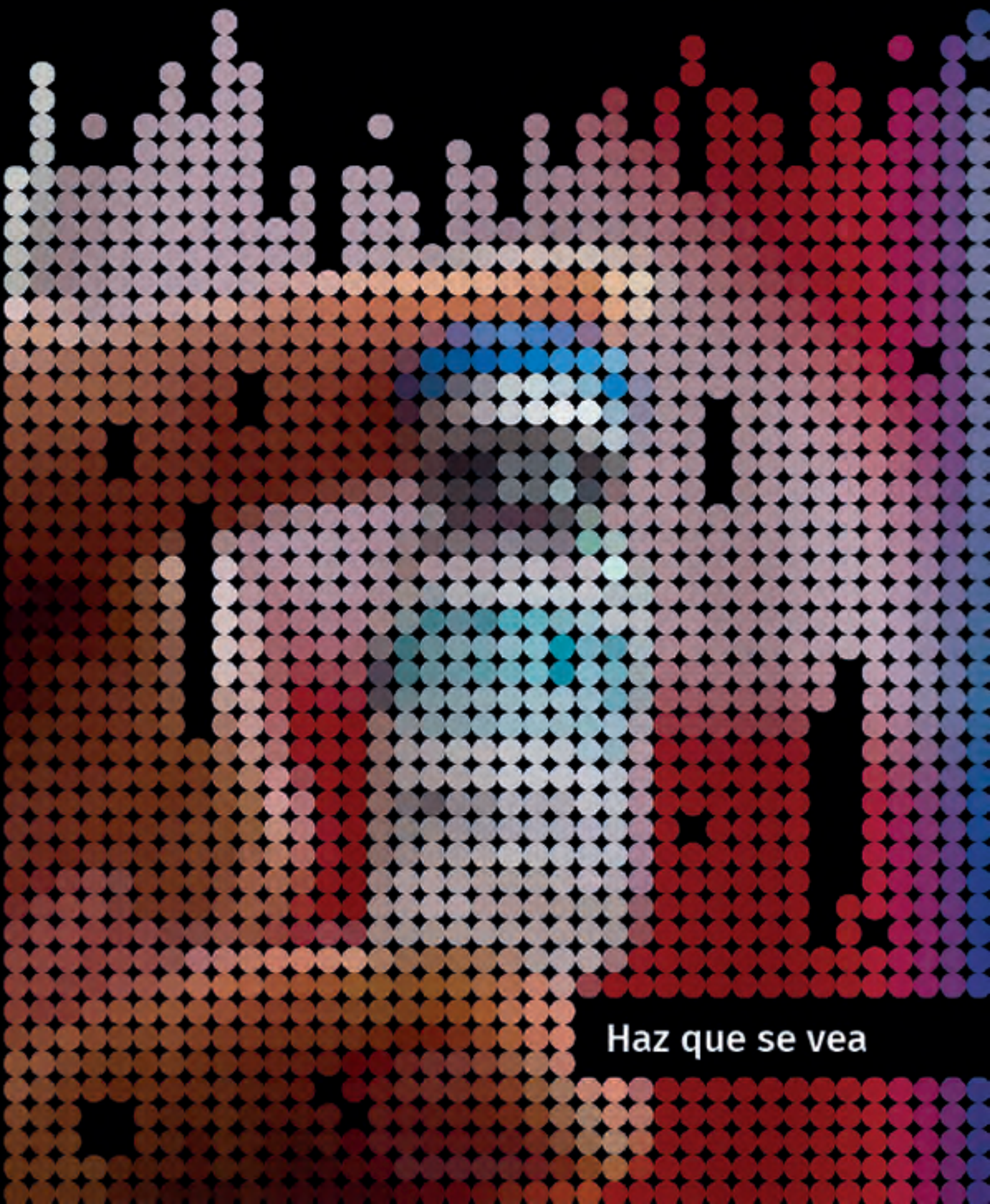


#08 | SEMESTRAL
JUL 2020

na na

ISSN 2518-2927

REVISTA CUBANA DE DISEÑO



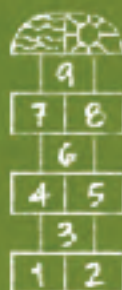
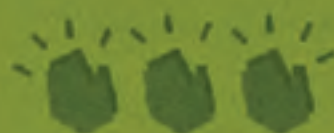
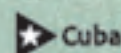
Haz que se vea

Grazie Grazie Grazie
Grazie Grazie Grazie
Grazie Grazie Grazie
Grazie Grazie Grazie
Grazie Grazie Grazie

SANAS PALABRAS

Un día, iniciado el mes de abril, despertamos con el anuncio de que una segunda brigada de médicos cubanos partiría hacia Turín (región de Piamonte, en Italia). Con ellos llevaron a un cronista que, desde el aterrizaje, nos narró las odiseas de cariño de nuestros médicos. Apenas un par de semanas antes, el 22 de marzo, una primera brigada había llegado a la región de Lombardía para prestar asistencia a uno de los países más golpeados hasta entonces por la COVID-19. Ambas ya están de regreso en la Patria, pero su historia no será olvidada. La recordarán los pacientes salvados y será eternizada en estos textos de Enrique Ubieta que la ONDi publicó en su sitio web, bajo el título de Sanas Palabras, con la siempre buena compañía de una ilustración de Víctor Ubieta.

ONDi



NOTA EDITORIAL

Hace un año empezamos a idear el número 8 de La Tiza, la edición que asumiría la responsabilidad de celebrar, y evaluar en perspectiva, los 40 años de vida de la Oficina Nacional de Diseño (ONDi).

Lo primero que nos propusimos hacer fue un dossier especial sobre la historia y relevancia de una institución que nació de la mano del Arquitecto Iván Espín cuando, en Latinoamérica y en muchas naciones europeas con una fuerte cultura de diseño, no existían entidades homólogas. Lo que en 1980 parecía un atrevimiento —por ser Cuba un país de economía subdesarrollada, con tendencia importadora y una demanda siempre insatisfecha, que obligaba a consumir lo que hubiera, sin demasiadas exigencias— devino, por los mismos motivos, en innegable necesidad. Sobre estas cuatro décadas recorridas, y las que restan por andar, podremos leer en las páginas que siguen.

Con suficiente tiempo pudimos anticipar que Celia Sánchez, figura clave en la concreción de importantes proyectos arquitectónicos y de diseño en las primeras décadas del triunfo de la Revolución, arribaba a sus cien años de nacida en este 2020. A sus esfuerzos por promover el diseño en nuestro país (unidos a los de otros dirigentes, arquitectos y diseñadores que entendieron rápidamente la importancia de esta actividad), a su interés por crear y aupar entidades como la Empresa de Producciones Varias (EMPROVA), dedicamos la sección Texto y Signo.

Uno de los más destacados diseñadores de aquella EMPROVA fundada por la heroína de la Sierra Maestra, Gonzalo Córdoba, falleció justo cuando

se preparaba esta edición. Por ello, con tristeza y admiración infinitas, homenajeamos en el espacio Hecho en Cuba a quien fuera el primero en recibir —junto a su compañera de trabajo, María Victoria Caignet— el Premio Nacional de Diseño (2003), por la obra de toda la vida.

Para los debates de Temas en Perspectiva, nos enfocamos en indagar por “el eslabón del diseño” en los tan nombrados encadenamientos productivos. Es sabido que, cuando este logra insertarse de manera efectiva en los procesos industriales, los resultados siempre son favorables.

En la sección Transparencias tenemos al Premio Nacional de Diseño 2019, Sergio Luis Peña, quien igualmente opina sobre los encadenamientos y habla del Instituto Superior de Diseño desde sus inicios, historia que también pertenece a la ONDi.

En muchos de estos trabajos, y desde varias voces, emerge una y otra vez el recuerdo de José “Pepe” Cuendias, quien fuera por 20 años rector del ISDi (1990-enero, 2011) y jefe de la ONDi desde 1995 hasta su partida física en abril de 2011. Sirva esta publicación como homenaje a su entrega apasionada, a su desvelo por la formación y promoción del diseño cubano.

Durante un año, los temas de la octava entrega de La Tiza se fueron entretejiendo, “encadenando”, revelándose como una continuidad, como la experiencia lezamiana de una vivencia oblicua; razones por las cuales estamos seguros de que la presente será una edición entrañable, querida.

EDITADA POR:

ONDi OFICINA
NACIONAL
DE DISEÑO

Calle Loma No.725 e/ Tulipán
y Lombillo, Plaza, La Habana, Cuba
comunicacion@ondi.cu
comunicacion.ondi@gmail.com

IMPRESIÓN:

Publicitur

DIRECTORA:

Gisela Herrero García

EDITOR JEFE:

Leandro Maceo Leyva

EDITORIA EJECUTIVA:

Ivette Leyva García

CORRECCIÓN Y ESTILO:

Zita Corrales Romero

DISEÑO EDITORIAL:

Marcos Ramos Corona

Camila Valdés Peña

**DISEÑO DE PORTADA
Y SUMARIO:**

Marlene Patricia Posada Villanueva

**DISEÑO DE REVERSO
DE PORTADA:**

Victor Ubieta Camacho

**DISEÑO DE REVERSO
DE CONTRAPORTADA:**

Marlene Patricia Posada Villanueva

Marcos Ramos Corona

SUN

TEXTO Y SIGNO

04

CELIA Y EL DISEÑO INDUSTRIAL EN CUBA

MsC. Flor de Lis López Hernández.
DI. Gladys Bidot Peláez

TEMAS EN PERSPECTIVA

10

SECUENCIA DE VOLUNTADES FRENTE A LA COVID - 19

Ivette Leyva García

16

NO PODEMOS CONCEBIR UNA INDUSTRIA EXPORTADORA SIN DISEÑO

Ivette Leyva G.
Liudmila Peña Herrera

20

LAS MIELES DEL ÉXITO: DISEÑO COMO VALOR

Addiley Palancar Guerra

TRANSPARENCIAS

24

Entrevista a Sergio Peña "VOY A DISEÑAR HASTA EL ÚLTIMO MOMENTO"

Ivette L. G.

MARIO

HECHO EN CUBA

30 GONZALO CÓRDOBA O EL
MANIFIESTO DE UN DISEÑO
PROPIO

32 KATAURO HACE LA LUZ

ESPECIAL 40 ANIVERSARIO DE LA ONDi

34 NUESTRO MENSAJE
DE INDEPENDENCIA Y
SOBERANÍA CON DISEÑO

40 40 ONDi EN 24 HITOS

43 CARTA DE FELICITACIÓN
DEL PRESIDENTE DE LA
REPÚBLICA

44 Entrevista a Norberto Chaves
QUE EL DISEÑO TAMBIÉN SEA
MARCA PAÍS

Ivette Leyva García







Celia y el diseño industrial en Cuba

“Celia es una mujer que transformó el heroísmo en simiente para la belleza de cada día”

Alejo Carpentier

MSC. FLOR DE LIS LÓPEZ HERNÁNDEZ
DI. GLADYS BIDOT PELÁEZ

En el barrio habanero del Vedado hay una manzana enmarcada por las calles 11 y 13, paralelas al mar, y 10 y 12, paralelas al río Almendares, que destaca por la cantidad de árboles que allí crecen, ofreciendo al caminante su fresca sombra y sus frutos, entre ellos: aguacate, mango, canistel, níspero y caimito. Causa asombro ver cómo los niños caminan bajo las ramas de algunos, cargados de frutas por estos meses, sin hacer el ademán de tumbar ningún níspero o canistel, tal vez porque son prácticamente desconocidos para el paladar de los pequeños habaneros. Es probable que muchos desconozcan que fue Celia quien hizo sembrar todos esos árboles en el barrio donde residió (calle 11 No. 1107) desde 1959 hasta su temprano deceso en 1979.

Celia de los Desamparados Sánchez Manduley nació, hace cien años el 9 de mayo de 1920, en Media Luna, Manzanillo, antigua provincia de Oriente. Desde niña fue grande su afición a las plantas y en especial a las flores. Tanto en la casa de Media

Luna como en la de Pión, donde residió después, eran notables sus bellos jardines, cuidados con esmero por ella. Cuesta creer el testimonio de su preocupación, en plenas Sierra Maestra y lucha guerrillera, porque las construcciones del campamento se adaptaran, de manera armónica, al entorno agreste y tuvieran jardines con mantos y crotos traídos especialmente de su casa en Pión. Y es que su personalidad humanista, decidida e infatigable, estuvo marcada también por un íntimo amor a la naturaleza, a la flora y la fauna del país, además de por un exquisito gusto y sensibilidad hacia lo bello.

Tal vez fue por esa razón que, desde el inicio de la Revolución y por veinte años, estuvo vinculada en cuerpo y alma a múltiples e importantes obras sociales en las cuales buen gusto, cubanía y diseño contemporáneo tuvieron un sello distintivo.

La historia del diseño en Cuba es un capítulo poco investigado y pendiente de escribir, sobre el tema existen

estudios parciales y publicaciones dispersas; pero, con seguridad, cuando del asunto se trate habrá que dar un sitio especial a Celia. La periodista Virginia Alberdi, con motivo de la primera edición del Premio Nacional de Diseño en el año 2003, se refirió a ella con el calificativo de ángel, por todo su quehacer asociado a la belleza y al respeto de nuestra identidad, una mujer preocupada siempre por la educación y la mejoría de vida de cada cubano.

Al triunfo de la Revolución, junto a todos los cambios radicales producidos en los órdenes político, económico y social, se desarrollaron múltiples programas concebidos por Fidel y, en muchos casos, materializados por Celia, de ahí que popularmente estos se conocieran como “Los Planes de Celia”. A ellos se vincularon profesionales de talento, ya reconocidos por ese entonces y sensibilizados con la Revolución y con el imperativo de diseñar y producir con los materiales nacionales, evitando importaciones.



Vale mencionar al arquitecto Antonio Quintana, quien estuvo al frente de la Comisión de Proyectos Turísticos de la Junta Central de Planificación (JUCEPLAN) y al diseñador Gonzalo Córdoba, quien también la integró.

Con su sensibilidad, su poder de decisión como secretaria de la Presidencia y el convencimiento de la importancia del arte y el diseño como vía para educar y elevar la calidad de vida del hombre, Celia se acercó a estos profesionales; tenía el objetivo de motivarlos a cambiar la visualidad imperante en ese entonces, de influencia foránea, proveniente de Estados Unidos y Europa. Entre 1959 y 1960 se construyeron diversos centros turísticos enfocados en valorizar las bellezas paisajísticas y recuperar los componentes de la cultura nacional, tanto en la arquitectura, el diseño de interiores, como en el mobiliario; momento en el que se recupera el trabajo con maderas cubanas duras, cuero natural y rejilla.

En el propio 1959, al calor de las conversaciones durante la cena de

nochebuena de Fidel con un grupo de carboneros de la Ciénaga de Zapata y sus familiares, surge la idea de una de las primeras grandes obras de los planes mencionados: el centro turístico de Guamá, en la laguna del Tesoro, como parte del conjunto de proyectos relacionados con el desarrollo de la zona. Celia se hizo cargo de que la obra se ejecutara y mantuviera las características con las que fue concebida.

Aunque ya ella había adquirido alguna experiencia en la ejecución de proyectos que se salían de lo común, como las cabañas en los árboles del parque de La Güira, en Pinar del Río, la obra de Guamá era mucho más compleja. El proyecto se le encargó al arquitecto Mario Girona, y contemplaba la construcción de cabañas espaciosas en la laguna, dos restaurantes y otras instalaciones para los visitantes y trabajadores del centro, una aldea taína con figuras escultóricas, un museo y un taller de cerámica. Todas estas construcciones de madera rústica y techos de guano debían tener características muy definidas y homogéneas, así como la aldea taína encomendada por ella a la escultora Rita Longa.

En ocasión de celebrarse, en 1960 en La Habana, un congreso internacional de arquitectos, Fidel propone construir, en la céntrica esquina de L y 23 una heladería gigante capaz de acomodar a mil personas, que serviría como centro de consumo de una nueva línea de helados de superior calidad y abundante variedad de sabores. De nuevo es Celia quien se hace cargo de la ejecución de la obra, al pie de la cual se mantuvo prácticamente los seis meses que demoró la construcción. Pero no solo se ocupó de esta parte: con su interés por cada detalle, estuvo atenta a la selección del personal que prestaría servicios en la heladería, al diseño y colores de los uniformes de trabajo de hombres y mujeres, a la vajilla que se utilizaría, a la presentación de los platos.

Con la idea de que creer en lo nuestro era fundamental para crear lo nuestro, Celia se empeñó en recuperar oficios y tradiciones que corrían el riesgo de desaparecer en el país, para lo cual fundó talleres y escuelas. Al frente de estos colocó a profesionales de reconocido prestigio que compartían y apoyaban sus ideales y estaban al tanto de lo más avanzado del diseño internacional.

Entre los talleres creados por ella, singular importancia para los antecedentes del diseño tuvo el dirigido por Horacio Maggi, diseñador de muebles. Este se encargó de producir muebles y objetos para exportar y ambientar centros turísticos y otros comerciales para clientes extranjeros. Todo era realizado con materias primas nacionales como coco, güira, yarey, metal, tejidos, semillas, carey, polimitas. Algunos ejemplos son las luminarias realizadas con güiras caladas y fibras de vidrio, coloreadas a mano; el mobiliario de madera y fibras naturales y los asientos tallados directamente en el tronco de palma cortado en trozos transversales (de producción muy limitada por lo laborioso de su ejecución). Con estos últimos se amueblaron cabañas rústicas en Varadero, en los años sesenta del pasado siglo.

A Celia se debe la creación de la escuela de talla Clara Zetkin, donde matricularon mujeres, fundamentalmente. Allí se especializaban en el trabajo con la madera, para realizar objetos y muebles. Su formación fue muy completa, pues además se impartían clases de diseño, dibujo, perspectiva, ergonomía, decoración interior, historia del arte, entre otras asignaturas, las cuales contaban con experimentados diseñadores como el propio Maggi y renombrados artistas como Carmelo González.

Ante la situación de escasez de calzado, en 1969 se encuentra la solución

de realizarlos en plástico, para lo cual el país compra en Italia una fábrica de esta línea de producción. Celia supervisa este proyecto en los más mínimos detalles, desde el montaje mismo de la instalación hasta cada nuevo modelo o color. También medió en las gestiones para producir zapatos finos de piel, que condujeron a la aparición del calzado femenino Primor, de gran calidad, confort y diversidad de modelos. Impulsó igualmente la creación de zapatos ortopédicos y prótesis.

Personalmente diseñó o hizo diseñar los primeros uniformes femeninos de las Fuerzas Armadas Revolucionarias, así como los uniformes de los becarios: seleccionó los modelos, el tejido, y se ocupó de que fueran confeccionados con la funcionalidad y el buen gusto como guías.

En la moda y las formas de vestir del cubano también se hizo presente Celia. No es muy conocido que a ella se debe la introducción de la prenda de vestir masculina conocida como safari y que fuera tan popular en los años setenta. El safari sustituyó al tradicional traje como vestimenta elegante, pues era más fresco, ligero y económico, e igualmente idóneo

para actividades donde se requería el uso de ropa más formal. Tal vez son menos los que conocen que su campaña para promover el uso del safari comenzó de una manera muy peculiar, con un desfile de modas masculino organizado por ella para una sesión periódica del Buró Político. Allí, ante los ojos sorprendidos de los altos dirigentes, estuvieron en pasarela, como modelos de la nueva prenda, ministros de Gobierno, entre ellos Raúl Roa, jefes de organizaciones de masas y otros dirigentes que accedieron al requerimiento de la entusiasta mujer.

A ella se atribuye haber implantado la guayabera de manga corta y colores claros para los hombres y el vestido guayabera para las mujeres, como uniforme en lugares destinados a la actividad protocolar del Estado; bajo el argumento de que eran prendas cubanas, cómodas y sencillas, plenamente adecuadas al ambiente de estos lugares.

Una anécdota, que ejemplifica su interés y sensibilidad por los detalles hasta en el más sencillo de los productos, la cuenta con una sonrisa a flor de labios Aida Moreno Fonseca, trabajadora de la Oficina de Asuntos Históricos del Consejo de Estado, fundada por Celia en 1964. A sus lúcidos 85 años, recuerda que a menudo las muchachas de la Oficina

compraban cosas en la tiendecita ubicada en calle 12 No.156 entre Línea y Calzada (hoy una florería). Celia les preguntaba por los productos que habían sacado y pedía que se los mostraran. Un día le enseñaron un calzoncillo de algodón blanco cosido con hilo negro, su indignación fue tal que se los pidió para enseñárselos a Fidel y que viera “la tremenda chapucería que se estaba haciendo en los productos para la población”. También refiere Aida que un día se apareció en la Oficina con los prototipos de lo que serían los nuevos uniformes escolares de primaria y secundaria (aún vigentes); reunió a los trabajadores, hasta al más sencillo, y pidió su opinión sobre el modelo, color y tejido. Estas y otras tantas historias demuestran su preocupación, y su contribución a lograr objetos de uso diario mejor diseñados y de más calidad para el pueblo.

La idea de Fidel, a comienzos de los setenta, de dotar a la capital de un parque natural para el esparcimiento y como un pulmón de la ciudad es sin duda obra material de Celia, quien consideraba que se debía “enseñar al habanero a amar el campo y el bosque...”. Organizó y dirigió todo, comenzando por reunir un grupo de arquitectos, ingenieros y diseñadores que acometieran el proyecto. Luego, lo mismo se la podía ver sembrando bulbos de mariposa que cargando piedras; el resultado fue el Parque Lenin, inaugurado en abril de 1972.

Otra obra digna de destacar fue la Ciudad de los Pioneros José Martí, en la playa de Tarará, en 1974. Aquí Celia demostró una vez más su intuición para el diseño cuando, ante la necesidad de señalar las distintas áreas del extenso campamento, se opuso al empleo de textos y argumentó que los niños comprenderían mejor una gráfica que fuera capaz de transmitir la información requerida. Para lograr la espectacular entrada defendió el concepto de que los niños debían

*Restaurante Las Ruinas,
Parque Lenin.*



sentir que el acceso al campamento era como llegar a un circo o un gran parque de diversiones.

En el propio año 1974, y para dar respuesta a las necesidades del Plan de Hoteles, es fundada y atendida posteriormente por ella la Empresa de Producciones Varias (EMPROVA), en la cual se logró integrar la mejor tradición cubana con los más claros conceptos del diseño contemporáneo. Dicha empresa agrupó bajo una misma dirección a varios talleres independientes, con un Departamento de Diseño que formaba parte de su dirección general. Al frente de este fueron designados María Victoria Caignet y Gonzalo Córdoba, quienes ya destacaban como diseñadores desde la década del cincuenta.

Más de un centenar de hoteles amuebló la EMPROVA, el primero de ellos sería el Hanabanilla, en pleno corazón del Escambray, al que siguieron Costa Sur, Mar Azul, Ancón, Pasacaballos, Sierra Maestra, Pernik, Guardalavaca y otros. Su preferido fue el de Marea del Portillo, en Pilón, lugar cerca del cual vivió en su juventud. En este participó desde la selección del emplazamiento (donde desarrolló el concepto de imbricar el paisaje marítimo con el rural), hasta el trazado sinuoso de la carreterita de acceso para no dañar ni una sola planta del cocal, pues para Celia, un árbol era algo sagrado, en cualquiera de las obras que dirigía, prefería variar el proyecto antes que cortar uno.

Consideraba que estos hoteles debían estar adaptados a las características y necesidades de Cuba, tenían que ser tropicales; para lograr esta idea apoyó de lleno al equipo de diseñadores y sus sugerencias. Con su poder de iniciativa buscaba soluciones a los

más disímiles problemas, incluidos los de diseño. Ante la escasez de tela para hacer cortinas o dinero para importarlas, buscó un estampador, le procuró local y tres o cuatro ayudantes que aprendieran de él, se pintaron lonas y lienzos y se hicieron las cortinas. Ese sería el germen del posterior taller de estampado para cortinas, cubrecamas y tapicería de los amueblamientos de la EMPROVA.

Deben mencionarse, además, aun corriendo el riesgo de omisiones, otras obras de las impulsadas y supervisadas por la mano de Celia donde el diseño fue parte fundamental. Entre ellas la casa de visita de Valles de Picadura; la casa de descanso para los cosmonautas en Varadero, con un atrevido diseño y difícil ejecución; las escuelas en el campo; la escuela Lenin y otras vocacionales; el Palacio Central de Pioneros Ernesto Che Guevara; el Campamento Internacional de pioneros en Varadero; embajadas de Cuba, hospitales, oficinas de

ministerios... Veló por el buen acabado de cientos de casas de protocolo, para las cuales era particularmente exigente; las mismas debían mostrar buen gusto, funcionalidad de la instalación y eficiencia en el servicio; ella supervisaba cada detalle directa y minuciosamente: decoración, muebles, jardines, uniformes de trabajo, etc.

A ella también se deben el salón de recepciones Cubanacán, del Palacio de la Revolución. Esta es una obra exquisita y de espectacular sobriedad donde se logró la integración armónica de la obra humana con lo natural. La piedra figuró como protagonista en este y en otros de los diseños ambientales alentados por Celia; sirva de ejemplo la china pelona de 5 toneladas que hizo traer desde la Sierra Maestra, y una caliza gris de 37 toneladas para colocar a la entrada del salón de recepciones del Consejo de Estado, para lo cual hubo que reforzar la cimentación del edificio.



Heladería Coppelia.

Su última gran obra fue el Palacio de las Convenciones, construido e inaugurado en 1979 para la Sexta Cumbre de los Países No Alineados. Con su clara comprensión del valor de los elementos naturales en el embellecimiento del ambiente humano, el Palacio hace gala de funcionalidad, cubanía, integración de lo artificial con lo natural y buen gusto, sello inequívoco de la mano de Celia.

Además, por estos años, con el interés de priorizar la venta de muebles y productos para la vivienda cubana, impulsó una labor educativa a través de exposiciones de la EMPROVA, donde se ofrecían a la población pautas sencillas para rodearse de “cosas bellas para usar”. Precisamente, en el catálogo de una de estas muestras con muebles y objetos, en 1979, el arquitecto Roberto Segre referiría ... “la cualificación estética del marco funcional cotidiano, constituye uno de los objetivos fundamentales de la sociedad socialista cubana”.

Más tarde, a un año de la desaparición física de Celia y en el marco de otra exposición, María Victoria Caignet y Gonzalo Córdoba aseverarían: “Estos diseños y producciones deben su origen a quien tanto contribuyó al desarrollo de la cubanía, revalorizando lo verdaderamente popular y tradicional y estimulando, al mismo tiempo, la creación y el diseño más



Villa Guamá.

avanzado para nuestra vida diaria: la compañera Celia Sánchez”. (Tomado del catálogo de la exposición: Nuestra cultura en la vida diaria. Galería Habana. Junio, 1981).

Sobre el diseño industrial en nuestro país, durante los primeros veinte años de la Revolución, mucho queda por indagar. No todo está esclarecido, aunque hay consenso en el interés que existió porque la actividad partiera del contexto nacional, de su inserción en problemas sociales y de la búsqueda de cualidades estéticas cubanas a la vez que contemporáneas; elementos todos que coinciden con la idea y el impulso que de manera incuestionable dio Celia Sánchez al diseño cubano.



“En el propio año 1974, y para dar respuesta a las necesidades del Plan de Hoteles, es fundada y atendida posteriormente por Celia la EMPROVA.”

NOTAS:

Álvarez, Tabio. P. (2004). Celia: Ensayo para una biografía. Oficina de publicaciones del Consejo de Estado. La Habana.

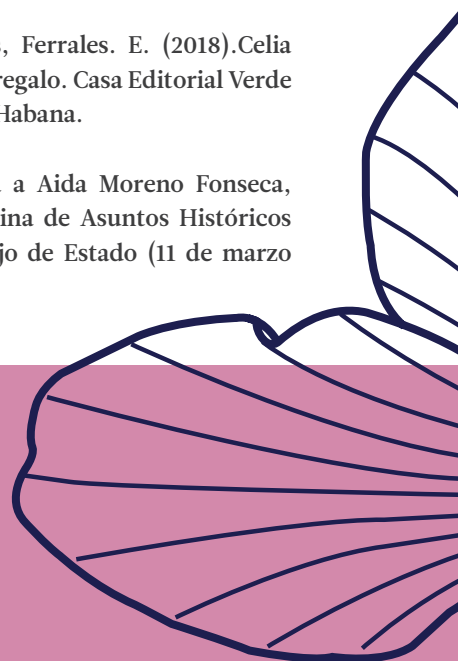
Bécquer, Céspedes. A. (1999). Celia: la flor más autóctona de la Revolución. Editorial Ciencias Sociales, La Habana.

Fernández, Uriarte. L. y otros (2016). Modernidad, identidad y valor social. El diseño en Cuba de 1960 a 2000. Ediciones Forma, ISDi, La Habana.

Montes de Oca, Ruiz. R. (2004). Conquistar toda la justicia. La huella imperecedera de Celia. Oficina de publicaciones del Consejo de Estado.

Palomares, Ferrales. E. (2018). Celia mi mejor regalo. Casa Editorial Verde Olivo, La Habana.

Entrevista a Aida Moreno Fonseca, en la Oficina de Asuntos Históricos del Consejo de Estado (11 de marzo de 2020).



SECUENCIA DE VOLUNTADES FRENTE a la COVID-19



IVETTE LEYVA GARCÍA

Al inicio fue un pangolín o un murciélago, un mercado en Wuhan, una persona contagiada y otra fallecida, un nuevo coronavirus, la alerta inminente... y el mundo cambió.

A menos de tres meses de que se reportaran los primeros casos de la COVID-19 en China, la Organización Mundial de la Salud (OMS) se vería obligada a declarar como pandemia la enfermedad causada por el SARS-CoV-2. Ese mismo día, el 11 de marzo de 2020, serían diagnosticados con el virus tres turistas italianos que hacían estancia en Cuba, los primeros.

En muy poco tiempo, y muchas veces de manera asintomática, “invisible”, el fatídico enemigo había atravesado mares y continentes, dejando tras de sí una estela de muertes, caos sanitario, pánico civil y semiparalización económica.

En muchos servicios hospitalarios, sobresaturados, empezaron a escasear los insumos: guantes y mascarillas, trajes protectores, respiradores artificiales y sus componentes...

Los grandes fabricantes no podían hacer frente a la explosión de la demanda, por lo que en todos lares empezaron a emerger iniciativas de pequeños productores con soluciones alternativas a los diversos problemas.

Cuando esta realidad llegó a nuestro país, hacía varios meses que se hablaba de la necesidad de mayores y más efectivos encadenamientos productivos, de la urgencia de aprovechar más las potencialidades existentes en frontera, del imperativo insoslayable de mirar más hacia nuestras capacidades endógenas por encima de lo importado.

Mucho se hablaba, hasta que la COVID-19 nos obligó a hacer más. Y fue así que empezaron a visualizarse en el contexto nacional encadenamientos de nuevo tipo; de mediano alcance, pero efectivos, dinámicos, solidarios, útiles. Tales relaciones se empezaron a dar, de manera mucho más desprejuiciada y fluida, entre múltiples instituciones del Estado, actores de la sociedad civil, trabajadores de modelos de gestión no estatal y personas naturales; todos en función de unir fuerzas para el enfrentamiento a la pandemia.

El más simbólico de estos encadenamientos, el de mayor nobleza y generalización, se dio a nivel de barrio, espontáneamente, cuando los vecinos con mayores o menores dotes para la costura, suplieron la necesidad creciente de nasobucos para consejos populares enteros. Uno aportó el pedacito de tela, otro los hilos o elásticos y quien tenía la máquina cosió sin descanso, lo mismo abuelitas muy mayores que mujeres y hombres jóvenes y hasta una estrella olímpica.

ALIANZA HIGH-TECH

Entre uno de los ejemplos más ilustrativos de las nuevas relaciones instauradas entre diferentes actores económicos, a raíz de la crisis epidemiológica, figura el del grupo de makers coordinado por Abel Bajuelos Rizo, músico de formación y apasionado del diseño industrial. Algunos de quienes lo integraron — personas de diferentes especialidades y localidades del país— jamás se habían visto cara a cara, pero la distancia no impidió que conectaran con el propósito de ayudar, de la manera que sabían y podían, en la cruzada sanitaria del 2020. A través de un grupo de mensajería instantánea (WhatsApp) se convocaron, intercambiaron información, se organizaron por regiones y pusieron manos a la obra.

Tras buscar, vía internet, los diseños óptimos e introducirles modificaciones para ahorrar material, fabricaron piezas de repuesto para equipamiento hospitalario, máscaras protectoras y otros utensilios (como salva-orejas para evitar las molestias causadas por los elásticos de los nasobucos o aditamentos para eludir el contacto frecuente con los picaportes).

Otras iniciativas, sobre todo asociadas a la elaboración de máscaras faciales, nacieron en el país a partir de equipos diversos; pero entre los aspectos distintivos en el caso del grupo coordinado por Abel, se hallaba el enlace interprovincial, el volumen mayor de producción y la tecnología de base.

Todos los elementos anteriormente mencionados fueron obtenidos por medio de la manufactura aditiva o impresión 3D, invención que le ha dado un gran impulso a la cultura maker (movimiento que logra resolver necesidades productivas a pequeña escala, con ayuda de las tecnologías de la comunicación y la automatización).

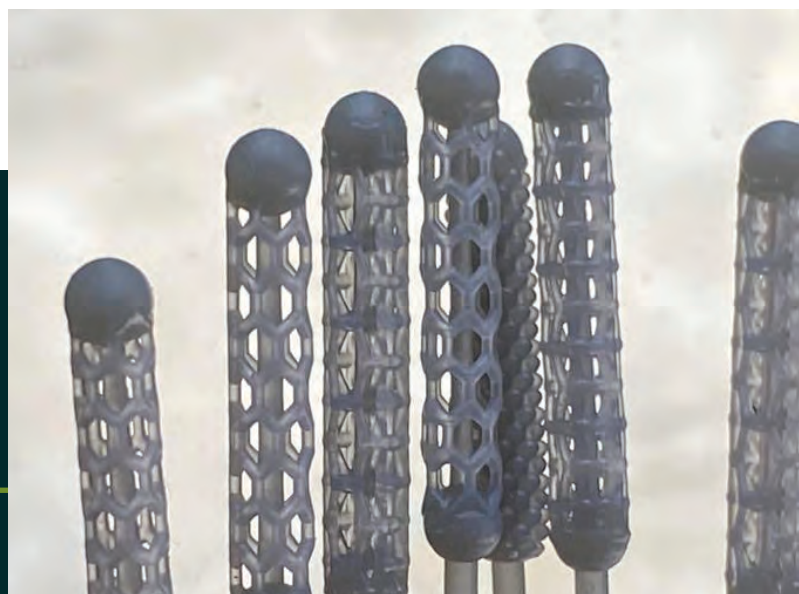
Como trabajador por cuenta propia (TCP), Bajuelos gestiona un pequeño taller que brinda servicios de fabricación digital, bajo la figura denominada “productor vendedor de artículos fundidos”. Uno de sus clientes, hace tres años, es el Centro de Neurociencias de Cuba (CNEURO). No obstante, la nueva experiencia en la que participó le ha permitido ayudar a imprimir un modelo de colaboración mucho más horizontal y dinámico, entre los TCP e instituciones estatales.

Antes de la COVID-19, las relaciones que primaban entre ambas formas de gestión eran reguladoras (el Estado normaba las políticas para los TCP y velaba por su cumplimiento) o comerciales (el Estado contrataba algunos servicios y productos a las nuevas figuras). Sin embargo, la extrema singularidad del contexto epidemiológico y la urgencia por resolver diversas problemáticas, así como la vocación humanista de los cubanos (sin importar a qué modelo de gestión tributen) ha revelado que existen otras maneras de imbricarse, de manifestar la unidad, de participar y trabajar por el bienestar de un país que empujamos entre todos.

Así, Abel Bajuelos refiere a La Tiza cómo, mediante la Empresa de Automatización Integral CEDAI, se logró gestionar para su grupo un lote de materia prima con el fin de dar continuidad a la producción de máscaras y otros utensilios destinados al sistema sanitario, entre los cuales también figuraban hisopos para las pruebas PCR.

Una entidad estatal, la propia Oficina Nacional de Diseño (ONDi), contribuyó con la entrega de 65 rollos de filamento PLA; cada uno de los cuales equivalía a 35 o 40 viseras del modelo escogido.

*Hisopos fabricados en 3D
para las pruebas de PCR.*



Hasta el pasado 5 de mayo, entre las entregadas y las ensambladas, se habían impreso en 3D un total de 1 780 viseras, a partir de una veintena de equipos distribuidos por todo el territorio nacional.

“Los beneficios de la colaboración TCP-Estado se encuentran a la vista, y seguro hay muchos más por descubrir”, dice Bajuelos. Mientras, el equipo que coordina sigue imprimiendo novedosas soluciones... y relaciones.

Justo al cierre de la revista donde se publicará el presente artículo, se conoció de otra singular colaboración intersectorial que tuvo como centro a CNEURO, la cual le permitió al país disponer de un modelo de ventilador pulmonar propio.

El monitoreo constante de la pandemia, antes de que fuera un hecho en la Isla, evidenció tempranamente la necesidad de contar con un mayor número de equipos de ventilación pulmonar en los sistemas de atención médica. Sumado a ello, las empresas suizas imt Medical ag y Acutronis, proveedoras de estos dispositivos para Cuba, fueron compradas por la compañía estadounidense Vyaire Medical Inc, la cual decidió unilateralmente suspender sus ventas hacia nuestra nación, a causa del bloqueo.

Fue así como la máxima dirección del gobierno solicitó el apoyo de entidades nacionales para la producción de

ventiladores. En función de responder a esta urgencia, el Centro de Neurociencias conformó un equipo multidisciplinario con expertos propios, la empresa Grito de Baire y otras instituciones, que partió del estudio de la información disponible y la selección y desarrollo de un principio de automatización liberado por el Instituto de Tecnología de Massachusetts (MIT).

Tres semanas después de haber comenzado el proyecto, ya se había logrado una maqueta funcional. Es en este momento que la dirección del Centro solicita la colaboración de la ONDi y se incorporan al grupo de trabajo dos diseñadores, según afirmó Boris León, director de la Unidad de Desarrollo de la Oficina.

Gracias a la integración entre los diversos especialistas, en pocos días se pudo presentar una propuesta de diseño para el equipo y para la interfaz de la aplicación digital que este tendría incorporada. Dicho primer acercamiento generó debates y nuevas aproximaciones, hasta que, un mes después de haber iniciado el proyecto de diseño, se logró tener el primer prototipo de ventilador.

CNEURO ha confirmado que, en octubre de este año, el sistema de salud contará con los primeros 500 ventiladores pulmonares fabricados en territorio nacional (250 de una variante invasiva y los restantes, de una no invasiva). Se concretará así otro ejemplo de cuánto puede lograrse cuando se encadenan dinámicamente voluntad política y potencialidades científicas, tecnológicas, productivas y de diseño.

Diseño en 3D del ventilador generado por equipo multidisciplinario en CNEURO.





Gráfica de Claudio Sotolongo

EL ROSTRO DE UNA COLABORACIÓN

A la par de alistar en la Isla todos los recursos materiales y humanos que se requerían, en centros hospitalarios y de aislamiento, para desarrollar la estrategia de enfrentamiento al SARS-CoV-2; la vocación internacionalista médica cubana, nunca dormida, se multiplicó.

Un día se conoció la noticia de que una brigada de 52 colaboradores de la salud cruzaría el Atlántico para prestar ayuda, no a un país pobre y olvidado por las grandes potencias, sino a Italia, nación desarrollada que figuraba entre las más golpeadas hasta entonces por la pandemia.

Con emoción vimos, horas después del anuncio, las imágenes del arribo de nuestros médicos al Aeropuerto de Malpensa, en Milán. El blanco acendrado de sus batas dominaba el espacio que los recibía; llevaban la frente en alto y en la mano una bandera cubana... hasta que otro elemento apareció en el plano: la representación gráfica de la solidaridad de nuestro pueblo con el italiano.

El diseño, inédito, había sido realizado por el joven Claudio Sotolongo quien, a propósito de una beca de estudios, había permanecido por casi medio año en esa nación europea, hasta que la situación epidemiológica le impuso regresar a su tierra.

En el mes de marzo —relata el diseñador a La Tiza—, la COVID-19 ya era un problema en Italia, se había decretado la zona roja en el norte y esto generó un estado de incertidumbre.

“En dicho contexto, consciente de la importancia del diseño de comunicación visual, me pareció correcto ofrecer, de manera voluntaria, mi colaboración profesional al embajador de nuestro país, señor José Carlos Rodríguez, a quien ya había conocido personalmente. En la medida en que la situación se

fue complejizando en Roma, el contacto se hizo más cercano. Fue gracias a información recibida de parte de la embajada que pude regresar a Cuba antes del cierre de fronteras por parte de Italia y la suspensión de vuelos”, declara.

“Ya en La Habana, vía redes sociales, mantuvimos el contacto. Mientras cumplía con los 14 días de aislamiento preventivo, se me hacía necesario mantener al tanto de mi estado de salud a todas las personas con las que había tenido trato. En ese momento, se hizo pública la solicitud de ayuda médica por parte del señor Gallera, asesor de Salud y Bienestar de la Región de Lombardía, a la embajada nuestra. Pocos días después el embajador, señor Rodríguez, me trasladó la petición de hacer un diseño que denotara los valores de la colaboración médica cubana”.

Se buscó una imagen —detalla Sotolongo— que evocara enlace, cercanía, solidaridad y apoyo. Se diseñó una variante horizontal, para ser impresa como banderola y también utilizada en redes sociales —Twitter y Facebook, que es donde se encuentran los canales y páginas oficiales de la diplomacia de la Isla y de las asociaciones y personas que han contribuido a la materialización de esta acción—.

En pocos días, la respuesta a la solicitud estuvo lista y fue enviada a la embajada, donde la acogieron con entusiasmo; así, cuando los primeros médicos llegaron, ya se contaba con la imagen para ser mostrada. Tanto en la región de Lombardía como en la de Piamonte, a donde llegó el 13 de abril una segunda brigada, compuesta por 38 profesionales de la salud de Cuba, esta ha sido la gráfica que los ha representado a ellos directamente y, desde la distancia, a toda nuestra nación.

En más de 20 destinos se encuentran hoy los héroes cubanos de blancos uniformes, dándole batalla al SARS-Cov-2; sin embargo, solo una de estas misiones tiene

“rostro”. Ello ha sido fruto de un “encadenamiento” de voluntades, de un sentido del deber y de la visión de ambas partes —diseñador y encargante— del papel trascendental que en este contexto puede jugar el diseño, como herramienta de conexión emocional.

MARCANDO UNA NUEVA ERA

El entrelazamiento pertinente y dinámico de eslabones disímiles, con participación del diseño, en el plano de la construcción simbólica, se hizo ostensible en tiempos de COVID-19 con el redescubrimiento de la marca país Cuba.

Desde los albores del siglo XXI (años 2000-2001) fue “hallada” y diseñada esta identidad visual por un equipo de profesionales provenientes de la ONDi y Publicitur (agencia de comunicación del Ministerio del Turismo), asesorado por figuras de renombre como los argentinos Norberto Chaves —experto en imagen corporativa—, Rubén Fontana —maestro tipógrafo— y el diseñador gráfico español, América Sánchez. Tras más de una década de escaso uso, del cual apenas dieron cuenta los ministerios de Turismo y Relaciones Exteriores, la marca consiguió ser oficialmente aprobada, a nivel de gobierno, en 2014. Pero, de entonces a la fecha, poco más se consiguió avanzar en su gestión e implementación; al no contar (hasta el día de hoy), con un ente responsable de tales funciones, como lo requiere cualquier identidad gráfica.

El 8 de abril de 2020, a raíz de los crecientes y merecidos homenajes al personal sanitario, en las redes digitales de la ONDi se compartió el siguiente mensaje: “frente al azote de una pandemia global, poseer un sistema de salud sólido se ha convertido en el mayor tesoro, Cuba ha vuelto a ser faro. Nuestros médicos, los que curan en frontera y los que parten al auxilio de otras tierras —incluso del primer mundo europeo— se erigen, más que nunca, en los protagonistas de nuestro humanismo, de nuestra solidaridad. La admiración con la que hablamos de nuestro ‘ejército de batas blancas’, el símbolo concreto de ese orgullo y ese amor, tendría que ser visible, ‘marcadamente’ incuestionable, en cada una de esas batas. Es en nuestro personal de salud hoy que la marca país se realiza”.

Al día siguiente, el sitio informativo Cubadebate publicó un artículo que expresaba también el justo deseo de ver en los atuendos de los médicos el despliegue de la marca Cuba, a la vez que hacía un recuento de cómo había surgido, dos décadas atrás, este signo. Tras la salida del texto, un directivo de la prensa, entusiasmado con la propuesta, intercedió ante el Ministerio de Salud Pública

Dr. Francisco Durán, director de Epidemiología del MINSAP.



(MINSAP) para que se facilitaran algunos uniformes y el proyecto cultural Arteylla se ofreció a bordar en ellos, gratuitamente, la marca.

De esta “encadenada” manera se hizo posible que el 16 de abril, a 59 años de la declaración del carácter socialista de la Revolución cubana, el doctor Francisco Durán García, director de Epidemiología del MINSAP, saliera a dar su conferencia habitual de actualización sobre la COVID-19, con el estreno de su bata “marcada”. Ese mismo día, tantas veces histórico, coincidentemente vio la luz en el programa televisivo Mesa Redonda, un emotivo video que, signado también por la marca, resaltaba el valor de los aplausos ofrecidos al personal de la salud a las nueve de cada noche; esos aplausos que desde el nacimiento acompañan cada momento trascendental de la vida humana. La realización del corto fue, también, expresión de las voluntades aunadas de distintos profesionales.

Otro colaborador de los medios —el 22 del propio mes— realizó un oportuno comentario en el noticiero del mediodía de la Televisión Cubana, mediante el cual propuso convertir el uso de la marca país en un “reto”, en un gesto de orgullo nacional. Le tomaron la palabra los habitantes del reparto La Magdalena, del Cotorro, adonde la noche del 26 llegó un promotor anónimo a regalar pegatinas con el símbolo; muchas

de las cuales terminaron, como amuleto contra todo mal, en las puertas de las casas.

El influjo de la marca, ese “no sé qué” atrayente más allá de sus cualidades técnicas, capaz de seducirnos y movilizarnos, conquistó igualmente a actores políticos. Así llegaría este imago tipo a ocupar un espacio en los nasobucos criollos, prenda más importante de la lucha versus COVID-19. Para sorpresa y alegría de muchos implicados, el propio presidente de la República, Miguel Díaz-Canel, acompañado de su esposa, inauguraría su uso el Día Internacional de los Trabajadores.

Tanta conjunción de buenos ánimos, compromisos y sensibilidades, derivó en que el 2 de mayo más de un aspecto llamara la atención en el acto de abanderamiento de las 11 enfermeras que, en misión humanitaria, despegarían rumbo a Trinidad y Tobago. Era la primera vez que un colectivo perteneciente al contingente Henry Reeve, creado en 2005 por idea del Comandante en Jefe Fidel Castro, partía a brindar su ayuda en otras tierras, integrado solo por mujeres. Era la primera vez que llevaban en el pecho, cual ejército de vida, una insignia de su país, su marca.

Las historias aquí comentadas constituyen referencias de cuánto puede lograrse cuando confluyen tecnologías y solidaridad, gestión estatal y no estatal, voluntad política y ciudadana.

Mucho nos aportaría que estas nuevas formas en las cuales se ha concretado, en tiempos de pandemia, la unidad y participación de los actores económicos y sociales cubanos, no deviniera en excepción de contingencia, sino en norma. Tenemos a nuestro favor esa vocación humanista que nos compulsa a ayudar, a ofrecer una mano allí donde haga falta y desde cualquier modelo de gestión en el cual nos desempeñemos.

Asimismo, la integración y visibilidad del diseño en la resolución de los problemas de nuestra sociedad, como eslabón imprescindible de las cadenas de valor, materiales y simbólicas, deberá —como regla— no solo sostenerse, sino ampliarse.

Cuando nos unimos —y aquí cabría decir, encadenamos— para hacer el bien, por y para la prosperidad de ese “todos” en el que cabemos cada uno de nosotros, las mejores soluciones emergen. Nuestra propia guerra contra la COVID-19 lo ha demostrado y tenemos el deber de continuar reafirmando en esa otra normalidad que vendrá, en la “era” pospandémica.



Contingente de enfermeras que partieron a colaborar en Trinidad y Tobago.



NO concebir una industria exportadora sin diseño PODEMOS

IVETTE LEYVA GARCÍA
LIUDMILA PEÑA HERRERA

Con toda la experticia y el prestigio ganado por una amplia y multifacética labor en los ámbitos de la industria ligera a lo largo de más de seis décadas de trabajo, el ingeniero químico Leonel Amador Pérez, hoy asesor del Ministro de Industrias, constituye una voz autorizada y proactiva en el intento de insertar el diseño cubano en los estándares de calidad de las producciones nacionales.

Perfumista de profesión, Leonel Amador se involucró desde muy joven – con apenas 16 años – en el fascinante mundo de las fragancias. Él mismo define al año 1958 como determinante en el destino que seguiría luego de ingresar a la Escuela Técnico-Industrial de Rancho Boyeros.

“En aquella época, la publicidad de las grandes casas jaboneras en la radio y la televisión me llamaba mucho la atención. Por eso opté por la especialidad de Jabonería y Perfumería”, recuerda quien comenzara su historia profesional en la llenadora de aerosoles, de La Habana, donde se producían los sprays de diversos cosméticos, perfumes, espumas de afeitar de diferentes marcas y muchos productos para el cabello. Mas su experiencia en ese sector se enriquecería en la perfumería Burjois, productora del Chanel No. 5; luego, en la recién creada Empresa Consolidada de Jabonería y Perfumería y, más

tarde, en el Laboratorio de Desarrollo y Producción de bouquets, actual Suchel Fragancia, de la cual fue uno de los fundadores y su primer director con apenas 23 años. Si aún parecieran insuficientes tales méritos, engrosan su aval el haber sido Director de Diseño del Ministerio de Industria Ligera y Premio Nacional Honorífico de Diseño y de Gestión del Diseño, ambos otorgados por la ONDi.

Tantas distinciones no mellan su humildad: en el modo de conducirse con sus colegas no hay el menor atisbo del egocentrismo que suelen originar tales agasajos; por el contrario, en su hablar pausado, y en el diálogo franco y diáfano, como la esencia de uno de sus perfumes, el Alicia, inspirado en la Prima Ballerina Assoluta, se adivinan las raíces campesinas de las cuales asegura sentirse orgulloso. Su tenacidad en el trabajo, y la energía que le imprime a esa pasión, le hacen “darse un saltico” hasta el laboratorio, de vez en cuando, para componer alguna fragancia – las últimas fueron S Hojas de Tabaco Verde, Súcheli Flores Blancas e Insaciable –. Para él, hablar de los desafíos y la necesidad de incorporar las soluciones de diseño a la vida diaria de un país conminado a impulsar los encadenamientos productivos, es una obligación, pero también un goce.

—¿Qué políticas se han desarrollado dentro del Ministerio de Industrias para contribuir a los encadenamientos productivos que, según las autoridades económicas, tanto necesita el país?

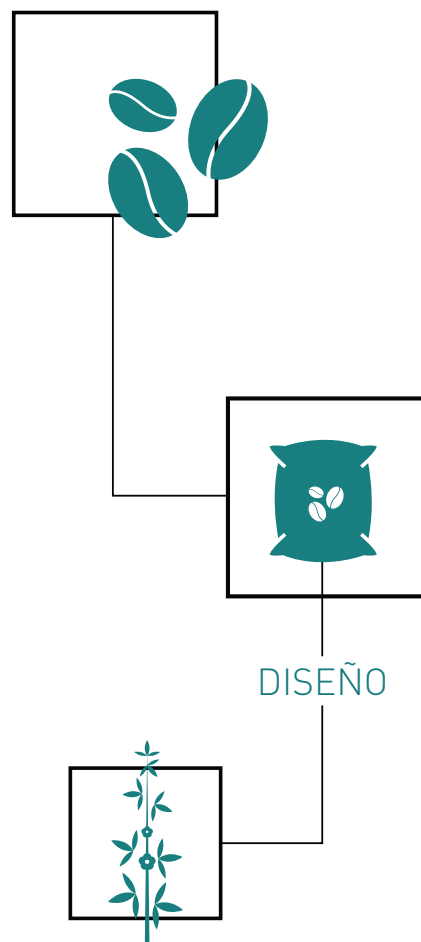
—Esta es una forma expedita para que los actores económicos que participan en una cadena productiva obtengan beneficios. Lógicamente, el desarrollo de una actividad impulsa el de las demás y, estratégicamente, es beneficioso y muy efectivo. Esa política, dentro del Ministerio de Industrias, no es nueva, pues nació con la propia Revolución y las ideas implementadas por el Che, quien concibió el desarrollo industrial cubano a través de los encadenamientos productivos. Es decir, si íbamos a producir café, entonces desarrollábamos la producción del saco y, para eso, debíamos elaborar la fibra, para cuyo fin se plantaron los cultivos agrícolas del kenaf. En la actualidad, la política y los programas del desarrollo industrial hasta el 2030 tienen en cuenta esos encadenamientos productivos.

—¿Cómo valora el grado de inserción del diseño cubano en esos encadenamientos?

—La inserción del diseño en los encadenamientos productivos es vital, estratégicamente es imprescindible, aunque en algunos procesos no se le brinde la importancia que merece.



Leonel Amador, Premio Nacional Honorífico de Diseño y de Gestión del Diseño, otorgados por la ONDi.



El Che concibió el desarrollo industrial cubano a través de los encadenamientos. E.j. café - saco - cultivos agrícolas del kenaf.

“Hoy los sistemas de la calidad que se implantan en todo el plantel industrial parten de la evaluación y la validación del diseño, no solo para disponer de un sistema de gestión de la calidad bien montado, sino con el fin de evitar productos defectuosos que no satisfagan las necesidades para las cuales se crearon. Por eso, el diseño, tanto industrial como de comunicación visual, ocupa un papel importantísimo en el desarrollo de la producción y en los niveles de satisfacción que los productos y servicios deben lograr.

“Todavía debemos impulsarlo más, porque no está en el centro de desarrollo de gestión de la empresa, aun cuando existen algunas que sí han comprendido la importancia de la gestión del diseño, al punto de que hoy son entidades triunfadoras en sus políticas de desarrollo de productos.

“Es posible que no siempre el que trabaja en la industria tenga conciencia de la importancia del diseño; pero tampoco la ONDi y los diseñadores deben esperar a que así sea. Creo que deben jugar un papel más activo al demostrar las oportunidades que ofrece el diseño como herramienta para el alcance de mayores índices

de competitividad de los productos. No podemos concebir una industria exportadora, si no tiene un buen diseño. Y esto se encuentra dentro de las políticas que el Ministerio está elaborando.

“En estos momentos se trabaja en varias aristas del asunto. Por ejemplo, junto a la política de desarrollo industrial se encuentra la de envases y embalajes y la de diseño; todo esto con el fin de que en el país exista un documento rector que pueda mostrarnos el camino a seguir para alcanzar a través del diseño una mayor eficiencia y competitividad en el surtido de productos”.

—¿De qué manera los diseñadores podrían jugar un papel más proactivo en la concientización sobre la importancia del diseño?

—No hay quien sepa más de la importancia del diseño que el propio diseñador. Es necesario que nos despojemos un poco de la queja. Hay que hablar, convencer y demostrar más lo que se puede lograr. No debemos permitir que se elaboren proyectos valiosos y luego se archiven. Hay que luchar para que esos buenos proyectos se introduzcan en la producción.

En la actualidad, constituye un ejemplo positivo el encadenamiento del sector del turismo y la industria del mueble, en algunos hoteles.

“El trabajo de diseño debe verse desde la propia gestión industrial, pero eso se logra educando y demostrando. Nosotros desarrollamos una experiencia hace 25 años, a finales de los 90, con un diplomado en gestión de esta actividad, en el Instituto Superior de Diseño (ISDi). Gracias a esa acción de superación, un grupo de dirigentes de la industria, incluyéndome a mí, que entonces era viceministro, nos preparamos en los aspectos más importantes relacionados con el diseño. Por esas relaciones que tuve con la ONDi, también participé en eventos internacionales, siempre presentando trabajos sobre la relación color-olor en el diseño de envases para la industria de cosméticos y sobre experiencias en la gestión del diseño.

“También impulsamos, en coordinación con la ONDi y el ISDi, la reorientación experimental de graduados de nivel superior. No se trató entonces de improvisar diseñadores, sino de enriquecer con esas herramientas a profesionales que, con una base de conocimiento como ingenieros industriales, químicos, textiles..., podían influir, desde la industria, en la gestión del diseño.

“Yo le debo mucho a los diseñadores que conocí durante los 23 años que atendí la actividad a nivel de Ministerio. [José] Pepe Cuendias fue un hermano...

(Nuestro entrevistado interrumpe brevemente el diálogo. El recuerdo de quien, por tantos años, fuera



director de la ONDi y rector del ISDi, lo conmueve. Ante nuestros ojos, deja de ser, por unos minutos, el asesor; ahora lo vemos en la piel del amigo. Respira, y sigue).

“Mi relación con él, en el marco del trabajo, fue muy estrecha, de conjunto planificábamos las actividades de entrenamiento con el personal del Instituto. También me nutrí mucho de muchachos que conocí desde que eran estudiantes: Pedrito (Pedro García-Espinosa), Sergito (Sergio Peña Martínez), Giselita (Gisela Herrero García), Carmita (Carmen Gómez Pozo)... En la propia Industria había diseñadores muy talentosos, de quienes aprendí, como Rafael de León —Premio Nacional de Diseño en 2005—, diseñador de vestuario de Tropicana y de las trusas Vanessa, muy reconocido internacionalmente.

— ¿Cómo valora usted, desde sus experiencias de trabajo, las relaciones industria-diseño a lo largo de los años?

—En los 70 del pasado siglo, en el Ministerio de la Industria Ligera existía una dirección de Diseño, cuya creación defendí mucho porque en el Ministerio de Industrias del Che había una similar. En el 80 se crea la ONDi, y las relaciones entre ambas instituciones dan pie a que en la década de los 90 surjan en el Organismo los Centros de Diseño, por ramas: confecciones, calzado, muebles. Es entonces que, como viceministro, paso a atender la actividad.

“El hecho de que después la presencia del diseño en la industria se haya desdibujado se debe a un factor esencialmente económico. Para que haya diseño, tiene que haber producción, y hoy el acceso de productos nacionales al mercado se ve limitado por problemas financieros. Por eso, tenemos que garantizar que parte de la solución a esa situación sea el diseño como herramienta. En la actualidad, constituye un ejemplo positivo el encadenamiento del sector del turismo y la industria del mueble. Es una satisfacción ver los muebles de hoteles como el Paseo del Prado, por ejemplo; cualquiera pudiera pensar que no son cubanos y sí, son fabricados en una industria que es parte de ese encadenamiento productivo que estamos llamados a impulsar.

“Cuando se piensa en cómo se realiza ese encadenamiento hay que tener en cuenta que los muebles significan madera, barnices, clavos, tornillos, materiales para

tapicería, la ropa de los obreros de la fábrica, sus zapatos... Analicemos cuántas cosas se derivan y veremos que se trata de una gran cadena en la cual el diseño desempeña un rol fundamental”.

—En su discurso ante la Asamblea Nacional del Poder Popular, en diciembre de 2019, el Presidente de la República, Miguel Díaz-Canel, nos planteaba el desafío de “conquistar la mayor prosperidad posible”, aun en medio de la guerra económica que enfrentamos. ¿Cómo se puede acompañar ese objetivo desde la industria, desde el diseño, a mediano plazo?

—Para mí, la industria cubana está comprometida a ser mejor, a superarse cotidianamente, y lo logrará trabajando de manera más eficiente y efectiva, desarrollando los productos que los cubanos quieren y merecen. En ese reto el diseño constituye una herramienta imprescindible porque con él se logra adecuar el producto a las necesidades de la población de una forma óptima.

Igualmente, la ONDi debe utilizar toda su experiencia y conocimiento para ayudar a la concientización de los especialistas de la industria y materializar, definitivamente, el empleo del diseño en cada obra, producto o servicio que se vaya a poner a disposición de nuestros públicos.

“No debe olvidarse nunca que, si no se dispone de un diseño competitivo con la media internacional, será muy difícil exportar. Para lograrlo, se debe contar con una calidad estable y ser muy puntuales con las soluciones de diseño”.

—En julio de 2020 la ONDi cumplió 40 años de fundada, ¿qué idea o mensaje le gustaría transmitir a su colectivo, empeñado en hacer de Cuba un país con buen diseño?

—Hay que seguir manteniendo el compromiso profesional como hasta hoy, e incluso, más. Conozco el espíritu de trabajo de la Oficina, el batallar de sus diseñadores que irradian disposición de ayudar en todo lo que se les ha planteado. Solo quiero invitarlos a seguir siendo ejemplo de esa pasión por el diseño. Eso hay que multiplicarlo.



Las mieles del éxito: diseño como valor

ADDILEY PALANCAR GUERRA



En la construcción y perfeccionamiento constantes de la empresa estatal socialista de Cuba, se esgrime un concepto tan utópico como pragmático y forzoso a la vez. El encadenamiento productivo es un término recurrente en el movimiento empresarial y los medios públicos de la nación; aunque no por popular es necesariamente comprendido a cabalidad.

Quizá el mayor reto lo constituya la paciencia de orfebre que se ha de poseer en el logro de cada eslabón, para luego coordinar las acciones hasta formar la añorada cadena. Como mismo cada artista elabora piezas para expresarse, transmite un mensaje y este es decodificado de inimaginables maneras, las cadenas productivas son infinitas y diversas, aunque se acerquen a un producto final común.

He aquí, quizá, uno de los eslabones perdidos en los encadenamientos cubanos. Justo cuando se podría considerar que se coloca el cierre a la cadena de esfuerzos al llegar a la meta con un producto concluido, el pensamiento de nuestro empresariado no advierte en su totalidad que solo ha terminado uno de los procesos, pues los enlaces reales no terminan llenando almacenes y cumpliendo ventas planificadas.

El diseño en el epicentro de la metamorfosis de APICUBA

Es el diseño ese eslabón que puede conectar, con su intervención eficiente y responsable, los ciclos más insospechados en cada segmento de un encadenamiento. Desafortunadamente, aunque las necesidades de su aplicación son innumerables en los sectores de la economía cubana, las rutinas productivas pocas veces

permiten a los cuerpos de dirección percatarse de este tema y/o ejecutarlo. Inaudita omisión en plena segunda década del siglo XXI.

Múltiples causas han provocado el creciente interés por dotar de valores añadidos a productos, con la intención de catapultarlos en el mercado internacional y reconquistar el nacional. He ahí donde descansa una de las funciones principales de la inserción del diseño en las cadenas de valor de disímiles bienes y servicios.

Un sistema que, a pesar de no ser nuevo para Cuba, por las sobradas experiencias célebres en los mundos comunicacionales del tabaco, el ron y el turismo, junto al creciente movimiento de emprendedores, ha padecido el sueño eterno en determinadas secciones de la industria nacional.

La apicultura es una de ellas. La Empresa de Productos Apícolas, APICUBA, única del país en el acopio, beneficio y comercialización de miel de abejas, además de otros derivados de la colmena, centraba su atención en satisfacer los compromisos del plan asignado, al aportar volúmenes de un producto de alta calidad. Hoy, constituye un ejemplo de la transformación positiva que puede proporcionar una gestión estratégica del diseño a la economía de la Isla.

La metamorfosis fue resultado de un encadenamiento de pensamientos y acciones, signado por la tríada Oficina Nacional de Diseño (ONDi) - Instituto Superior de Diseño (ISDi) - Empresa de Productos Apícolas (APICUBA). Cadena viva que, aunque mellada en varias ocasiones por incomprensiones y escepticismos, goza de excelente salud y se reconoce en alianza permanente.

Sobre cómo transcurrió la colaboración ONDi-ISDi-APICUBA, La Tiza conversó con dos de los testigos más cercanos al proceso: Félix Cordero Álvarez, director adjunto de APICUBA y Boris León Valdivia, director de la Unidad de Desarrollo de la ONDi.

Si bien para la ONDi y el ISDi puede resultar natural encadenarse, cabe preguntar cómo una entidad apícola asumiría el reto de adentrarse en cuestiones totalmente alejadas de su medio cuando durante años mantuvo el foco en su fructífera producción sin mayores desafíos ni competencias.

“El interés surge a partir de la necesidad de cambiar la matriz de exportación de la apicultura en Cuba, pues hoy esta se realiza en grandes formatos, en miel a granel, como materia prima. Era preciso, como una fuente de ingresos, dar valor agregado a las producciones. Cambiar a miel envasada e incrementar la comercialización

de esta en el mercado foráneo fue el reto planteado”, contextualiza el director adjunto de APICUBA, Félix Cordero Álvarez.

“A raíz de esa necesidad, junto a un grupo multidisciplinario atendido por el Ministerio de Comercio Exterior (MINCEX), se trazó un plan, y el primer punto lo constituyó el tema de la imagen de la apicultura. APICUBA nace como una empresa netamente productora, dedicada a acopiar miel y exportarla. Ese mercado interno, ese mercado nacional, no era el fuerte para nosotros. A partir del incremento del turismo, cambiar la imagen era importante, y lo conversamos con la ONDi”, recuerda Cordero.





Con la inclusión de estudiantes del Instituto Superior de Diseño, fuimos insertando esa nueva imagen en nuestros formatos. Gracias a sus tesis de grado obtuvimos el diseño de imagen de la marca Apisun. Para nosotros fue algo novedoso, muy interesante, específica.

“Vimos la gran diferencia de lo que es una etiqueta tan atractiva como la que tenemos hoy a la de antes, cuánto cambió, cuánta información contiene esta que no presenta la antigua, y aprendimos con ellos muchos elementos comerciales”, revela el directivo de APICUBA.

“Desde el punto de vista económico, el impacto ha sido positivo. Ha habido un despegue en las ventas en el mercado nacional. También diseñamos nuestro manual de comunicación institucional y de imagen corporativa, eso fue completamente distinto. Se logró una visión más integradora, más estratégica, basada en el mercado europeo que es hacia donde se exporta toda la miel cubana”, explica Cordero Álvarez.

“Hoy todo lo hacemos en función del diseño de nuevos productos, siempre volvemos al asesoramiento de la ONDi, porque para nosotros vale mucho. Aún está vigente nuestra alianza, tenemos cuatro estudiantes más del ISDi haciendo también sus tesis de grado en la apicultura”, afirma.

“Hemos alcanzado una cultura del detalle que no estaba en la mente de los jefes, los cuadros, funcionarios... lo de nosotros era la producción y venderla. Hace tres años Apisun era una cosa y ahora es otra”, revela el directivo.

“Es tan claro como lo expresa nuestro presidente Miguel M. Díaz-Canel, cuando se logra el encadenamiento escuela-universidad-científicos-empresa, el resultado hala solo, y la empresa lo ve en sus producciones y en el reconocimiento del mercado”, concluye Cordero con la euforia de ir por más y alcanzar las metas pendientes para continuar creciendo, ahora con una visión e imagen totalmente renovadas.

Encadenamientos: más que productivos, prospectivos

Dar entrada al diseño en la cadena de valor de los productos es una necesidad imperiosa. “Puedes tener un producto bueno, pero, si te has despreocupado de cómo se llega a los consumidores, estás perdiendo espacio. A veces el contenido está bien y la forma es mala. La cadena de valor llega hoy hasta la experiencia. El diseño es un componente más, porque hay mercados para todos, y de lo que se trata es de darle más valor añadido a los productos”, argumenta el director de Desarrollo de la ONDi, el D.I. Boris León Valdivia.

“El 31 de mayo de 2017, nos pusieron en datos la matriz de venta y la aspiración del Estado de lograr una exportación del 50% de miel envasada. Para eso había que invertir y darle valor al producto, el cual debía ser tan bueno como el de los grandes productores a nivel mundial. Con la empresa hicimos un diagnóstico para ver qué tenían mal, dónde exigía el país que debían estar y cómo llegar a la meta deseada”, rememora León.

“Nos encontramos con un mal uso de los frascos tanto de PET como de cristal, poca segmentación de estos para posibles nichos de mercados, comunicación y

deficientes, textos ilegibles... Ahí nos percatamos de que la primera necesidad era cambiar la imagen de la empresa, porque sin esto no se podían introducir en el mercado internacional. Fue muy difícil, pero logramos vencer las barreras y hoy, todavía, se está construyendo la imagen”, narra el especialista.

“Después decidimos enfocarnos en los productos. Ajustamos las marcas comerciales. Con una cuota de atrevimiento de nuestra parte, organizamos las líneas de productos y ellos, muy cortésmente, lo aceptaron. Después de organizar todo esto, pensamos que había que enfocarse en lograr un valor añadido, a partir de la creación de tres categorías de productos: Estándar, Gourmet y Premium. Esto es diseño de estrategia, un nivel del diseño para el cual se tienen que estudiar todos los factores de las líneas de productos”, detalla.

“El encadenamiento que hay en este caso no es tanto el productivo, sino cómo se conecta la empresa con la universidad, porque hay tesis y trabajos realizados por alumnos del ISDi. Está, además, la creatividad que siempre aporta el estudiante; junto al rol que desempeña la ONDi como entidad rectora del diseño en Cuba, desde la asesoría y la visión grupal de conectar

a las entidades con los estudiantes o con el gremio de diseñadores, para que estas puedan vencer sus objetivos. Desde esa óptica es un encadenamiento de lógica de proceso, no productivo; sino un encadenamiento estratégico”, explica Boris.

“Un crecimiento también es que la entidad en cuestión pidió dos diseñadores industriales quienes, cuando se graduén, deben insertarse en la empresa. Esto es muy bueno, porque al final nosotros hemos sido los gestores, los diseñadores, los asesores, todo. Nos quedaríamos en nuestro verdadero rol, que es asesorar, y así ellos tendrían sus propios diseñadores, que heredan lo realizado y pueden darle continuidad. Además, si hay un lugar donde siempre va a haber contenido de trabajo para un diseñador es en APICUBA”, asegura.

“Sirva el ejemplo de APICUBA, concluye el diseñador, para probar que se puede hacer evolucionar un proyecto, sin realizar grandes inversiones o grandes cambios”.





ENTREVISTA A SERGIO PEÑA

“Voy a diseñar hasta el último momento”

IVETTE LEYVA GARCÍA

En el 2021 se cumplirá una década de que Sergio Luis Peña fuera nombrado rector del Instituto Superior de Diseño (ISDi), cargo que derivó a la nomenclatura de “director” en 2017, cuando la escuela se integró a la Universidad de La Habana. Antes, el Instituto había estado subordinado al Ministerio de Educación Superior, directamente y, en momentos previos, a la Oficina Nacional de Diseño (ONDi), que a su vez era entidad adscripta al Ministerio de Economía y Planificación.

Todos estos cambios los ha vivido Sergio de primera mano porque, de los 36 años que cumplirá de fundado el ISDi, él no se ha perdido ni uno. Entró en el 84, cuando abrió sus puertas la desconocida escuela, se graduó y ocupó diversas responsabilidades en el Instituto hasta que le llegó la más difícil de todas: darle continuidad a la obra rectora que durante 20 años había realizado el también director de la Oficina Nacional de Diseño, José (Pepe) Cuendias, cuando este —en palabras del propio Peña— cometió su único error, “irse antes de tiempo”.

Así lo declara con voz firme en el documental Cuendias entre nosotros, realizado a finales de 2012, en homenaje al líder y maestro. Lo dice mirando a cámara y pone tras el punto final una media sonrisa, como

si no le corriera por el cuerpo un frío abismal, un ahogo, un temblor de hijo espiritual huérfano... pero sus ojos lo delatan. Al diseñador Sergio Luis Peña siempre lo delatan los ojos y esa risa inconclusa, con la cual intenta ponerle menos gravedad a las cosas que lo estremecen en la vida.

Pero, cuando empezamos esta entrevista, ninguna de esas señales asoma, no todavía. El diálogo, aunque podría haber sido en el ISDi, transcurre en su casa; da igual. La locación, en este caso, no marca diferencia alguna porque en ambos espacios se respira hogar y diseño. Literalmente, la familia de Peña se ha construido sobre los cimientos de la profesión y su enseñanza.

¿Por qué, entre tantos caminos, elegir desde el principio el de la Academia?, es la pregunta con que iniciamos.

—Me gusta dar y recibir en equilibrio, y creo que eso lo consigo fundamentalmente en la escuela; que para mí significa entrega desinteresada, reto profesional, alega Sergio. “En ella uno constantemente se



está superando, aprendiendo de los demás. La diversidad de problemas que se resuelven desde ese espacio permite formarse una visión más amplia de los procesos, no ceñida a un sector específico. A la par, la herencia de mi mamá, maestra, seguro ejerció una influencia.

“A cargo del Instituto me quedo a inicios del 2011, cuando se decide separar organizacionalmente al ISDi de la ONDi. Ciertamente, nuestra generación debe agradecer a quienes nos antecedieron el habernos formado pensando en que algún día nosotros asumiríamos los roles directivos; lo hicieron con naturalidad, lejos de toda ambición de poder.

“Nosotros no queríamos ser jefes porque sí, sino para aportar nuevas ideas a la formación de diseño y, quienes nos prepararon, nunca nos miraron con recelo; supongo que nosotros les hayamos sembrado la confianza de que lo haríamos lo mejor posible. Nos entregaron todo, nos formaron en valores, nos complementaron: los nuevos

llegábamos con la juventud y el ímpetu; ellos tenían la experiencia y la sabiduría. El equilibrio que logramos fue lo que sostuvo el trabajo del Instituto y la Oficina en sus mejores momentos. Discutíamos, claro, Cuendias y yo nos ‘fajábamos’ a cada rato, como padre e hijo, pero de esas divergencias salían resultados positivos. Aunque casi siempre él tenía la razón, la poca que yo tuviera la reconocía, la incorporaba... En general, nos dieron mucha participación, muchísimo protagonismo”.

-¿Cómo se fomenta en un joven estudiante alquizareño el interés por estudiar esta carrera, inaugurada en nuestro país con su generación?

-Es una historia interesante... Siempre me gustó dibujar y, gracias a ello, casi me encamino por las artes plásticas; pero, en un pueblo de campo de la época, existía mucho prejuicio en torno a la formación, había que ser “un profesional” y el artista no encajaba en esa categoría en el imaginario popular.

“También recuerdo que, desde muy joven, ya intuía que debía escoger un camino en el cual explotara la creatividad, la capacidad de crear... Llegué a pensar en la robótica o en sistemas automatizados de dirección. Mientras cursaba el 11no. grado, el gobierno mexicano ofreció una beca mediante la cual se seleccionaron cinco estudiantes cubanos de Arquitectura para ir a formarse a ese país durante el 5to. y 6to. años, como diseñadores. En ese grupo entró una de mis hermanas, a quien debo el acercamiento más fiel a la profesión.

“Un día llegó la noticia de la fundación del ISDi. Sin pensarlo más, me presenté a las pruebas de aptitud. ¡Fueron los exámenes más difíciles que te puedas imaginar! A todos los que aprobamos aquel día debían habernos dado el título al momento. Nos pidieron de todo: hacer un logotipo, un puente de cartón, dibujar una máquina de moler despiezada (yo que en mi vida había molido), una mochila para ir de campismo... Eran pruebas diseñadas por profesores alemanes, de las cuales no teníamos ningún referente.

“Tras aprobar me informaron que no tendríamos residencia de becarios, así que los primeros años tuve que hacerlos viajando diariamente, de Alquizar a La Habana y viceversa... con la dificultad adicional de lidiar con el transporte, que nunca ha estado bueno” —dice con mohín de jaranero, y adereza con la anécdota, dolorosa, de que una vez se quedó dormido y, al bajarse del ómnibus, olvidó los planos del proyecto que debía entregar.

“A pesar de las dificultades iniciales, fue la mejor decisión que tomé en mi vida. Las habilidades para dibujar, la capacidad para pensar el mundo de manera tridimensional y la sed de crear, son los componentes de la mezcla que necesita un diseñador”.

-A propósito de la alusión a las pruebas de aptitud... Muchos de sus colegas siguen defendiendo la importancia de este requisito para acceder a la carrera de Diseño; en contraste con la decisión, tomada hace algunos años, de eliminar los exámenes, ¿por qué dejaron de realizarse?

-Siempre que se pueda escoger y se cuente con un buen instrumento de selección -algo muy complejo de lograr- es mejor; en eso estamos de acuerdo. Si yo pudiera seleccionar a los estudiantes que entran al Instituto, lo seguiría haciendo; pero las circunstancias en las que se estaba desarrollando ese proceso no lo hacían conveniente.

-Evaluamos tres elementos contundentes para optar por la eliminación de estas pruebas: primero, una persona entrenada podía llegar a obtener mejores resultados que una con talento; el ejercicio de un día definía sobre la vida de muchachos que quizás eran buenos, pero en ese momento no salían bien, se ponían nerviosos, lo cual no era justo.

-Segundo, hicimos un estudio comparado que arrojó interesantes resultados: como generalidad, los alumnos buenos en diseño coincidían con tener buenos promedios. Ello apoyaba el tercer argumento: ¿para qué invertir tantos recursos en una comisión viajando por todo el país si, al final, esta seleccionaría en su gran mayoría a los mismos estudiantes que, por sus notas, hubieran entrado al Instituto de cualquier manera?

-Por otro lado, contra el riesgo de que un estudiante con elevado escalafón accediera a la carrera sin un mínimo de potencialidades, fomentamos una especie de autoevaluación: las pruebas de aptitud aplicadas históricamente se publicaron. Todo interesado puede

hacerlas, constatar si se siente con habilidades para el diseño o no y ser responsable de lo que solicita.

-De esta manera, no depende de un jurado externo decidir qué cosa va a estudiar cada quien. ¿Por qué va a venir una persona a decirte que con 99 de promedio no puedes ser diseñador? ¿Porque no dibujas bien? El dibujo ya no es la esencia de la carrera, digamos que es un 20%; el 80% lo determina la creatividad, la capacidad analítica, de razonamiento.

-Ah, es verdad que se necesita una herramienta para comunicar el resultado del pensamiento de diseño, pero cada día las tecnologías nos facilitan más ese camino. Hoy podemos asegurar que todos los alumnos del Instituto son mejores estudiantes, aunque no sean mejores dibujantes”.

-Existe otro asunto polémico sobre el cual nos interesa su valoración. En el 2019 usted logró alcanzar, por primera vez en nuestro país, el grado de doctor mediante la defensa de una tesis sobre diseño. Ello expresa un objetivo que el ISDi ha promovido en los últimos años, la formación de posgrado. En contraposición, algunos expertos siguen defendiendo la no científicidad del diseño, su carácter de oficio...

-El diseño puede que no sea una ciencia, pero tampoco es solo un oficio; se trata de una profesión que combina lo cognitivo, lo actitudinal, lo axiológico; mezcla que en el mundo categorial se denomina “competencias”.

-Se investiga mucho sobre los comportamientos del ser humano, y todo eso hay que estudiarlo desde la especialidad, porque para el ser humano trabajamos. Detrás de cada decisión de diseño deberían existir investigaciones científicas que avalaran los resultados proyectuales.

-Los programas de doctorados y maestrías lo que hacen es formar a personas capaces de organizar la solución a un problema de manera metodológica, con acciones que tengan respaldo y credibilidad; algo que, a veces, le ha faltado al diseño. En ocasiones nos movemos en criterios de -a mí me gusta eso-, -a mí lo otro-, y ahí se acaba la objetividad de la conversación. Hay que tener elementos científicos que no siempre manejamos de manera suficiente. En este sentido, la ciencia complementa al diseño”.

-Además de alcanzar el título de doctor, en mayo del 2019 se convirtió usted en el primer graduado del ISDi en obtener el Premio Nacional de Diseño. Sus primeras palabras en el acto de entrega fueron atípicas: “Yo creía que aún no estaba en edad de merecer”. ¿Por qué?

-Primero, pienso que me queda mucho por aportar en la vida.

-A la par, creo que la generación nuestra ha hecho suficiente como para que se le reconozca, pero hablamos de un premio por la obra de toda la vida que me otorgan estando aún joven. Vaya, me van a tener que dar otro dentro de 20 años-sonríe, y aparece de nuevo en el diálogo el complemento del humor para calzar una idea-.

-Pienso vivir mucho y diseñar hasta el último momento, siento que lo mejor que puedo crear todavía no lo he hecho”.

-También fue notable que en ese propio acto le dedicara un enfático reconocimiento a su equipo de trabajo...

-Respecto a eso tengo una máxima que siempre he compartido: el diseño es uno solo y, a la vez, no se hace solo. Es uno solo en tanto actitud ante la vida, como postura ante la realidad. Un diseñador preparado y con experiencia es

capaz de enfrentar proyectos de cualquier esfera de actuación. Lo que diferencia una de otra son determinados elementos tecnológicos o habilidades particulares que se pueden aprender o resolver con el trabajo mancomunado.

“En la medida en que uno se desarrolla en modos de actuación superiores al proyectual –evaluación, investigación, gestión– está más preparado para dirigir equipos, articular ideas, aportar conocimientos y tener una visión integradora de la solución a un problema, el cual puede precisar de varias esferas (espacio, gráfica, audiovisual, máquina, web). El enfoque de diseño es lo que determina la capacidad de respuesta, y esta fortaleza se forma en el postgrado... y en la vida.

“También afirmo que el diseño no lo hace uno solo. Ninguno de los proyectos que he realizado es únicamente mío, en todos me he visto acompañado de otros diseñadores o especialistas de diferentes materias. Un proyecto de diseño no es la obra de un demiurgo, de alguien a quien le baja la musa. Es fruto de la creación colectiva.

“Por otra parte, conducir un equipo de trabajo requiere de saber poner en práctica una visión integradora. Debemos salir de esos compartimentos excluyentes, –que si tú eres industrial y yo gráfico–, –que si mi mundo es el plano y el tuyo el tridimensional–. No, nuestro mundo como diseñadores es el de la resolución de problemas, la búsqueda de soluciones. Esa capacidad de gestión es la que

nos permite identificar al mejor profesional para dar respuesta a cada problemática.

“A veces tratamos de resolver algo solo con lo que sabemos y así, por ejemplo, le aconsejamos a una empresa colocar un cartel más grande en el lobby para mejorar su comunicación, cuando en realidad le bastaría con cambiar de lugar el buró de la recepcionista. Hay que tener un espectro amplio de modos y esferas de actuación para poder ofrecer soluciones integrales”.

–¿Qué tipología de proyectos le atrae más?

–Disfruto mucho diseñar productos, equipos, artefactos manejables; pero también es lo que menos hago en correspondencia con la escasa demanda del contexto. En otra escala me atrae el mobiliario, que es lo que más podemos hacer aquí, dentro de lo objetual. Eso me lleva al espacio, esfera en la que más trabajo.

Me interesan los problemas complejos que integran la comunicación, la identidad, objetos, máquinas, el espacio y sus relaciones funcionales. Soy diseñador industrial y la comunicación visual la asumo con placer y determinado desenfado; creo que el acto de elegir elementos signícos en representación de otros tiene mucha poesía. Esa intención de comunicar poéticamente es una deuda que tengo

con el diseño; motivación inculcada por nuestro amigo, Marcial Dacal. Aunque he diseñado muchas marcas, todavía no siento que haya logrado cumplir totalmente con ese anhelo.

“Si pudiera dar cabida a un sueño tendría un estudio para hacer equipos médicos; sería una buena manera de acercarme a una profesión –la Medicina– que me atrae y que nunca hubiera podido estudiar por temas de aptitud. También me gusta lo referido al envase, aunque en la práctica no haya incursionado mucho en esta esfera; es una de las que más ciencia tiene detrás y con la que todavía tenemos muchos pendientes”.

–Ha tocado dos temas significativos, el de la producción de equipos médicos, que complementaría todas las fortalezas de nuestro sistema de salud, y el de los envases, el cual resulta un elemento clave en los llamados “encadenamientos productivos”.

¿Por qué parecieran ir por un lado las demandas del país y, por otro, las potencialidades del diseño? ¿Por qué se nos revela este como un eslabón perdido dentro de los “encadenamientos”?

–El eslabón no está perdido; en mi criterio, simplemente nunca ha existido. El modelo económico nuestro no tiene claro el rol del

Hostal Eusebio Delfín, bar lobby.



diseño en el desarrollo de nuevos productos. En una realidad de demanda como la nuestra, donde la gente agradece que haya un “pomo” de aceite en la bodega, aunque sea sin etiqueta, el diseño deja de tener sentido como elemento de posicionamiento, de competitividad ante el mercado.

“¿Cuál sería el rol del diseño en nuestro contexto, para el ejemplo del aceite? Que esa botella se fabrique con la menor cantidad de plástico posible, que sea reutilizable, que tenga información nutricional y sobre su consumo.

“Pero esas funciones nobles no le dan dinero a la empresa, no son evaluadas por nadie, no generan valores adicionales. Tampoco es motivo de penalización sacar al mercado un producto mal diseñado, porque en las condiciones de escasez que vivimos, todo es necesario.

“No obstante, no podemos cansarnos de exigir a las empresas que trabajen con diseño, porque es mejor para el que consume, para quien produce y porque, además, los recursos con los que trabajan esas empresas son de todos.

“No basta con que el presidente de la República, Miguel Díaz-Canel, hable de diseño y lo apoye. Eso es muy bueno porque una regla de la gestión de esta actividad es el compromiso de la dirección, pero no es la única. Ese paso –el de asumir el diseño en el ciclo de vida de los productos en

la Isla– debe ser forzado. Tiene que haber más ejercicio de política y debe ganar más peso la evaluación”.

-Ante un entrevistado asido cada tanto a la broma como recurso de comunicación, no queda otro remedio que hacer la última pregunta, muy seria, en el mismo tono de chanza: de aquí a 20 años, cuando de seguro haya que entregarle otro premio de diseño, ¿qué condiciones desearía que tuviera la profesión en Cuba?

–Me gustaría que muchos de nosotros pudiéramos diseñar proyectos que se les encargan hoy a profesionales del exterior, como los hoteles del país. Relacionado con ello, quisiera garantías para la soberanía cubana de diseño. Le tengo temor a que un día nos invadan agencias de farándula, con prestigio y renombre, y puedan desplazar la capacidad y el talento nacional, destruyendo años de esfuerzo.

“También querría que se valorizara más la actividad de formación, pues muchos de quienes nos encontramos enseñando debemos dedicar bastante tiempo al trabajo proyectual, como vía de sostenibilidad económica. Deberíamos contar con más presupuesto para que los expertos nuestros estuvieran presentes en cuanto curso de formación se organizara en las instituciones, pues una de las causas por las que hoy no avanza más el diseño en la sociedad cubana es por desconocimiento. “Sería muy oportuno que se encon-

traran las vías de materialización del diseño industrial en la sociedad; hoy estas solo existen, de manera limitada, para el diseño de comunicación visual. Tiene que viabilizarse la creación de grupos, equipos, proyectos y oficinas de diseño como parte de las nuevas formas de gestión. Deben facilitarse además las vías de contratación para el diseño, para todos los diseños, sin más requisito o mediación que pertenecer al Registro Nacional que existe para estos profesionales”.

Nos acercamos al fin del intercambio. Otras urgencias de la casa reclaman al Premio Nacional y los roles de nuestro entrevistado vuelven a difuminarse: el diseñador y el esposo, el padre y el director. Él es todas esas cosas en su oficina del ISDi y en la sala de su hogar, porque el diseño y la familia componen, en iguales proporciones, ambos espacios.

“En el futuro, no aspiro a que nada de lo que haya podido diseñar lleve mi nombre; me basta con que se produzca y la gente lo use. Al mismo tiempo, me reconforta saber que en cada diseñador que he ayudado a formar hay una parte de mí; ellos son mi gran obra”.

Así declara Sergio y calla, con una media sonrisa, mientras mira fijo, con aparente impasibilidad, a quienes lo entrevistamos... sus ojos lo delatan.



Gonzalo Córdoba o el manifiesto de un diseño propio

**BUENOS AIRES, 25 DE JUNIO DE 1924-LA HABANA,
19 DE MAYO DE 2020
PREMIO NACIONAL DE DISEÑO 2003**

Imagen de Córdoba: Luis Ramírez.

Imágenes de los muebles: Erick Coll, expo *Convergencias* (2018),
curaduría: Concha Fontenla.



“El mueble cubano se manifiesta en un diseño propio y, por supuesto, en su relación con el clima. En el uso de los materiales, el empleo de la rejilla, el tejido de yarey, la experimentación con los textiles; nosotros [se refiere a María Victoria Caignet y él] siempre insistimos en el uso de los materiales locales y en buscar soluciones afines con las líneas de producción existentes en Cuba, y cuando proponíamos líneas novedosas era sobre la base de una realidad nacional. Eso hace que tanto el mueble como el diseño de los interiores respondan a características muy particulares que lo definen necesariamente como cubano”.

“Nosotros comenzamos a trabajar juntos en 1959, y estos primeros años de los sesenta fueron muy importantes para nuestra labor profesional y para el diseño en Cuba. (...) se buscaban nuevas maneras de hacer con lo que existía en el país, (...). Se pensaba sobre todo de manera global el ambiente interior, y en el caso nuestro intentábamos prever hasta el más mínimo detalle, para evitar que cualquiera pudiera improvisar cosas. De nuevo se da la integración con la plástica cubana, pero en una magnitud sin precedentes (...). Fue una etapa muy linda en tiempos difíciles, pero

se lograron hacer muchas cosas, fue una revolución del diseño lo que logramos llevar a cabo. Esta es una etapa en que se comienza a creer en lo nuestro, para crear lo nuestro. Es el momento en que comenzó a debatirse sobre el papel del diseño y cómo podía ser un medio para divulgar y establecer valores culturales e ideológicos”.

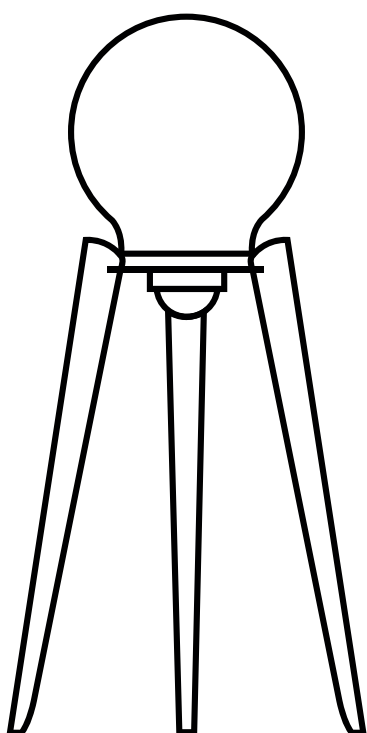
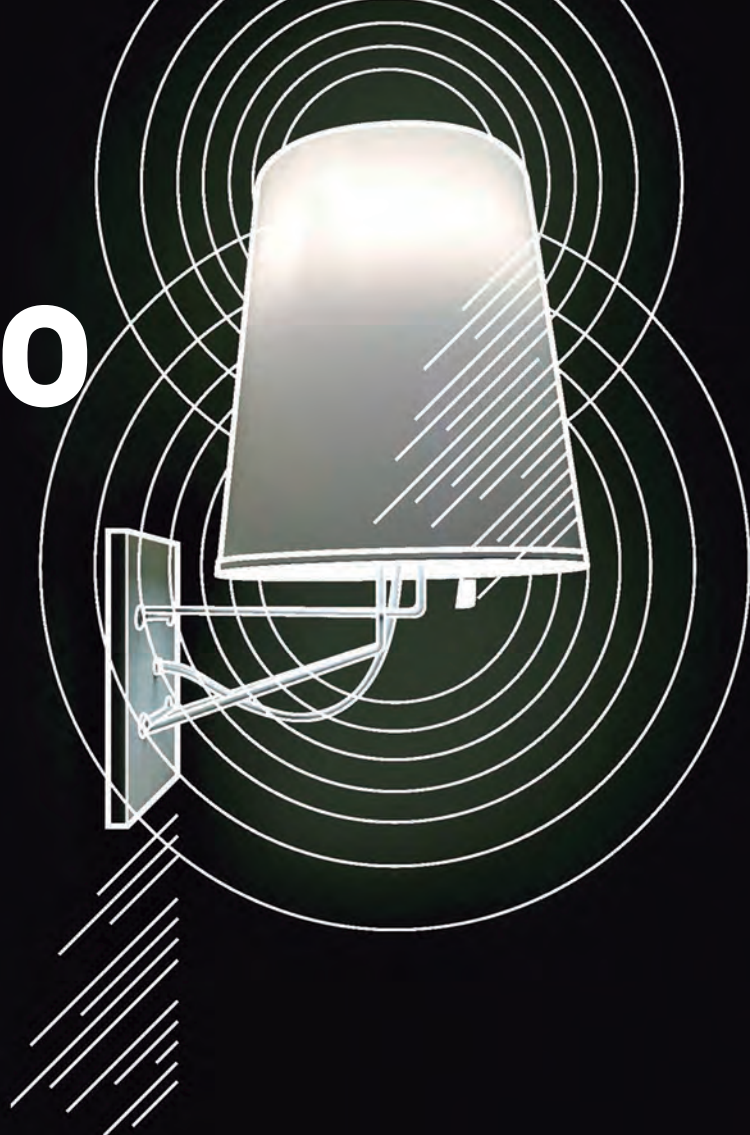


Fragmentos de la entrevista “El arte de diseñar, cultura de la creación”, realizada por la revista DocomomoCuba.

Estos fragmentos aparecen en: Quintela Rodríguez, I. y Alonso Suárez, A. A. (2012-2013). *A lo Córdoba: recuperar, analizar la obra de Gonzalo Córdoba y diseñar desde ella* [Trabajo de Diploma, Instituto Superior de Diseño de Cuba]



Katauro hace la luz



Creado desde el año 2013, por iniciativa del DI. Angel R. Fornaris Cubela, junto a la DI. Rosa Y. Rodríguez Adány el DI. Raúl Vázquez Cubela, el Grupo Katauro se ha especializado en el diseño y producción artesanal de luminarias con soluciones en y para el ámbito nacional desde Cuba, por cubanos y para Cuba, incentivando soluciones que sustituyan importaciones y logren competir con los modelos de luminarias importados.

Katauro ve la luz en un diseño conceptual e innovador que se concibe desde soluciones tecnológicas

que permiten la producción en serie con materiales nacionales como madera, metales, textiles y otros, elaborando nuestras propias herramientas y procurando, mediante la manufactura, dar a luz luminarias que, mediante la artesanía, simulen un acabado industrial.

Un equipo multidisciplinario garantiza la rápida respuesta, una alta factura de producción y la inserción efectiva en grupos de trabajo en función de dar luz a espacios renovadores por una nueva mirada.





Nuestro mensaje de independencia y soberanía con diseño

El 9 de julio de 1980, hace 40 años, se fundó la que hoy es nuestra Oficina Nacional de Diseño (ONDi). Indudablemente, para esta celebración, que durará todo el 2020, en las condiciones en que la pandemia de la COVID-19 lo permita, se impone un recuento de lo hecho y el homenaje a aquellos que pavimentaron lo que ha sido reconocido, dentro y fuera de Cuba, como una política pública pionera en favor del diseño.

La Oficina se fundó con profesionales de diferentes saberes. La mayoría de ellos no se encuentra entre nosotros hoy, sin embargo, han mantenido afectos y colaboración y, en varios casos, una postura crítica que nos ha ayudado a crecer. Para todos ellos nuestro abrazo. Y para los que nos dejaron su legado, tenemos el recuerdo más que agradecido.



Aquellos inicios eran momentos de necesidad urgente para los países latinoamericanos y caribeños. Había que preparar capacidades de diseño vastas, con posibilidades de crear las tecnologías apropiadas, adaptadas a nuestras condiciones y recursos sociales y económicos para liberarnos de la dependencia económica. Esta era una de las claves del pensamiento de Iván Espín, uno de nuestros líderes fundadores. A la diseñadora Clara Porset y a él debemos la visión temprana de formar diseñadores para participar en esos esfuerzos del país por elevar la calidad de vida del pueblo en los principios revolucionarios. Sus desvelos y la preclaridad de Fidel para ver todo lo que el diseño podía hacer por el desarrollo y la soberanía de la Isla, confluyeron para dar a luz a la Oficina.

Obligado es nuestro reconocimiento a Carlos Rafael Rodríguez, vicepresidente del Consejo de Ministros en la década de nuestra fundación, quien declarara que “lo que es bueno para la exportación tiene que ser bueno para el mercado nacional, porque si somos capaces de exportar un producto bien hecho, no tenemos derecho de darle a nuestro pueblo un producto mal hecho”. Y se atrevió, con total convicción, a respaldar la decisión del 2do. Congreso del Partido, que incluyó al diseño como un elemento dinamizador de la economía en los Lineamientos del desarrollo económico.

Gratitud y admiración especial le debemos al Dr. José Cuendias, El Pepe para muchos, que guio por varios años y con un esfuerzo épico a la ONDi y a la universidad cubana del diseño simultáneamente. Fue un verdadero luchador por la causa del diseño cubano, y mucho reportó a la inserción de la profesión en la sociedad cubana.

DISEÑAR PARA LA REALIDAD CUBANA Y EN LA REALIDAD CUBANA

José (Pepe) Cuendias

4 O N D I



Podemos marcar pautas con buen diseño y desarrollar productos que lleven consigo también nuestro mensaje de independencia y soberanía.

En estos primeros 40 años ha habido logros. La labor de evaluación del diseño de los productos cubanos y su vinculación a los procesos de certificación de calidad, las escuelas ramales de diseño en la industria, la asunción del Taller Escuela Experimental de Diseño fundado por Vilma en el 1966 y, como paso estratégico para el futuro, la creación en 1984 del ahora Instituto Superior de Diseño. Algunas de esas victorias, lamentablemente, son ahora de nuevo batallas por ganar.

En los 90 se impulsó la industria turística, la biotecnológica y farmacéutica, el desarrollo de las identidades visuales para los Organismos de la Administración Central del Estado, el diseño de equipos médicos con el Instituto Central de Investigación Digital, el abordaje de problemáticas del transporte urbano, como el proyecto del Trenbus en pleno Periodo Especial, y fueron asumidos importantes proyectos gráficos para la Batalla de Ideas, entre otros trabajos de alto encargo estatal como la marca país.

Podemos enorgullecernos, además, de la entrega de premios estatales como incentivo por el trabajo de nuestros profesionales, de la creación del Registro Nacional de Diseño, de la propuesta de una Política Nacional de Diseño que garantice y potencie jurídicamente la integración del diseño a la industria y la sociedad, de la realización de las Bienales y Semanas de Diseño, de la Revista Cubana de Diseño La Tiza y de la capacidad movilizadora y de respuesta de nuestra comunidad de profesionales ante situaciones adversas como la actual pandemia de la COVID-19.

Pero, como humanos y cubanos, somos eternos inconformes. La realidad de una sociedad equitativa y culta pasa, inevitablemente, por una calidad de vida más elevada en el orden material y, consecuentemente, por una presencia prominente del diseño en el entorno del cubano. “Creemos firmemente que aún en las empresas y centros donde el diseño ha alcanzado resultados, estos son insuficientes. La Revolución puede marcar pautas con buen diseño en todos los programas que desarrollamos. Al igual que podemos respaldar con médicos y maestros nuestra labor internacionalista, lo podemos hacer con equipos médicos y muebles escolares. Pero no copiando o maquilandando, sino desarrollando productos que lleven consigo también nuestro mensaje de independencia y soberanía con diseño”. Este ha sido el pensamiento claro de nuestros fundadores y de los líderes que han dejado su impronta en la Oficina,

La Tiza

REVISTA CUBANA DE DISEÑO

“*Soñamos con despertar un día
y vernos en un entorno
de objetos cotidianos
con diseño cubano, desde
la convicción rotunda
de que nadie vendrá
a edificarnos el diseño
que queremos y merecemos.*”



*Podemos enorgullecernos
de la realización de las Bienales
y Semanas de Diseño, y de la
capacidad movilizadora
y de respuesta de nuestra
comunidad de profesionales.*



S I N O L L E G A A L A S C A S A S , E L D I S E Ñ O E S

I N V I S I B L E

Luis Ramírez

4 O N D I

y el que compartimos hoy los que queremos una Cuba próspera.

Este es el momento de erradicar para siempre el mito de que el diseño es un gasto. Es el momento de hacer realidad en nuestro país —que sufre notables limitaciones materiales—, su definitiva presencia en organizaciones productivas, culturales, políticas y de bien público como parte de su gestión y sus procesos de funcionamiento, y es imprescindible el apoyo de los decisores para estimularlo económicamente. El diseño es inversión en la calidad de los productos, los servicios y los entornos. Diseño es no depreciar un excelente ron cubano detrás de una etiqueta que todo cliente va a ignorar. Diseño es ahorrar millones en envases cubanos hechos con fibras nacionales y no salir a comprarlos para poder comercializar la exquisita miel polifloral. El diseño es, sin dudas, el que permite que estemos cómodos sentados por más de dos horas en el mismo bello asiento. Diseño, sin cuestionamiento, es que los jóvenes y adolescentes quieran llevar al Che o su marca país en la ropa y sientan orgullo. Diseño es competitividad en el mercado y generación de utilidades, diseño es el bienestar que merece nuestro pueblo esforzado.

Y la capacidad profesional de nuestros diseñadores ha probado, en condiciones difíciles, que puede asumir estos retos con sobresaliente. Somos unos convencidos de que el diseño Hecho en Cuba es posible y, más que posible, es inevitable. Pero los enfoques actuales han de cambiar. Para ello es necesario pensar primero como usuarios. Y luego, apostar por un día a día y un futuro cercano que use las insospechadas reservas de las industrias creativas y las industrias culturales, que beba del poder local y trabaje con las manos artesanas y las tradiciones

en función de productos, servicios y entornos autóctonos, con sello de excelencia, que atraen el respeto de clientes y usuarios de todo el mundo y sustentan una economía maciza y creciente.

Para conseguirlo urge potenciar un modelo de gestión de diseño para empresas y organizaciones, validar las producciones de bienes y servicios con la aplicación del Sistema Nacional de Evaluación de la Calidad del Diseño y usar el mapa país que tiene el Registro como conexión de las empresas y organizaciones con los servicios profesionales de diseño.

Resulta imprescindible la participación del diseño en la planificación de las inversiones, y la introducción —en los presupuestos de las empresas y organizaciones— de partidas específicas para el desarrollo de nuevos productos, imagen y comunicación. Estas acciones, articuladas en una Política Nacional de Diseño, favorecerán el empleo óptimo de los recursos materiales y humanos, la preservación del medioambiente, y mayor bienestar a la población, lo que se traduce, en resumen, en garantías de progreso y sostenibilidad.

Un querido colega ha comentado en varias oportunidades su gran sueño como diseñador: despertar un día y verse en un entorno de objetos cotidianos con diseño cubano, desde la convicción rotunda de que nadie vendrá a edificarnos el diseño que queremos y merecemos.

“No ahorraremos esfuerzos por hacer realidad el porvenir, convencidos de que con más y mejor diseño tendremos un mejor país, siempre soberano y con la autorrealización que reafirma nuestro orgullo de ser cubanos.”

Ese es el desafío que la ONDi enfrenta a sus 40 años: movilizar las fuerzas con que cuenta Cuba para el noble empeño de salvaguardar nuestro hábitat con logros tangibles para todos los cubanos y cubanas. Nosotros, los integrantes de su pequeño colectivo y la comunidad de diseñadores cubanos, no ahorraremos esfuerzos por hacer realidad el porvenir, convencidos de que con más y mejor diseño tendremos un mejor país, siempre soberano y con la autorrealización que reafirma nuestro orgullo de ser cubanos. Hagamos que se vea.



“Diseño, sin cuestionamiento, es que los jóvenes y adolescentes quieran llevar su marca país en la ropa y sientan orgullo.”

4 ONDi

EN 24 HITOS



9 de julio de 1980

Creación de la ONDi (Acuerdo 761 del CECM).



1980

Cuba se convierte en país fundador de la Asociación Latinoamericana de Diseño, ALADI y ostenta la presidencia de la organización en el periodo 1982-1984. (La Habana acogió en 1982 el II Congreso y en 2010 el XV).



1984

Fundación del Instituto Superior de Diseño, ISDi, adscrito a la ONDi (se oficializó el 28 de mayo, por Acuerdo No. 1707 del CECM, pero fue en octubre que iniciaron las clases en la institución. Pasa al Ministerio de Educación Superior en el año 2011).



1984

Se incorpora al sistema ONDi el Taller Escuela Experimental del Diseño, de La Rampa, fundado por iniciativa de Vilma Espín en 1966. (El TEED cerró en el 2012).



1990 EN ADELANTE

En un momento muy difícil para el país, la ONDi se vincula al desarrollo de los programas de identidad de las instituciones del naciente Polo Científico (p. ej. FINLAY, CENPALAB, CENIC). También se realizan importantes proyectos en el sector del transporte (el “TrenBus” o “Camello”), la construcción (sistema de niveles) y la agricultura (multiarado).



1990

Es celebrado el I Encuentro Internacional de Diseño de La Habana. (Se desarrollaron cada dos años hasta el 2004).



1997

Se constituye DISA como empresa comercializadora de los servicios de diseño subcontratados a la ONDi (se desintegró en 2000-2001).



2000

La ONDi y el ISDi participan con proyectos de diseño en la demanda por el regreso del niño Elián González, primeros pasos de la participación que tendrían ambas instituciones en la Batallas de Ideas y en la lucha por la liberación de los Cinco Héroes.



1982

Fundación del Instituto Politécnico para el Diseño Industrial, IPDI, adscrito a la ONDi, el cual funciona hasta 2010.



1983

Se desarrolla una base legal y metodológica para evaluar productos (primeros documentos normativos de evaluación de la calidad del diseño; los cuales reciben una importante actualización en el periodo 2002-2003, antes de convertirse en sistema.



1986-1987

Son creados los Burós Ramales de Diseño, primera estructura con capacidad para el desarrollo de proyectos de diseño de la ONDi. Estos se reorganizan, en 1993, en la actual Unidad de Desarrollo del Diseño.



1989

Se empiezan a entregar los Premios de Diseño a los profesionales con proyectos destacados en el año.



1993-1995

Se llevan a cabo proyectos de equipos médicos (p. ej. Cardiocid BS, Doctus IV, Medidor de Oxígeno) con el Instituto Central de Investigaciones Digitales (ICID), siendo esta la primera acción de la Oficina para crear un modelo de gestión del diseño en una prestigiosa institución del Polo Científico.



1996

La ONDi se integra a los Controles Gubernamentales (cuando surge la Contraloría General de la República estos pasan a ser Controles Integrales Estatales. El primer organismo evaluado fue el MINTUR).



2000-2001

Desarrollo de la Marca País Cuba, de conjunto con la agencia Publicitur.



2001

Tiene lugar el primer evento de diseño FORMA (evento internacional de escuelas de diseño que se sigue celebrando cada dos años. En 2019 arribó a su X edición).



2001

Se organiza la Primera Semana del Diseño (evento para los profesionales cubanos que ya llegó a su XV edición, con frecuencia anual y en los últimos años bienal).



2003

Se instituye el sistema de premios de la ONDi, los cuales se entregan cada dos años: Premio ONDi de Diseño (reconoce trabajos relevantes de diseñadores), el de Gestión de Diseño (reconoce a empresas con destacada actividad de diseño) y el Premio Nacional de Diseño por la obra de la vida.



2005

Se realiza en La Habana una importante reunión del board de la International Council of Societies of Industrial Design, ICSID, organización a la cual la ONDi se había incorporado como miembro.



2013

La Oficina pasa a ser entidad adscrita del MINDUS (desde su surgimiento pasó por varias subordinaciones: la JUCEPLAN, el Consejo de Estado y el Ministerio de Economía desde el 94).



2013

Inicia sus actividades el Registro Nacional de Personas Naturales Autorizadas a Ejercer la Actividad de Diseño Industrial y de Comunicación Visual.



2014–2015

Se desarrolla el Sistema Nacional de Evaluación de la Calidad del Diseño.



2015

Se elabora la primera versión de la propuesta de Política de Diseño, en la cual se ha seguido trabajando.



2016

Es celebrada la Primera Bienal de Diseño de La Habana, tiene lugar el VII Encuentro de la Red de Políticas Públicas y Diseño y surge La Tiza, revista cubana de diseño (La 2da. Bienal se organizó en 2019 y la revista mantiene su publicación dos veces al año).





La Habana, 9 de julio de 2020

Año 62 de la Revolución

Cra. Gisela Herrero García

Jefa de la Oficina Nacional de Diseño (ONDi)

Estimada Gisela:

¡Felicidades! A ti y a todo el equipo de la ONDi, por 40 años de infatigable búsqueda, promoción y creación de espacios donde lo útil, lo bello y lo sostenible conformen un entorno cada vez más cercano a la prosperidad que nos hemos propuesto conquistar, sin renunciar a los ideales de justicia social que nos distinguen.

Creo, como ustedes, que un mejor diseño equivale también a un mejor país. Y aspiro a ver cada vez más presente y mejor expresado a lo largo y ancho de nuestra Isla, el fruto del talento cultivado en 50 años de enseñanza del Diseño Industrial e Informacional, primero en la Escuela de esas disciplinas y luego en el prestigioso ISDi, donde se han graduado más de 2 000 profesionales en 30 años.

El 2020 será recordado entre nosotros, por el dramático desafío que nos impuso una pandemia, pero también por los deslumbrantes hallazgos de la Ciencia cubana, la conmovedora actuación del personal de la Salud dentro y fuera del país y la movilización social sin precedentes de todos los que sentimos, como Martí, ese misterio de ternura que hay en ser y llamarse cubano.

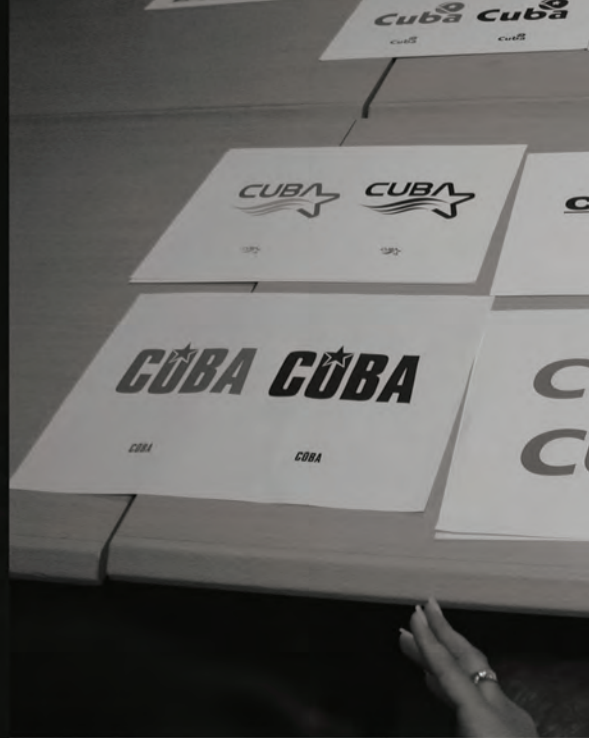
Cuando se escriba la historia de esa descomunal batalla por vencer una amenazante y desconocida epidemia, en medio de terribles escaseces provocadas por el bloqueo, y nuestras propias insuficiencias, habrá que anotar estos días como los de la marca Cuba en el pecho de nuestras brigadas médicas y en los nasobucos criollos.

Espero que haya sido ese pequeño pero significativo triunfo, el primer paso hacia la Política Nacional de Diseño que tanto han demandado.

Pronto podremos encontrarnos para avanzar en ese sueño común de instalar la cultura del detalle y la belleza como distintivo de cubanía. Se lo debemos a los fundadores de la ONDi, a los que han mantenido el empeño en los años más difíciles y a los jóvenes formados en nuestras escuelas de diseño, que constantemente nos deslumbran con sus creaciones.

Con Fidel, Raúl y nuestra historia, aprendimos a ser optimistas. Y contamos con ustedes para hacer tan hermosa como cierta, nuestra consigna de estos días: ¡Viviremos y Venceremos!


Miguel M. Díaz-Canel Bermúdez
Presidente de la República



ESPECIAL



QUE EL DISEÑO TAMBIÉN SEA MARCA PAÍS

IVETTE LEYVA GARCÍA

En Cuba, ni siquiera los eventos escapan a las colas; se hacen filas para recoger una credencial o un programa, comprar un libro que sacan a la venta en exclusiva, tomar el café del tiempo intermedio o conseguir el diploma de participación.

Pero si ese evento es de Comunicación o Diseño y Norberto Chaves ha sido invitado, entonces la cola más larga es la que se hace para hablar con él, para invitarlo a una charla o a un taller; para tener el privilegio de un tiempo de aprendizaje con este experto en temas de comunicación corporativa, autor de innumerables ensayos, amigo entrañable de nuestro país.

A pesar de sus tantos compromisos, durante su más reciente estancia en la capital cubana tuvo a bien conversar con La Tiza, a propósito del 40 aniversario de la Oficina Nacional de Diseño (ONDi).

—¿De qué manera se inicia la relación de Norberto Chaves con los diseñadores cubanos y sus instituciones?

—Cuando llegué por primera vez a La Habana, a finales del año 1996, traía conmigo una serie de contactos. El más notorio era el de José

(Pepe) Cuendias, quien en aquel entonces dirigía tanto el Instituto Superior de Diseño (ISDi), como la ONDi.

“Del modo en que yo las recuerdo, las dos instituciones estaban muy unidas, muy relacionadas. Me involucré mucho con el diseño cubano desde la acción pedagógica, en el ISDi. Una experiencia decisiva para mí fue cuando el Instituto me nombró miembro del claustro de profesores, a título de Profesor Invitado, de lo cual estoy muy orgulloso. Es la única institución del mundo cuyo claustro de docentes integro.

“Otro elemento de unión muy fuerte se dio cuando Pepe promovió, ante el Ministerio de Turismo (MINTUR), la creación de la marca Cuba. La ONDi jugó un papel muy dinámico en la promoción de ese proyecto, el cual se canalizó a través de Publicitur, la agencia de comunicación del MINTUR. Fue una experiencia muy rica.

“En mi persona recayó la coordinación del proyecto. Creo que fue el trabajo más importante que hice en Cuba y, cuando hablo de él, siempre resalto la enorme virtud o privilegio de que se hiciera con diseñadores cubanos.

“En el mundo, el diseño de las marcas país suele encargarse a grandes multinacionales que rara vez tienen un conocimiento detallado de la nación que están identificando. Ello no quiere decir que no lo puedan asumir, si previamente hacen el estudio y la investigación adecuada. Pero, en este caso, fue un proyecto que nació desde adentro, y fue la ONDi quien asumió con mayor protagonismo la tarea de impulsarlo a nivel de gobierno, hasta que llegó a ser aprobado”.

—Ha remarcado usted la singularidad de que la marca país la hayan hecho diseñadores cubanos. ¿Tuvo alguna dificultad al trabajar con profesionales que no tenían experiencia en un proyecto como este?

—No —afirma rotundo.

“El equipo de diseñadores, que eran diez, muy distintos todos, captó a gran velocidad las consignas básicas para abordar el diseño, con lo cual, en este momento, entre las marcas país más diáfanas y de más alta calidad del mundo, está la de Cuba.



Marca país.

“Si ellos hubieran tenido este perfil de diseñador histriónico, egocéntrico y artístico, difícilmente hubieran escuchado con atención las recomendaciones. Yo traía una fuerte experiencia de España y de Argentina, por lo que mi función de coordinador, de gestor de proyectos, evidentemente ayudó.

“Recuerdo que les dije, casi como consigna literaria: Primero, ustedes trabajen pensando que la marca país existe, que no hay que diseñarla, hay que encontrarla, anda por ahí, en los matojos. Segundo, cuando la encuentren, la diseñan de modo tal que se pueda dictar por teléfono. Y cogieron al vuelo la idea.

“Empezaron a explorar la iconografía local y fueron descartando, hasta que concluyeron que debían refugiarse en los símbolos nacionales. Ahí se percataron de que el famoso triangulito aparecía ya en el siglo XIX. Entonces ¡la encontraron!, la ‘limpiaron’ y se pudo dictar por teléfono.

“Insisto, hubo una tarea de dirección, luego respaldada por dos grandes maestros como América Sánchez y Rubén Fontana. Pero no se hubiese llegado a buen puerto si no fuera porque hubo un equipo de diseñadores hipersensibles y además muy rápidos en entender las consignas. Esa versatilidad, esa falta de tozudez, fue muy notoria”.

—A partir de su conocimiento de la realidad cubana e internacional, ¿en qué aspectos usted recomendaría que centrara la ONDi su mirada, tras arribar a sus cuatro décadas?

—Para mí, hay dos exigencias que se debían cuidar mucho. Primero, no ser tolerante con lo defectuoso. Es importante que la Oficina desarrolle lo que yo siempre llamo capacidad jurídica; es decir, que se rodee o convoque a verdaderas autoridades en el tema, las cuales puedan definir los resultados de mayor calidad.

“Los diseñadores cubanos tienen que lograr el mismo prestigio que los músicos y los médicos del país. En Europa, por ejemplo, incluso entre quienes consumen prensa antisocial de ultraderecha, nadie ignora que en Cuba hay muy buena medicina y, por supuesto, excelentes músicos. Eso tendría que lograrse también con el diseño.

“Para ello hay que ser inflexibles con la calidad. En general, Cuba ha incurrido, en cuanto al diseño, especialmente de productos, en una actitud muy aislacionista. Hay cosas muy buenas y otras muy obsoletas. Los diseños de productos más avanzados, en general, están vinculados con países con mayor desarrollo tecnológico.

“Frente a esto hay que tener una consigna como la de la Bauhaus: lograr altísimos diseños con trabajo artesanal, pero no pretender que una silla artesanal parezca de alta industria, porque entonces queda como una mala copia.

“Se pueden hacer obras maestras artesanalmente; por ejemplo, el famoso sillón BKF, de Bonet, Kurchan y Ferrari, el cual se ha ido mejorando, pero es exactamente la misma pieza inicial: varilla de hierro redondo doblada y piel cosida. Es un tótem del diseño de muebles hoy día, después de más de medio siglo.

“Creo que hay que definir una nueva estrategia de desarrollo de calidad del diseño en Cuba, acorde con sus recursos. No es válido excusarse en la falta de alta tecnología para el mal diseño. Hace falta pensamiento estratégico y el lugar para desarrollarlo es la ONDi, tienen los recursos humanos en condiciones para hacerlo”.



Silla BKF.

—En nuestro país no solo tenemos la limitante de la tecnología a la cual usted se refiere, sino la de la incomprensión cultural que existe, alrededor del diseño, en quienes deciden dónde colocarlo y dónde no. ¿Qué opina usted sobre la labor de promoción en torno a la profesión?

—Este es un tema que conozco bastante, porque cuando llegué a España, hace 42 años, tuve que hacer una enorme tarea de promoción y de concienciación entre el empresariado español. Creo que es preciso una estrategia eficiente, no voluntarista y, en este sentido, lo mejor es dar respaldo a dos o tres organizaciones empresariales que obtengan logros importantes en diseño, para que luego sean estas las que obren como persuasoras de las demás.

“Yo asesoré, por ejemplo, el programa Moda de España, para el lanzamiento de las primeras figuras de este sector en el país. Los empresarios inmediatamente vieron que se estaban quedando atrás, y al poco rato estaban poniendo dinero para conseguir buenos diseñadores, buena imagen.

“El Estado español puso dinero a fondo perdido, al 50%, para lanzar las empresas de diseño de moda al extranjero y que se presentaran en los grandes salones y las pasarelas, pero con condiciones. Es decir, la empresa tenía que traer un buen producto, una colección digna de ser enviada al exterior; además, esta debía tener una excelente gráfica, impecables prospectos o folletos. A quienes cumplían con estas exigencias se les financiaba y, a los otros, se les explicaba que vinieran el año siguiente. No es una cosa de asistencialismo, se trata de impulsar la cultura para que esté a la altura internacional, y en España se consiguió.

“Para lograr esto es importante contar con equipos consultores o jurados muy exigentes. No se pueden mostrar resultados defectuosos, porque entonces predicamos con el mal ejemplo. No ayuda la actitud de tolerancia, de conformismo. También me preocupa que, en aras de la creatividad y de la calidad, podemos caer en una desatención de los contenidos y en la tentación de entrar a la carrera consumista”.

—Usted comenzó diciendo que llegó a Cuba y a las instituciones de diseño cubanas con el contacto de Pepe Cuendias, quien fuera por muchos años director de la ONDi y rector del ISDi. ¿Cómo lo recuerda?

—La primera vez que estuve en Cuba, traía el encargo de hacerle llegar a Pepe unos libros de diseño que había enviado una amiga. Pedí la cita, llegué, no nos conocíamos de nada. Hablamos un poquito y rápidamente me dijo: quiero que vengas al ISDi, porque los muchachos necesitan escucharte. Así empecé con los seminarios y otras actividades.

“A partir de ahí, apareció el vínculo con el Ministerio del Turismo, porque la publicidad había que mejorarla, era muy estándar. Me mandaron a Buenos Aires la invitación para que viniera a sumarme al jurado integrado por el MINTUR y la ONDi, para elegir en un concurso de agencias quién trabajaría la comunicación del sector. Después vino, también gracias al empuje de Pepe, el proyecto de la marca país.

“Siempre me apoyó, siempre. Y fue un gran amigo, un leal amigo que se fue mucho antes de lo que debía. Dejó una saga de gente con su espíritu, porque era una persona serena, no era un crispado, muy luchador, muy peleador y muy emprendedor. Las cosas las tenía claras, por eso promovió tanto. Él fue la puerta grande de mi entrada a Cuba, a este país que es un lugar de privilegio, aunque alguna gente solo vea lo malo. Yo, aquí, tengo la experiencia de la libertad”.



NOTA:

Las imágenes del inicio pertenecen al archivo de la ONDi y reflejan el proceso de diseño de la marca Cuba. / Esta entrevista contó para su transcripción con la colaboración de Addiley Palancar Guerra.

CRÉDITOS

FLOR DE LIS LÓPEZ HERNÁNDEZ

Máster en Ciencias. Profesora de Historia del Diseño en el Instituto Superior de Diseño.

ADDILEY PALANCAR GUERRA

Lic. en Periodismo en la UH, 2007. Ha trabajado en diversas publicaciones de la Casa Editora Abril, como revista Pionero, Somos Jóvenes, Caimán Barbudo.

GLADYS BIDOT PELÁEZ

DI. Diseñadora de interiores y muebles de la Empresa de Producciones Varias (EMPROVA).

IVETTE LEYVA GARCÍA

Lic. en Periodismo, 2008. Editora ejecutiva de La Tiza. Fue reportera y jefa de Información del diario Granma. Se ha desempeñado como Directora de Comunicación del MINCULT. Colabora con diversas publicaciones.

LIUDMILA PEÑA HERRERA

Lic. en Periodismo en la UO, 2010. Máster en Ciencias de la Comunicación. Trabaja en el diario Juventud Rebelde y colabora con otros medios.

El 21 de abril de 2020 lanzamos en las redes sociales de la ONDi una convocatoria para construir colectivamente un homenaje dedicado al personal de la salud, por su sacrificio y desvelos en la lucha contra la COVID-19. Invitamos a los internautas a escribir unas “palabras nacidas de corazón”, las cuales la Oficina convertiría en diseños. La participación fue

inmediata. Los diseñadores Marcos Ramos y Camila Valdés llegaron a elaborar 22 postales, que fueron muy bien acogidas y ampliamente compartidas en las propias redes. A continuación, presentamos la postal de mayor impacto. La frase fue enviada por la periodista Leticia Martínez Hernández.



“

**Valientes nuestros,
gracias por el ejemplo,
por la osadía.**

Leticia Martínez Hernández

”



HAZ QUE SE VEA
4 O N D i

09. 07. 1980
Fundación de la ONDi



BioCubaFarma fabrica y distribuye más de 1000 productos y comercializa 300 en 43 países. Con el uso de algunos de ellos, entre enero y mayo de 2020, se redujeron en más de un 80 % las infecciones respiratorias agudas en Cuba, no solo la COVID-19. Muchos son productos respaldados por la calidad de la gráfica de sus envases. Buenos ejemplos de diseño, como este, pudieran verse más.

Sin embargo, en los últimos 10 años, el 90 % de la capacidad profesional de los diseñadores de gráfica de envases no se ha utilizado en nuestro país por falta de demanda.

¿Cómo es Cuba 100 % diseñada?
Esto no es una imagen, es un argumento.
Haz que se vea

