

# COLOMBIA

## COSCIENZA DEL TERRITORIO TERRITORIAL AWARENESS

a cura di William Zucchetti/redazione Luisa Castiglioni

**“Le potenzialità ci sono ovunque, serve però un aspetto fondamentale: la fiducia.”** Lina Obregón, designer colombiana con base a Milano da vent’anni, riflette sulla sua attività di designer, sulla cultura del progetto tra Italia e Sud America e sul ruolo fondamentale delle aziende nel processo di progettazione.

**“Potential is everywhere but one key aspect is needed: trust.”** Lina Obregón, Colombian designer based in Milan for twenty years now, reflects on her activity as a designer, the design culture in Italy and South America, the key role played by companies in the design process.

“Là dove lo scenario per la professione del design non è evidente né ben consolidato serve una doppia sfida, introspettiva ma con una visione condivisa e d’interazione con l’industria.

La giusta piazza per un designer non è necessariamente un luogo geografico in un momento storico specifico. Le potenzialità ci sono ovunque, serve però un aspetto fondamentale: la fiducia.

Là dove il design trova un supporto costante nella cultura, nella tradizione e attraverso la stampa dedicata, dove c’è un confronto, dove si dà voce ai designer attraverso associazioni, ma soprattutto dove esiste il rapporto con le aziende il designer trova un vero campo d’azione. Il design non deve urlare: diventerebbe soltanto un’operazione stilistica. Tuttavia la comunicazione gioca un ruolo importantissimo nell’aprire uno spazio a questo profilo professionale nell’industria, ma soprattutto a favorirne l’interazione.

Serve un atteggiamento di introspezione, che guardi nel profondo della propria cultura per trarne valore, per guadagnare fiducia e per renderlo disponibile a uno sviluppo, aduna trasformazione.

Non basta guardare le altre culture del design più all’avanguardia che fanno tendenza. Si impara sicuramente ma si rischia di perdere il senso e infine le opportunità. Dando luogo a uno scenario aperto al confronto di tecniche e abilità artigianali, dei materiali, dei colori e di tutta la cultura materiale di un contesto presente e passato si portano alla luce importanti contenuti. Contenuti che il design è predisposto ad accogliere e a fondere con soluzioni tecnologiche



avanzate e in evoluzione. La creatività è un potenziale motore di innovazione e i designer sono di natura ricercatori, curiosi sperimentatori.

Le aziende hanno un ruolo fondamentale in questo processo, soprattutto quando diventano dei veri laboratori per la ricerca e la sperimentazione.

“Il fatto a mano”, portato al di fuori dei prodotti strettamente artigianali, trasferisce dei valori emotivi agli oggetti della vita quotidiana, arricchendoli e rendendoli più umani. La tecnologia può diventare uno strumento integratore e non solo un valore fine a se stesso. In modo tale da mantenere parte di quella imperfezione che ci rende più umani e felici.

I contenuti concettuali, teorici, ideologici e anche politici del design sono consolidati in una sorta di coscienza del territorio come un’azione collettiva, anche non dichiarata; un motto, un obiettivo comune nelle singole declinazioni, senza privarle della personalità.”

**Quali sono gli “spunti creativi” che più cercano le aziende italiane, quando le commissionano lo studio di un prodotto di design?**

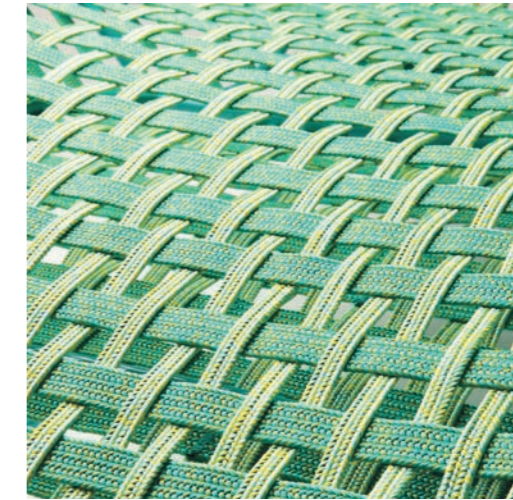
Credo che le aziende svolgano un ruolo molto importante nel processo di progettazione. Il progetto è anche una sintesi del loro know-how, della loro filosofia, dei loro gusti, della loro visione.

Ci deve essere sinergia e interazione tra designer e aziende per un buon sviluppo del progetto. L’obiettivo del designer è quello di dare una propria visione che possa fondersi con quella dell’azienda.

L’inclinazione per la ricerca e la sperimentazione, con un atteggiamento critico condiviso con le aziende, mi porta a cercare alternative e nuove soluzioni per soddisfare esigenze a volte non necessariamente richieste, nell’intento di scoprire dei valori emotivi che insieme agli aspetti funzionali e più consapevoli trovino un giusto equilibrio.



*“Where the scene for the design profession is neither evident nor well-established, a double challenge is needed, introspective yet with a shared vision that includes interaction with the industry. The right place for a designer is not necessarily a geographical place in a specific historical moment. Potential is everywhere but one key aspect is needed: trust. Where design is constantly supported by culture, tradition and specialized press, where there is a dialogue, where designers are given a voice by associations, but, above all, where there is a relationship with companies, designers find their authentic field of action. Design must not shout: it would become a merely stylistic operation. However, communication heavily contributes to creating a space for this professional profile in the industry and above all to favoring interaction. An introspective attitude is needed, looking deep into one’s own culture to draw value, and to build confidence, and to make it available for*



*development, for transformation.*

*It is not enough to look at other more advanced design cultures that are setting trends. You will doubtlessly learn but you will risk losing sense of purpose and opportunities in the end. By creating a scene open to the exchange of techniques and craft skills, materials, colors, and the whole material culture – present and past – important messages are brought to light. Messages that design is willing to welcome and blend with advanced and ever-evolving technological solutions. Creativity is a potential innovation engine and designers are researchers and curious experimenters by nature. Companies play a fundamental role in this process, especially when they become real laboratories for research and experimentation. The hand-made dimension, outside of exclusively artisanal products, gives emotional values to everyday objects, making them richer and more humane. Technology may become an integral tool,*

Telar, la collezione di sedute da esterno composta da sedie, poltrone, chaise longue e pouf, disegnata per Paola Lenti, ha vinto il Red Dot Award Best of the Best 2020 nella categoria Product Design (foto: Sergio Chimenti). Ritratto di Lina Obregón (foto: Studio LCB).

Telar, the outdoor seating collection made up of chairs, armchairs, chaise longues and poufs, designed for Paola Lenti, won the Best of the Best 2020 Red Dot Award in the Product Design category (photo: Sergio Chimenti). Portrait of Lina Obregón (photo: Studio LCB).

*not just a value in itself, to allow us to preserve part of that imperfection that makes us more human and happier. The conceptual, theoretical, ideological and even political contents of design have consolidated themselves in a sort of territorial awareness as a collective action, even not stated; a motto, a common goal in its particular variations, without depriving them of their personality.”*

**What are the “creative inputs” that Italian companies look for the most when they entrust you with the development a design product?**

*I think that companies play a very important role in the design process. The project is also a synthesis of their expertise, philosophy, tastes, vision. There must be synergy and interaction between designers and companies for a successful development of the project. The designer’s goal is to offer a vision that could blend with the company’s. My inclination for research and experimentation, with a critical attitude shared with companies, leads me to look for alternatives and new solutions able to meet needs that sometimes have not even been required, with the aim of discovering some emotional values that reach the right balance with functional and more conscious aspects.*



Nata in Colombia nel 1972, Lina Obregón vive e lavora a Milano da vent’anni. Dopo aver conseguito la laurea in Industrial design alla UPB – Universidad Pontificia Bolivariana di Medellín, nel 1997 ha acquisito il master in Bionics and Design presso l’Istituto Europeo di Design di Milano. In seguito alla collaborazione con lo studio Total Tool di Milano, dal 2009 opera come consulente per marchi come Serralunga, Mesa, Tognana Porcellane, Deborah Group Italia, Porcelanosa, MDF Italia, Midland Radios, Racca Enterprises, Paola Lenti. Dopo aver fondato e diretto il gruppo di ricerca di Design and Bionics alla Università Pontificia Bolivariana in Colombia, a Milano è tutor in Domus Accademy (nel master in Business design) al Politecnico.

Born in Colombia in 1972, Lina Obregón has been living and working in Milan for twenty years. After graduating in Industrial Design from UPB – Universidad Pontificia Bolivariana, in Medellín, she earned a post-graduate degree in Bionics and Design from Istituto Europeo di Design in Milan in 1997. After collaborating with Milan-based Total Tool studio, since 2009 she has been a consultant for brands such as Serralunga, Mesa, Tognana Porcellane, Deborah Group Italia, Porcelanosa, MDF Italia, Midland Radios, Racca Enterprises, Paola Lenti. After founding and directing the research group of Design and Bionics of the Universidad Pontificia Bolivariana in Colombia, she worked as a tutor at Domus Academy (post-graduate program in Business Design) and Politecnico di Milano.