsi, le point de départ est avoir une idée, la faire, l'exécuter. Et si nous l'aimons bien, ça continue.

NB : Parfait. Quelles méthodes de production utilisez-vous en général?

SR : On va dire que tous les processus CNC. C'est à dire découpe au laser, à l'eau, le routeur, le bras de robot, les imprimantes 3D, en plastique, en céramique ... nous faisons maintenant des

pièces en métal tourné. Autrement dit, toute la technologie CNC. Chariotage, pli numérique. Parce que dans une certaine mesure nous faisons les premiers pas, le développement que nous avons dans le bureau, je dirais que c'est un développement de grande tête. Un développement dans lequel nous allons vraiment investir beaucoup de cerveaux, parce qu'il faut apprendre suffisamment pour mener à terme les pièces. Et s'il y a quelque chose que nous aimons c'est à penser que nous pouvons atteindre la précision recherchée. C'est l'une des choses que nous avons apprises avec *Losing My America*, c'est rendre la résolution des choses ... par exemple lorsque la dame ne peut pas faire un cube parce que c'est ça sa capacité à résolution (montre les doigts). Alors nous devons imaginer la résolution que chaque élément atteindra. Supposons que quand un métal est plié, les points critiques sont les extrémités là où la machine a moins de matière pour faire pression. Donc, si vous voulez un angle droit, vous pouvez varier un demi-degré. Nous sommes donc obsédés par l'idée que les choses soient fabriquées telles qu'elles ont été pensées. C'est pour ça que la CNC est notre point clé, et au bureau lorsque quelqu'un entre travailler il y a un... comment dire, un test. Quand quelqu'un a, je ne sais pas, deux mois, il doit vous devez concevoir des pièces en acier plié, et elles doivent être telles qu'il les a pensés. Cela exige, Rhino, Grasshoper, Inventor, formule pliage, la formule d'étirement, avec un design fait à 100% ici.

Et en parallèle... je pense que ça a à voir, de mon point de vue, avec une vision de la technologie. Ce n'est pas quelque chose que nous discutons. Je pense que les choses sont similaires. La technologie CNC¹¹⁰ n'est pas venue remplacer la menuiserie, la menuiserie n'a pas remplacé l'artisanat, en revanche les choses se combinent. Notre tâche est de *faire*, autrement dit comment atteindre notre objectif avec la meilleure intégration technologique possible. Les pièces que nous fabriquons, ont été faites avec des moules en médium découpé au laser afin que la main du tourneur céramique les utilise comme gabarit pour que toutes les pièces soient identiques. Finalement, il ne s'agit pas de l'un ou de l'autre mais d'une intégration. La CNC peut aider à assurer un profil rectifié. Le tourneur doit avoir la dextérité manuelle. Il n'est donc pas vraiment question de l'un ou l'autre, mais de comment l'un peut aider l'autre.

NB : D'accord.

SR : Bien sûr, les processus CNC, les processus computationnels finissent par se retrouver, souvent pour nous, finissent par participer à des processus manuels. Et si c'est l'inverse, il n'y a pas de problème. Mais en général, nous n'avons pas de problème dans le choix de la technologie. En fait, l'important est de trouver la meilleure façon d'accomplir quelque chose, ainsi

¹¹⁰ Computer Numerical Control, en français Commande Numérique par Ordinateur

nous choisissons le moyen le plus approprié. Il n'y a pas une prédilection. Celui qui fonctionne le mieux et à utiliser. Si l'un est analogique, c'est analogique, si l'autre est un procédé numérique, c'est numérique et si l'un aide l'autre, fantastique. Mais il n'y a pas d'interdiction.

NB : Bien sûr. Il n'y a pas de séparation, comme beaucoup de gens qui séparent l'industriel et l'artisanal, alors que ce sont deux choses qui n'ont rien à voir l'une avec l'autre, pareil avec le numérique ...

SR : Oui, exactement. Pour nous le sujet est complètement clos. Nous n'en parlons même pas, c'est comme un thème résolu. Je n'ai pas besoin de choisir entre l'industrie et l'artisanat... ce qui importe est ce qu'il va produire, comme il le fait. Pas l'étiquette. L'étiquette n'est pas importante.

NB : Non, bien sûr.

Allons à la question suivante. Qu'est-ce que le design pour vous, en général ? Qu'est-ce que le design dans la société ?

SR : Regarde. Mon point de vue est que le design est une discipline projective, un savoir appliqué au projet. L'impact de ce que l'on projette a à voir avec la façon dont les gens vivent et dont le monde est occupé de façon générale. Je l'occupe à partir des vêtements, d'avoir une montre qui m'organise, je l'occupe ayant un toit. Ce que l'on projette est donc la façon dont l'être humain se développe dans le monde. La signalétique indique où l'on doit aller. Je prends la définition la plus courte : c'est une discipline projective. Pour moi, c'est ça la clé, l'intérêt du mot discipline est qu'il s'agit d'un savoir appliqué.

Ce n'est pas seulement savoir, pas seulement faire, mais comment l'on applique ces connaissances pour projeter quelque chose. De mon point de vue, si l'on ne fait pas l'exercice du projet et de mettre en œuvre une action qui cible les personnes, leur façon d'évoluer dans le monde, je pense que l'on échoue. Je pense que c'est de la théorie du design, nous faisons quelque chose d'autre, c'est n'est pas faire du design pour moi. Pour moi, le design est dans la recherche d'une action plus concrète sur les gens.

NB : Parfait. Comment tu définis maintenant le métier de designer dans la fabrication ?

SR : Je ne sais pas. Le mot métier ne me convient pas à vrai dire. Pour moi le design est une pratique et pour l'exercer vous n'avez même pas besoin d'être designer. Si vous vous concentrez sur l'application de vos connaissances pour projeter quelque chose qui a à voir avec votre environnement et comment vous habitez le monde, vous faites déjà du design. Ce qui me dérange est que le mot métier parce que j'ai le sentiment que le métier a des règles, une certaine façon de faire les choses et je ne pense pas qu'il y a plus qu'une seule façon de le faire.

Nous donnons des cours de design industriel, en général, nous recevons des stagiaires de design industriel et on parvient à distinguer ceux qui sont formatés. Bien sûr, il y a des jeunes à qui l'université leur apprend qu'ils doivent faire des croquis. Il y a en

a qui dessinent très bien et peuvent résoudre un problème. Mais je trouve plus intéressant lorsqu'ils se donnent un but, un objectif et ensuite ils cherchent les moyens. C'est ce qui différencie ma vision de l'idée de métier, parce que dans le métier il y a une façon de faire les choses pour atteindre l'objectif. Je pense que vous devez d'abord fixer un objectif et ensuite trouver la meilleure façon [de le faire]. Pour moi, la pratique du design, a à voir avec l'application de vos connaissances pour projeter des objets, de manière générale en lien avec la façon dont l'être humain se développe dans le monde. En fait, on a du mal à imaginer que ce design n'ait rien à voir avec les gens. Il a conçu un robot, mais le robot va mélanger avec une cuillère la soupe que vous allez manger. Finalement, le récepteur c'est un être humain.

NB : Bien sûr.

C'est très encourageant que tu me dis. L'école française est très ancrée dans l'idée de métier et j'ai le sentiment de ne pas entrer cette idée de métier. Ayant toujours étudié à l'école française, je me sentais toujours en « dehors du moule ». Où me trouve-tu donc ? Mon mémoire à en partie à voir avec ça parce que le directeur de mon Master est un philosophe très réputé ici, mais justement il est philosophe. Il n'a pas été du côté de la pratique, et il dit par exemple que le design a uniquement à voir avec l'industrie. Je rougis souvent lorsque j'écoute ceci et une partie de la motivation de mon mémoire est de dire que le design n'est pas uniquement cela, le design est beaucoup plus large que cela. Le design a plus à faire exactement avec ce que tu dis de pouvoir faire et de faire avec ce qu'on a sous la main. Parce que dans bien des cas, au moins ce que j'ai vu en Argentine, du fait de ne pas avoir accès ou un accès limité à un grand nombre de technologies, on finit par faire avec ce que l'on a sous la main : l'artisan du coin avec lequel on va à l'atelier, et on travaille avec lui pour développer la pièce de la façon dont on veut, et on réfléchit à la technologie qu'il utilise, dans le but que l'on souhaite atteindre...

SR : Je pense que c'est une vision d'un pays industrialisé. Il a une vision d'un pays industrialisé. Nous avons une vision totalement différente. Maintenant l'une des choses ... ok, je ne suis pas grand un lecteur, mais je pense qu'un moment révélateur de l'idée que j'ai au sujet du design je l'ai lue dans un livre qui est appelé *De L'analogique Au Digital* écrit par un enseignant d'Ulm, le monsieur qui a inventé symboles des Jeux Olympiques. Aicher est son nom. Dans un chapitre, il parle d'un philosophe appelé Wittgenstein, que je me souviens, j'en parlais hier à un ami dans le bureau. Ce philosophe a écrit un livre intitulé *Tractatus*. *Tractatus* dit que tout peut être fait avec des mots. Tout peut être décrit par des mots, il faut pas de dessin, il n'y a pas besoin de quoi que ce soit. Et si quelque chose ne peut pas dire avec des mots, ça n'existe pas. Radical. Ce monsieur a eu l'occasion de concevoir une maison avec un architecte. Et ce qu'il a retenu... c'est à dire que la maison avait une construction très rationnelle,

réfléchi, il a même écrit un livre avant de faire la maison, mais au moment d'exécuter la maison il a commencé à comprendre les choses. Et il a créé un élément qui est une poignée pour ouvrir une fenêtre. Ensuite, en prenant la poignée, tournant la poignée et ouvrant la fenêtre. Dans le processus de création de la poignée pour ouvrir la fenêtre, d'avoir la fenêtre ouverte, laisser entrer l'air frais, il comprit comment il y a certaines choses qu'il n'est pas possible de décrire avec des mots, que les mots ne sont pas nécessairement utiles, ni sont la meilleure façon de comprendre cela. Mais l'expérience, ainsi que rencontrer le forgeron, faire la poignée, réfléchir à la taille qu'elle aura. Il y avait certains éléments qu'il ne pouvait pas penser à l'avance.

NB : Il ne pouvait pas anticiper.

SR : Seulement au moment de faire qu'il a pu connecter avec une manière analogue, parce qu'il n'y a rien de plus digital que les mots. Le fait de devoir fabriquer un élément il s'est connecté avec le monde analogique, avec une expérience physique comme l'entrée d'air frais. En fait, il change sa philosophie radicalement. Je pense que si je cherche un moment exact où, quand j'ai commencé à penser ainsi, c'est à la lecture de ce livre. Ce fut la révélation.

NB : Vraiment super intéressant.

SR : Et il y a aussi des critiques, comme Jean Prouvé, qui est le français, non ? Lorsqu'il commence par la main et termine. Ceci [il fait un geste de la main], je ne peux pas décrire avec des mots.

NB : Non... [rire]

SR : Il a débuté un forgeron et il finit par devenir xxx [mot imperceptible dans l'audio]

NB : Bien sûr. Eh bien, ma question suivante a à voir avec l'Amérique Latine et que tu penses du design en Amérique Latine en général. Qu'est ce qui le distingue du design européen ou américain ?

SR : Je dirais, en principe, je pense que mettre l'étiquette ne va pas. Je dirais... parce que en plus on va dans l'ordinateur et on peut accéder à tout ce qui se fait partout sur la planète. Qu'est-ce que le design Latino-américain ou plutôt fait en Amérique Latine. Le fait d'être fait ici c'est ce qui le distingue. Pas une mentalité latino-américaine, mais au moins le fait qu'il se fait que dans cette petite ligne qui dessine le continent.

NB : Ok.

SR : Maintenant, je dirais qu'il est très diversifié, et en dépit de sa diversité il garde une différence essentielle avec le design européen et américain : les autres font du design pour l'industrie. Nous faisons du design qui n'est pas nécessairement pour l'industrie. Alors bien sûr, je te donne un exemple. Nous avons un ami, je l'ai rencontré la première fois que nous avons exposé dans le satellite¹¹¹, appelé Giorgio Bonaguro, designer italien, qui

¹¹¹ Salone Satellite de Milan, un des salons les plus importants au monde dans le domaine du design.

a étudié au Politecnico de Milan, il a la ligne exacte. Le gars a des produits chez 8 marques, mais ceci parce qu'il habite à côté des marques. Donc, aujourd'hui il fait une figurine : « Bonjour M. Benini, je veux faire cette figurine en verre de Murano. Vous aimez ou pas ? » C'est un design qui est principalement affecté à l'industrie. En revanche, nous faisons du design et il est difficile de savoir pour qui nous concevons. J'ai beaucoup d'amis qui étudient l'architecture, il est plus facile de savoir ce que je dois faire. Mais je pense que, pour les autres, même pour les designers, il est difficile de savoir quoi qu'est-ce qu'ils ont à faire. Mais au moins avec le contact.

[Coupure audio]

Je ne connais aucun designer péruvien. Je veux dire, je connais un designer péruvien, mais je ne distingue pas chez lui une pratique particulière. Je ne connais aucun designer bolivien. Je connais un équatorien qui est très intéressant. Ils ont un espace appelé Reino Studio. Je connais des brésiliens, des colombiens des vénézuéliens, mais je n'en connais pas beaucoup. Maintenant, je pense que ce qu'ils peuvent peut-être partager a à voir avec quelque chose que j'ai dit auparavant, c'est que la façon de s'associer aux gens est différente. Ici l'association, c'est à dire la famille, l'entourage, les amis... notre bureau est comme notre famille, nous sommes très proches. Cette vision d'être tous ensemble marque aussi ce que nous produisons, l'idée que nous devons parler de qui nous sommes, de ce que nous faisons. Je pense qu'il est toujours important de se faire connaître, pas en termes de marketing, mais lorsque vous vous faites connaître vous pouvez rencontrer des gens et créer des amitiés. D'abord établir un réseau, un travail en réseau. Pas l'idée de réseau comme quelque chose de déterminé mais c'est quelque chose d'amical, un contact affectueux, aimable.

NB : Une relation humaine.

SR : Oui, je pense que, s'il y a quelque chose de général dans le travail des designers que je connais... les objets portent souvent en eux un récit de qui nous sommes, pas forcément avec une idée d'image, mais si vous dites qui vous êtes, vous pouvez vous faire un nouvel ami. Autrement cela ne fonctionne pas. Bien sûr, si je passe en revue le travail d'Ariel Rojo raconte une histoire avec son objet, ou dans notre cas que l'histoire est un point essentiel. Mais je pense qu'il y a toujours des gens qui s'écartent. Je pense que Federico Churba [designer argentin] est comme un designer européen, il n'est pas latino.

NB : Oui, oui.

SR : Je le connais, nous rencontrons, nous nous saluons, et le gars ressemble à un designer européen, il crée comme un designer européen, il dessine pour les marques européennes. C'est pour ça que ce qu'il fait ne m'attire pas parce que je suis peut-être à la recherche de quelqu'un qui me dise qui il est. Je

veux faire un ami. Et peut-être j'ai le sentiment que lui dans son idée d'être orienté vers là, je trouve qu'il est difficile d'en faire un ami. C'est quelque chose que je cherche chez quelqu'un d'autre. J'ai rencontré récemment les gens de Colombie, de Medellin, nous étions avec David Valle, un gars qui est orienté vers les affaires, cela ne l'empêche pas de considérer que votre son entreprise sont ses amis, il crée une famille, un lien étroit et sans ce lien étroit nulle création n'est possible. Mais ce n'est pas une vision de MBA ou e quelqu'un qui gère des business, mais finalement les ressources dont nous disposons ce n'est pas la technologie mais les ressources sont les gens avec qui nous travaillons. Les gens m'importent plus que les robots. On n'aura jamais les robots, mais on aura [l'affect des] les gens. Donc, c'est cela qui importe.

NB : Bien sûr. Totalement d'accord. Il est vrai que c'est quelque chose qui nous caractérise. Je l'ai écrit dans un paragraphe dans mon mémoire. Pour moi, notre production ne se nourrit pas par une volonté de commercialisation, mais par une déclaration d'identité : « Ça c'est moi. » Je le vois comme ça. À un certain moment, les projets parlent de nous, d'où nous venons de comment nous avons fait, de son l'histoire à cet endroit. Voilà ce que je vois pourrait être un caractère distinctif, non ?

SR : Oui.

Il me reste 10 minutes, on vient me chercher.

NB : Oui, nous avons encore une dernière question. Quels sont pour toi les exemples les plus représentatifs du design en Amérique latine ? Ou en tous cas ceux que tu aimes le plus.

SR : Je pense qu'Ariel Rojo est pour moi le meilleur. Je pense qu'il est très loin parce qu'il y a une intégration très large dans sa vision. Je pense qu'il a également mis l'accent à passer message à travers ses objets, un message qui permet d'atteindre connecter avec celui qui a l'objet. Je n'achète plus quelque chose seulement parce que c'est moins cher ou plus durable. Le gars est techniquement très précis et sait comment travailler avec sa communauté. Cela le transforme très clairement, de mon point de vue, en un très bon exemple.

Je pense qu'un autre exemple est Emiliano Godoy qui est au Mexique. Emiliano à un moment a commencé à se développer très vite il allait atteindre la lune. Mais je pense qu'il a pris une décision parce que son atelier est à Mexico, un peu en dehors du DF. Il a créé un atelier dans un grand entrepôt, il vit là-bas, ses amis y vivent, et il a créé une communauté. Tous travaillent ensemble et travaillent dans un emploi du temps très strict, à 18 heures ils jouent au football.

Donc ce que je vais que je trouve extrêmement frappant de constater que, finalement ils créent un travail de taille assez grande pour maintenir un mode de vie qui est, comme l'explique Ariel, il fait du design pour vivre et il ne vit pas pour faire du design. Je pense qu'ils ont comme un état de lucidité, comme ce sont des gars qui ont 40 an environ, un peu plus, sur le plan

technique, ils sont déjà très forts. Ils ont développé tellement d'objets, tant de pièces, que l'on commence à voir un autre niveau de qualité. Parce que si l'on prend la vision du « métier » du design, généralement le design se termine dans les dessins. Dans ton dessin, tes spécifications techniques, tes dimensions, mais pas dans le faire. Comme ces deux designers sont entrés dans la fabrication, aujourd'hui ils le font très bien. Je sais que peut-être la différence n'est pas aussi perceptible, c'est plus subtil, entre le travail de conception et l'exécution, ils intègrent de ces processus. Je pense qu'ils arrivent à une qualité que je trouve beaucoup plus excitante. Parce qu'il y a plus d'ingéniosité, mais ce n'est pas une ingéniosité folle, ridicule. C'est de l'ingéniosité mise dans un élément très petit que je dois faire. Je trouve ça beau. Je dirais qu'ils sont mon objectif. L'un est beaucoup plus conceptuel et l'autre plus pratique.

En Argentine, en dehors de Federico et le gars qui de la galerie Normal, leurs travaux n'attirent pas mon attention.

Au Brésil, je pense que se distinguent sont en réalité les frères Campana qui viennent travailler avec nous. Je dirais que c'est un mélange de raisons. Les objets finaux qu'ils font ne me plaisent pas nécessairement, mais ce qui m'intéresse c'est qu'ils vont à la rescousse des choses, ils ont l'intention, ils créent à partir de cette intention. Et ils ne sont pas devenus fous, ils ont encore un bureau de 12 personnes. Ce bureau ne se développe pas d'avantage parce que ce qui importe c'est que les projets aient plus de contenu plutôt que de faire beaucoup de projets. Ils ont essayé de garder le contrôle dans l'idée, dans le processus des objets.

Je trouve cela intéressant, parce que souvent on pourrait dire bien sûr, si je viens d'une réalité qui n'est pas économiquement la meilleure de la planète, à la première occasion que je vois, je me lance jusqu'à exploser. C'est le cas d'un autre architecte, Fernando Romero, bref, des gens qui n'ont pas retenu mon attention.

Voilà, je dirais simplement ceux-là.

NB : Eh bien, maintenant qu'allez-vous faire ? Nous fermons donc le cercle où nous l'avons commencé, racontant ce que vous allez faire avec les frères Campana.

SR : Il me semble que je l'ai mis par là.

<http://www.cultura.gob.cl/agendacultural/afamados-disenadores-brasilenos-comparten-experiencias-con-creadores-sello-de-excelencia-artesania-de-chile/>

NB : Oui, j'ai le lien ouvert.

SR : Ce qui se passe c'est qu'après *Losing my America*, nous avons remarqué que comme ce qui compte ce ne sont pas les objets mais les communautés qui produisent les objets, nait une idée qui s'appelle Hecho por Chile qui consiste à mettre l'accent sur le développement des communautés d'artisans pour produire des choses. Pas nécessairement les mêmes de toujours, mais utiliser ces savoirs pour continuer à créer et d'être

productifs. Il ne suffit pas juste de faire des petits objets, mais il faut être en mesure de vivre de cette activité. Au sein de cette initiative, la première étape est la venue des frères Campana. Ils arrivent demain et lundi, mardi et mercredi ils travailleront dans le sud dans une communauté qui fait de la crinière. Ils travailleront avec cela. Alors bien sûr, ils viennent, ils vont comprendre comment cela fonctionne plus ou moins avec les artisans. Ils rentrent à Sao Paulo, ils feront les dessins finaux qui seront par la suite produits ici au Chili. Alors l'idée est d'établir des liens, ce qui n'est pas : « Salut, je veux cet objet, fait le moi ». Mais plutôt "Viens, apprends de moi, apprends de ce que je fais, sois libre d'inventer et nous le produisons." C'est un peu comme l'industrie à l'envers. Au lieu d'aller frapper à la porte de Moroso, vous venez frapper à la porte de l'artisan.

NB : Oui ! Je trouve ça fantastique. Il y a un grand échange, parce que l'on apprend l'artisan et artisan apprend aussi dans le processus.

SR : Alors, l'intérêt est que ça encourage. Ça stimule la communauté, plutôt que de moins en moins de personnes travaillent là-dessus [le métier d'artisan], plus de gens finissent par se consacrer à cela parce qu'il y a un programme qui le soutient. L'étape suivante serait, par exemple l'idée est d'amener plusieurs personnes [designers], c'est presque créer des centres de création locale. Il ne s'agit plus d'aller à l'université, étudier du design et on ne va pas concevoir des voitures Porsche, mais je peux au sein de ma propre communauté apprendre un moyen de développer une idée, de créer et d'être productifs pour que ma communauté grandisse.

NB : Bien sûr. C'est génial !

SR : C'est à peu près ça le plan.

NB : Je trouve ça très beau. Je fais un projet maintenant avec une association de la Sorbonne où nous essayons de créer des ateliers avec des étudiants en design et les communautés artisanales en Argentine et en France, un peu dans cet esprit. Mais bon, si tu veux après je t'envoie plus d'informations et te donne plus de détails parce que je pense que tu dois partir.

SR : Ok. Parce que le plus difficile pour nous a été de trouver le modèle pour que ceci se réalise. Donc, si vous avez un modèle c'est formidable, afin que nous puissions apprendre.

NB : Ouais, eh bien cela est né de l'expérience que j'eus à Cordoba avec les communautés artisanales et j'essaie en fait de créer un modèle avec certains enseignants argentins et un enseignant ici en France pour d'introduire ce type d'échange à travers des ateliers que nous faisons avec les étudiants en design et les communautés d'artisans qui ont un savoir spécifique. Si tu veux je peux t'envoyer le projet plus tard et tes commentaires seront très bien accueillis.

SR : Nous avons rencontré une initiative similaire en Afrique du Sud, alors bien sûr, difficile d'imaginer que, tout comme il y a un réseau de Fab Labs, il existe un réseau parallèle qui fonctionne

avec d'autres choses. Les Fab Labs reçoivent beaucoup d'argent.

NB : Oui...

Ok, parfait. Un grand merci. L'entretien a été super généreux et vraiment un grand honneur.

SR : Il faut parler de ce qu'on aime. [Rire]

NB : Super, nous restons donc en contact.

SR : J'espère que tu ailles très bien.

NB : Merci. Nous restons en contact.

SR : Si tu as besoin d'images, prends-les sur le site web.

NB : Parfait.

SR : Tu fais copier-coller et tu indiques que tu les as prises sur le site.

NB : Super, parfait. Merci beaucoup.

SR : Bonne réussite.

NB : Bon week-end.

SR : Salut.

