

Entrevista a Gilberto Méndez

Por Paola González

En la actualidad, innovar es una cuestión esencial dentro del diseño. Más aún cuando se trata de concursos como el Premio Braun, que promueve a los diseñadores en todo el mundo al desarrollar una visión más amplia de la innovación dentro del diseño que extiende los criterios para la valoración de nuevos productos para el mercado. Entre los trabajos que más han sobresalido se encuentra el de José Gilberto Méndez con su proyecto Ollin. Desarrollado a partir de la idea de que el juego forma parte de nuestra vida, obtuvo el Premio Braun para la Región Latinoamérica en 2012.

José Gilberto Méndez es diseñador egresado del Centro de Investigación de Diseño Industrial (CIDI) de la UNAM. Desde sus primeros años de carrera ya tenía la inquietud de competir por el Premio Braun. Para los diseñadores en nuestro país entrar a un concurso de categoría internacional implica tener la oportunidad de demostrar la calidad del diseño mexicano, para lo que fundamentalmente se proponen ser novedosos. José Gilberto tenía claro que, hasta que se encontrara con un proyecto serio de investigación aplicada al diseño, entraría al concurso.



Renders realizados por Gilberto Méndez





[Junto] a mis compañeros de generación Lalo Ornelas y Max Almeida, cada año teníamos la inquietud de concursar por el Premio Braun. Nos reuníamos en la cafetería del CID y discutíamos durante tres horas sin llegar a nada porque estábamos en ese proceso ingenuo y divertido de ocurrencias. Por pudor no voy a citar algunas de nuestras propuestas, pero afortunadamente ninguna salió a la luz y no nos “quemamos”. Siempre quise participar en el concurso, pero no sentía que tuviera un proyecto al cual le hubiese dedicado tanto tiempo como a Ollin, [con] el que me sentí lo suficientemente seguro de que ahí había un discurso, un proceso de diseño y principalmente innovación [...]

El Premio Braun es reconocido en todo el mundo como uno de los mejores en diseño; sin embargo, existen 15 categorías por región, subdivididas en estudiantes y profesionales. Gilberto fue ganador de la región Latinoamérica en la categoría de estudiante. Sobre su experiencia del día de la premiación Gilberto nos contó que:

Fue bastante fría, todo fue vía electrónica. Me acuerdo que recibí la noticia de que estaba dentro de los 50 finalistas [...] Comencé a sentirme nervioso por estar en algo serio y grande, ya que fueron como 3 mil participantes. Había muchísimo talento en esa presentación –a la mayoría de ellos eran jóvenes– y para la calidad de cosas que estaban haciendo fue muy impresionante. Mi premiación fue a través de internet porque sólo se llevan a [los ganadores de] las primeras tres medallas, o sea yo quedé en primer lugar pero de la región de América Latina. Digamos que para los regionales todavía no consideran llevarlos al evento de premiación en Kronberg, Alemania.

El concepto dentro del desarrollo de un objeto es tan complejo que es necesario un proceso previo de investigación, el cual casi siempre nos lleva hacia el ámbito de las cosas utilitarias. Esto provoca que en ocasiones objetos como los juguetes nos parezcan sencillos en su resolución. El juguete parecía un reto fácil de solucionar, pero al adentrarse en su configuración se encontró que se trata de un objeto de gran complejidad por su relación lúdica.

Tenía ya el gusto por los juguetes y cosas muy lúdicas pero eran sólo ocurrencias. Hasta yo mismo lo menospreciaba, porque hacer juguetes es como hacer lámparas: sabes que hay un millón pero es divertido hacerlas. Como diseñador hacer lámparas es como un dulce o un hobby. No es tan fácil innovar ahí pero puedes jugar con miles de formas. Yo tomé al juguete como uno de estos proyectos que no eran tan en serio y donde podías relajarte [...] Sobre la marcha vi la terrible seriedad del asunto y la increíble importancia del juego; justamente me fui topando con las mismas barreras que te ponen otros diseñadores [...] viéndolo como un objeto de segunda. Al reflexionar [...] nos dimos cuenta de la importancia y de qué tanto influyen tus experiencias de juego, ya que es algo que se siembra en tu niñez y se desarrolla a lo largo de toda tu vida.

El resultado fue un juguete que desafía los modelos de juego ya existentes, que invita al niño a desarrollarse junto con él, respondiendo a las necesidades lúdicas mediante piezas que pueden configurarse de distintas formas siguiendo la línea de la evolución.

El niño no ha cambiado tanto; lo que ha cambiado es el contexto [cultural]. Los niños tienden a acercarse más a la información. Entonces [...] al tomar un objeto ya con esa cantidad de información simplemente lo asimilan, lo desdennan y van a lo que sigue. Están hambrientos de saber más. Eso por una parte, por otra los juguetes están tendiendo a lo que se llama la obsolescencia programada [...] Al entenderlo así se buscó que el juguete fuera un objeto inacabado, que se integra a esta dinámica rápida de cambio; por ello, el nombre del proyecto es Ollin (en náhuatl "movimiento"). Es un juguete evolutivo que parte del concepto de una célula y se va diversificando. Al final, el juguete –o en general cualquier producto– se comporta mucho como un ser vivo; es decir, llega a un ecosistema, tiene bichos, tiene competidores y ciertas características a las cuales debe adaptarse o desaparecer. [Ollin] cuenta con todas las herramientas evolutivas necesarias para que se adapte al modo de juego del niño; o sea que el juguete no debe imponerle condiciones al usuario sino al revés. Por eso es tan importante que sea un objeto inacabado, para que siga expandiéndose y haciéndose más complejo junto con el niño; ir experimentando con él y encontrando las formas de interactuar con otros objetos. Algo que se olvida mucho al diseñar juguetes es que éstos conviven con otros. Entonces, si puedes darles nueva vida a esos objetos que se tienen abandonados, no se convertirá en una competencia egoísta, sino en una forma de sobrevivir en este mundo violento de cambios para los objetos.





Sin duda, pasar del concepto al objeto de diseño es un proceso que implica transformaciones, y más si éste se percibe como un objeto producible. La experiencia que ofrece el Braun es aportar a los diseñadores la oportunidad de que industrias de todo el mundo se interesen en sus proyectos. En el caso de Ollin, hubo varias industrias que ofrecían comercializarlo. Sin embargo Gil optó por una empresa mexicana:

[...] me buscaron de todas partes. Por ejemplo de Singapur. Pero eran tiburones y ellos ya querían que tuviera una cadena de valor y un plan de negocios. Evidentemente su interés iba más hacia la comercialización. No me animé porque se les veía colmillo y sólo vieron el negocio de producir; es gente que un día produce juguetes, otro día tupper y otro, material agrícola. Por eso preferí hacerlo con alguien cercano: Gash-Ball, que es una empresa cuya parte operativa está en Hong Kong pero cuenta con oficina aquí, en México. Fue muy chistoso contactar-

los porque todo fue a través de Facebook, muy informal. A partir de ahí formalizamos las cosas. Vi que necesitaba algo más, por eso fundamos el despacho Trecho Innovación. Ahí logré un verdadero impulso, porque Ollin ya había alcanzado bastantes cosas, pero sólo como un concepto de diseño industrial; aún le faltaba muchísimo para ser un producto [...] Ya con todo el apoyo de un equipo interdisciplinario logramos seguir avanzando hasta convertirlo en un producto comercializable.



El premio Braun, como muchos otros concursos, se ha convertido en un medio de diálogo entre estudiantes e industria donde se demuestra el potencial de innovación y la responsabilidad social que tienen ambos al proponer productos que incrementen el bienestar de futuras generaciones.

La parte que concierne a los estudiantes trata no sólo de ver a los concursos como una forma de reconocimiento, sino como un acercamiento a la resolución de problemas de las nuevas demandas de la población. Ahí es indispensable concebir a la innovación como un proceso complejo de integración de nuevas tecnologías y objetos más sostenibles en su producción para así impactar en la forma de vida de las personas.



Los niños tienden a acercarse más a la información, entonces [...] al tomar un objeto ya con esa cantidad de información, simplemente lo asimilan, lo desdeñan y van a lo que sigue, están hambrientos de saber más