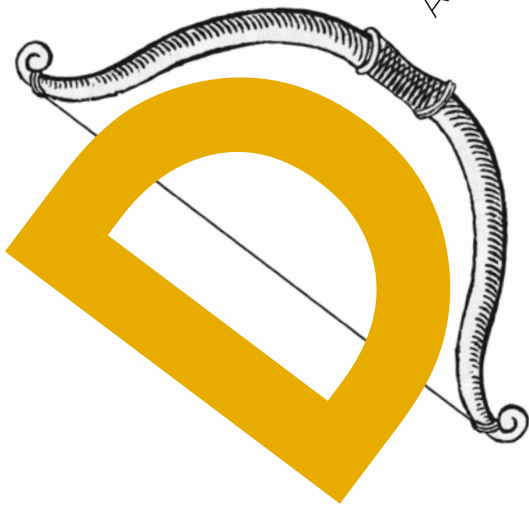


Cuadernos de Diseño



Arte y Diseño
número 2

Francisco Jarauta (ed.)
Núria Gual Solé
Daniel Giralt-Miracle
Vicente Matallana

Gillo Dorfles
Gianni Piretti
Alberto Corazón
Ettore Sottsass

Raquel Pelta
Loredana Parmesani
Halldóra Arnardóttir

Cuadernos de Diseño

Arte y Diseño

número 2

Edición: [Francisco Jarauta](#). Coordinación: [Susana García Gómez](#), [Patrizia Lipari](#) y [Pedro Medina](#). Traducciones de Gillo Dorfles, Gianni Piretti, Loredana Parmesani y Ettore Sottsass: [Pablo Jarauta](#); de Halldóra Arnardóttir: [Antonio García Álvarez](#). Diseño y maqueta: [Estudio Manuel Estrada](#). Maquetación: [Creatividad IED](#). Imprime: [Hermanos Gómez](#). Publica: [Istituto Europeo di Design Madrid](#) (Larra, 14. 28004 Madrid. Tlf.: 914480444) y [Barcelona](#) (Torrent de l'Olla, 208. 08012 Barcelona. Tlf.: 932385889). www.ied.es

© los autores y sus editores

ISBN: 84-609-9138-5. Depósito Legal:

S U M A R I O



- 9 Presentación
[Francisco Jarauta](#)

LAS ARTES DEL DISEÑO

- 23 La ambigua relación entre arte y diseño
[Gillo Dorfles](#)
- 31 En la línea divisoria.
Diseño y arte, territorios comunes y contigüidades
[Raquel Pelta](#)
- 49 Lo Bello entre el Arte y el Diseño
[Núria Gual Solé](#)
- 65 Diseño, arte ambiental, arquitectura: interrelaciones contemporáneas
[Gianni Pettea](#)
- 83 La estética como organización del mundo
[Loredana Parmesani](#)

PANORAMAS ACTUALES

- 95 Arte-diseño en la frontera.
Encuesta a diseñadores-artistas y a artistas-diseñadores
[Daniel Giralt-Miracle](#)
- 113 Para contribuir a la confusión general
[Alberto Corazón](#)
- 123 Reflexiones sobre la globalización de las ideas
[Halldóra Arnardóttir](#)
- 143 Arte, tecnología, diseño, riesgo, industria y barbarie. Suenan bien
[Vicente Matallana](#)
- 153 Perplejidades y proyectos
[Ettore Sottsass](#)

Francisco Jarauta (ed.)
Núria Gual Solé
Daniel Giralt-Miracle
Vicente Matalana
Gillo Dorfles
Gianni Pettena
Alberto Corazon
Ettore Sottsass
Raquel Pelta
Loredana Parmesani
Halldóra Arnardóttir

Presentación

Francisco Jarauta

El diseño nunca ha tenido una historia autónoma. Ha sido siempre considerado como parte de la cultura industrial, como ornamento social o como un aspecto curioso de la historia de las costumbres. Norbert Elias recuerda la fascinación que acompaña la visita y descubrimiento de todas aquellas colecciones de objetos que nacen en la segunda parte del siglo XIX y que pasan a configurar el mundo de la metrópoli y sus estilos de vida, tal como fueron descritos en las páginas de los grandes relatos del naturalismo. Una fascinación que crece si la mirada o curiosidad recorre los espacios industriales, las nuevas máquinas, los nuevos productos, aquellos materiales que, como en el caso de los aceros alemanes de los años veinte, atrapan con sus brillos la retina de los fotógrafos que trabajaban con Fritz Lang.

En una secuencia perfectamente articulada y que la sociología de la cultura puede reconstruir fácilmente, podemos identificar los diferentes momentos de una historia que, partiendo del impulso que la revolución industrial inaugura, pasa a definirse en las formas concretas que adquieren los objetos de la vida doméstica o pública con la coherencia que el estilo de una época da a las cosas. De esta idea vivió el Movimiento Moderno al hacer suyo el proyecto

de la construcción de un nuevo sistema cultural en el que la unidad operativa entre diseño y arquitectura daba lugar a una lógica o una idea que muchos de sus representantes consideraron ética. Pienso en Walter Gropius y la Bauhaus para probar esta forma de pensar a la hora de enfrentarse a los presupuestos de la cultura del proyecto. Bien es cierto que la unidad propuesta por el Movimiento Moderno, basada en una jerarquía rígida de decisiones, estalló hace ya tiempo dejando un espacio abierto a un conflicto entre arquitectura y diseño que hoy día, tras un período apasionante de encuentros y desencuentros, vuelve a plantearse en contextos diferentes, como son los derivados de las condiciones culturales propias de las sociedades postindustriales, construidas sobre la base de una creciente complejidad y al mismo tiempo con capacidades tecnológicas nuevas que hacen posible un tipo de innovación inédito hasta la fecha.

Sobre la base de esta complejidad puede observarse cómo a lo largo de las últimas décadas se ha producido una dilatación progresiva del campo teórico y operativo del diseño. Sus programas han venido a definirse desde una relación permeable con las grandes transformaciones de los sistemas de vida de las sociedades contemporáneas, marcados principalmente por la homologación cultural y la internacionalización de la producción. Es fundamental tener en cuenta a este respecto cómo las fases de la creciente globalización no deben sólo entenderse bajo enfoques económicos o políticos, sino que hay que tener en cuenta la relevancia de los aspectos culturales que terminan por precisar el verdadero alcance de los procesos. Tras la comunicación y el mercado -los dos verda-

deros agentes del proceso de mundialización- debe individuarse la generalización de los nuevos *cultural patterns* que definen los nuevos modelos de referencia simbólica sobre los que se articulan los procesos de identidad y diferencia del mundo contemporáneo.

En efecto, son éstos los contextos problemáticos sobre los que la actual cultura del proyecto se debate. A la hora de responder a la demanda de las nuevas formas de habitar vuelven a encontrarse las dos principales tradiciones del siglo XX: un universalismo que el Movimiento Moderno postuló como estrategia para el logro de una nueva forma de cultura válida para todos; y una posición que encontró en los experimentos y derivas de la cultura postmoderna la libertad de juegos y propuestas, legitimadas por una época dominada por un activo individualismo y una estatización difusa de las formas de vida. Ciertamente, hoy, aquellos experimentos nos parecen tan lejanos como lejanos nos resultan los años ochenta. No así todo aquello que tuvo lugar con el llamado "movimiento radical" de los años setenta, que sacudió frontalmente las convenciones teóricas y éticas de la época, propició un debate cuya eficacia principal fue abrir nuevas perspectivas críticas que todavía hoy interpelan los problemas básicos de la cultura del proyecto.

Esta breve anotación histórica podría servir de aproximación a los problemas que ocupan la atención de este segundo Cuaderno del Istituto Europeo di Design. La relación Arte-Diseño es por excelencia una relación asimétrica que afecta de formas distintas las vicisitudes varias de la historia del diseño. Si, por una parte, a nadie escapa que a lo largo de la historia dicha relación ha sido operativa de forma manifiesta, dando lugar a generalizaciones estilísticas ine-

vitables; por otra, también debe reconocerse que se han producido procesos de mayor autonomía por parte del diseño sin que éstos signifiquen rupturas o distancias relevantes.

Bastaría pensar en épocas indiscutibles como la del *fin-de-siècle* y el triunfo del *art nouveau* para aportar argumentos suficientes. Una breve mirada por los repertorios decorativos del *Jugendstil* nos daría una respuesta convincente al respecto. Los trabajos de Otto Wagner, Josef Hoffmann o Adolf Loos nos muestran el grado de implicación y dependencia de los mismos presupuestos estéticos y formales que recorren el mundo del arte y el del diseño de la época.

Pero estas evidencias no son tan confortables ni para el historiador ni para el crítico, si uno y otro buscan más allá de lo evidente las líneas que guían los mecanismos de apropiación y aplicación. Cuando Alois Riegl planteaba en 1893 sus *Stilfragen*, no sólo problematizaba la idea de "estilo", sino que abría a la reflexión un campo nuevo de gran interés para la historia del arte y de la cultura. Tras la historia de las formas emergían ahora otras historias, más próximas a la historia social, a las formas de vida, los modos y hábitos que Pierre Bourdieu concretará más tarde en la complejidad de los sistemas culturales en tanto que configuran la vida de los individuos. El arte, mejor, las artes, en su disposición y uso, generan los mecanismos de adaptación a los universos simbólicos de una sociedad que precisa un sistema de representación adecuado. En este contexto, la problemática del gusto adquiere una relevancia fundamental. Corresponde al gusto la capacidad de ordenar, guiar, configurar la sensibilidad de una época frente a

los usos y formas que la cultura determina. Cuando hablamos de "gusto neoclásico", por ejemplo, y la referencia a Mario Praz es obligada, nos referimos al complejo proceso cultural en el que se construye y legitima un valor estético determinado, asociado en este caso a las formas del mundo clásico, apropiadas ahora por la burguesía inglesa del siglo XVIII principalmente. Se trata de un largo viaje de complicidades que termina por definir el gusto de una clase social, de una época determinada, que se proyectará a lo largo del tiempo tal como nos muestra hoy la historia cultural. Bastaría leer las páginas llenas de erudición e ironía de Edwin Panofsky sobre "los antecedentes ideológicos del radiador del Rolls-Royce", publicado en sus *Three Essays on Style*. La composición de este radiador resume, de hecho, doce siglos de preocupaciones y curiosidades anglosajonas: oculta -escribe Panofsky- una admirable pieza de ingeniería detrás de un templo frontal palladiano; pero este templo palladiano está coronado por la alada *Silver Lady*, modelada por Charles Sykes según una idea próxima al *art nouveau*, pero sin ocultar un no mitigado romanticismo. Es un largo viaje, en efecto, en el que se encuentran y dialogan referentes culturales, valoraciones estéticas y un gusto que recorrerá siglos alimentando la ilusión del aura del mundo antiguo, reinterpretado ahora en clave moderna.

La lectura de Panofsky mantiene no sólo el valor que conserva toda lección de historia, sino que ejemplifica el modo como se articulan las diferentes condiciones culturales en una época determinada. Una mirada sobre la nuestra pone en evidencia otra situación que obviamente afecta al comportamiento de la relación entre arte

y diseño. Los análisis sobre los comportamientos y disposiciones de la cultura contemporánea han sido objeto de numerosas lecturas que no es el momento de detallar. Desde aquellas cuyo foco era el análisis de las grandes transformaciones culturales que acompañaron a la generalización en el mundo occidental de las sociedades postindustriales -Frederic Jameson podría ser un referente clave para su interpretación-; a aquellas otras, más próximas a nosotros, cuya orientación se orientaba más bien al estudio de las implicaciones que se derivan de los procesos de mundialización contemporáneos. Si respecto a la primera lectura se podía observar cómo el arte pasaba a impregnar todos los aspectos de la vida cotidiana, de acuerdo con una lógica propia de una estativación activa de las formas culturales; en el segundo caso se privilegiaba el estudio de los modelos de contaminación cultural, híbridos por excelencia, que pasan a ser los *patterns* de los nuevos referentes culturales del mundo globalizado.

En este contexto resulta evidente cómo hoy lo estético y lo utilitario no sólo se combinan, sino que resultan ser parte necesaria del mercado y de los nuevos productos. El diseño se incorpora así de forma directa a la producción en un contexto en el que la comunicación del producto exige una mayor visibilidad, garantizada únicamente por el valor añadido del diseño. Éste, el diseño, es cómplice de un circuito casi perfecto de producción y consumo, sin mucho "margen de maniobra" para nada más.

La reconstrucción del espacio en la imagen de la mercancía es una de las primeras historias del capitalismo moderno tal como desde entonces la han contado Georg Simmel, Siegfried Kracauer, Wal-

ter Benjamin, los situacionistas y los geógrafos radicales como David Harvey, Saskia Sassen y otros. Hoy día este proceso ha alcanzado el punto en el que no sólo la mercancía y el signo aparecen como una sola cosa, sino que muchas veces sucede lo mismo con la mercancía y el espacio: en los centros comerciales reales y virtuales se funden mediante el diseño. Los proyectos de Bruce Mau, Rem Koolhaas o Toyo Ito definen perfectamente este proceso de identidad-ficción que transfigura el producto situándolo en el umbral de máxima visibilidad y valor.

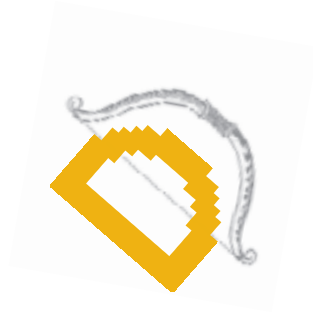
Quizás se objete, anota Hal Foster en su *Design and Crime*, que este mundo del diseño total no es nuevo -la combinación de lo estético y lo utilitario con lo comercial se remonta por lo menos al programa de diseño de la Bauhaus en los años veinte-, y se tendría razón. Si la primera Revolución Industrial allanó el terreno para la economía política, para una teoría racional de la producción, según planteó hace tiempo Jean Baudrillard, la segunda Revolución Industrial, tal como la Bauhaus la definió, extendió este "sistema del valor de cambio a todo el dominio de los signos, formas y objetos (...) en nombre del diseño". Este proceso abrió las puertas al dominio de la industria cultural que abraza no sólo aquellos mecanismos que circulan por el sistema abierto de la comunicación, sino que intervienen las nuevas configuraciones del gusto en el marco de un mundo activamente globalizado. Ahora más que nunca, la relación entre arte y diseño deviene una relación instrumental, articulada ya sea en la lógica de los procesos mismos, ya en la de sus usos. Gillo Dorfles ha sabido leer con ejemplar lucidez esta amplia gama de complicidades que han servido de protocolo orienta-

tivo a las derivas del diseño contemporáneo. *Design: percorsi e trascorsi* resulta hoy una lectura abierta de los implícitos en juego y que definen el horizonte táctico de la cultura del proyecto, sometida a una cierta exigencia “estética”.

Obviamente el reconocimiento de esta adaptación progresiva del arte a la producción y al diseño en el contexto de las sociedades postindustriales no clausura en absoluto los márgenes de un pensamiento crítico. Una mirada sobre el arte contemporáneo, en primer lugar, nos muestra de qué manera sus discursos, sus relatos, sus propuestas giran en torno a una distancia crítica que le permite apropiarse de las tensiones y conflictos propios de nuestro mundo en su más dilatada cartografía pública y privada. Sería difícil, por no decir imposible, establecer la agenda de los nuevos problemas sin acudir de manera directa al discurso del arte actual como expresión directa de los mismos. Se trata de un largo camino que arranca ya en los ochenta y que da lugar a un giro ético de la cultura contemporánea, abierta a los interrogantes que van desde los análisis acerca de las formas críticas de la identidad al complejo espacio del multiculturalismo o a los sistemas de reconstrucción de modelos radicales de la organización política y democrática, en términos de Bruno Latour.

En este contexto, regresa la preocupación por aquellos problemas que han crecido y se han afirmado en el interior mismo del proceso de globalización. En el interior de un sistema mundial fonológico, dominado por los sistemas planetarios del mercado y la información, la complejidad no es ni representa la postulada solución a todos los problemas, sino que, cada vez más, se presenta

como una huida hacia delante, cargada de fatalidad e incapaz de resolver los grandes conflictos del mundo actual. Posiblemente nos hallemos ante un horizonte nada neutral, que nos exige el repensamiento de dispositivos que medien y redefinan el sistema de conceptos con los que pensamos y decidimos nuestras prácticas. Una nueva cultura del proyecto que haga suya la conciencia planetaria acerca de los límites del sistema y que aplique como criterio ético el regulador de una cultura ecológica atenta a la inflación progresiva de nuestro sistema cultural de necesidades. Se trata de un giro ético que sitúe un nuevo concepto de la cultura del proyecto y haga posible la construcción de una civilización en la que se encuentren las formas plurales de las culturas en el horizonte justo y libre de la experiencia humana.



LAS ARTES DEL DISEÑO

Francisco Jarauta (ed.)
Núria Gual Solé
Daniel Giralt-Miracle
Vicente Matallana
Gillo Dorfles
Gianni Pettena
Alberto Corazon
Ettore Sottsass
Raquel Peiza
Loredana Parmesani
Halldóra Arnardóttir

La ambigua relación entre arte y diseño

Gillo Dorfles

La ambigua relación entre las artes visuales y el diseño se representa una y otra vez de forma intermitente. Éste es uno de esos problemas cuya solución no se dará nunca definitivamente, justo por los acontecimientos contrapuestos que el arte, por un lado, y el diseño, por otro, vienen a asumir de acuerdo al predominio de instancias exclusivamente estéticas o de inevitables interrelaciones funcionales y económicas. La base de esta equívoca relación también se debe al hecho de haber considerado durante mucho tiempo el diseño del producto como la prosecución de la antigua y gloriosa artesanía. Lo que sólo es cierto en determinados casos.

Incluso cuando parece que la relación se mantiene, es decididamente arrollada por la intervención de la creación en serie a través del medio mecánico. Herbert Read ya había contribuido con sus estudios pioneros a reforzar este equívoco, haciendo remontar las primeras manifestaciones del diseño, es decir, de un proyecto con fines funcionales, a las antiguas cerámicas chinas, cretenses, precolombinas, etc. Y es precisamente para evitar exhumar un discurso sobre la autonomía del diseño y su existencia, a partir de la realización en serie de mediados del siglo XIX, que pretendo detenerme exclusivamente en el problema de la relación

entre las "artes puras" y el diseño a partir de este período, sin querer implicar en mi análisis un discurso sobre las relaciones, en efecto esenciales, entre artesanía y diseño, hoy casi inexistentes y, sin embargo, absolutamente nada desdeñables.

Si pensamos, entonces, en lo que define el sector de un auténtico diseño del producto (y no pretendo aquí afrontar el vasto sector del diseño gráfico que, desde siempre, ha estado íntimamente ligado a la contemporánea producción pictórica) podremos ante todo afirmar lo siguiente: el diseño, una vez liberado de la artesanía, ha atravesado al menos tres períodos fundamentales:

- Un primer período donde el binomio forma-función era imperativo.
- Un segundo período, el del diseño radical y las múltiples formaciones "subversivas" (Alchimia, Memphis, Archigram, Superstudio, UFO) que se alineaban contra el "calvinismo estético" de la Bauhaus y más tarde de la Escuela de Ulm.
- Un último período, el del punto álgido de la recaída en el decorativismo y la ornamentación, que debía reconducir a un mayor equilibrio en la relación forma-función, evitando a menudo peligrosas interferencias con el Pop Art y la afirmación de un diseño excesivamente lúdico.

Llegados aquí, es necesario detenerse brevemente en un cambio epocal que vino a alterar la relación entre arte y diseño. Un cambio donde el diseño se encontró con la llegada de una nueva era, la era electrónica, decisiva para su futura evolución y, quizás, igualmente cargada de consecuencias para aquella otra época que en su tiempo marcó el paisaje desde el proyecto todavía artesanal del Arts & Crafts al del objeto de serie del primer racionalismo. ¿Pero en qué

consiste en efecto este cambio? Sobre todo consiste en el hecho de que el proyecto del objeto industrializado -basado no en la mecánica de un tiempo, sino en la electrónica- ya no sigue, o sigue sólo en parte, las finalidades formales válidas hasta ayer, es decir, la relación imprescindible entre forma y función; ya que con la desaparición del componente mecánico, la carrocería, basada precisamente en la "dificultad" de tal componente, se ha convertido en algo superfluo. Mientras que, por otro lado, la *nueva funcionalidad* del producto es confiada al factor "señalético", a la individualidad semántica y a los problemas cada vez más decisivos de la *interfaz* con el usuario; así como a la indispensable influencia del aspecto externo mediante la semántica del objeto y, por tanto, de su comercialidad. Esto, naturalmente, acerca el producto de diseño al de otras muchas artes contemporáneas. Por esta razón, el cociente confiado al marketing se torna algo de primera importancia y se sitúa en la base de algunas recientes metamorfosis formales del objeto.

De hecho, no hay que olvidar cómo la rapidez del consumo formal o la obsolescencia -siempre presente en el ámbito del diseño por la exigencia de una constante "apetecibilidad" de lo mismo- son hoy incentivadas por el hecho de que muchos productos, electrónicos sobre todo, van al encuentro de una increíble aceleración tecnológica. Bastaría pensar en el sector de la *home automation* o domótica, la invención de *gadgets* domésticos que dará vida a una nueva gama de modelos para la casa y la oficina, donde la importancia de la programación informática estará a la par de la del proyecto del diseño. La superposición del "mundo de los objetos" y el "mundo de los conceptos" es quizás uno de los fenómenos más característicos

del momento que atravesamos. Y diciendo superposición pretendo subrayar cómo la línea divisoria que, todavía ayer, distinguía, por un lado, el arte con A mayúscula del utilitario y, por otro, la especulación entorno al arte de las elucubraciones conceptuales sustitutivas del mismo, ha venido atenuándose. ¿Quién no recuerda los tiempos del antiguo racionalismo bauhausiano y ulmiano? ¿Quién no recuerda los gritos de indignación dirigidos a los primeros experimentos del Pop Art? ¿Y quién, por otra parte, no recuerda las variadas elaboraciones conceptuales confundidas con obras de arte (Holzer, Darbover, Kosuth, Chiari, etc.)?

Es justamente la llegada de varias formas híbridas, nada despreciables, que pueblan nuestro universo cotidiano, lo que muestra la acaecida ósmosis entre el mundo de los objetos (artísticos pero también funcionales) y el mundo de los conceptos (filosóficos pero también materializados con fines estéticos). Esta jungla de formas híbridas (carteles publicitarios, objetos de consumo, spots televisivos, obras de arte equiparables a estos últimos) nos acostumbra, mejor o peor, a aceptar también ciertos aspectos que en el pasado nos habrían parecido excesivamente ambiguos.

No se puede negar que la contaminación entre los dos sectores, bien distintos hasta hace alguna década, se haya producido siempre de una manera más pronunciada. ¿A qué se debe esta contaminación? Quizás a una estetización global de la vida de nuestros días. A diferencia de muchas épocas pasadas, hoy es posible constatar una disimulada infiltración de elementos artísticos o pseudo-artísticos en los más ocultos recovecos de la cotidianidad, elementos que sirven para dorar la píldora de nuestro panorama visual.

Esto explica las muchas tentativas de crear objetos de uso más próximos a esos "objetos de arte" que en un tiempo vivían aislados bajo una metafórica campana de vidrio y que eran depositarios, generalmente, de valores mitopoiéticos y mágicos; mientras que hoy día invaden los grandes almacenes y escaparates de los decoradores y mueblistas más punteros. ¿Mérito o culpa haber abandonado el nivel de alerta de una funcionalidad máxima en favor de un ludismo incoercible? Mérito y culpa a la vez, porque si es verdad que esta actitud de recuperación del hedonismo en el sector del diseño del producto ha permitido la realización de nuevos prototipos, en los que se redescubre más que el componente estético, el simbólico (basta pensar en ciertos muebles míticos: Ron Arad, Zaha Hadid, Borek Sipek, Riccardo Dalisi, etc.), también es verdad que, dada la notoria precariedad del gusto, que a menudo sobrepasa el kitsch, esta tendencia ha hecho posible el desacierto de considerar artístico lo que es sólo jocoso, y descuidar en el objeto de uso las constantes ergonómicas de las que, se quiera o no, es imposible prescindir del todo.

Gillo Dorfles

Profesor de Estética en diversas universidades italianas y *visiting professor* en universidades americanas. Es cofundador de MAC (Movimiento Arte Concreto). Ha desarrollado una intensa obra ensayística, entre la que destacan obras como *Nuevos ritos, nuevos mitos* (1965), *Artificio y naturaleza* (1968), *Las oscilaciones del gusto* (1970), *Introducción al diseño industrial* (1972) y *Últimas tendencias en el arte de hoy* (2001).

Francisco Jarauta (ed.)
Núria Gual Solé
Daniel Giralt-Miracle
Vicente Matallana
Gillo Dorfles
Gianni Pettena
Alberto Corazon
Ettore Sottsass
Raquel Pelta
Loredana Parmesani
Halldóra Arnardóttir

En la línea divisoria

Diseño y arte,
territorios comunes
y contigüidades

Raquel Pelta

Los últimos veinticinco años del siglo XX han supuesto una revisión de muchos de los principios que rigieron al diseño durante décadas. En este sentido, quizá una de las primeras cuestiones que ha entrado en crisis ha sido su propia definición como actividad de planificación ligada a la producción industrial y diferenciada, por tanto, del arte y de la artesanía.

Además de la influencia del pensamiento postmoderno, las tecnologías digitales han sido un factor clave en esa ruptura de límites, pues no sólo han contribuido a la transformación de la manera de trabajar de los diseñadores, sino que, también, les han permitido asumir tareas de producción, antes reservadas a otros sectores profesionales cercanos pero distintos en sus funciones.

Tradicionalmente, el proceso de trabajo en diseño ha constado de cuatro fases bien delimitadas: una primera de investigación como aproximación al *briefing*; una segunda de conceptualización, que se concreta por medio de bocetos y maquetas; una tercera, que se corresponde con el diseño propiamente dicho; y una cuarta, que es la de producción.

Hasta la aplicación del ordenador a todo este proceso, al diseñador le correspondían las tres primeras, mientras que se reservaba la cuarta para la industria. Precisamente era ahí donde se establecían algunas de las principales diferencias respecto al trabajo de un artesano y al de un artista. Frente a éstos, que controlaban tanto el proceso creativo como el productivo, el diseñador creaba el prototipo, pero era la industria la que seriaba la pieza y le daba su forma final.

Sin embargo, y aunque todavía actualmente se mantiene esta división, gracias a las nuevas tecnologías digitales, los diseñadores se encuentran cada vez más cerca de la posibilidad de generar un producto prácticamente terminado. El ejemplo de los grafistas es, quizá, el más evidente. Desde la incorporación del Macintosh a su trabajo, han ido acaparando funciones antes reservadas a otros profesionales y ya sólo les hace falta conectarse a una máquina de imprimir industrialmente -algo que sucederá, sin ninguna duda, en breve-, pues lo que entregan dista poco del resultado final. Sólo es una cuestión de cantidades.

En los últimos tiempos, el "hazlo tú mismo" ha ido ganando terreno, entendido, además, como una filosofía de vida impulsada por una revolución digital que proporciona, si así se desea, la posibilidad de disfrutar de una gran autonomía.

Si retornamos al diseño gráfico, en estos momentos hay un buen número de diseñadores que se han convertido en editores, asumiendo de este modo todo el proceso productivo. Es el caso del suizo Lars Müller, de Robin Kinross con su Hyphen Press en Gran Bretaña, de Trilce en México y de Actar en España, por sólo men-

cionar algunas experiencias que nacieron sin grandes pretensiones, pero que se mantienen en el mercado con un cierto éxito.

Por lo que se refiere al diseño industrial, y aunque presenta una mayor complejidad, ya hay también profesionales que están fabricando sus propias piezas. Así sucede con Stanley Lechtzin, quien no sólo realiza diseños de joyería, sino que también los materializa él mismo aprovechando las posibilidades que le ofrece el Rapid Prototyping.

De este modo, cabe pensar que cuando el diseñador tenga a su disposición los medios para producir la pieza por sí mismo, seguramente dentro de muy poco tiempo, la tradicional frontera entre artesanía y diseño perderá cualquier sentido.

Nos encontramos, asimismo, con quienes se inclinan por realizar pequeñas tiradas, no por un afán elitista, sino porque consideran que la era de la producción en serie ha terminado y los usuarios demandan productos y servicios personalizados, en los que cuenta, especialmente, la calidad.

Para complicar un poco más el panorama, algunos diseñadores abordan la producción seriada desde una perspectiva asociada, tradicionalmente, a nuestro concepto de lo artesanal. Y si se suele afirmar que una de las características de las piezas de artesanía es que, al elaborarse a mano, no existen dos exactamente iguales, ahora hay quienes sacan partido a la programación aplicada a la producción industrial, para provocar variaciones en cada pieza. Se trata de producir en serie, creando objetos no seriados. Es lo que Gaetano Pesce viene realizando desde finales de los años noventa con su "producción en series diversificadas". En su opi-

nión, en el futuro los usuarios desearán objetos originales: “Lo que denomino tercera revolución industrial proporcionará a la gente la posibilidad de tener una pieza única; la tecnología que tenemos hoy día nos ofrece la posibilidad de producir de esta manera. Los materiales también. Es mucho más de lo que los artesanos del pasado consiguieron. Pero al mismo tiempo, refleja el espíritu de nuestro tiempo, donde todo es relativo”¹. ¿No ha sido la existencia de una pieza única otro de los argumentos a los que se ha recurrido para diferenciar arte y diseño?

Sin cliente

Pero, además, ahora hay un creciente número de diseñadores -en especial los más jóvenes- que, al no encontrar un lugar en la industria, hacen sus propias propuestas, aunque carezcan de un encargo concreto. En otras palabras, se autoencargan. En la mayoría de las ocasiones, el resultado es un prototipo que se constituye como obra única. Sin embargo, y pese a ello, no se sienten artistas sino diseñadores, porque piensan que lo que caracteriza a un profesional del diseño no es tanto que su proyecto se produzca o no en una fábrica, sino su manera de proyectar, que responde a una metodología concreta y definida respecto a otros campos creativos.

La existencia de un encargo -y, por tanto, de un cliente- ha sido otro elemento clave -y tópico- para establecer la frontera entre diseño y arte. El primero debía resolver unos problemas concretos

que le venían dados desde fuera y someterse a una serie de limitaciones impuestas por una finalidad, mientras que el arte era libre. No había diseño sin cliente, una afirmación que obviaba, sin embargo, que durante siglos la producción artística ha respondido, en la mayoría de las ocasiones, a un encargo, ya fuera de la monarquía, la aristocracia, la Iglesia o la burguesía y que, ahora, sigue estando sometido a un mercado, regido por instituciones públicas y privadas.

No obstante, desde los años noventa, venimos presenciando el surgimiento de un buen número de proyectos que son resultado de un autoencargo, algo que demuestra que, entre muchos profesionales actuales, se ha extendido la creencia de que en sus manos está la posibilidad de desarrollar sus propios productos e, incluso, de situarlos en el mercado.

En algunos de ellos encontramos ciertas pretensiones artísticas, mientras que en otros se conecta con la concepción del diseñador como alguien cuya misión es adelantarse a las necesidades de la sociedad, una visión que hunde sus raíces en el siglo XIX y en las vanguardias del siglo XX.

Al mismo tiempo, hay quienes conciben el autoencargo como una manera de transmitir mensajes personales y de explorar cuestiones sociales, políticas e intelectuales -como también ha sucedido en los territorios del arte del siglo XX-, en consonancia con una concepción del diseño como disciplina que no sólo tiene vocación de servicio al cliente, sino también la intención -y capacidad- de cambiar las actitudes y el comportamiento no sólo del usuario, sino también del propio diseñador.

¹ Cit. en G.H. Marcus: *What is Design Today?*, Nueva York, Harry N. Abrams, Inc., 2002, p. 31.

Pero, por otra parte, la reivindicación de la voz del diseñador ha llevado, en última instancia, a la reclamación del derecho a la autoría, un privilegio reservado hasta hace poco al artista.

El diseñador como autor

En 1968 Roland Barthes publicó su teoría sobre la muerte del autor, ligada al nacimiento de una teoría crítica literaria basada en la respuesta del lector y en la interpretación más que en la intencionalidad del autor. Para él: “un texto está formado por escrituras múltiples, procedentes de varias culturas y que, unas con otras, establecen un diálogo, una parodia, una contestación; pero existe un lugar en el que se recoge toda esa multiplicidad, y ese lugar no es el autor, como hasta hoy se ha dicho, sino el lector; el lector es el espacio mismo en el que se inscriben, sin que se pierda ni una, todas las citas que constituyen una escritura; la unidad del texto no está en su origen, sino en su destino, pero este destino ya no puede seguir siendo personal: el lector es un hombre sin historia, sin biografía, sin psicología; él es tan sólo ese alguien que mantiene reunidas en un mismo campo todas las huellas que constituyen el escrito.

Sabemos que para devolverle su porvenir a la escritura hay que darle la vuelta al mito: el nacimiento del lector se paga con la muerte del Autor”².

2 R. Barthes: “La muerte del autor”, en *El susurro del lenguaje. Más allá de la palabra y la escritura*, Barcelona, Paidós, 1987, p. 71.

Además de este texto concreto, en Barthes existen otras referencias sobre el papel del autor que ponen de relieve cómo el concepto de autoría es cultural, así en “La retórica antigua”³, y refiriéndose a los escritos, comenta que en la Antigüedad éstos no estaban sometidos al valor de la originalidad, como sucede en la época contemporánea, y, por tanto, no existía lo que hoy entendemos por autor.

Estas ideas, junto a las de Foucault y Derrida, han tenido cierto impacto en el mundo del diseño, pues durante los años ochenta y noventa algunos de los profesionales y escuelas -Cranbrook, CalArts, entre otras- más destacados han seguido de cerca a estos autores. Su influencia da lugar a una reflexión sobre el papel activo del lector mientras provocaba una mirada crítica hacia la autoría como base de autoridad. La consecuencia inmediata ha sido que se ha despojado al autor de su papel de fundamento originario, analizando su autoría “como una función variable y compleja del discurso”⁴. Asimismo, al criticar el prestigio que le es atribuido y descentrar su figura, se ha apoyado la apertura de los significados, algo que desde el diseño se ha interpretado de varias maneras: una fiel a los postulados postestructuralistas en cuanto al papel atribuido al lector y otra en sentido contrario, por lo que se refiere al diseñador como autor⁵.

3 R. Barthes: “La retórica antigua”, en *La aventura semiológica*, Barcelona, Paidós, 1990, p. 103.

4 M. Foucault: “What is an author”, en D.F. Bochar y S. Simon (eds.): *Language, Counter-Memory, Practice*, Ithaca-Nueva York, Cornell University Press, 1977, pp. 124-127.

5 Ello dará lugar a un diseño complejo y a ciertas discusiones éticas sobre la responsabilidad del diseñador respecto a la generación de contenidos.

Porque, en este segundo caso, la muerte del autor se aplicará al escritor que, ahora, se disuelve y desaparece en una escritura que según Barthes es: "la destrucción de toda voz, de todo origen"⁶.

La desaparición del autor ha dado pie a que aspire a alcanzar la autoría quien antes apenas había gozado de ella, pues con la apertura de los significados, el diseñador, como un lector más, siente que puede hacer su propia interpretación de los textos.

La reflexión sobre la muerte del autor ha abierto las puertas a una teoría de la autoexpresión del diseñador, que coincide con el impulso de las denominadas "historias ocultas" o "contenido personal", recursos que se emplearán para rechazar las propuestas de objetividad de los diseñadores modernos, quienes para sostenerlas -y contrariamente al mundo del arte-, se habían apoyado en la falta de autoría, no tanto en cuanto a que los diseños no tuvieran un origen concreto, sino en lo que se refiere a que no hacía falta reivindicar una presencia creadora, con mayúsculas, al menos del modo en el que el término autor se ha empleado tradicionalmente en el terreno artístico: "creador", alguien que construye desde la nada.

En este sentido, cabe recordar que la Escuela de Ulm, por ejemplo, siguió un discurso cientifista en el que no se necesitaba la autoría como garante de verdad, pues se suponía que los resultados, producto de la aplicación de una metodología racional, eran objetivos. En todo caso, los últimos cuatro lustros del siglo XX, han presenciado la aparición de diseñadores convencidos de que es imposible

6 R. Barthes: "La muerte del autor", op. cit., p. 65.

llevar a cabo un diseño anónimo o impersonal. Katherine McCoy, por ejemplo, ha defendido que el diseñador es un autor adicional del contenido y que puede adoptar papeles que, hasta ahora, habían estado asociados con el arte y la literatura⁷.

Ahora bien, como indicaba Michael Rock en un artículo de mediados de los años noventa⁸, la cuestión de cómo un diseñador se convierte en autor es difícil de resolver. En principio, habría que definir el propio término, pues, incluso en el mundo del arte, ha ido cambiando de sentido con el paso del tiempo y, en segundo lugar, depende de cómo se entienda en relación con conceptos como expresión, comunicación, etc., que están en función de una tarea cuyo punto de partida es el proyecto de otra persona: el cliente que tiene unos objetivos muy específicos, generalmente asociados a la venta de su producto. Queda pendiente otra cuestión: ¿cómo puede reclamar la autoría alguien que, generalmente, trabaja en equipo o que en sus proyectos integra la tarea de otros?

Desde luego, el tema sigue abierto y sin resolverse pese a que se han buscado paralelismos con otros campos como el del cine y la "política de autores", impulsada por figuras tan prestigiosas como François Truffaut.

Comportamientos "artísticos"

La importancia que ha alcanzado la autoría entre los diseñadores ha dado lugar a la aparición de toda una serie de actitudes que po-

7 K. McCoy: "The New Discourse", en *Design Quarterly*, nº 148, (1990), p. 16.

8 M. Rock: "The designer as author", en *Eye*, nº 20, vol. 5, (1996), pp. 44-53.

dríamos calificar de “comportamientos artísticos”, siempre entendiendo esto desde una visión tradicional del arte y dentro de un contexto cultural en el que sigue existiendo el culto a la genialidad. Algo significativo es, desde luego, que en los últimos tiempos, cada vez resulta más habitual ver exposiciones de la obra de diseñadores en galerías de arte y museos.

Pero volviendo a los “comportamientos artísticos”, hay que señalar que muchas de las prácticas contemporáneas se producen de manera simultánea tanto en el arte como en el diseño, recurriéndose incluso a las mismas metodologías, técnicas y lenguajes.

La apropiación es, sin duda, una de las tácticas compartidas por diseñadores como Peter Saville, Art Chantry, Vaughan Oliver y Designers Republic -por citar algunos ejemplos-, y artistas como Cindy Sherman o Sherrie Levine. Todos ellos la perciben como una estrategia crítica mediante la que cuestionar el carácter representacional de nuestra cultura.

Entre estos diseñadores que acabo de citar, Oliver y Chantry presentan bien a quienes emplean el encargo del cliente para transmitir una visión personal que va más allá de las necesidades de éste. A Chantry le interesan también otras prácticas que han sido comunes entre los artistas del siglo XX. Así, en su trabajo hallamos rastros de Kurt Schwitters, a través de los objetos encontrados que, a menudo, incorpora a sus diseños. En más de una ocasión, el diseñador norteamericano ha confesado su admiración por el dadaísmo y por el surrealismo -en especial por Schwitters y Man Ray-, así como por los pintores neodadaístas Rauschenberg y Jasper Johns.

Próximos también a estas vanguardias históricas se encuentran Ed Fella y Paul Elliman, quienes en muchos de sus trabajos retoman la noción de accidente y, con ella, la de azar, mostrando, al mismo tiempo, el influjo de la teoría del caos y las ideas sobre la indeterminación de John Cage⁹.

Asimismo, en la metodología de trabajo de ciertos diseñadores podemos encontrar similitudes con los modos tradicionalmente atribuidos a los artistas. Vaughan Oliver, por ejemplo, ha descrito su manera de trabajar como un dejarse llevar por la música del grupo para el que diseña la cubierta del disco, mientras se sumerge en un estado de “ensoñación”¹⁰. Paul Sych se compara con un intérprete de jazz mientras habla de improvisación “artística” para explicar cómo diseña. En ambos casos, sus comentarios están más cerca de los de un artista romántico del siglo XIX que de los de uno del XXI y, en todo momento, difieren notablemente de la metodología propuesta por cualquier diseñador que comulgara con los ideales del Movimiento Moderno.

El diseño como proceso

Podríamos buscar más paralelismos entre lo que ha sucedido en el arte y en el diseño en las dos últimas décadas del siglo XX y los

⁹ La preocupación de Cage por hacer que los espectadores entren en el proceso e interactúen para generar su propia música y su propia poesía ha influido en los diseñadores provocando en ellos el deseo de ofrecer a los lectores, espectadores y usuarios herramientas abiertas para que creen su propio mensaje, para que se conviertan en protagonistas.

¹⁰ Cf. R. Poyner: *Vaughan Oliver. Visceral pleasures*, Londres, Booth-Clibborn Editions, 2000, p. 29.

encontraríamos. Por ejemplo, el recurso a elementos de la cultura de masas que, además, ponen en cuestión el estatus de la obra artística o, en el caso del diseño, la ideología del "buen diseño", así como la valoración del concepto, que en arte llevará al conceptualismo y en diseño a contracorrientes conocidas como Radical Design o Counterdesign. Pero uno de los más interesantes, quizá, sea el de la introducción de la idea de proceso.

En una conferencia impartida en 2003 en la Escuela Elisava de Barcelona, los diseñadores daneses Ole Luns y Jan Nielsen¹¹ comentaban que cuando se enfrentaban a un trabajo tenían la sensación de que en cada paso que daban se comportaban como si estuvieran pasando un paño sobre un borrón para preparar el paso siguiente. Señalaban, además, que puede que el diseño no sea arte, pero que es algo a lo que hay que aproximarse con la pasión de un artista, "buscando la luz a tientas hasta encontrar lo que está oculto".

Definían, asimismo, el diseño como proceso de conocimiento y explicaban sus estrategias y estéticas de creación como un proceso de reflexión pendular y de expresión. Más adelante subrayaban que "proceso es cómo diseñas todo el tiempo y la forma en que haces las cosas y piensas", es decir, algo que trasciende el campo de trabajo y se extiende a los terrenos de lo personal, en una visión que se aproxima a la confusión entre arte y vida, tan grata a muchos artistas desde el Romanticismo hasta nuestros días.

Lund y Nielsen son un buen ejemplo de cómo en la actualidad son muchos los diseñadores preocupados por el proceso. Como en el

arte conceptual, en el diseño de ahora el trabajo es el acto/idea y es el proceso en sí mismo.

Desde esta visión, se produce una exaltación del momento, lo que da lugar a unas imágenes y a unas formas que nos muestran un estado de transición, transmitiendo al espectador, lector o usuario, una sensación de que lo que está viendo o usando posiblemente ya no será igual la próxima vez que se encuentre ante ello, porque no es un producto terminado en el sentido de que ya no se pueda trabajar más, sino algo que no está definitivamente resuelto o completo.

Esa manera de entender los productos y, por tanto, el diseño, es significativa de que algo está pasando en un campo en el que lo importante -o lo único- siempre ha sido el producto final, resuelto, completo, terminado..., puesto que debía entrar en una producción seriada y en un mercado donde debía estar perfectamente preparado para su uso y/o consumo.

Desde la idea de proceso, el diseño trata de liberarse de su talante meramente comercial, como ya intentó hacerlo el arte a finales de los años sesenta y comienzos de los setenta con el conceptualismo, y que también ha estado presente en la literatura del siglo XX con escritores como James Joyce, que han querido transmitir al lector, de manera consciente, su modo de escribir mediante la propia obra.

La idea de que el trabajo -el objeto, la pieza de comunicación, etc.- es la evidencia del proceso (el proceso del proceso) que se revela en sí mismo e informa sobre los actos que lo acompañan, está dando lugar a artefactos donde se hacen patentes los diversos esta-

¹¹ Conferencia impartida en la Escola Elisava, el 27 de marzo de 2003.

dios por los que ese objeto ha ido pasando hasta concretarse. Por eso, en los últimos años podemos encontrarnos con diseños que muestran los diversos pasos que se han dado para construirlos, con sus errores e indecisiones. Porque algo que también puede observarse es que el lenguaje empleado -o sus signos- no parte de definiciones claras, sino de posturas que van variando según avanzamos y, por tanto, son siempre relativas y cuestionan no sólo los términos en los que el proceso da lugar a una forma, sino incluso la actividad en sí misma.

Los objetos ya no existen por sí mismos, sino en referencia al acto de hacerlos e informados por el contexto cultural y filosófico en el que se han creado. Son objetos en los que se quiere reflejar la memoria de la batalla creativa de quien los ha proyectado, mostrando lo que está en la mente humana y fuera de su control. Y en esa batalla creativa se ha producido además la confrontación entre lo propio, lo personal y lo ajeno, el mundo exterior, que en el diseño es difícil de resolver, porque esta disciplina siempre se ha visto determinada por la existencia de un usuario final y de un proceso tecnológico imprescindible para la producción industrial que significaba la desaparición de la voz del diseñador.

Es todo esto, precisamente, lo que ha caracterizado al diseño y ha servido para diferenciarlo del arte y de la artesanía, a veces con el apoyo del discurso científico. Ahí es donde entra la reflexión sobre los límites y la ruptura con ellos, que se encuentra en toda una generación de diseñadores que -como ya he comentado antes- no creen que el diseño sea un simple servicio al cliente ni que haya que relacionarse con éste desde una posición de neutralidad.

En una época donde cada vez es más complicado trazar cualquier tipo de frontera y, por tanto, es más difícil definir qué es diseño, me gustaría citar a Katherine McCoy, quien ha sostenido que lo que define al diseño es, precisamente, su capacidad para estar entre el arte y la ciencia: "Nada, en el territorio entre el arte y la ciencia, te atrae tan completa y rápidamente como el diseño. Es la línea divisoria donde se dan las contradicciones y tensiones entre lo cuantificable y lo poético. Es el campo entre el deseo y la necesidad. Los diseñadores se desarrollan en esas condiciones, moviéndose entre la tierra y el agua"¹².

Raquel Pelta

Historiadora del diseño. Profesora y Jefa del Área de Humanidades de Elisava Escola Superior de Disseny de Barcelona. Ha ejercido la docencia en diversas universidades españolas, organizado varios cursos sobre diseño y comisariado diversas exposiciones. Fue directora de la revista *Visual* (2001-2004), es autora de *Diseñar hoy* (2004) y ha publicado numerosos textos en revistas, libros y catálogos de exposiciones. Es vocal de la Junta Directiva de la ADGFAD (Asociación de Diseñadores Gráficos del FAD) y miembro de la Design History Society de Gran Bretaña.

¹² K. McCoy y M. McCoy: "The new discourse", en VV.AA.: *Cranbrook Design: The New Discourse*, Nueva York, Rizzoli, 1990, p. 14.

Francisco Jarauta (ed.)
Núria Gual Solé
Daniel Giralt-Miracle
Vicente Matallana
Gillo Dorfles
Gianni Pettena
Alberto Corazon
Ettore Sottsass
Raquel Pelta
Loredana Parmesani
Halldóra Arnardóttir

Lo Bello entre el Arte y el Diseño

Núria Gual Solé

Sacudidos, a lo largo del último siglo, por la constante redefinición del término “arte”, se nos antoja imposible, amén de tedioso, delimitar sus perfiles y fronteras.

La definición del término va pareja a sus sucesivas muertes y resurrecciones. Llevamos varias muertes definitivas en el último tercio del siglo XX: la perpetrada por el Dadá¹, la de los situacionistas o la enunciada por Arthur Danto (por citar sólo algunos ejemplos), y sus subsiguientes resurrecciones. Finalmente, al inicio del siglo XXI, oímos que regresa la pintura y no de la mano de los pintores (que nunca entendieron sus lienzos como un cadáver), sino de la mano de un coleccionista siempre inquietante como Saatchi.

Más allá de las estrategias comerciales y del coleccionismo, parece mucho más diestro y excitante esquivar definiciones, ahorrar

¹ El dadaísmo adoptó este principio (*el de la muerte del arte*) en nombre de una crítica fundamentalmente nihilista de la sociedad industrial. Cf. E. Subirats: *La muerte del arte. Metamorfosis de la Cultura Moderna*, Barcelona, Anthropos, 1991.

en esquelas y adentrarse en los puntos de encuentro entre arte y diseño. Partamos de la premisa duchampiana: "¿Se pueden hacer obras que no sean de "arte"?"². Si hacemos de ella nuestro blasón, tendremos acreditado un importante punto de partida que diluirá las pretendidas líneas de frontera.

Desde esta óptica voluntariamente virgen, aparecen los puntos de encuentro, surgen sin demasiadas complicaciones al entrar en los estudios o al observar proyectos de artistas y/o diseñadores.

Los vínculos y temas comunes entre *Cloud Gate* de Kapoor³ y *b.o.o.p* (1998) de Ron Arad afloran con total naturalidad. Afrontémoslo.

No es algo que pueda resumirse, como precipitadamente se ha hecho, con el argumento de que cuando el diseñador prescinde del encargo o se "autoencarga", se convierte en artista, verbigracia de cierto don natural que brota en esas circunstancias, o que cuando el artista trabaja con la industria, se transforma en un certero diseñador.

Eso sería apoyarse en el devaluado mito del creador libre o del genio, mito que durante el siglo pasado alimentó suficientemente el mercado del arte, y contentó a un público perezoso y ávido de modelos que admirar.

Veamos, no es una cuestión de medios empleados ni de tipologías de trabajo, sino de centros de interés mutuo.

² M. Duchamp: *A l'infinitif. Notes of 1912-1920*, Nueva York, Clarke & Way, 1966.

³ Se trata de la escultura del Millennium Park de Chicago, una de sus piezas en acero inoxidable con las que explora la ambigüedad y complejidad del espacio a través de los reflejos constantes del entorno sobre la superficie.

Sabemos que arte y diseño han sido siempre compañeros de viaje, pero de modo entrañable en la época de grandes revoluciones. Quizás porque las revoluciones cuestionan la identidad y los objetivos, durante las crisis y los cambios la duda se instaura como base y nos volvemos más abiertos, más permeables, más porosos, más comunicativos.

Se prestan los instrumentos, se comparten los medios e incluso se intercambian objetivos.

No se trata en absoluto de una simple transferencia formal, es más bien el reconocimiento mutuo de un terreno único y común. La voluntad de redefinirse promueve un enriquecimiento mutuo, un punto de encuentro al que se llega con todo el bagaje que cada cual ha acarreado, con los hallazgos realizados e incluso con los imprescindibles errores.

A lo largo del último siglo se cruzaron momentos de ese calibre, en Rusia con ejemplos sublimes como el de El Lissitzky⁴, con sus ensayos de conjunción pintura-arquitectura, los "Proun", el de Tatlin con su *Monumento a la III Internacional* (1919), o en la República de Weimar con Gropius, Schlemmer, Klee o Moholy-Nagy a través de la Bauhaus.

Pero éste no es un fruto atribuible exclusivamente a este siglo, evitando el recurrente Leonardo. La ambición de un único espacio creativo, de un objetivo común, se halla también en los equipos de las grandes catedrales, en Chartres o Reims durante los siglos XII y XIII, en la corte de Tamerlán del XIV o de la Medinat al-Zahra de Abd al Rahmán III.

⁴ Trabajos como *Beat the Whites with the Red Wedge* (1919).

Todas estas construcciones devienen grandes escenarios de representación simbólica del pensamiento de una época, que preocupada por emitir su mensaje, no se permite el lujo de parcelar o excluir, sino que aglutina.

Más allá de lo cual, sea cual sea la circunstancia histórica que observemos, es obvio que Diseño y Arte comparten inquietudes y denominadores comunes -como por ejemplo el cultivo de "lo bello" que ahora, precisando más, quizás deberíamos formular como "el cuestionamiento de lo bello".

Pero no es el único. Para orientarnos y situar este abanico de inquietudes compartidas, propongo un cuadrante⁵ con tres plomadas, con tres ejes conceptuales, sobre los que se engarzan, a mi parecer, las preocupaciones comunes de nuestro momento.

Un cuadrante como cualquier instrumento graduado, es más preciso mientras más grande es. Así que daremos a cada eje la amplitud y autonomía necesaria, dejando que se interconecte y vincule a los otros a su antojo.

Reprogramar los códigos

La preocupación por el lenguaje es un síntoma de nuestro tiempo, nos hemos acostumbrado a imágenes cada vez más veloces y cada vez estamos menos habituados a la lectura lenta, afásicos/aléxi-

5 Una variante de este cuadrante me permitió organizar la exposición *Indisciplinados. El arte en la frontera del diseño* para el Museo de Arte Contemporáneo de Vigo (julio-octubre 2003). Las obras mantenían su identidad a la par que gravitaban sobre esa posible brújula, que para la ocasión se abría en un par de ejes más.

cos busquemos comunicar el máximo posible con la mayor economía de medios posible.

"Nuestro ojo ignora cada vez más la carne del mundo. Lee grafismos, en vez de ver cosas"⁶.

La velocidad se ha convertido en un asunto de máxima importancia, ya no se transmite conocimiento o sabiduría, sino información. Como consecuencia de ello el lenguaje ha devenido, en muchas ocasiones, un mero juego, un juego de símbolos, gestos y sintaxis; un conjunto de normas, estructuras y sistemas que intentan de nodadamente regular un imposible.

Desde ámbitos de la filosofía y del arte se han planteado serias dudas acerca de la capacidad del lenguaje y los códigos para la transmisión de conocimientos, pensamientos, valores o creencias. Hay quien incluso aventura que los lenguajes han dejado de ser formas de representar cosas y han empezado a sustituirlas...⁷ Tanto es así que el propio lenguaje pasa a ser sujeto artístico, el tema central en muchos casos como el de Barbara Kruger⁸.

Vemos también cómo se usan lenguajes existentes trastornándolos y traicionándolos, generando desorden e inquietud, transmitiendo confusión a quien intenta descifrar ese código imposible, perturbando cualquier seguridad. Rafael G. Bianchi⁹, que centra

6 R. Debray: *Vida y muerte de la imagen. Historia de la mirada en Occidente*, Barcelona, Paidós, 1994.

7 Encontramos múltiples ejemplos literarios en Borges o en Calvino, que no dejan de ser una irónica y certera reflexión al respecto.

8 Vinçon editó en 1995 una adaptación licenciada en una bolsa de compra para la tienda.

9 *En juego* (2002), donde unos futbolistas quedan atónitos ante unas líneas del campo: incapaces de descifrar el código, no pueden jugar.

su obra sobre ese desconcierto, reflexiona con una mirada siempre irónica sobre la eficacia de los códigos, sus usos y la lejanía que éstos tienen de sus significados.

Los *ready-made*, los *collages*, *l'objet trouvé*, los hipertextos, las combinaciones, los *remix* y, sobre todo, la apropiación, son instrumentos clave en este nuevo panorama nuestro de circulación veloz.

No hay obra que se acabe en sí misma. Simplemente porque la conexión entre el significante y su referente es arbitraria, como ya nos enseñó Duchamp con sus *ready-made*¹⁰.

La obra actual funciona como un tejido de elementos interconectados, corre paralela a la red: Jorge Pardo ubica en sus instalaciones obras de Alvar Aalto, Arne Jacobsen o Isamu Noguchi resignificándolas; J. Carlos Román manipula y recontextualiza logos de prestigiosas galerías como el de Juana de Aizpuru. Reprogramando así obras existentes.

No se trabaja ex nihilo, ya no se transfigura un elemento bruto, sino que se trabaja sobre material existente, heredado, material que proviene de todas las manifestaciones de la cultura; ya no se busca lo inédito, ni se cita o intenta superar lo anterior, se parte de signos ya emitidos.

¹⁰ Duchamp tomaba objetos visualmente indiferentes y los re-contextualizaba, los resignificaba, consiguiendo que el significado se desprendiera de la interpretación funcional del objeto y, aunque éste no llegaba a desaparecer completamente, se yuxtaponía a su significado como objeto de arte. Añadía a esta problemática la del origen del objeto: éste había sido creado por una simple máquina, no por un artista. El urinario trasladado a una galería genera incertidumbre y exige una nueva valoración.

Construir imágenes de imágenes sería una postura manierista, se trata de apoderarse de todos los códigos, de todas las imágenes, apropiárselas y habitarlas. Antes que componer, se reprograma lo ya existente.

Se da así un nuevo valor al concepto de autoría. Veremos cómo será éste uno de los grandes debates de fondo del siglo que hemos estrenado.

La superficie

“Si quieres saberlo todo sobre Andy Warhol, mira a la superficie de mis pinturas, de mis películas y a mí, y ahí estoy. No hay nada detrás”¹¹.

El pop nos abrió la puerta de lo banal, lo cotidiano, el exceso de realidad, y originó con la intrusión de ese discurso una transfiguración de lo banal dentro del arte.

Esta categoría se ha reubicado a lo largo del pasado siglo: aquello que había sido sinónimo de perecedero, fugaz y momentáneo y, por lo tanto, desdeñable para un arte “eterno”, ha pasado a formar parte de él voluntariamente, asumiendo de este modo la discusión entre arte y mercancía que es, a su vez, parte esencial del discurso de la modernidad y de la cultura de masas.

Aparecen obras fugaces, en constante proceso de transformación, otras indeliblemente vinculadas al consumo y al espectáculo, otras que vuelven a cuestionar los sistemas habituales de distribución o exhibición.

¹¹ A. Warhol, cit. en G. Berg: “Nothing to lose. Interview with Andy Warhol”, en *Cahiers du Cinéma*, (mayo 1967).

Algún que otro autor, como el caso de Joan Morey, incluso suscribe como propio el término “*Conceptual designer*” en el sentido de reivindicar una posición más cercana al diseño, al estilismo y a la dirección artística. Mientras algunos diseñadores reivindican ser “*tapaístas*” o “*tecno-gastrósofos*”, como Martí Guixé¹².

Para muchos artistas contemporáneos la obra sólo es posible a través de amplias colaboraciones (Antoni Abad, El Perro), y su papel no pasa por la manufactura, sino por la planificación, la coordinación o programación de la obra.

Trademarks, slogans, logos, pictogramas, tipografías, moda, videojuegos, publicidad, cine, diseño, videoclips. Todo ello pasa a construir una pieza artística; son casos claros Carles Congost, *That’s my impression*, o Maider López en sus trabajos sobre señalética.

Son piezas que se escriben sobre la superficie, sobre nuestro entorno más inmediato, trasladando al entorno artístico -a la “Alta Cultura”- las imágenes más publicitariamente procaces.

Aprovechan el altavoz que suponen los mass media para cuestionar el valor de la autoría tradicional; llevándolo *al exceso*, *al desperpento*: el autor como marca (Joan Morey con STP “soy tu puta”); o en otros casos a la desaparición a través de la multiplicación de autores, colectivos como las Guerrilla Girls.

Vivimos un cambio tecnológico que está, de hecho, provocando un cambio universal. Los documentos se vuelven cada vez más móviles. Tampoco al escribir se parte de cero. Se toman fragmentos,

documentos anteriores y también de otras personas. Lo que se ha dado en llamar collage *cut and paste*. Conectados a la Red hacemos lo mismo con todo tipo de material, proveniente de miles de individuos que dejan y toman de la Red sonidos, textos, datos, imágenes, que reelaboramos con nuestro nuevo medio de escritura: el ordenador.

Las obras en red adquieren velocidad, son más móviles que fijas, más flujos que objetos, más bases de datos que estructuras estables con una sola configuración. Una vez desaparecida la obra única, ¿debería desaparecer el autor único? Quizás estamos frente a una crisis de la idea de individuo, tal como se ha entendido especialmente en Occidente.

La inocencia

Otro gran eje común entre arte y diseño es el uso del juego y el sentido del humor. El establecimiento de un discurso nunca ingenuo, aparentemente inocente, disfrazado, que aprovecha el binomio inocencia-perversidad como motor creativo.

Tropezamos más que nunca con trabajos que se extienden sobre la risa, la utopía y el sueño para dislocar nuestra posición ante la realidad, generando pensamiento creativo al espectador, donde la recuperación de la primera mirada sorprendida y la participación lúdica son esenciales.

Se incorpora el humor y/o la carcajada -como elemento esencial de la obra “desacralizando” la seriedad y el rigor-, saltando las fronteras entre alta y baja cultura. Por primera vez después del Dadá se oyen carcajadas sin rubor en algunas exposiciones.

¹² Véase su trabajo en *Pincho en la cumbre* de 2003 para Donostia.

Se trata de piezas bien humoradas que no llegan al sinsabor del cinismo y que usan la mentira ligera como material de construcción de la obra. Nos desplazan de universo para establecer nuevos parámetros que permitan superar el ridículo, o el dolor, gracias a la óptica del humor, con gestos bellos, afuncionales, que nos devuelven esa mirada adolescente, primigenia, de duda constante. Aparecen “objetos utópicos” en los que la función se da por implícita, donde el proyecto está más allá de la ingenierización, convencidos de que la tecnología los hará funcionar.

La gente da por sentada la calidad tecnológica de los productos. Lo que busca, lo que desea, son productos cálidos, que seduzcan. Sobre esas pretensiones se asientan las irónicas producciones de Héctor Serrano y Lola Llorca con *Manolo is gonna have fun* o en ese diálogo sobre el sentido de lo tecnológico en la *Casa básica* de Martín Ruiz de Azúa.

Tras tantos ismos y fracasadas revoluciones, el autor no parece tener intención de subvertir (*revolucionariamente*) el mundo, y parece que tampoco pretende avanzar una interpretación de él. ¿Sólo juega? *Sedotime* (2000) de Núria Marqués opera en este sentido, como los *Visual Containers* (1999) de Meritxell Durán, o los trabajos de reciclaje del colectivo Lefreak.

En el juego puede no haber más finalidad que la de jugar, entrar en el terreno de “es como si...” con su conjunto de reglas propias, tan válidas como las de la supuesta realidad. El autor se convierte muchas veces en ese juego, en una especie de maestro de ceremonias, dispone el espacio para el acontecimiento, marca el punto de vista, estableciendo el lugar para que todo suceda, y así el espacio de-

viene escenario que, como si de un gran artefacto se tratara, altera las percepciones y las relaciones del espectador con su entorno. “Establecer una relación entre el diseñador y el usuario de complicidad y respeto que tenga en cuenta aspectos sensibles que el mercado no contempla [...] Objetos abiertos en los que el usuario se convierte en protagonista. Estas capacidades son las únicas capaces de salvar de la banalidad a los objetos y rescatarlos de la lógica del mercado”¹³.

La categoría “bello” está adquiriendo unas connotaciones un tanto peyorativas cuando lo bello se vincula al ornamento, a lo prescindible, a contaminación, a ruido. ¿Bello si bueno? Se pregunta nuestro siglo. El concepto de belleza muta en relación con la época en que se observa, y ahora más que nunca se muestra activo el principio que José María Valverde grabó en nuestra historia “*nulla aethetica sine ethica*”¹⁴.

Philippe Starck lo resume con palabras más concretas: “La palabra *design* es una palabra que no existe, significa dibujo en inglés, está libre de toda interpretación. Algunos piensan que es hacer más bello para vender más. Como el gran diseñador Raymond Loewy. Otros, como yo, piensan que es un poco más complejo: un trabajo de semiólogo usando un instrumento didáctico para intentar mejorar la vida de la gente, y con ello la calidad de su pensamiento. Es

¹³ M. Ruiz de Azúa y E. Padrós: “Objetos inacabados”, en el catálogo de la exposición *Sin límites. Visiones del diseño actual*, Diputación de Zaragoza, 2003.

¹⁴ Tristemente célebre por emblematicar su renuncia a la cátedra de Estética por los despidos de Aranguren, García Calvo, etc., en los años sesenta.

extremadamente pretencioso, pero si no fuera así, no tendría interés intentarlo”¹⁵.

Entrado el siglo XXI, pocos quedan que puedan vivir en la presunción del artista como profeta. El siglo XX ha explotado la imagen del genio al máximo y la caída de esos héroes va siendo paulatina. Frente a ese “dios” encumbrado en su torre de marfil que es dictador del gusto, nace un nuevo concepto de autor, vinculado a su comunidad y más preocupado por alterar las relaciones, por ampliar conocimientos y divulgarlos.

Asistimos a una redefinición del concepto de autor: el autor no como modelo, sino como activo social; no como constructor de refugios estéticos, islas de placer, sino como alterador y generador de estados de conciencia.

El autor como productor cultural profundamente enraizado en el sistema productivo, que trabaja en equipo y que tiene responsabilidades tanto en la producción como en la post-producción y distribución de su obra; ahí cada vez más el terreno es el mismo para un músico, un diseñador o un pintor.

La aparición de los nuevos sistemas de distribución, nuevos canales de difusión, debería ir pareja a la democratización de los medios y al desarrollo de interfaces cada vez más amables. Esto debería posibilitar el acceso de muchos a los sistemas productivos y de distribución. De hecho, algunos de nuestros autores contemporáneos, como Antoni Abad, trabajan en este sentido,

¹⁵ P. Starck: *Le Monde/la paix selon Stark*, abril de 1996. Extraído de una conversación con Pierre Doze.

implicando las nuevas tecnologías para dar voz a colectivos invisibles, como en *Sitio Taxi*¹⁶.

Otros como Droog Design, con *Do create*, o de un modo más dulce Ronan y Erwan Bouroullec, con *Algas*, reclaman una actitud *co-autora* en la pieza.

El arte, desde que es capaz de contemplar su objeto también como mercancía, ha aprendido a utilizar estrategias propias del mundo del diseño. Al mismo tiempo que el diseño, cuando ha aprendido el coste de la masificación, utiliza estrategias propias de la creación de la pieza única.

Cuando el diseño atraviesa su fase más experimental y “proyectual”, se acerca más a los objetivos del arte, plantea y replantea las relaciones del individuo con el medio, altera los estados de conciencia, provoca goces desconocidos, azuza la inteligencia... *ergo*... lo bello.

Núria Gual Solé

Artista. Doctora en Bellas Artes por la Universidad de Barcelona. Actualmente es profesora en el Departamento de Pintura de la Facultad de Bellas Artes de la Universidad de Barcelona y miembro de la Comisión de Cultura. Desde 1981 ha participado en exposiciones nacionales e internacionales. Ha sido comisaria de exposiciones como *Synergies Art-Disseny e Indisciplinados*.

¹⁶ Abad proporcionó teléfonos con cámara al colectivo de taxistas de México D.F. con la intención de publicar en red todo lo que les ocurría. Según el propio Abad, “la idea es conocer un poco de su vida, cómo son y cómo trabajan, porque son personajes de la ciudad, que tienen una mala imagen, ocasionada en muchos casos por los medios de comunicación”.

Francisco Jarauta (ed.)
Núria Gual Solé
Daniel Giralt-Miracle
Vicente Matallana
Gillo Dorfles
Gianni Pettena
Alberto Corazon
Ettore Sottsass
Raquel Peiza
Loredana Parmesani
Halldóra Arnardóttir

Diseño, arte ambiental, arquitectura

Interrelaciones
contemporáneas

Gianni Pettena

El actual escenario de la arquitectura y del diseño se sirve de cánones estéticos que fueron puntualizados progresivamente por las vanguardias de la segunda mitad del siglo pasado, construyendo un nuevo camino que partía de la premisa conceptual de la necesidad de una anulación disciplinar: una estética en la que se manifiesta una nueva sensibilidad hacia las formas y los materiales, incluso hacia los más pobres, en la que los productos de diseño y las arquitecturas se proponen, como el arte, más como "lugares", oportunidad de comunicación, que por su función, y expresan la consciente indeterminación de pertenencia a un ámbito disciplinar específico, además de la búsqueda de hibridaciones y combinaciones entre las artes.

Actualmente, las lógicas y los marcos de referencia han cambiado: los lenguajes creativos, incluso los más extremos, ya no contrastan con la productividad. La forma ha ampliado sus propios valores respecto a aquellos otros esencialmente visuales de la pura

geometría, debido a una revalorización de las cualidades sensoriales de los objetos. Cada criterio de unidad y centralidad puede ser discutido en favor de nuevos estudios lingüísticos basados en la casualidad, la simple combinación, la búsqueda de desestructuración, las nuevas geometrías.

Desde finales de los años cincuenta y durante las siguientes dos décadas (en las que la actividad experimental avanza del Pop al New Brutalism, del situacionismo de Debord y Constant a los Archigram y Cedric Price, de los artistas Gutai al Metabolismo, y del radicalismo de la arquitectura absoluta de los austriacos Hollein y Pichler a las experiencias italianas del mismo período de Archizoom y Superstudio, y de la escuela florentina), se localizan en arquitectura convergencias y convicciones comunes, así como progresivas distinciones entre diversas estrategias operativas. Si los elementos conceptuales comunes son, por ejemplo, la conciencia del fin de todo formalismo estilístico y la ruptura de la unidad disciplinar, el interés por la obra abierta y por la forma indeterminada y una particular sensibilidad hacia el tema del movimiento en el espacio de la persona que contribuye a hacer arquitectura incluso con la propia fisicidad, los lenguajes se articularán, en cambio, de otra manera, bien a través de realizaciones de clara influencia pop, basadas en las imágenes de una estética rompedora, vital y desacralizadora, o bien a través de una actitud opuesta que, más próxima al arte conceptual, tiende a desmaterializar la forma en favor de la proposición teórica.

Para demostrar cómo la relación entre el hombre y el objeto fue progresivamente transformándose, cómo los valores estéticos fueron

siempre inducidos por actitudes existenciales, se hará constante referencia en el campo de las artes visuales a las experiencias contemporáneas. Artes visuales que, originadas en las diferentes corrientes experimentales localizadas por Marcel Duchamp, y adoptado éste como maestro indiscutido e instrumento de enlace con las investigaciones experimentales de las vanguardias históricas de principios de siglo, evolucionaron hacia formas de expresión que utilizaban los más diversos instrumentos y modos: ready-made, performances, de-localizaciones, montajes e invenciones comportamentales-conceptuales y lingüísticas, aquello que en los años setenta fue llamado body art, land art, conceptual art.

Los arquitectos que en aquellos años trabajan en clave de experimentación realizan su investigación siguiendo el mismo planteamiento, al que dotan de los valores derivados de la educación de origen: no se trata, por tanto, de tráfugas de una disciplina, sino de investigadores que intentan situar la operación espacial en el interior del más amplio ámbito experimental que las otras artes individuaban. Por el contrario, es posible reconocer y determinar los que, proviniendo de una educación artística, necesitan inventar instrumentos adecuados de lectura y comprensión para el mundo espacial en el que operan, tanto que es posible al fin asimilar, en un único ámbito de investigación experimental, artistas y arquitectos que practican las mismas corrientes de investigación, lenguajes parecidos e intenciones expresas con resultados comparables, integrados en una misma dirección.

“Edificábamos *monumentos* que estaban en relación, más que con el contexto urbano o natural, con otros tipos de debates e inten-

ciones. Lo que hacíamos buscaba capturar, dar forma a una visión más amplia, casi una nueva cosmología, un dibujo del mundo que contara los aspectos más recónditos, más desconocidos. Así, caminando por desiertos y por ciudades, se encontraron cosas inesperadas. De tal modo, nuestro trabajo tenía la función de hacer significantes lugares insignificantés”¹.

Dentro de una perspectiva histórica, desde las cuestiones teóricas y experimentales que se señalan en arquitectura a partir de los años sesenta del siglo XX, se puede observar la intención de alcanzar la dependencia, conceptual y lingüística de la investigación en las artes visuales. En efecto, mucho se puede decir de las involuciones y de las contradicciones iniciales, del seguro e inequívoco tributo a pagar a las formulaciones pop inglesas y norteamericanas. En cambio, lo que parece particularmente innovador, por ejemplo en la investigación de los londinenses Archigram, fue la transformación consciente de la arquitectura en imágenes, la voluntaria desmitificación del proyecto como instrumento de operatividad, una contaminación lingüística, reflejo de aquella “radicalidad” del planteamiento conceptual que también se registraba en la contemporánea experimentación austriaca e italiana. Una experimentación que no sólo refutaba todo planteamiento funcionalista y racionalista, sino que iba más allá atribuyendo a la arquitectura una centralidad que teóricamente conducía a la superación de toda barrera espacial o temporal. De hecho, con la

¹ James Wines, a propósito de su trabajo de artista en los años sesenta en una conversación con Gianni Pettena. Véase “Il disegno del mondo”, en *Risk*, (septiembre-octubre 1995).

afirmación de que *todo es arquitectura*, positiva y negativamente, se anulaba todo límite interdisciplinar y la operatividad experimental podía también servirse de lenguajes aparentemente ajenos a aquellos del proyecto, pero que de todas formas estaban destinados a transmitir reflexiones sobre la condición del hombre, de la vida, del ambiente y de la ciudad.

Las investigaciones sobre el ambiente físico del land art y la experiencia de una nueva relación con el espacio habitacional típico de la cultura funk², contribuirán a que se consolide la convicción de que el proyecto debería ampliarse hasta comprender fenomenologías de carácter social y lenguajes mediados por la investigación de las artes visuales, hasta abandonar también enseñanzas y tradiciones para seguir los caminos de las apariencias utópicas. Sin embargo, también contribuyen a configurar una idea de arquitectura que ya no coincide con el simple valor del signo o del objeto finito, sino más bien con una secuencia de acciones y experiencias, una serie de fragmentos que adquieren unidad y coherencia a través del uso.

² Con el término *funk architecture* se indica generalmente la arquitectura auto-construida en los años sesenta por jóvenes de cultura hippy que expresa una voluntad de interactuar con el ambiente natural de manera no traumática, a la manera de las poblaciones nómadas, de los nativos americanos, cuyas arquitecturas se convirtieron en el modelo de referencia por ser compatibles con el ambiente y su extensión. Las referencias de este interés por los nativos americanos y por todos aquellos que trabajan en los espacios físicos sin contaminar y lejos de intervenciones perturbadoras, son evidentes en numerosas publicaciones de aquellos años y, sobre todo, más que en las varias ediciones del *Whole Earth Catalogue*, en las ediciones del Portola Institute, como *Shelter* o la revista *Place*.

Los jóvenes trabajadores que, especialmente en Italia, se asomaron a la profesión en torno a la mitad de los años sesenta, conscientes de la progresiva pérdida de credibilidad de una arquitectura que se representaba sólo a sí misma y de las posibilidades ofrecidas por los nuevos lenguajes de la cultura de consumo y de los sistemas de comunicación de masa, dieron vida a un movimiento, definido más tarde por Celant como *architettura radicale* (arquitectura radical), que proponía elementos nuevos, respecto a la anterior experimentación inglesa o austriaca, contenidos ideológicos articulados, para una refundación tanto cultural como metodológica de la disciplina. Más que formas nuevas, cada propuesta de los "radicales" italianos de aquellos años buscaba nuevos usos, nuevas maneras de comprender y vivir la casa, la ciudad, mediante instrumentos y lenguajes proyectuales que no ponían ningún límite a la misma posibilidad de expresión, sino que buscaban un continuo infiltrarse en otros ámbitos artísticos.

La abundancia de escritos teóricos y el papel asumido por el diseño del mueble en el interior del panorama proyectual, elementos relacionados de manera argumentada y articulada, serán para el "radical" italiano lo que representará la síntesis de las intenciones y estrategias. De hecho, mientras que los proyectos "globales" y planetarios de Archizoom y Superstudio -incluso con diferentes y a veces más intensos acentos- podían encontrar respuesta en la escala y en lo visionario de las propuestas de los Archigram o en el "portaaviones en el paisaje", ciudad y a la vez monumento, de los collages de Hollein, los muebles-alegoría (instrumentos de comprensión e interpretación del complejo sistema de lo "real", que adquirirían

para su proyectista función y significado de manifiesto teórico y de "gesto" de arquitectura), fueron diseñados en aquellos años sólo por los "radicales" italianos, e inicialmente sólo por los primeros "radicales florentinos", Archizoom, Superstudio, Ufo y Pettina, que en la frescura y riqueza creativa del trabajo de Sottsass habían descubierto una libertad de colores, formas o materias hasta entonces impensables.

El diseño (o contra-diseño) propuesto en aquellos años por los estímulos del trabajo de Sottsass, legitimando el rechazo de las funciones y las metodologías disciplinares y extendiéndose a ámbitos tradicionalmente ajenos a la arquitectura y, sin embargo, más familiares al campo de las artes visuales o de las artes aplicadas³, introducía en el proyecto elementos de "emocionalidad" que reflejaban las necesidades complejas y los deseos, a menudo contradictorios, que iban emergiendo en la nueva sociedad de consumo. Desde 1970 la revista *Casabella*, bajo la nueva dirección de Alessandro Mendini, acoge, cada vez con mayor amplitud, las experiencias y el trabajo de investigación de los experimentadores "radicales", quienes investigan un campo en el que el límite entre el arte y la arquitectura es cada vez más indistinto, ampliando el debate hasta el punto de cargar el diseño de valores y significados sociales y existenciales, atribuyéndole, en definitiva, una tarea de transformación de los modelos culturales; tarea que la

3 Como las sucesivas experiencias centradas sobre la técnica pobre o sobre la recuperación del trabajo artesanal.

arquitectura parecía no poder afrontar, pues se mostraba más adecuada para consagrar los resultados del cambio del escenario urbano que para provocarlo.

En las propuestas "radicales" presentadas en la exposición *Italy: the new domestic landscape* en el MOMA de Nueva York, en 1972, por grupos florentinos, Sottsass, Pesce y La Pietra o los Strum, en el *Dressing Design* de los Archizoom, así como en las experiencias de *Tecnica Povera* de Dalisi, el diseño aparece como el instrumento proyectual más apropiado, ya no tanto para reflexionar sobre la condición de degradación de la metrópoli moderna, sino para modificar la calidad de la vida y del ambiente. En la "radicalidad" de aquel nuevo "paisaje doméstico" se puede hoy determinar la prefiguración de un futuro que adquirirá conciencia por la influencia ejercida sobre las generaciones sucesivas: una propuesta, por ejemplo, como la avanzada entonces por los Archizoom⁴, una habitación entendida como un espacio "neutro" para ser ocupada temporalmente en el espacio en potencia infinito de la ciudad, renunciando a los tradicionales componentes compositivos o estilísticos del proyecto, que introducía elementos temporales y relacionales que se harían necesarios para el proyecto en la sociedad de la electrónica y de la comunicación global.

En torno a la mitad de los años setenta los acontecimientos de los "radicales" italianos seguirán un camino que coincidirá con la investigación en el campo del diseño y que sólo algunos años des-

pues se ampliará nuevamente al ámbito internacional. Si, por un lado, la experiencia de la Global Tools⁵, hizo que se conectaran los diferentes períodos, las diversas ubicaciones geográficas y las generaciones "experimentales" sucesivas; por otro lado, con su fracaso, introdujo en la investigación italiana la conciencia de que algunas de las grandes utopías de la "arquitectura radical" podían revelarse ilusorias. Y contribuyó a redimensionar las funciones y las tareas del diseño en el ámbito social, abriendo el camino al amplio capítulo de las experiencias y los diversos lenguajes figurativos del "nuevo diseño"; un recorrido que durante algunos años será casi exclusivamente italiano, con la integración de arquitectos y artistas como Franco Vaccari, Luciano Fabro, Davide Mosconi.

A las investigaciones principalmente materiales, pictóricas y decorativas de *Alchimia* (estudio para la "proyección de imágenes para el siglo XX", con la participación de Guerriero, Branzi, Sottsass, Mendini, UFO y De Lucchi, que se estructuró no sólo como grupo de experimentación, sino también como proyecto de comercialización de aquel momento de investigación), se contrapondrá tras algunos años la atención de *Memphis* hacia un proyecto verdaderamente nuevo en materiales, colores y lenguajes. En el primer caso, Mendini desempeñó un papel crucial en la puesta a punto de una idea de diseño que, si por un lado debía ser portador de estímulos conceptuales, por otro debía también proporcionar

⁵ Definida en el documento nº 1 de enero de 1973 como un "sistema de trabajadores para la propagación del uso de materiales, técnicas naturales y comportamientos relativos", que se ponía como objetivo "estimular el libre desarrollo de la creatividad individual".

⁴ En la exposición *Italy: the new domestic landscape*.

ejemplos concretos de un nuevo modo de “realizar” los objetos, proponiendo prototipos para una producción renovada, con ideas diferentes sobre el color, los materiales, las referencias estilísticas o ideológicas. El prototipo y la pequeña serie, con su calidad artesanal, se convierten ahora más que en premisa teórica del proyecto, en consecuencia y confirmación de su valor experimental. Con el éxito internacional de sus colecciones, *Alchimia* será el primer ejemplo que demostrará concretamente cómo el diseño podía, en efecto, modificar los modelos culturales codificados: por un lado, situándose de manera alternativa en el mercado, es decir, promoviendo y organizando eventos culturales; y por otro, incentivando la producción de objetos experimentales que sólo la gran industria podía realizar.

Memphis (al que Sottsass y Branzi llevarán más tarde nuevas generaciones para determinar las relaciones entre objeto, ambiente y arquitectura, como elementos de diversa complejidad, de un único proceso de invención espacial) se configuraba como un punto de llegada, una condición de madurez de la proyectación en el campo del diseño en la que el objeto, conservando valores y significados metafóricos, asumía abiertamente el papel de una nueva posible definición de las funciones. Un “nuevo diseño” que, autorizando una total libertad en el uso de colores y materiales y en su combinación, insólita y a menudo rompedora, pretendía emanciparse de toda concepción dogmática, mediante objetos diversos, un uso distinto del objeto y muebles “protagonistas” que decidían su función y se combinaban con cada ambiente y cada estilo ignorando todo modelo cultural precedente. De hecho, las realizaciones produci-

das en el interior de este “laboratorio” se proponían como elementos de la contemporaneidad y reivindicaban la referencia ideal a una iconografía derivada de los límites de la ciudad de nuestro tiempo, caracterizada por una discontinuidad de lenguajes que será típica de la producción *Memphis* en la combinación de colores y materiales: una proyectación que nacía dentro del sistema y utilizaba todas las potencialidades, manteniendo, no obstante, características de novedad y experimentación capaces de provocar cambios en el gusto y en los nuevos modelos de uso.

De tal manera, puede asomarse a la escena del diseño una nueva generación emancipada de las problemáticas de carácter histórico, de las polémicas o de la necesidad de demostrar algo sobre la propia función, pero también interesada en discutir experimentando en la práctica las posibilidades ofrecidas por los materiales y por las nuevas tecnologías. No faltan los ejemplos entre las jóvenes generaciones, también en esta última década, de una nueva vitalidad y energía creativa en el panorama experimental que parece todavía saber interpretar el diseño del mueble como la ocasión de relatar, integrando pensamiento, materia e ironía para criticar y deconstruir costumbres perceptivas, para generar cortocircuitos en los hábitos.

En Italia, como en otros países de diferente ubicación geográfica e impronta cultural (por ejemplo, Holanda o Brasil), los lenguajes parecen igualados por un proceso de contaminación, o de contaminación de uso, de los materiales, elaborados atípicamente a través de tejidos o ensamblado, con brutalismos y delicadezas insólitas. Así, más allá de los materiales toscos, naturales, se re-

descubren, como en los años setenta, los más diversos materiales artificiales de los que se investiga la consistencia, el tacto, el sabor, o bien se reutilizan como *objects trouvées*, pensamientos y cosas, reciclándolos para describir el marco contemporáneo de una fatalista relatividad. Más que en la renovación de los alfabetos lingüísticos, que podría ser solamente indicio de aquella "vanguardia permanente" ahora necesaria en un mercado y en una sociedad saturados de novedades inalcanzables, la lección del recorrido experimental precedente se lee en la aparente madurez de las propuestas proyectuales, que parecen conjugar con desenvoltura la cuestión teórica con la producción industrial y la comercialización: "Diciendo que nuestra intención es también la de retirar los parámetros cualitativos o estéticos de las estructuras habitacionales, pretendemos afirmar una cosa de fundamental importancia: el problema no es la forma de la casa del futuro, sino 'el uso futuro de la casa'. Una nueva arquitectura no puede nacer de un simple acto de proyecto, sino de la modificación de uso que el individuo puede hacer del propio ambiente"⁶.

El proceso de revisión conceptual iniciado en los primeros años sesenta del pasado siglo, cuya experimentalidad se ha expresado en un diálogo con experiencias contemporáneas en el campo de las artes visuales, se configura por tanto como un línea de activa investigación crítica que modifica los marcos de referencia, ampliando los valores formales más allá de los límites de aquellos otros

esencialmente visuales de la pura geometría. Un cambio acontecido por la revalorización de las cualidades sensoriales de los objetos y la legitimación de todo lenguaje creativo, incluso el más extremo. Por primera vez desde el fin de la guerra, el proceso de renovación en el campo del proyecto proporcionará sugerencias o estímulos para los que, proviniendo de las artes visuales, estructuren la propia investigación espacial en "proyectos" elaborados con los instrumentos de la arquitectura (Site y James Wines, Vito Acconci, Gaetano Pesce) y, por el contrario, sucederá que quien había sido educado como arquitecto (Gordon Matta-Clark, Gianni Pettena) utilizará los instrumentos del arte para materializar las propias ideas de arquitectura, construyendo así un campo común de experimentación cada vez más homogéneo.

En definitiva, el resultado de aquella línea de investigación (en la que el arte, la arquitectura, el diseño, las teorías sociales, filosóficas y del comportamiento, han sido progresivamente integradas en el intento por redefinir los valores del habitar y los elementos de espacialidad, más por sus componentes sensoriales y emocionales que por aquellos ligados a conceptos de rigor formal y funcional) es la actual conciencia de que la ciudad, como el edificio y los objetos, son ahora una condición, una idea. La forma se torna siempre secundaria y depende de los cambios de pensamiento impuestos por la búsqueda de una definición del espacio y de lo que puede representarla.

Las "utopías técnicas" que anticipaban la transformación general de la cultura y de la sociedad, por tanto, parecen haber provisto a las nuevas generaciones de instrumentos más adecuados para en-

⁶ A. Branzi: "Radical Architecture. Il rifiuto del ruolo disciplinare", en *Casabella*, nº 386, (1974).

frentarse a las cuestiones del proyecto con madurez o, al menos, con una mayor libertad. Libertad que deriva de la conciencia consolidada de algunas premisas fundamentales, como la de la centralidad de la relación espacio-cuerpo y, por consiguiente, aquella según la cual la arquitectura y el diseño son dos aspectos del mismo proceso creativo. Las modificaciones que median en un proceso proyectual pertenecen a un diseño más amplio, a un único proceso de invención espacial que debe inclinarse, en el objeto y en el mueble, en el edificio y en la ciudad, hacia la mejor y más equilibrada intensidad estructural y lingüística.

Gianni Pettena

Profesor de Historia de la Arquitectura Contemporánea en la Facultad de Arquitectura de Florencia. También ha desarrollado labores docentes en varias universidades y escuelas de diseño y arquitectura en Estados Unidos y Gran Bretaña. Cofundador del movimiento Arquitectura Radical. Ha montado numerosas exposiciones y colecciones, siendo el comisario de *Radicals. Architettura e Design 1960-1975* en la Bienal de Venecia (1996). Como crítico e historiador de la arquitectura colabora con numerosas revistas. Entre sus textos más recientes: *Archipelago. Architettura sperimentale 1969-1999* (1999), *Sottsass e Sottsass* (2001) y *Radical Design. Ricerca e progetto dagli anni '60 ad oggi* (2004).

Francisco Jarauta (ed.)
Núria Gual Solé
Daniel Giralt-Miracle
Vicente Matallana
Gillo Dorfles
Gianni Pettena
Alberto Corazon
Ettore Sottsass
Raquel Pelta
Loredana Parmesani
Halldóra Arnardóttir

La estética como organización del mundo

Loredana Parmesani

Actualmente, la estética puede encontrarse por todas partes; puede encontrarse en el sistema del arte, en el del diseño, en el de la moda, incluso, en la vida cotidiana. Hoy día a todos se nos exige vivir estéticamente. Debido al esfuerzo de la realidad social por ser bella, la ciencia del arte y de lo bello se ha extendido como una mancha de aceite. El sistema del arte y el sistema de la vida civil han pasado a ser casi la misma cosa.

Mientras el Pop Art intentaba transformar en arte la publicidad, las señales de tráfico, los manifiestos públicos, letreros y marcos fuera de los museos se transformaban en arte. El esfuerzo de Warhol fue el de encontrar un compromiso entre el mundo y la autonomía del arte, definiendo el objeto artístico a través de lógicas externas, las lógicas de lo real. De igual manera, Duchamp afirmó que tiene más valor la estasis de una rueda en el arte que el movimiento de una bicicleta en la vida cotidiana. Es el desafío de quien sabe no tener en su mano la producción real de bicicletas, pero que quiere demostrar su eficiencia.

Al mismo tiempo, si la sociedad en que vivimos se presenta como patria de la imagen, del simulacro, de la representación, del espectáculo, no cabe duda de que sus ciudadanos son artistas y ac-

tores. Vivir hoy en la estructura social significa asumir una dimensión artística. Lo bello pasa a ser un instrumento que nos introduce en la vida civil. Al igual que el concepto de "alma bella" implicaba en Schiller la vida moral, lo bello implica actualmente la vida civil: un derecho y un deber para el ciudadano.

El "Gran Hermano" y los demás *reality shows* de los que toda cadena de televisión se vanagloria, nos muestran que el ejército de los ciudadanos puede ser bello, espléndido y resplandeciente como un divo. En este sentido, el altisonante nombre de la estética y su dimensión de pensamiento se identifican con la cosmética. El esteta se transforma en esteticista y prepara el maquillaje para el ingreso en la sociedad. Lo bello es más útil para el ingreso en la Unión Europea que un pasaporte o un documento de identidad. La estética ya no designa el aristocrático concepto de la "autonomía del arte", sino que se ha abierto a la interpretación de toda la sociedad.

No podemos ignorar que las grandes manifestaciones de arte, como la Bienal de Venecia, la Documenta de Kassel o, más generalmente, las exposiciones y ferias que dan fe de la investigación artística contemporánea, son cada vez más semejantes, en su montaje y en la elección de las obras, a los supermercados, que son estructuralmente uniformes a las obras de arte. En un intercambio continuo el arte entra en la vida social y viceversa.

La nueva orientación de los museos ha abandonado el papel tradicional de conservación de lo bello, sustituyéndolo por una estructura de orden financiero, en la que al visitante ya no se le pide contemplar lo bello, sino participar en el funcionamiento del museo mismo. Basta observar la nueva arquitectura del museo. Un

ejemplo para todos es el Museo Guggenheim de Bilbao, donde, estructuralmente, la ciudad entra en el museo y el museo se abre a la ciudad. La arquitectura, proyectada por Frank O. Gehry, en la que las grandes vidrieras se abren hacia la ciudad y la superficie que recubre el edificio refleja sobre sí el mundo externo, está ahí para decirnos que su estructura se adapta mejor a recibir gente que a recibir obras. El nuevo museo tiene como finalidad la colección de espectadores, mientras que la colección de obras se ha convertido en un instrumento para este fin.

Si el concepto de arte como acto de absoluta libertad es propio del período romántico y coincide con la autonomía del arte moderno, en la actualidad postmoderna el concepto de arte se identifica con la complejidad de organización. La construcción de la ciudad como obra de arte domina el panorama marcando la finalidad. Lo que equivale a decir que la obra de arte pasa a ser una operación concebida estéticamente en el interior de la estructura social. En tal operación, la invención coincide con la posibilidad de producción y de distribución. La concepción, la invención, la realización de lo bello vienen a ser uno con la producción, la distribución y la propaganda.

Es el caso de algunos artistas que se han estructurado como empresas-artista. En su trabajo, entendido como proyecto de obras, de eventos, de comunicación, los paradigmas del marketing, los códigos y los dispositivos de producción y difusión de la economía, forman parte del lenguaje del arte en el momento histórico en el que éste, para mantener su capacidad crítica, es empujado a la realidad hasta mimetizarse con ella.

Tal es el caso de Frans Haks, director del museo de Groningen, que situándose en tal dirección ha utilizado las páginas de revistas, en vez del espacio museístico, para realizar una exposición en la que ha presentado una atenta selección de imágenes publicitarias de empresas internacionales en lugar de obras de arte, para mostrar cómo la unión entre el arte y el mercado, entre el arte y la realidad, ha cambiado por completo la estructura y la forma del arte.

Análogamente, Damian Hirst, en un barrio popular de Londres, ha realizado una obra, *Pharmacy*, que consiste en un restaurante proyectado como obra de arte, en el que cada detalle, desde la comida al diseño de los objetos, se constituye en emblema de una estética precisa e invita a reflexionar sobre ella y, por tanto, revela cómo el arte y lo real se confunden hasta realizar un intercambio de papeles. El arte, incluso más que el diseño, se propone una participación directa en las dinámicas sociales, realizando proyectos para empresas e instituciones públicas y privadas, de modo que, en todas sus acepciones -música, teatro, literatura, danza, fotografía, arquitectura, diseño, artes visuales- interaccione directamente con los demás ámbitos del sistema social, de la economía a la política, de la ciencia a la producción, de la educación al comportamiento.

Cuando en una sociedad performativa como la actual, la idealización de lo bello coincide con la formación de una organización social y económica, la producción artística puede darse por cualquier lado. El panadero puede convertirse en artista, al igual que el artista puede ejercer de panadero. Mientras la sociedad se hace bella en el espectáculo del arte, la aproximación analítica al fenómeno

social engloba también a la estética. Cuando toda la sociedad se hace obra de arte, el análisis fenomenológico de lo real y la estética vienen a coincidir. El estudio de una disciplina implica el estudio de la otra y viceversa. Así, lo bello se transforma en el gusto contemporáneo, se manifiesta en el bien de toda la sociedad, pasa a conformar las prácticas del verdadero ciudadano.

En estas circunstancias podemos observar que la estética no sólo estudia lo bello del ámbito social, sino que también educa para el ingreso en la sociedad: la estética cumple una función pedagógica. No sólo mira de lejos el fenómeno artístico social, sino que domina la regla de arte que también es regla de vida del pacto social, no sólo contempla, sino que también prepara el ingreso en la sociedad; la estética educa.

La teoría del arte como educación no es una novedad y ya fue difundida en la Antigüedad. Platón, que condenó el arte imitativo, aceptó y defendió en *La República* las formas artísticas en las que vio útiles instrumentos de educación. El concepto de arte como educación perduró durante toda la Edad Media y no fue sensiblemente transformado o innovado por las discusiones estéticas del Renacimiento. También es educativo el sentido de la "muerte del arte" en Hegel que se niega para prepararse en las formas superiores de revelación de la verdad. Justo porque es capaz de conducir a una catarsis, el arte se toma a menudo como ejemplo, sea como modelo educativo, sea como perfeccionamiento moral.

La educación en la estética se transforma, en la vida real, en instrumento de producción. La filosofía de lo bello se torna así en la filosofía de lo útil, bello es aquello que nos sirve en la vida de todos

los días. Enseñar los códigos de la estética, asentando la didáctica como un laboratorio, significa educar en el arte y preparar el ingreso moral en el espectáculo del mundo laboral.

Cuando el mundo entero se hace espectáculo y obra de arte, todas las lecturas que se hacen de él, se hacen presuponiendo la estética como ciencia de lo bello. Que esto sea más o menos estimulante refleja el carácter de cada uno de nosotros. Si después se quiere determinar la posibilidad de una evolución y un desarrollo de la estética en el funcionamiento de lo real, es un tema de una ulterior reflexión. Que se puedan tener ganas de darle una patada a todo esto, es otra cuestión.

Loredana Parmesani

Crítica e historiadora del arte. Es responsable de los aspectos culturales del IED, donde enseña Historia del Arte y Estética, así como en varias instituciones más de Milán. Es conservadora de la Fondazione Ambrosetti Arte Contemporanea de Palazzolo sull'Oglio (BS). Ha organizado y colaborado en la realización de numerosas exposiciones, entre ellas: la XI Cuatrienal de Roma, *Take over*, *Business Art-Art Business*, *Milano anni Novanta*, *Lucio Fontana y Christo and Jeanne-Claude*. Es autora de publicaciones sobre arte contemporáneo, como *I colori della notte* (1987), *Arte & Co.* (1993) y *Art of the Twentieth Century* (2000).



PANORAMAS ACTUALES

Francisco Jarauta (ed.)
Núria Gual Solé
Daniel Giralt-Miracle
Vicente Matallana
Gillo Dorfles
Gianni Pettena
Alberto Corazon
Ettore Sottsass
Raquel Peiza
Loredana Parmesani
Halldóra Arnardóttir

Arte-diseño en la frontera

Encuesta a diseñadores-artistas
y a artistas-diseñadores

Daniel Giralt-Miracle

Hubo una época en la que las cosas parecían muy claras, particularmente en los años cincuenta y sesenta del siglo pasado. Las gentes del diseño y sus promotores primaban el factor industrial y la producción en serie, como principio diferenciador entre el viejo arte y el nuevo diseño. Con el paso de los años, los países escandinavos decidieron promocionar diseño y artesanía como actividades de una misma familia. Después el área germánico-helvetica defendió un diseño austero, funcional, anti-retórico y casi gélido, frente a una Italia que recuperaba su inveterada vena artística otorgando a su producción industrial un acusado acento plástico tanto en la forma como en el color. Establecida la post-modernidad, todas las fronteras se hicieron más difusas, y las idas y venidas, más frecuentes. El resultado fue un cúmulo de contaminaciones, hibridaciones, fertilizaciones o apropiaciones entre ambos territorios.

Hoy éste es un debate sumamente actual. Por una parte, nos encontramos con artistas que imprimen un nuevo acento al diseño

y, por la otra, con diseñadores que no renuncian, sino que más bien reivindican en sus creaciones la libertad propia del arte.

¿Podemos o debemos en este momento distinguir o segregar ambos territorios?

¿Existen límites que circunscriban uno u otro campo?

¿Por qué la industria ha de renunciar al factor artístico?

¿Por qué el arte tiene que privarse de infundir su capacidad creativa a la producción seriada?

Este viejo y nuevo tema es el que planteamos a diseñadores que trabajan o han trabajado en el campo del arte y a artistas que no tienen ningún reparo en hacer incursiones en el mundo del diseño.

CUESTIONARIO:

1. Arte y diseño ¿son dos campos diferentes o dos manifestaciones de una misma actividad?
2. Cuando diseñas, ¿olvidas que eres artista? Cuando trabajas como artista, ¿renuncias a ser diseñador?
3. ¿Consideras que es lícito (necesario, estimulante, provocativo) transgredir las fronteras, si existen, entre arte y diseño?

RESPUESTAS:

América Sánchez

1. Si la actividad viene de un encargo propio y, por supuesto, no remunerado son lo mismo, o sea, iguales.
2. Ni me olvido, ni renuncio a nada, suponiendo que se me considere artista también, porque diseñador gráfico ya sé que lo soy. In-

tento tratar las dos profesiones como una sola y como un medio de expresión personal.

3. Para transgredir hay que conocer los dos campos a fondo, tener cultura visual, intuición y otros conocimientos y cualidades o poseer un talento natural, si no, el resultado final es un despropósito. Es lícito.

Paco Bascuñán

1. Soy diseñador y/o artista por lo que Alexandre Cirici llama en su libro *Art i societat* "la necessitat d'inventar". Dice Cirici: "l'artista treballa perquè la societat al seu voltant fa una comanda. Però, a més, per superabundància, no se satisfà a respondre estrictament a la demanda, sinó que es complau necessàriament en un escriure creador".

Las circunstancias hacen que esa "necesidad de inventar" me lleve al campo del diseño o, en un sentido más amplio, al de la expresión plástica; en uno u otro campo pienso que únicamente cambia la naturaleza del encargo y en la actualidad muchas veces ni tan siquiera eso.

2. Como metodología de trabajo he establecido una sinergia entre ambas actividades, que las hacen complementarias, los recursos técnicos y el oficio de mi principal actividad profesional, el diseño, los trasvaso a mi actividad artística y el mayor margen de libertad en el campo artístico me sirve como laboratorio de mi actividad como diseñador.

3. Considero que esa transgresión es una forma de entender el diseño, no la única, pero sí la que a mí, personalmente, me interesa,

no entendida tanto como una transgresión, sino como un trasvase de información y de recursos, en la búsqueda de un mestizaje en múltiples direcciones que enriquezca y eleve el nivel cultural de la comunicación visual del futuro.

Juli Capella

1. Para mí son dos categorías diversas, que coinciden excepcionalmente, como pasa con arquitectura y arte más o menos, o incluso con pintura y arte...

Me gusta pensar que el concepto de arte está en la voluntad de quien así lo decide. Si yo creo que esto que he hecho es arte, nadie puede contestármelo. Y también al revés, si como receptor, quiero considerar algo como artístico, independientemente de la intención de quien lo creó, para mí es arte, aunque sea una mierda enlatada. Y también al revés, puedo negarme sin mala conciencia a admitir como artístico algo infumable, por más que se empeñe el autor.

Para decidir que es "un coche" -un diseño- hay pocas -aunque alguna- posibilidades de duda, en cuanto hablamos de obra de arte, la incógnita se expande hacia el infinito.

2. Yo no soy artista. Soy un profesional de la arquitectura y el diseño que recibo encargos de clientes e intento resolverlos con la máxima pasión y rigor. Y si puede ser con un poco de arte -en el sentido figurado del término-, mejor. Pero no busco la excelencia artística ni mucho menos el museo. Eso no quiere decir que renuncie a la belleza, como presumen algunos racionalistas, que esgrimen que siguiendo la función indefectiblemente alcanzarás algo

bello, está claro que esto es incierto y ha provocado mayúsculos horrores. Mejor intentar esmerarse.

Como artista nunca he trabajado, pero seguro que entonces renunciaría no al diseño -instrumento creativo muy válido incluso para el arte-, sino a complacer un encargo, puesto que yo sería el cliente y cambiaría de reglas cada dos por tres.

3. Considero que no por ser rompedor eres mejor, pero también que si no intentas innovar, difícilmente vas a obtener nada satisfactorio, ni para ti ni para el cliente. Creo que es lícito todo, en el terreno creativo, pero que al final cuenta el resultado. Ciertamente el proceso también tiene su encanto, pero quien intenta colarlo como la sustancia, lo hace usualmente para justificar un bodrio final. Si considero estimulante que se mezclen disciplinas, aunque a veces más que cruzarse se lían y acontece el espanto, está claro que es para promover un excitante camino de innovación, pero no otorga ninguna garantía. Además, considero que como hoy ya no hay fronteras tan claras, no podemos hablar de transgresión de fronteras, sino de devaneos y paseos por grietas y zonas ambiguas, que por cierto ya están más transitadas que el Corte Inglés la víspera de Reyes.

Cruz Novillo

1. El arte es al diseño lo que la pornografía es al erotismo.
2. Cuando hago diseño, soy diseñador. Soy artista cuando hago arte.
3. Las fronteras existen. Y su transgresión es imposible.

Emiliana design studio (Ana Mir + Emili Padrós)

1. Sin duda, las dos son actividades creativas paralelas, en las que se genera una nueva obra: pintura, objeto, mensaje, espacio, experiencia. Durante mucho tiempo se ha defendido que el diseño industrial daba respuesta a una necesidad, en el sentido más utilitario y práctico de la palabra. Ahora las necesidades también han evolucionado, nos movemos más por impulsos emocionales, sensoriales, nostálgicos o culturales, que por la funcionalidad que ya se presupone.

El diseño industrial para nosotros puede dar respuesta a necesidades de carácter simbólico, terapéutico, social, decorativo, etc. Aunque para los más ortodoxos éstos son aspectos exclusivos del mundo del arte, nosotros creemos que son compatibles con la industria y la funcionalidad de los objetos.

2- Depende del carácter del proyecto, si se trata de un *brief* muy acotado por parte de una empresa, las posibilidades de dejar tu huella son menores que en un proyecto autogenerado (sin encargo de un cliente) y, por tanto, más conceptual y abierto a la experimentación. En cualquiera de los dos casos intentamos no renunciar a nada, nos sentimos muy cómodos trabajando como diseñadores y tratando que aquello que proponemos sea utilizado, disfrutado y sentido por cuanta más gente mejor.

3. Más que lícito, para nosotros es muy sano, necesario y disfrutamos nutriéndonos del arte, pero también de otras disciplinas como la moda, la escenografía, la joyería, etc. Aprendemos mucho de profesiones creativas que al fin y al cabo son parientes muy cercanas a la nuestra.

En nuestros proyectos siempre pensamos en la gente que va a utilizar nuestros diseños, en la reacción que va a provocar y en la historia que queremos contar, y a veces, para conseguirlo, acabamos diseñando un vestido, una joya, un chocolate, una instalación... aunque alguien pueda pensar que estemos transgrediendo los límites.

Martí Guixé

1. Para mí son completamente diferentes y no tiene nada que ver ni con el contexto, ni con el material, ni la forma, sino con la actitud con la que se trabaja.

2. No tiene ninguna importancia para mí lo que soy, simplemente hago lo que pienso que tengo que hacer en un contexto dado.

3. Me da igual el arte y el diseño, naturalmente las exposiciones de diseño me aburren mucho, siempre me lo paso mucho mejor en el Carrefour, o en el Eroski, porque además de ver productos, los puedes comprar. Pero sí que me gusta mucho el arte contemporáneo, especialmente si no es ni pintura ni escultura, y ya casi no voy al cine, pero soy fan del vídeo-arte, donde no se cuentan historias estúpidas sino ideas.

En resumen, es igual para mí si hay una frontera o no entre arte o diseño, lo que sí sé, y no me da igual, es que hay una frontera muy definida y muy importante para mí, entre los proyectos/productos buenos y los malos, es igual si son proyectos artísticos o comerciales y el 85% de lo que veo es malo y sólo un 15% es bueno, haciendo una estadística muy optimista.

Óscar Mariné

1. Siempre recuerdo cuando comencé a interesarme por la profesión de diseñador gráfico; fui observando el trabajo de algunos maestros que lo agrupaban bajo el epígrafe de arte-gráfico (Art Grafique). Talentos del nivel de Rodchenko, Moholy-Nagy, Matter, Bayer y Müller-Brockman, entre muchos otros dejaban claras sus preferencias al hacer uso de una libertad creativa, sin límites aparentes al ejecutar sus encargos.

Siempre mantengo vivas esas imágenes (las primeras) como símbolo inequívoco de libertad y compromiso con la calidad última del trabajo, aunque nadie me lo exija explícitamente.

2. Siempre me he considerado a mí mismo como un diseñador y, por tanto, cuando comienzo un proyecto procuro dar solución a todos los problemas planteados por el cliente, como primera fase del trabajo. Eso no quita para que en alguna fase posterior, si el trabajo (o el cliente) se prestan a ello, inicie una búsqueda más comprometida para dotar a dicho encargo de mayor profundidad, trascendencia o un grado superior de contenido. En ningún momento olvido mi oficio, ni mi encargo, simplemente intento hacerlo de la mejor manera posible, aportando mi pequeña experiencia a esta profesión.

3. Creo que romper barreras es algo necesario en una profesión que tiene una historia tan joven. Cuando se observe nuestro trabajo con un poco de perspectiva, todos estos tabúes serán pura anécdota. Quedarán las obras, unas mejores, otras peores, artísticas o no, pero sin límites ni fronteras. El arte incluirá entre sus activos: libros, coches, lámparas y sillones, y por supuesto bellas páginas tipográficas y carteles. Que así sea.

Mariscal

1. Dos campos diferentes tienen objetivos y sistemas de producción y distribución muy diferentes.

2. Cuando trabajo como diseñador pienso en cómo resolver lo mejor posible el encargo de mi cliente. Cuando trabajo como artista soy yo el que me hago el encargo.

3. Es lícito y siempre va muy bien transgredir todo tipo de fronteras, pero tampoco pasa nada si cada uno se queda en su casa.

Peret

1. Si entendemos que cualquier imagen comunica, transmite o es susceptible de ser interpretada, entonces no hay diferencia alguna entre arte y diseño. La diferencia estriba en que el artista genera su propio discurso, mientras que el diseñador está al servicio de un discurso ajeno: el del cliente.

El artista, en teoría, no tiene que rendir cuentas a nadie, excepto a él mismo. El diseñador gráfico, al contrario, tiene que rendírselas al cliente. De ahí esa extraña y desagradable sensación casi siempre de pasar un examen. Por no hablar de la responsabilidad moral y ética que le incumbe, dado que colabora en la confección de un mensaje dirigido a la sociedad.

La dificultad en diferenciar arte y diseño estriba, en parte, en que ambas disciplinas comparten los mismos medios y técnicas de expresión. No obstante, aunque las reglas de juego sean distintas, lo que me hace apreciar una obra (gráfica o artística) es su capacidad de sorprender, producir una emoción o que enseñe algo. Así pues, Miró, Boltanski, Flavio Morais, Cassandre, Plensa, Cieslewicz,

Raúl, Flechter, Tartakover, Rodchenko o Basquiat, me da igual a que campo pertenezcan si su trabajo me ha sacudido.

2. Nunca me he planteado esa disyuntiva. Mi postura al respecto la he expuesto en la pregunta anterior. Sin embargo, me gusta comparar la práctica profesional del diseño con la de un alquimista, un cocinero, un barman y también, ¿por qué no?, con la de un artista. Todas esas prácticas tienen, en esencia, un denominador común: la mezcla de ingredientes.

El ejercicio del diseño me ha permitido jugar, aprender, experimentar y adentrarme en terrenos sin fronteras marcadas, en las que conviven la fotografía, la ilustración, el vídeo, el ordenador, la escultura, la pintura... y como es lógico, una vez metes las manos en la masa, lo que menos te preocupa es la etiqueta.

La única ocasión en la que abrí un paréntesis en mi actividad profesional, fue para la práctica de la escultura en hierro, y siempre fui consciente de que era una práctica al margen del diseño. En realidad fue un pequeño jardín secreto que me permitió tomar conciencia del volumen y del espacio. Pero si llegué a él, fue gracias a la práctica profesional del diseño.

3. Cuando recibo un encargo intento exceder el margen de la respuesta a través de lo que podríamos llamar una imagen cebolla. Esta imagen permite encontrar detrás de la primera capa, la que resuelve el problema de comunicación básico, otras capas llenas de sentido que complementan el mensaje y permiten ser interpretadas simbólicamente por el receptor, según su bagaje cultural. Una imagen de esta suerte sólo es posible obviando todo tipo de fronteras, huyendo de los corsés estilísticos, culturales y profesionales.

Martín Ruiz de Azúa

1. La libertad y la prospección que se consideran propias del arte son compartidas por muchas disciplinas. Digamos que lo que cuenta es el grado de experimentación con el que se abordan los proyectos, la capacidad de hacer preguntas que se cuestionen la realidad. El mundo del arte es el mismo que el del diseño, pero también el de la medicina o cualquier otra disciplina. Así, un trabajo en el campo de la investigación genética puede sugerir o generar respuestas en el contexto de la arquitectura. En el ámbito de las ideas y los conceptos no hay fronteras, de hecho, la dicotomía entre arte y diseño sólo interesa a historiadores y teóricos, no a los artistas y diseñadores.

2. Mi formación es de Bellas Artes y, sin embargo, trabajo como diseñador. En ningún proyecto ni circunstancia renuncié a esta doble condición, y si puedo la enriquezco con la colaboración de otros especialistas. La creación traspasa las disciplinas, es más una actitud que una identidad. La especialización sólo tiene sentido en un plano de colaboración permanente, porque los problemas siempre son complejos.

3. Los espacios de confluencia son muy sugerentes a nivel creativo, de hecho, creo que en los límites ocurren las cosas más interesantes. Por supuesto que es lícito trabajar en ellos; a veces estimulante y otras frustrante, dependiendo de los resultados. En lo que no estoy de acuerdo es en que sea provocativo, si por ello entendemos propuestas chocantes o extrañas. En este tipo de proyectos puede haber mucho riesgo, pero precisamente por esto es exigible el rigor.

Héctor Serrano

1. Considero que son dos campos diferentes, pero que en algunos casos pueden compartir una metodología similar, sobre todo cuando hablamos de la parte más creativa del proyecto. Los límites y necesidades son totalmente distintos. El arte satisface una necesidad personal o subjetiva, en cambio, el diseño independientemente de ésta, siempre tendrá que cumplir otras funciones más pragmáticas y objetivas.

2. Siempre trabajo igual y supongo que lo hago como diseñador. Y digo supongo, porque a veces me siento más cercano al inventor, o por lo menos, eso me gustaría. Desde luego, no me considero un artista ni pienso que trabaje como tal. En todos los proyectos la metodología siempre es la misma, pero entendiendo cuál es su fin y siendo consecuente con ello.

3. Es necesario transgredir las fronteras. Es en los límites entre disciplinas donde muchas veces surge la innovación. Esto no significa, ni justifica, el todo vale, sino la posibilidad de nuevas interpretaciones que no hubieran aparecido si no fuese por la contaminación positiva de los diferentes campos. Creo que muchas veces estos límites vienen dados más por la forma en la que se dan a conocer estos proyectos al público que por el proyecto en sí. Es la parte de comercialización o comunicación la que encasilla automáticamente un proyecto como arte o diseño. Todos mis proyectos son reales, esto es, diseñados para ser usados en el día a día, y siempre funcionan bajo ese parámetro independientemente de qué pretendan cuestionar.

Òscar Tusquets

1. Diseño es aquella actividad *artística* destinada a la creación de objetos útiles donde el autor no interviene directamente en la producción del objeto, sino que suministra información suficiente para que cada ejemplar -fabricado por máquinas o por manos artesanas- sea un original.

2. La pregunta está mal planteada; todo buen diseñador es siempre un artista.

3. Es absolutamente estimulante, y estas fronteras no existen. Sólo la pretenciosa banalidad del llamado Arte Puro Contemporáneo ha podido llevarnos a esta distinción absurda.

El último grito (Roberto Feo + Rosario Hurtado)

1. Nosotros tenemos una visión global del diseño. El diseño lo abarca todo, desde la cocina a la filosofía, pasando por el arte y la política. El diseño mediatiza nuestro entendimiento del universo.

Ha habido otras épocas en las que tampoco ha existido este tipo de especialización creativa. Y creemos que, hoy día, el tipo de intereses y preocupaciones son más universales y, por tanto, más difíciles de definir y encasillar. En todo caso, no sabemos si merece realmente la pena preocuparse por esta cuestión.

2. Con cada trabajo intentamos cosas nuevas para poder seguir descubriendo ideas que generan nuevo trabajo que te lleva a descubrir nuevas ideas que generan nuevo trabajo que te lleva a descubrir nuevas ideas...

3. Nosotros no vemos tales fronteras.

Imaginamos que estas "fronteras" habrán sido establecidas para

poder definir distintas clases de productos y así poder venderlos. Y si existieran, preferiríamos ser unos “sin papeles”.

Curro Claret

1. Cuanto más pienso en ello, más me cuesta ver alguna diferencia entre una cosa y otra.

Uno de los dichos que más me gustan sobre el “arte” es el que se usa para referirse a algo que se ha hecho de manera especial, por encima de lo habitual, tipo... *vaya arte que tiene ése haciendo eso...* Y me parece que precisamente ésa es una de las cosas que más debe buscar el diseño: hacer cosas con algo especial, más allá de lo ya hecho y de lo que sabemos.

2. Yo me considero diseñador, más que nada porque así es como lo llamaban en la escuela donde estudié. Todo lo que hago lo considero diseño, pero si alguien dijera de alguna de mis cosas que es arte, creo que me parecería bien. No siento que adopte un rol distinto dependiendo de lo que hago.

3. Creo en la sociedad que cambia y se transforma buscando dar respuesta a los retos de su tiempo. Los antropólogos dicen que las sociedades que no son capaces de ello tienden a la decadencia y en algunos casos a la desaparición. Transgredir me parece un mecanismo que puede ser útil para ello. Pero hay que transgredir con motivo, con alguna inquietud, buscando algo. Transgredir por transgredir, sin más, no me interesa.

Ante estas respuestas, es evidente que los factores artísticos son aceptados e implicados por una gran mayoría de los diseñadores contemporáneos en su proceso de trabajo; que el diseño se en-

tiende como parte del Arte, en el sentido amplio de la palabra, como creatividad visual, formal y conceptual, no al servicio de un narcisismo personalista, sino pensando en la colectividad, más allá de culturas, razas, gustos y tradiciones. Por lo que la frontera, si existe, es cada vez más imprecisa.

Daniel Giralt-Miracle

Crítico de arte, arquitectura y diseño. Ha comisariado más de un centenar de exposiciones y ha escrito diversas monografías. Licenciado en Filosofía y Letras por la Universitat de Barcelona, en Ciencias de la Información por la Universitat Autònoma de Barcelona y diplomado en Diseño y Comunicación por la Hochschule für Gestaltung de Ulm. Actualmente es Director del Comitè Científic del IED Barcelona. Miembro correspondiente de la Real Academia de Bellas Artes de San Fernando de Madrid y de la Real Academia de Bellas Artes de San Carlos de Valencia y académico numerario de la Reial Acadèmia de Ciències i Arts de Barcelona.

Francisco Jarauta (ed.)
Núria Gual Solé
Daniel Giralt-Miracle
Vicente Matalana
Gillo Dorfles
Gianni Pettena
Alberto Corazón
Ettore Sottsass
Raquel Pelta
Loredana Parmesani
Halldóra Arnardóttir

Para contribuir
a la confusión general

Alberto Corazón

Uno

Siempre me ha parecido que lo menos interesante de este asunto era la pregunta: ¿Arte y/o Diseño?

Es, desde luego, una pregunta asimétrica porque ningún artista desea que le confundan con un diseñador. Por tanto, lo que está agazapado en la pregunta es la reivindicación de un cierto estatus artístico para el diseño.

El MOMA lo había explicitado cuando, en la última planta, junto a la sala de arquitectura, colocó la etiqueta de "arte contemporáneo" a un helicóptero, una tumbona de Le Corbusier y un prototipo de Ferrari. Los futuristas ya habían anticipado la superior belleza de un automóvil a la de la *Venus de Samotracia*, pero ningún museo de arte contemporáneo había sido capaz de integrarlo en su colección permanente. Claro que, al mismo tiempo, es verdad que tampoco ningún museo había montado un poderoso negocio de venta de objetos con la etiqueta de garantía de la alta cultura.

La tienda del MOMA fue primero una zona de la librería, luego un pequeño local anexo y, finalmente, una gigantesca tienda en la acera de enfrente. A través de su catálogo, cada vez más grueso, el

MOMA vendía diseño a todo el mundo, avalado por su “expertización” y garantizado por American Express.

No hay nada malo, todo lo contrario, en vender alta cultura por correo. Se empezó por el diseño y ahora le toca el turno a la pintura. En estos momentos Hewlett Packard está probando ya unos equipos de estampación digital para museos en los que te podrás llevar una reproducción de tu pintura favorita, al tamaño que desees, sobre auténtico lienzo y a un precio más que razonable.

Arte y Diseño, en el nuevo MOMA, serán ya como las secciones de Señoras y Caballeros en los almacenes de la 5ª Avenida.

Dos

Los futuristas estaban fascinados por las máquinas y los pop por la publicidad en prensa. Las iconografías de lo contemporáneo han huido de todo lo que pueda ser acusado de sublime. La intuición de Warhol es de una exactitud asombrosa y así, en cualquiera de sus etapas, en cualquiera de los medios, desde el cine a la serigrafía, en cualquiera de sus escenarios, es un artista infalible. Nunca se equivoca. No hay un solo Warhol malo en toda su ingente producción, y eso tiene que significar algo.

El éxito mediático y popular de Warhol resolvió el dilema de muchos diseñadores gráficos que querían ser artistas. Como él mismo, utilizan las técnicas y estrategias gráficas del diseño para trasladarlas a lienzos que rápidamente se cuelgan en galerías. La nueva burguesía rica, sin educación y sin complejos, completa la operación adquiriendo, a los altos precios que otorgan estatus, los emblemáticos iconos de la banalidad.

Definitivamente el diseño se ha colado por la puerta trasera del Gran Arte y, a partir de esos años, la mayor parte de “las nuevas figuraciones” en cada metrópoli se nutren de diseñadores gráficos que simulan hacer pintura.

Tres

La confusión se remonta, como todas las confusiones y certezas, a los orígenes del hombre. Acabo de leer, por enésima vez, otro ensayo que explica las pinturas paleolíticas como sistemas de señales, es decir, como el origen del diseño gráfico. Y, con más razón, el hacha de sílex lo sería del diseño industrial. La confusión puede estar en el hecho de considerar que si imágenes y objetos tienen una utilidad funcional, no deberían ser consideradas, en sentido estricto, obra artística.

Pero es que la creación de objetos y el trazado de mapas simbólicos son, precisamente, dos de las actividades que nos hacen humanos. El hombre que fundía bronce en un horno neolítico, modelaba y fundía al mismo tiempo un cuchillo y un cetro. Una vez consolidado el alfabeto, la escritura refleja tanto una transacción comercial como un poema.

No hacemos una diferenciación entre utilidad funcional y utilidad simbólica hasta la Revolución Industrial. El diseño, creo, aparece como una demanda especializada de un mercado que, por primera vez, fabrica en serie y lo hace para una clientela internacional. Hasta ese momento, lo que ahora llamamos diseño, era algo que se ideaba y producía en los talleres de pintores y escultores. La producción gráfica y el diseño editorial de Durero, por ejemplo, es mu-

chísimo más amplio e influyente que su pintura. Cellini estaba tan preocupado por las jarras, lavamanos y cubiertos que “diseñaba” y producía para los ricos florentinos o los poderosos cardenales, como de la delicada escultura de su David.

Es la cultura industrial la que, frente a las Escuelas de Bellas Artes, exige y dota a las de Artes y Oficios. Se trata de aplicar las cualidades estéticas a soportes de utilidad comercial. Poco a poco este “nuevo oficio artístico” va adquiriendo autonomía, conceptual e instrumental, hasta transformarse en lo que hoy llamamos diseño.

Al depender de las culturas industriales de cada país, los trayectos y los contenidos son enormemente variables. Y sólo a comienzos de este siglo XXI puede verdaderamente hablarse de una cierta homologación entre las escuelas de diseño de los principales países europeos. En el diseño español, por ejemplo, difícilmente puede hablarse del diseño como disciplina si no es a partir de los años setenta. Pioneros siempre encontraremos, pero en diseño lo que importa es la tropa, no los generales. Por eso, sin escuelas de diseño, no puede hablarse de la existencia real de diseñadores.

Cuatro

Hasta ahora, la pregunta “¿Diseño y/o Arte?” sólo tenía una respuesta sensata: yo soy un diseñador, no un artista.

En una tan precaria cultura empresarial como la española, aceptar que como diseñador me llamaran artista significaba, literalmente, que me iban a maltratar. Maltrataban mi trabajo -que se debía sólo a la inspiración de la musa que pasaba por ahí- y mal-

trataban mis honorarios, puesto que la inspiración no requiere, como todo el mundo sabe, ningún esfuerzo.

De modo que, por razones de estricto marketing profesional, Arte-Diseño me parecía una conversación errónea. Y que siempre he zanjado con un argumento irrefutable, me parece:

-Un diseñador recibe un encargo, y su trabajo consiste en defender ese encargo, sin mediatizaciones personales.

-Un artista trabaja sobre la mediatización personal y no debe aceptar las imposiciones de un encargo, sea del mercado o sea del museo.

Cinco

Un estudiante de diseño debe ser muy consciente de que va a salir al mercado de trabajo con la única acreditación personal de haber sido formado como un buen profesional. Como un profesional creativo, pero también serio, riguroso, que sabe cómo resolver los problemas de su cliente y sabe hacerlo de modo eficiente y económico.

Es decir, lo contrario del “perfil de artista” que existe socialmente. A nadie sensato se le ocurriría confiar un asunto de responsabilidad a un “artista”. Un artista está para otras cosas, por favor. Introducir este tema Diseño-Arte entre los estudiantes me parece francamente innecesario y profesionalmente poco responsable. No hay nada que ganar y sí mucho que perder.

Las nostalgias de la Bauhaus hay que reservarlas, exclusivamente, para las copas de los sábados con los amigos.

Seis

¿Una confesión personal o una confusión personal?

Por décadas para simplificar:

-En 1964 expongo en una importante galería de Turín, la galería Stein.

-En Madrid realizo mis primeros diseños profesionales para el semanario Sábado Gráfico y para la editorial Ciencia Nueva.

-En 1974 soy invitado, por la propia Bienal, junto a Antonio Saura, a la Bienal de París.

-En Madrid el estudio de diseño se convierte en sociedad anónima, Investigación Gráfica, S.A., especializándose en Identidad Corporativa.

-En 1984 expongo en la Galería Iolas de Nueva York y cierro un ciclo de creación conceptual.

-La Asociación Británica de Diseñadores me otorga su Gran Premio. A partir de ese año, de ese momento, me doy cuenta de que el doble perfil de diseñador y creador plástico me está creando serios problemas. Para una sociedad como la española, el éxito es siempre sospechoso. Eso en el caso de que hagas algo y lo hagas bien. Pero que intentes hacer dos cosas y que puedas hacerlo bien, resulta una perspectiva insufrible. En el campo del diseño periódicamente se extendía el rumor según el cual "Alberto está dejando el estudio en manos de sus ayudantes porque ya sólo le interesa la pintura". Y simétricamente, en el mundo artístico era un exitoso diseñador cuya vanidad le arrastraba a considerarse *también* un artista.

Tuve que decidir: desaparecer del paisaje plástico español, limiándome a exposiciones testimoniales de vez en cuando en España,

mientras continuaba mi carrera plástica en Alemania y Estados Unidos, potenciando aquí exclusivamente el perfil de diseñador.

Hasta que, con el cambio de siglo, algunos amigos me animaron a "emerger" de nuevo en el escenario plástico español, cosa que hago con renovado entusiasmo.

Necesito el diseño y necesito la creación plástica. Para mí son dos realidades que nunca se confunden y que se alimentan entre sí. El tópico: dos caras de la misma moneda.

Eso me protege de ser uno más de la gran cantidad de pintores que están haciendo diseño gráfico sobre lienzo. Y como diseñador, apaga el deseo artístico, de modo que puedo entregarme a fondo, sin narcisismos autorales, a escuchar y entender a mis clientes.

Estoy describiendo mi caso. No creo que sea una patología. Pero tampoco un modelo de sensatez.

Con franqueza: no se lo recomiendo a casi nadie.

Alberto Corazón

Diseñador. Desarrolla su trabajo profesional en las áreas del diseño gráfico e industrial. Ha sido presidente y fundador de la Asociación Española de Profesionales del Diseño y forma parte del Comité de Asesores del Parlamento Europeo para la regularización de la Comunicación Gráfica. Entre los numerosos premios recibidos, destacan la Medalla de Oro del American Institute of Graphic Arts y el Nacional de Diseño. Ha sido comisario científico de la exposición *Signos del Siglo: 100 años de diseño gráfico en España*. Cuenta asimismo con numerosas publicaciones sobre arte y diseño.

Francisco Jarauta (ed.)
Núria Gual Solé
Daniel Giralt-Miracle
Vicente Matalana
Gillo Dorfles
Gianni Pettena
Alberto Corazon
Ettore Sottsass
Raquel Peita
Loredana Parmesani
Halldóra Arnardóttir

Reflexiones sobre la globalización de las ideas

Halldóra Arnardóttir

“La última cosa que logrará hacer será mirar directamente al mismo sol, y mirarlo sin utilizar su reflejo en el agua o cualquier otro medio, sino como es en sí mismo”

Platón: *La República*, mito de la caverna

En nuestras sociedades contemporáneas, “globalización” es un concepto que no sólo afecta a los ámbitos económico y político, sino asimismo a la circulación de las ideas. La rapidez en las comunicaciones, o un transporte barato y eficiente entre países y continentes, no sólo ha abierto las fronteras geográficas, también lo ha hecho con las culturales. Así, los conceptos que surgen de una situación cultural particular se proyectan en otro contexto, donde su elasticidad intrínseca les permite establecer nuevas relaciones y coexistir con otras ideas. Parecería que estuviesen flotando por el hiperespacio en todo momento, dispuestos a dejarse atrapar, a la apropiación simultánea de artistas, diseñadores, arquitectos.

Percepción de diversas realidades

El modo en que las ideas se transmiten y son objeto de apropiación en nuestra sociedad actual recuerda el argumento de Platón acerca de cómo los conceptos corresponden con diferentes niveles de realidad. Según él, hay un verdadero conocimiento de los objetos,

las ideas y los conceptos invariables que están más allá de la esfera del hombre. Hay una forma -una estructura- para cada conjunto de cosas particulares, a la que se aplica el mismo nombre. La relación de la forma con los particulares se corresponde con la noción de “presencia” en ellos, y los particulares se ven obligados a “compartir” o a “participar de” la forma. En ese sentido, la manera propia de un carpintero cuando elabora una cama sólo funciona en una realidad secundaria, y el trabajo del artista es una representación de esa realidad, una realidad terciaria podría decirse: todo ello muy alejado de la realidad verdadera.

Sin embargo, en el contexto de la sociedad contemporánea, cada voz expresa su propia verdad particular, algo que las artes toman como su fuente. El compromiso social del artista contemporáneo está fuertemente ligado a la situación política del momento. Por medio de su extremada sensibilidad, el artista interpreta las transformaciones, la evolución social, técnica y económica, y las hace suyas sin imponer preconcepciones, suposiciones o dogmas. Y aún más, el diseñador y el arquitecto influyen y transforman el gusto de su contemporaneidad. Esto lo consigue no con la imposición de una ley estricta en el arte, sino gracias a la concepción de las artes como un medio de expresión individual, el cual obtiene simultáneamente la universalidad de su valor estético íntimo y la capacidad de comunicarse con todo el mundo. El filósofo italiano Enzo Paci ya había escrito en *Esistenzialismo e storicismo* (1950) que el arte, en tanto que forma, tenía un valor humano y desempeñaba la función de posibilitar la comunicación entre personas. El valor de las formas era equivalente al valor ético de la comunidad humana.

Aunque la terminología puede variar con el tiempo, el factor esencial detrás de cualquier diseño permanece inalterado. Es decir, un objeto cualquiera nos enseña el modo de actuar con arreglo a un plan de acción, y su significado consiste en el hecho de que al diseñar objetos -dado que la propia conducta es un modo de vida-, se diseña también la propia vida. Y así sucede en arquitectura al organizar el espacio y los flujos de acción. De hecho, todo en nuestro mundo ha sido diseñado, y esto va desde diseñar un pollo sin plumas hasta una sandía cuadrada.

Las ideas no se ven limitadas por las fronteras geográficas ni se reducen a estratos verticales; las gentes se comunican entre continentes por medio de infraestructuras en red, como Internet, y hay un flujo continuo de ideas que se deslizan en el hiperespacio a través de casas, ciudades, países y continentes. No hay obstáculos para las ideas toda vez que han sido introducidas en este contexto global. Además, los conceptos de tiempo y destino han permitido que el trabajo y el hogar lleguen a confluír en gran medida, algo que por otra parte plantea todo tipo de cuestiones sobre la ciudad contemporánea, su modelo de planificación urbanística, nuevas relaciones vecinales y cómo se trata la historia. Quienes trabajan con ideas -artistas, diseñadores y arquitectos- se ven arrojados dentro de un dinamismo semejante. Las definiciones estrictas sobre qué pueda ser el arte han desaparecido, y tanto el diseño como la arquitectura ya fluctúan entre lo real y lo virtual, empleando terminología de las artes, la industria y las altas tecnologías. Sin embargo, y en resumidas cuentas, el diseño es una expresión personal y un método de comunicación. Se trata de referir un relato, la na-

rración autobiográfica del autor, acerca de sus experiencias más imbricadas en lo colectivo y su relación con la vida.

Planteada en este contexto, la noción de *identidad* se busca en el interior. Se comprende por medio de la *reflexión* sobre las relaciones entre el hombre, la cultura y el medio ambiente. El artista, el diseñador y el arquitecto entran en contacto directo con esa realidad, que es específica para cada uno de nosotros. Es decir, nuestra *verdadera* realidad que está en *proceso* continuo.

Consideración de las ideas volando alrededor del globo

Diálogo, participación, interacción, integración, coexistencia, pluralidad, identidad (o la falta de ella), *emociones, flexibilidad, fluidez, lugar y no-lugar, sostenibilidad, reciclaje o respetuoso con el medio ambiente* son conceptos que artistas, diseñadores, arquitectos y políticos transmiten con sus discursos en la actualidad y por toda Europa, Asia, América, Oriente y Occidente, en contextos locales y globales. Ideas, materiales, acciones, texturas y cualidades entablan una conversación en la que a cada elemento se le da voz y aparecen prestos a adaptarse a otras voces o a crear una nueva situación, una nueva experiencia -incluso- de un acto tan básico como es comer. Al proponer un *diálogo* de diferencias en sus investigaciones gastronómicas, el chef catalán Ferrán Adrià cuestiona lo predecible, combina y logra la síntesis de lo imposible de una manera tal que excede la capacidad de los cinco sentidos cuando se disfruta de una comida en sus restaurantes. Ha añadido un sexto sentido, la *inteligencia*, al acto de mirar, oler, degustar, tocar y escuchar con deleite la comida. Se trata de la experiencia de un

vínculo completo: el cliente se transforma en un activo lector de mensajes en lugar de un contemplador pasivo del hecho estético o un mero testigo de lo espectacular.

Al comprometer al espectador en la ruptura con la estructura social preestablecida, la artista estadounidense Barbara Kruger yuxtapone palabras e imágenes, elementos con los que elabora agudos comentarios sobre el poder y sus efectos sobre la condición humana. ¿Cómo se construye, se usa y se abusa del poder? Con frases cortas, casi eslóganes, sobre fotografías ampliadas en gran formato previamente tomadas de diversos medios, la artista establece una oposición entre los pronombres "vosotros" y "nosotros", que remiten a "hombres" y "mujeres". Frases tales como: "Yo soy tu *rebanada de vida*", "Hemos recibido órdenes de *no movernos*", "¿Quién se compra y se vende?", "Vuestra misión es *dividir y vender*", "Vuestro cuerpo es *un campo de batalla*", "La memoria es vuestra *imagen de la perfección*" o "Compro luego *existo*" (empleadas en su trabajo de la década de los ochenta), hacen que el espectador reflexione sobre cómo su *identidad* está condicionada previamente y cómo vienen predeterminadas las divisiones. La apropiación de la *identidad* se presenta con otra apariencia en el trabajo de la artista estadounidense Cindy Sherman, quien se viste con diverso vestuario para desempeñar los papeles de la típica ama de casa, la prostituta, la mujer que sufre, la mujer que llora, la bailarina, la actriz o la mujer dócil (trabajo de 1977). Sherman asume todos estos personajes con gran control y con una mirada decidida que salta fuera de la imagen. Nos deja considerando quiénes somos quienes la miramos y qué mira ella. Hay un límite definido entre el

observador y lo observado, una hendidura para la que no hay puentes, pero plena en connotaciones. La artista nos hace sentir la falta de adecuación, nos obliga a cuestionar nuestro sistema de valores.

El límite entre lo “visto-no visto” ha sido interpretado por la arquitecta japonesa Kazuyo Sejima en *Plum house* (Casa en el huerto de ciruelos, 2003) como el “espacio entre” que se hace humano. Esta casa de 77,68m² se incardina en las investigaciones de Sejima acerca del hogar contemporáneo construido en nuestra sociedad de la información. Según ella, la sociedad de la información gira principalmente en torno a no ver, la definición entre espacios en lugar de trazar límites. Se trata de crear transparencias al diseñar la casa con materiales opacos. Antes que plantear habitaciones pequeñas para completar el número convencional de cuartos para una familia de cinco miembros, diseñó 17 habitaciones exiguas que se adecuaban a un mueble o una acción. El dormitorio de los niños, por ejemplo, estaba constituido por una “habitación cama” y una “habitación mesa”. Aún más, trabajando con la idea “estudio de una sola habitación”, Sejima conectó cada cuarto por medio de agujeros en los muros interiores que los unían, lo que significaba que algunas habitaciones se asomaban al exterior gracias a la ventana -un vano sin cristal- de otro cuarto. El aire fluye de habitación a habitación a través de estas aperturas, y el aire templado se distribuye por toda la construcción. No hay ningún espacio cerrado por completo y los niños, o el gato, pueden entrar y salir de la habitación a través de dichas aperturas. En consecuencia, la idea de privacidad se dota de un significado diferente cuando se

pueden oír claramente los sonidos del cuarto de al lado. Por otra parte, el gran número y la disposición de las habitaciones permiten a los inquilinos escoger un lugar según su estado de ánimo, solo o en compañía de otros. Aquí está ese algo intangible que forma parte del diseño de una casa, una condición que se percibe en el cuarto de la hija, en el que el sentido de profundidad se ha eliminado. Podemos ver los otros cuartos a través de las aperturas, pero eso hace que la habitación parezca plana, como una imagen suspendida en el muro.

Es la luz lo que cambia nuestra percepción del medio ambiente. El efecto de la imagen suspendida de Sejima nos recuerda los espacios de James Turrell, que detienen, reúnen y aguantan la luz para que podamos percibirla. Lo que une ambas propuestas es su capacidad para transformar lo incorpóreo en un elemento físico que, una vez más, sólo puede ser aprehendido por nuestra percepción, por nuestra *participación*. Para identificar este tipo de transformación se requiere educación, poseer sensibilidad a los cambios, estar preparado para adoptar otras líneas de pensamiento.

En su intervención (1974-2006) en el cráter *Roden* -un volcán durmiente de 450.000 años que se eleva hasta los 1.659 metros sobre el desierto Pintado en el norte de Arizona- el artista estadounidense James Turrell ha creado un espacio para atrapar los acontecimientos celestes. El interior se ha excavado para absorber calidades muy sutiles de luz proveniente de la luna, de las estrellas o de planos galácticos que tienen al menos tres billones y medio de años. Al mirar a cielos más antiguos, lejos de la Vía Láctea, Turrell quiere transformar la luz en algo material y permitir que di-

cha materia sea percibida físicamente, casi del mismo modo que paladeamos algo. Se apoya en la base de que la visión es una respuesta a lo que percibimos. Somos *participantes* en lo que sucede a nuestro alrededor. Es la percepción la que nos ayuda a trasponer el cosmos en el espacio que habitamos. De ese modo, nos convertimos en co-creadores de lo que estamos viendo. Turrell crea una experiencia de *interacción y participación*. El visitante de ese lugar nunca podrá ser un contemplador pasivo, ya que sus cualidades perceptivas forman parte del proyecto. Se asoma a la luz y, por medio del tiempo y la contemplación, se hace consciente de la otra dimensión que abre su horizonte. En el cráter *Roden* el efecto es similar a la historia de la caverna de Platón. Nos sentamos dando la espalda a la realidad, mirando la luz que nos conduce hacia la verdadera realidad. Al mirar directamente al *Sol* del artista islandés-danés Olafur Eliasson (que vive en Berlín), trabajo creado para la Sala de Turbinas de la Tate Modern (2003), se producía una ilusión completa de realidad. Traducida en términos platónicos, parecería que estuviésemos sentados en una cueva dando la espalda a la realidad, mirando a la *reflexión* de la realidad en los muros de la caverna. Se trata de una analogía sobre cómo percibimos y las imperfecciones de la percepción. ¿Cómo reaccionamos ante esa imagen? Para muchos pareció una experiencia mágica, de un sueño, de pertenencia a otro *lugar*.

Recurrir a las emociones y provocar un sentido de pertenencia a *un lugar o no-lugar*: este par ha sido fuente de inspiración para el diseñador japonés Shiro Kuramata, que ha empleado las nociones de transparencia y pérdida de gravedad para crear objetos y mue-

bles que parecen flotar en el aire. Hay rosas flotando en la silla *Miss Blanche* (1989) y parece que rechazaran la fuerza de la gravedad, provocando un sentido de inexistencia respecto a la propia silla. La reflexión de la luz creaba una experiencia en la que semejaba que el material -Perspex- se tornase inmaterial. No pertenecía a ningún lugar y, sin embargo, estaba siempre presente. Sus cualidades eran frías como el cristal, aunque cálidas como la madera y en posesión de posibilidades ilimitadas en cuanto a la variación tonal de colores, todo ello en dependencia de la fuente de luz. El diseño de Kuramata requiere de una percepción que reflexione sobre la cultura contemporánea de la inestabilidad, la movilidad, la tensión, las contradicciones que oscilan entre masa y vacío, guerra y paz.

Esta tensión creada por la inestabilidad se convirtió en el tema privilegiado por el diseñador de moda turco-chipriota Hussein Chalayan en un conjunto de prendas presentadas en el teatro Sadler's Wells en Londres (ciudad en la que vive) como colección *Living Room* (2000). El escenario aparecía poblado por un conjunto de mesas y asientos que se transformaban en ropa: las coberturas de los sillones se convertían en vestidos, una mesa redonda se tornaba falda. Las modelos cogían con toda tranquilidad los muebles, se los ponían y desfilaban. La sala de estar había mudado en guardarropa de alguien desconocido. ¿Cómo se pueden ocultar las posesiones valiosas y llevarlas siempre encima? ¿De qué manera puede alguien abandonar el propio hogar en un momento de crisis, en un tiempo de guerra? La colección fue un ejemplo de *interacción* que había sido originado por la realidad social de mucha gente.

Chalayan reacciona contra la imagen y el aspecto decorativo de la moda, que se centra en la celebración del cuerpo. En cambio, ha creado un escenario en el que la persona portadora de las prendas *se interrelaciona* con la ropa, y la una se apropia de la otra. Estar preparado para *intervenir* fue el punto de partida para el diseñador de joyas catalán Duch Claramunt, que ha creado adornos que cambian de apariencia y se ajustan a la persona que los lleva puestos. La idea nace de un sistema aplicado que dota a las joyas de *flexibilidad* y permite que cambien su aspecto final con varios diseños. La persona que las porta toma parte en el diseño de las joyas para hacerlas propias, como en la colección *Pinça*, pensada para incorporar elementos minúsculos como flores, pétalos u hojas y, debido a la estructura espiral, las joyas pueden transformarse en un pendiente o en un collar. Dependiendo de las condiciones atmosféricas y del estado de ánimo del portador, la colección puede adoptar diferentes aspectos y provocar diversas reacciones. Aun así, el juego se inicia antes de que el adorno se tenga en la mano.

El estuche para las joyas redefine las acciones de "abrir" y "encontrar" al convertir la primera en "desplegar" y la última en "buscar". La intención es diferir la progresión de la primera acción a la segunda, con lo que se acentúa el sentido de sorpresa cuando la alhaja buscada finalmente se descubre. Al intensificar la receptividad de los sentidos, Claramunt presentaba un estuche de joyería que se le proporcionaba frío o caliente a la persona en cuestión. La sorpresa se inicia cuando la persona recibe un pesado estuche, cuya forma oculta su contenido. La caja de cartón que cubre el es-

tuche lleva impreso el dibujo de un cuadrado, en marcado contraste con el borde exterior. Acto seguido, la persona receptora encuentra la joya en un bolsillo rodeado por una sustancia viscosa y pesada, que también posee el efecto de cambiar de forma para así dar la impresión de que la joya está flotando. Que la bolsa se proporcione fría o caliente depende de cómo se haya tratado previamente. Esto implica que el sentido del tacto de la persona que la recibe no sólo resulta estimulado por las cualidades sensibles de la sustancia gelatinosa, sino también por la temperatura de la bolsa. Las joyas y estuches ya no se presentan como elementos separados. Por medio de la *participación y la interacción*, la persona que las recibe logra hacerlas propias -más allá del mero sentido de posesión-; por medio del *diálogo* -entre las joyas y la persona que las lleva- se abren diversas posibilidades y, en consecuencia, las joyas nunca están acabadas, sino en continuo proceso.

La reflexión sobre la condición de las cosas condujo a la artista británica Rachael Whitefield a solidificar el espacio. Por medio de escayola, cemento, resina o goma, moldea objetos por dentro o por fuera. Sillas, mesas, camas, bañeras, estanterías o suelos -cosas ordinarias de la vida cotidiana- se someten a un proceso de transformación espacial. De repente, el interior se torna exterior y así nos damos cuenta de la dimensión del volumen que habitamos, nuestra ocupación del espacio, como en su trabajo *House* (1993). Se trataba de una réplica a tamaño natural del interior de una terraza destinada a la demolición, situada en el East End londinense; una obra realizada por medio de la proyección de cemento líquido sobre el cascarón vacío del edificio antes de que los muros

exteriores fuesen eliminados. Al aparecer en tal estado, comunicaba algo opuesto por completo a su historia anterior: ausencia de ocupantes, pérdida de espacio doméstico y un silencio de muerte. La artista había querido especificar una clara crítica a los cambios socio-económicos de Gran Bretaña en los años de la conservadora Thatcher y el impacto que tuvieron en gran número de personas sin hogar en Londres. La *Casa* acababa apareciendo como un monumento a una comunidad olvidada que había perdido la batalla, un monumento que parecía condenado al mismo destino que su predecesora y que, poco después, fue derribada.

La *identificación* con un grupo social particular sentó las bases del diseño para los hermanos Campana en Brasil. Mientras buscaban una cierta identidad que pudiera definir el *design brasileño*, ambos hermanos -Fernando y Humberto- produjeron diseños que se originaban directamente en la vida callejera de Brasil. Al combinar procesos de manufacturación artesanal y tecnologías avanzadas, daban uso a trozos de madera, retales de tejido, mangueras de goma, pañuelos de papel, cordeles o muñecos de peluche, conseguían transformar residuos industriales y objetos encontrados en creaciones que suscitaban una serie de cuestiones acerca de la identidad, los orígenes y el compromiso social del diseño. ¿Qué puede hacer el diseño por los pobres? ¿Puede representar su pasión por la vida? En un país pobre, ¿puede el diseño insuflar a la gente unas determinadas esperanzas de recuperación social y competir con el diseño fuertemente establecido en el mercado internacional? ¿Puede el diseño despertar la conciencia de los ricos? La silla *Favela* (2002) se diseñó para la compañía italiana Edra justo con esa

intención en mente. Se presentaba como un trono primitivo, encolado y clavado a mano, realizado con trozos de madera desechada que es la usada para construir las chabolas en el poblado Santo Cristo en Rio Grande do Sul. De ese modo, quien se sienta tiene el recuerdo constante del origen social del objeto mientras intenta ponerse cómodo. Tras haber obtenido el reconocimiento internacional, los hermanos Campana asientan las raíces sociales y económicas del diseño en la conciencia del consumidor. El proceso de *reciclaje* no se reduce meramente a los materiales, sino que la cultura también forma parte de ese proceso en nuestras sociedades contemporáneas para así lograr un entorno *sostenible*.

Las voces clamando por un *diseño medioambiental* han alcanzado un volumen tal que incluso la tierra herida por los residuos urbanos está siendo reciclada. La enorme cantidad de residuos producidos por el hombre ha hecho que los gobiernos fomenten programas para la transformación de los desechos en energía. A los arquitectos catalanes Batlle & Roig, junto a la arquitecta de paisajes Teresa Galí, se les pidió su colaboración en un proyecto de ese tipo, para recuperar unas tierras del Parque Nacional Garraf que habían quedado estériles tras la ingente cantidad de residuos arrojados allí (2004). El equipo no sólo pudo recuperar las características previas de la tierra, sino que lograron incorporar los desechos como un factor positivo que incidía en la percepción del entorno. La entrada del parque se ha diseñado por medio de montículos rellenos de residuos urbanos donde, con el tiempo, volverá a crecer la vegetación. Esta novedosa manera de pensar el uso de los residuos como factor primario también ha sido un elemento cru-

cial para el arquitecto japonés Toyo Ito en su proyecto para el Parque Gavia de Madrid (2002) donde, por medio de unos así llamados *Árboles de agua*, las aguas residuales se purifican y reciclan para el uso posterior de la flora y fauna del parque. Un espacio donde la energía se produce gracias al ciclo natural del agua durante su proceso de reciclaje, y donde el círculo se cierra creando diversos ecosistemas *sostenibles* de manera armoniosa e integrada.

En el contexto de la ciudad, hileras de contenedores de basura en diferentes colores adornan las calles para animar a los ciudadanos a arrojar los muchos envoltorios y envases que se acumulan en cualquier entorno doméstico o de trabajo. La industria del envasado es una de las principales en el mundo occidental y, por tanto, para muchos no resulta beneficioso eliminar los residuos. Y sin embargo, ¿qué pasa si nos deshacemos del objeto? ¿Sería posible la nutrición sin sostener realmente los alimentos y colocarlos en nuestra boca? Cuando el arquitecto catalán y creador de tapas Martí Guixé propuso *Pharma food*, está ofreciendo un proyecto para una sala de nutrición en la que el aire estaría saturado de sustancias nutritivas de rápida ingestión. Tan pronto como se respirasen estos elementos orgánicos, entre los que se incluían todas las vitaminas, proteínas y minerales necesarios, estaríamos alimentados y sintiéndonos bien. *Pharma food* es un ritual o acción pura en el que la forma desaparece por completo. La persona en la habitación lleva a cabo un consumo puro, sin el objeto. En la actualidad, este proyecto se ha hecho real en la Fiesta Gat Fog, consumada en el bar CASCO de Utrecht (2004), cuyo espacio estaba saturado de alcohol. Gat Fog es un sistema para beber gin-tonic, toda vez que

las partículas del combinado se han atomizado por medio de aparatos industriales que las reducen a partículas menores de 5 micrones y se suspenden en el aire. La niebla es lo que uno respira, con sabor a gin-tonic. La presencia física del material se ha desvanecido, pero sus efectos permanecen, si bien disfrazados. Mientras el alcohol consumido se absorbe, su cantidad se mide en tiempo. Un nuevo código de medida se ha establecido, más allá de litros y gramos, el *tiempo* se convierte en algo aún más precioso.

Viajes por otras realidades

Los conceptos que artistas, diseñadores y arquitectos buscan y toman durante sus viajes por todo el mundo -ya sea en tiempo real o en tiempo virtual- les han llevado a destinos y contactos inesperados. Han posibilitado experiencias encaminadas a otros encuentros, otras realidades. Encuentros como el de André Breton durante uno de sus paseos por París, cuando se encontró con Nadja, aquella joven misteriosa cuyo estado mental apenas distinguía entre la realidad y los sueños. Ahora parece que conceptos como *diálogo, participación, interacción, integración, coexistencia, pluralidad, identidad, emociones, flexibilidad, fluidez, lugar y no-lugar, sostenibilidad, reciclaje o respetuoso con el medio ambiente* fluctuaran entre lo real y lo virtual. Una característica que ha pasado a formar parte de la vida cotidiana como posición contemporánea. Blast Theory, un grupo radicado en Londres, ha presentado un nuevo juego en la ciudad. En otras palabras, se trata de tener una amplia experiencia de la ciudad por medio de un videojuego en el que convergen tecnologías *online* y de telefonía móvil, y además se mez-

clan audiencias gracias a Internet, acciones en directo y transmisión digital. En *Uncle Roy All Around You* (Tío Roy por todos lados y a tu alrededor; ICA, Londres 2003), el juego se llevaba a las calles. Es un juego que arroja a los jugadores *online* de todo el mundo en una ciudad virtual junto a jugadores en las calles reales de la ciudad. Hay fotos desperdigadas a lo largo y ancho de la ciudad virtual, y una de ellas marca el lugar preciso en el que se encuentra una postal en las calles de la ciudad real. Los jugadores *online* continúan buscando entre las fotos hasta que descubren el lugar exacto. Una vez que lo han conseguido, conducen a un jugador de la calle hasta el mismo lugar preciso en la ciudad real. Para conseguir esto, los jugadores *online* han de ganarse la confianza de un jugador de la calle. A su vez, los jugadores de la calle utilizan pequeñas computadoras de mano y se guían por un mapa interactivo, además de por los mensajes de jugadores *online* que les ayudan a encontrar la postal. Para todo ello disponen de 60 minutos y el reloj no se detiene. Es una colaboración que lleva a dos desconocidos hasta un destino final -la postal-, donde se les invita a la oficina de Uncle Roy.

Uncle Roy All Around You es un diseño de nuestro entorno que provoca varias cuestiones sociales: ¿alguien depositaría su confianza en un completo desconocido? ¿Cuál sería su reacción al ser observado? ¿Son ambas realidades igualmente verdaderas? Por medio de las últimas tecnologías sin cables, *Uncle Roy All Around You* consigue superponer una ciudad virtual sobre la ciudad real, y permite la comunicación y la interacción entre ambas. En un futuro próximo podríamos ver este tipo de videojuegos como el nue-

vo pasatiempo para toda la familia, y tan natural como ir al parque de merienda o meterse en el cine. La experiencia de la realidad virtual se ha agregado a nuestra realidad y forma parte de nuestros viajes por el mundo. La imagen centelleante es nuestra realidad, lo que deja a Platón un tanto pasado de moda; incluso las emociones se consumen en la pantalla. Como reacción ante tal velocidad, sólo por medio de la *reflexión* nos podemos relacionar con el entorno, encontramos la esencia subyacente a cada realidad en nuestro camino por el espacio. El artista, el diseñador y el arquitecto nos ayudan a parar.

Halldóra Arnardóttir

Historiadora de la arquitectura. Ha sido conferenciante en varias universidades e instituciones europeas y organizadora de la exposición *Un fragmento del taller de diseño industrial español 1912-1999* (2000). Ha desarrollado una amplia carrera, audiovisual y escrita como crítica de arquitectura, principalmente en Islandia, España, Dinamarca y Alemania, en medios como *AVS*, *Atlantica* e *Iceland Review*. Entre sus libros y ensayos más recientes, se encuentran *'Italianità' en Diseño y Arquitectura 1945-1964* (2004) y *Spain - The Fame Game* (2005).

Francisco Jarauta (ed.)
Núria Gual Solé
Daniel Giralt-Miracle
Vicente Matallana
Gillo Dorfles
Gianni Pettena
Alberto Corazon
Ettore Sottsass
Raquel Peira
Loredana Parmesani
Halldóra Arnardóttir

Arte, tecnología, diseño,
riesgo, industria y barbarie.
Suena bien

Vicente Matallana

“Cuando Beck habla de sociedad del riesgo nos remite en última instancia a la situación radical frente a la que la ausencia de mediaciones políticas hace que el mundo se vea administrado fundamentalmente desde el sistema de intereses, ajeno a los fines morales que en la tradición moderna se había constituido como horizonte protector de la dignidad. Fuera de él crece la barbarie que funda lo injusto”

Francisco Jarauta: *Cuadernos de Diseño*

Empezamos como siempre: La aparición de las denominadas nuevas tecnologías conllevó su rápida asunción, casi inmediata, por parte de artistas o creadores como herramienta de trabajo y reflexión. Desde un primer momento esta adopción fue problemática: los sectores más clásicos y retrógonos de las bellas y grandes artes, finas como ningunas, oponían argumentos ya entonces obsoletos e irrelevantes como las diferencias entre arte y diseño. No se daban cuenta de que estaban ante un nuevo producto que no necesitaba de estas clasificaciones; un nuevo producto que es por sí mismo y basta.

Siempre se nos ha planteado a los involucrados si lo que hacíamos era arte o no, si era “simple” diseño o si por el contrario era todo eso y nada a la vez, lo cual siempre ha sido una postura muy conveniente. Realmente los inicios no fueron muy clarificadores, como consecuencia de la natural vaguería humana, las prácticas electrónicas se vieron agrupadas bajo la etiqueta de arte en uno de esos ejercicios de “bueno, aquí calentito tampoco se está tan mal”. Al mismo tiempo, surgen iniciativas que escapan a estas etiquetas: en el año 1994 se constituye el oscuro colectivo Hell.com, automarginado de

cualquier tipo de clasificación, con una lista de miembros confidencial, y cuya expresión más visible era un website que no permitía el acceso: las páginas web comerciales del grupo Mashica jalonadas de poemas en el código html... o Jodi. Este punto de confusión o intersección o desmitificación tuvo uno de sus auges en los albores del medio, 1998, cuando el software de correo electrónico PostPet, desarrollado para Sony, de Kazuhiko Hachiya, obtuvo el premio Ars Electronica '98 en la categoría NET. Consideremos PostPet como arte, como diseño o como una nueva forma de establecer el diálogo con lo cotidiano... Aun cuando haya que reconocer que otras propuestas industriales/experimentales desarrolladas por Kazuhiko Hachiya hayan sido algo más accidentadas...

En esta discusión, que ya ha ocupado suficientes páginas y litros de tinta, me remito al texto de Eryk Salvaggio, *The Desperate Scribblings of a Disillusioned Youth* (Los garabatos desesperados de una juventud desilusionada), que expresa un sentimiento común entre los creadores vinculados a los nuevos medios; poco más que añadir: "No queremos producir arte. Queremos prender un millón de fuegos para cambiar este cielo oscuro. El mundo del arte está lleno de cobardía, con todos sentados en corro hablando de sus carreras y del futuro que éstas tienen, mientras tanto, aún hay guerras, opresión y muertes por hambre. Todo este pensamiento creativo embutido en agujeros negros de desesperación auto-perpetuada que, fingimos, se supone esperanza. Joder, apenas hay alguna conversación acerca de la esperanza y la alegría de verdad. Hay ironía, la desconexión de nuestras conciencias de nuestras propias vidas. La vida a la última, las ropas elegantes. Riéndonos por detrás de cualquiera que se atre-

va a proferir *belleza* o *revolución*. ¿Es eso aquello a lo que llamamos vanguardia? ¿De qué somos la avanzada? ¿La infantería avanzada de las discusiones aburridas y el miedo de los unos a los otros?

La acción es el único arte que puede existir a partir de ahora. No me malinterpreten, yo soy tan culpable de esta mierda como otro cualquiera. Quiero decir que me fijo en algo de lo que he hecho y, entonces, me fijo en algo como el Banco Grameen o los aviones hospital, y me pregunto si el mundo no estaría mucho mejor si me guardara el tipo de personalidad que tengo, mi jodida y tópica manera de pensar *fuera de la norma*, y dedicarme al derecho o a la medicina o a la economía o a la política o a cualquier cosa distinta. ¿De qué, de quedarme en vela hasta las tantas escribiendo código html y así llegar derrengado al trabajo? Y lo hago por una especie de insignificante validación personal, como si estuviese cambiando un poco el mundo. Quizás lo esté haciendo. A la gente le gusta, qué más da, la cuestión es: ¿no podría serlo más?

Si vamos a hacer esos gestos vacíos e insustanciales, llenos de esperanza con el deseo desesperado de transmitir alegría, hagámoslo entonces de una manera que se comprometa con ello; llenemos todos los espacios, no hagamos caso al arte ni a la tradición artística, tampoco a la historia del arte. Si no te gusta el postmodernismo, no le hagas ni caso. Yo estoy en este juego para construir castillos de arena, incluso si la marea los va a destruir, más rápida que la luz. Espero llegar a construir más rápido, y espero que más gente venga a construir castillos conmigo. Gente más airada, más viva y enérgica, que construya torres con la misma intensidad que otra gente emplearía para destruir las".

El término "tecnología" viene del griego *téchné*, que se refiere tanto a las actividades del artesano como a las de artistas y poetas, y que se asociaba a la revelación de la verdad. En cambio, según Martin Heidegger, en el siglo XX "tecnología" ha pasado a significar un medio al servicio de un objetivo. Siguiendo al filósofo alemán, más allá de la función material de los instrumentos tecnológicos, la tecnología puede ser un modo en el que la verdad se revela, se vela y se desvela. En su reflexión en busca de la esencia de la tecnología, Heidegger la redefinió como algo que va más allá de lo meramente instrumental, y que sólo se puede desvelar a través del arte.

Para que esta verdad se desvele es necesaria la participación de todos los protagonistas en el campo, incluyendo creadores y sector industrial, con su aportación estructural y conceptual. Bien es cierto que la tecnología en manos de los artistas produce milagros, pero milagros que se ven acotados tanto por la falta de acceso a los últimos avances como por una visión casi pueril de la tecnología y del entorno, propósito y sinergia que la genera. Aun asumiendo los riesgos que esta alianza comporta, establecer canales de diálogo fructíferos con empresarios, ingenieros y científicos enriquecerá este acceso, esta visión. No asumir riesgos nos dirige al fracaso temeroso del *petite village bon homme* tranquilo cuidando su jardín.

Los "electrónicos" deberían ser desterrados... Arriesguémonos; asumamos la sociedad del riesgo dentro de esa idea tan maravillosa de la "irresponsabilidad organizada". Vamos a dejar de lado otras discusiones y a lanzarnos a la piscina de lo inaudito proponiendo una alianza fuerte y clara, de estructura y fondo conceptual, entre creadores e industria de nuevas tecnologías. En un medio cuyo ob-

jeto de trabajo es la vanguardia de las ideas, resulta chocante el conservadurismo de la estructura, cuando no de los creadores, en todos sus frentes y dimensiones. Apuntemos como contrapropuesta qué pasaría si se plantease una alianza fuerte con la industria. Es condición sine qua non que esta alianza se haga bajo un estricto régimen o sentido de reciprocidad en el que cada una de las partes interesadas reciba la contraprestación acordada/deseada; tanto a nivel conceptual e intelectual como a nivel estructural.

El desafío conceptual es obvio y no carente de riesgos. Igual que los artistas o creadores aportarán una visión extrema y alternativa del hecho tecnológico -volviendo a Heidegger- la industria aportará un conocimiento y una visión exenta de la "moral" que apunta Beck. Nunca será igual un proyecto de videovigilancia y voyeurismo desde los ojos de Jeff Gompertz que la misma constatación del deseo de ser visto desde las concepciones del empresario "renegado" Josh Harris (Jupiter Communication, actualmente Jupiter-media, Nasdaq "JUPM"). Fuera crece la barbarie, pero esta misma barbarie es parte de nuestra cultura y si no asumimos los riesgos que implica el salto, nos quedaremos en la charlas de café.

El artista empresario, Josh Harris, es un exponente claro y extremo de los resultados del riesgo pleno. Sus proyectos *wheliveinpublic* o *Pseudo.com* son dispares, pero claros ejemplos de los resultados radicales que se dan en la intersección de dos mundos. También lo son sus nuevas propuestas en proyectos de identificación y vigilancia digital de ciudadanos que participan de forma voluntaria, basados en el deseo de ser vistos, con los evidentes peligros que esto acarrea de cara al derecho a la intimidad y a las libertades civiles.

El futuro negocio... ¿participado o emergido desde el arte?

Pero es apasionante un acercamiento, más allá de arte/diseño, a la industria, a lo que puede aportar en materia de conocimiento y a sus necesidades. Como en una partida de póker, la apuesta te hará perder o ganar, pero no te dejará en medio... no podemos vivir sin apostar en un entorno como el nuestro; aunque perdamos, es parte del juego y la vida. El mundo es como una mesa en Las Vegas.

Este acercamiento también contempla elementos estructurales: el sector creativo tendrá acceso al conocimiento técnico de la industria y a sus medios tecnológicos a la vez que la industria recibe beneficios irresistibles de cara a su estrategia de captación de consumidores, enmarcados básicamente en aspectos de *branding* y P&R. Este intercambio supondrá también un cambio en las formas expositivas, buscando más la cantidad de impacto que la calidad del atento observador. Abrirse a las estrategias de eventos y festivales con claros objetivos corporativos es en sí un riesgo, pero, desde otro punto de vista, no mayor que acercarse a los ministerios de cultura... y propaganda. También habremos de contemplar la oportunidad de usar las agencias de medios de las corporaciones para difundir los trabajos de los creadores, una ventaja que permitirá que muchas exposiciones salgan de la cultura de la clandestinidad, pero pagando el precio de tener que cumplir unos objetivos de *branding* claros e inexcusables.

Pasar a la cultura de masas, entrar en la cultura corporativa, obviar la moral con la idea casi psicópata de la seguridad del fin último; el desarrollo y difusión del arte de nuevos medios. La discusión arte/diseño se plantea, siendo legítima, como un estado primario y

casi clásico de la discusión. Es necesario pasar a un siguiente estadio en el cual se asuma completamente la idea de las industrias culturales; que los gestores culturales no vengan de Historia del Arte, sino de empresariales con un MBA en el bolsillo.

Este cambio de mentalidad, sobre todo en el arte de nuevos medios, de nuevas tecnologías, realmente implica un salto en la discusión o un cambio de perspectiva sobre arte y diseño. En un sector en el que lo inmaterial y lo mediático priman, en una de las últimas fronteras de la tecnología, la pregunta es ¿hasta dónde estamos dispuestos a arriesgar y qué capacidad de diálogo podemos asumir con la industria y la sociedad?

Saltar al vacío del capitalismo cultural diseñando nuevas formas de comunicación, visitando el capitalismo como práctica cultural, como escenario de acción artística, suena excitante, es sexy. Una simple cuestión de riesgo, de cultura de riesgo, de sociedad de riesgo a la que acercarnos con espíritu pionero. Una irresponsabilidad organizada. Suena bien.

Vicente Matallana

Director de LaAgencia, productora independiente de arte electrónico enfocada a resolver los problemas estructurales debidos a la incorporación de nuevas tecnologías en las prácticas artísticas. LaAgencia trabaja en Europa y América, y colabora desde 1999 con la Feria Internacional de Arte ARCO desarrollando actividades y programas relativos al arte electrónico; actualmente es responsable de la coordinación técnica de la sección theblackbox@ARCO.

Francisco Jarauta (ed.)
Nuria Gual Solé
Daniel Giralt-Miracle
Vicente Matalana
Gillo Dorfles
Gianni Pettena
Alberto Corazon
Ettore Sottsass
Raquel Pelta
Loredana Parmesani
Halldóra Arnardóttir

Perplejidades y proyectos

Ettore Sottsass

Cuando se recibe un premio suceden cosas extrañas. Junto a la consolación general, junto a todas las refrescantes emociones que inundan el pecho y tranquilizan el inevitable narcisismo, surgen en la mente preguntas muy complicadas del tipo: “¿y ahora?”. Una hora, un minuto antes de recibir la medalla era un “Sottsass sin medalla”; y un minuto, una hora después de tener la medalla sobre el pecho soy un “Sottsass con medalla”. Desde este momento hay dos Sottsass: uno antiguo sin medalla, un Sottsass nervioso, curioso, quizás valiente, ciertamente aterrorizado, incierto, un Sottsass que esconde su propia presunción, que continuamente se aleja del insolente egocentrismo, un Sottsass que no quiere renunciar a ninguna de las micro o macro libertades propias de un desconocido... y al lado del Sottsass antiguo, todas las mañanas, todas las horas del día, todos los atardeceres, se encuentra el fantasma de un nuevo Sottsass que podría permitirse, por la medalla que tiene fijada al pecho, reducir al mínimo la neurosis, la curiosidad, los riesgos, las incertidumbres y los miedos y también podría justificar su egocentrismo, su presunción, sus insolencias, sus descortesías; podría incluso justificar demasiado alcohol.

¿Cómo pueden vivir conjuntamente los dos Sottsass? ¿El antiguo, perplejo por la existencia, y el nuevo, tranquilizado? Está bien. El problema existe. La solución no se sabe. También está el problema del título de la medalla, que a decir verdad no es un problema sino una excusa para seguir hablando... porque si no, ¿de qué se habla? El título de la medalla es: "Services to design education". El problema, quizás, nace del hecho de que nunca he enseñado en una escuela. Alguna vez he mostrado a los estudiantes mis trabajos y les he contado mis aventuras en el oficio. Desde hace algún año ni siquiera doy conferencias. Invito al público a plantear preguntas y respondo como puedo, contando historias varias, emociones, chismorreos y alguna vez que otra contando pensamientos que me pasan por la cabeza; no sistemas de pensamiento, sino observaciones nómadas, fragmentos de pensamiento.

Realmente, no creo haber sido capaz de desarrollar un sistema de pensamiento global, lineal y continuo que pudiera valerme y mucho menos que pudiera valerle a los demás.

Cuando era joven y estudiaba en la facultad de arquitectura, no iba a clase por la tarde porque iba a visitar a un pintor anarquista que entonces me parecía viejo, pero sabía muchas cosas sobre pintura contemporánea: había vivido en Viena, después en Munich en los tiempos de los Blaue Reiter y también en París. Yo quería aprender. En casa pintaba acuarelas por mi cuenta y después se las llevaba para que me dijera qué pensaba. Mi amigo pintor-sabio no decía nada, hablaba de otras cosas y después, lentamente, me contaba historias; de éstas, si estaba atento, debía entender qué no funcionaba en mis acuarelas. No me ofrecía nociones, me ofrecía

pensamientos. Sólo una vez que había utilizado un color amarillo limón directamente del tubo, mi amigo pintor me dijo: "no, Sottsass, usted no puede utilizar un amarillo así". Yo le dije: "pero lo he visto en un cuadro de Matisse". Él simplemente me dijo: "cuando Matisse pintó ese amarillo tenía cincuenta años. Usted, Sottsass, tiene dieciocho".

Lo que mi amigo pintor me ofrecía no era una "noción", me invitaba a pensar en todo lo que hay antes y después de la noción. Me invitaba a viajar solo por terrenos complicados, terrenos no claros, terrenos desconocidos de la existencia, me invitaba a plantearme preguntas, a acostumbrarme a pensar... me invitaba a no contentarme con lo que estaba escrito en el tubo del color: "lemon yellow". No basta. En verdad, el viejo amigo también me había hecho pensar que "mil informaciones no forman un pensamiento"; que también podría ser "mil tratados de ingeniería no forman una arquitectura"; o incluso "mil tratados de *design management* no forman ni una sola creación de diseño".

Con todo este sutil y sospechoso inicio, día tras día, la existencia misma, los acontecimientos de mi existencia y el paisaje de la historia de la existencia planetaria, me han hecho pensar que toda la historia de las tribus humanas no es sino un cúmulo continuo de fragmentos y, al mismo tiempo, una continua e inútil agitación para justificar con un sistema lógico global, con alguna forma de aceptación global, de distracción global, la presencia de lo oscuro, espeluznante Himalaya de fragmentos, la presencia de las incesantes preguntas sin respuesta, la persistente presencia de lugares oscuros, inciertos, desconocidos.

A lo largo de los muchos milenios de la historia, siempre se ha intentado descubrir algún sistema lógico, un aglutinante que pudiera mantener unidos los fragmentos abandonados: lógicas de la magia, lógicas del yoga, lógicas del sexo, lógicas del silencio, lógicas de la soledad, lógicas de la religión, lógicas de la mente, lógicas de los números, lógicas de la ciencia, lógicas del azar, lógicas del caos.

A fines del primer milenio (también esta fecha es signo virtual), por lo que he visto, escuchado y también probado sobre mí a lo largo de mi existencia, creo poder pensar con calma que cada sistema de pensamiento que intente ser global, que intente mantener unidos todos los fragmentos esparcidos por el universo entre innumerables estrellas y galaxias, no consigue responder a otra cosa que a las breves y casi ridículas preguntas relativas a las más o menos complicadas prácticas cotidianas, que ocupan mucho espacio o ninguno dentro de la permanente, asfixiante, imborrable pregunta.

También yo tengo un sistema lógico para lo cotidiano, un poco mío y un poco inventado por otros, que reúne breves momentos de mi existencia; más epifanías que realidades. Es el sistema que me permite vincular, en una serie de automatismos más o menos agradables, en una serie de decisiones virtuales más o menos convencidas, el sonido del despertador con los ojos que se abren, y los ojos que se abren con la mano que gira el grifo del lavabo, con la mano que coge el cepillo de dientes, con la mano que aplasta el tubo de dentífrico y con otros gestos y más gestos y gestos y más gestos.

Consigo vincular mis dientes, el dentífrico, el cepillo de dientes -siempre a través de la confianza, total confianza (ahora automática) en un sistema lógico-, consigo vincular también la presencia de aquel extrañísimo desconchado en el muro de la casa y que es el portal del que salgo, y al portal consigo vincular la calle (via dei Fiori Oscuri) que debo recorrer para ir a trabajar... y otros innumerables gestos automáticos.

Pero la globalidad de mi personal sistema es muy breve; no voy más allá de algún barrio de la ciudad. Sistemas que intentan explicar la ciudad conozco pocos y ciertamente no son globales. Es más, no conozco ninguno. Ahora bien, pienso que quizás debería ser más preciso, pero después pienso que quizás sea mejor no ser nunca demasiado preciso; pienso que sólo es posible aplicar la precisión cuando se trata de la relación entre el tubo de dentífrico y el cepillo de dientes, pero no creo que con la precisión se pueda ir mucho más allá. De todos modos, la comedia continúa.

También la cultura industrial presume de poseer sistemas lógicos globales. A la cultura industrial contemporánea le gusta llamar a sus sistemas globales "progreso" o "bienestar", o algunas veces hasta "civilización" (términos inventados no hace mucho y nunca definidos claramente). Con estos títulos de altos vuelos, los sistemas lógicos globales de la cultura industrial contemporánea se expanden haciendo el planeta más seguro de la lograda (o casi) solución, invitando a las tribus planetarias a pensar poco porque todo ya ha sido pensado cabalmente y diligentemente previsto, castigando otras propuestas como los obstáculos al veloz, lineal y ciertamente victorioso recorrido de la gran teoría global.

La vencedora teoría lógica global prevé una serie de condiciones que son necesarias, o mejor, indispensables, para su continuidad, su renovación y su destino.

Tal es el miedo de que toda la visión diseñada por las lógicas globales se derrumbe, que con el discurrir del tiempo las condiciones de supervivencia previstas se sobrecargan, persiguen procesos siempre más rigurosos, más definidos, más científicos, como tanto gusta ahora decir y hacer. Las condiciones, el manual de instrucciones, el libro rojo, pasan a formar parte de la teoría y de la praxis general y global.

En la cultura industrial contemporánea la primera condición es: aceptar, afirmar y promover cualquier tipo de actitud competitiva, aceptando, afirmando y promoviendo técnicas científicas de agresividad propias de una guerrilla urbana, aquella guerrilla en la que no existen golpes prohibidos, donde no existen reglas, no digo ya las reglas medievales de la caballería, sino donde no existe ningún signo de conciencia ética.

Una ulterior condición es aceptar, desarrollar y difundir técnicas más o menos científicas de persuasión, término nuevo para expresar seducción o incluso plagio, lo que quiere decir convencer a todo coste utilizando la violencia, utilizando argumentos perturbadores no pertinentes, falsos.

No puedo recorrer Milán sin ser agredido por cualquier señora fotografiada semidesnuda gritándome que compre ropa interior Armani o whisky escocés, o incluso por un mar con palmeras y otra señorita semidesnuda que salta sobre la playa con todos los dientes a la vista para decirme, aunque no sepa su número de teléfono,

no, que debo ir a buscarla... todo esto en papel 3D desplegado sobre los larguísimos y ruidosos tranvías de Milán. Dicen: "es la información". Dicen: "es la publicidad". Dicen: "todo depende de la creatividad de los publicistas". Dicen: "¡es un genio de la creatividad! Ha utilizado el rostro de Claudia Schiffer para hacerle comer un gato engrasado con una marca especial de comida enlatada". Dicen: "es un genio creativo". Dicen: "es la publicidad".

En la maravillosa teoría para la anulación, global y segura, de la infelicidad humana, existe una ulterior condición: la aceptación, el estudio rigurosamente racional, científico, de las técnicas de venta, combinado con el estudio rigurosamente racional, científico, de los "¿qué se puede vender?". Argumento normalmente transformado en la pregunta primitiva e idiota: "¿qué le gusta a la gente?"; y otras fundamentales y angustiosas preguntas del tipo: "¿cuánto cuesta?"; o bien "¿es un precio competitivo?"; o bien ¿cómo se distribuye?".

En la gran cultura industrial las respuestas a estas preguntas deben, naturalmente, tener sustancia científica, deben tener la bendición del método científico.

Una de las últimas condiciones, solicitada por la gran teoría global, es el "diseño", o mejor dicho, el "diseño industrial", porque el diseño (por lo que significa la palabra diseño) ha existido desde siempre en la historia de la humanidad. Es anterior a la invención de la escritura, existe desde que alguien dibujó unas líneas o unos puntos sobre trozos de hueso. ¿Quién sabe por qué? ¿Quizás porque quería saber más sobre la existencia? El diseño existe desde que alguien dibujó en color ocre la calavera de sus muertos. ¿Quién

sabe por qué? ¿Quizás porque quería saber más sobre la muerte? No se sabe y no se sabrá nunca, pero se puede intuir que con aquellos puntos y líneas había comenzado la historia del diseño. ¿Se puede decir esto? En cambio, el diseño industrial tiene como máximo doscientos años y todavía nos podemos preguntar: ¿quién sabe por qué existe el diseño industrial?

El porqué de la existencia del diseño industrial en los doscientos años de su historia, que se deriva de la historia de la industria, ha tenido diversas respuestas en diferentes países.

En Inglaterra y en Europa el diseño industrial surgió con la idea de que lo bello habría ayudado a la gente a ser más capaz y mejor, pensando también que la cultura industrial se habría encargado de la responsabilidad ética de hacer a la gente mejor y más capaz con la conquista del previsto bienestar.

En los Estados Unidos siempre se ha pensado en el diseño industrial como un servicio no para la gente, sino para la misma industria. Siempre se ha pensado que si los productos tenían su diseño, se venderían más y así la industria crecería y sacaría más productos con *sex appeal*, pudiendo crecer todavía más, y el momento del diseño del *sex appeal* lo decidirían los hombres doctos en marketing, a los que los diseñadores debían escuchar y así sucesivamente.

Todos saben estas historias y yo las he contado deprisa y quizás de manera ansiosa. Personalmente, estoy muy contento de que exista la industria y también de que existan los diseñadores industriales. También estoy muy contento, muy contento, de que aquí y allá en el planeta se dé el bienestar. Estaría mucho más conten-

to, pero mucho más contento, si el así llamado bienestar se diera por doquier, y estaría aún más contento si en los lugares del planeta donde se da el llamado bienestar, este estado especial pudiera estar acompañado, quién sabe si con la ayuda del diseño, por pensamientos que contemplaran la existencia y no solamente por pensamientos que consideraran el bienestar; pensamientos, quiero decir, que contemplaran la relación que cada uno tiene con lo que puede hacer o no, con lo que produce o no para sí mismo y para los demás; pensamientos, también, que cada uno debería tener en los cuidados de este pobre, potente, luminoso, amargo planeta, desollado por nuestra presencia humana; pensamientos que contemplaran las relaciones que cada uno tiene con los demás, la relación que cada uno de nosotros tiene con el devenir del propio tiempo mortal, la invasión silenciosa de las nostalgias, lo desconocido, lo incierto. En fin, pensamientos de los que la ciencia, la industria y el bienestar podrán distraernos, pero contra los que ni la ciencia, ni la industria, ni el bienestar conseguirán que nos rebelemos nunca.

Podría darse que todo lo que acabo de contar, y sería bello que se diese, sea propio de una utopía fácil. No sé verdaderamente si sucederá, de hecho, sé que no sucederá, pero esto no me impide proponerlo. Pienso muy poco en el futuro, podría decir que el futuro no existe, porque cuando el futuro es, ya es presente. Quizás existan proyectos para el futuro, pero cuando estos proyectos son extensos, cuando pretenden proponer soluciones futuristas globales, entonces no me fío mucho, es más, no me fío en absoluto. Pienso ahora que toda la contemporánea y agresiva agitación para el fu-

turo, sobre el futuro, no es otra cosa que un modo melancólico para remover todos los fracasos, todos los miedos, todos los desastres, toda la violencia que el presente lleva consigo y desde los que el presente es dibujado.

Lo que se ve del futuro en el horizonte no parece muy claro, no promete mucho: promete Internet, fusiones entre bancos potentes, viajes en grupo y el Club Mediterranée dando la vuelta al mundo, promete SIDA, aviones más veloces, clonar cabras y ovejas, promete niños vía masturbación solitaria congelada y pornografía, promete minas antipersona cada vez más eficaces, cañones cada vez más rápidos, televisores más planos, promete un espacio cada vez más lleno de fragmentos voladores de diversas máquinas, cada vez más lleno de noticias bien controladas y bien gestionadas, promete siempre felicidad.

Conozco algunos jóvenes que estimo mucho. Como yo, también ellos viven perplejos, pero también son fuertes. Espero que continúen pensando, pensando, pensando; pensando ideas que recojan en sí mismas la idea de la colaboración, la paciencia y la compasión, que contengan curiosidad, perplejidad, incertidumbres y una fatigada calma.

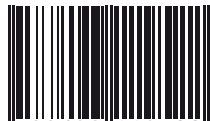
Espero que los jóvenes especiales no dejen nunca de pensar, no sólo en lo cotidiano, sino también en los destinos que son distraíentemente excitados, acelerados por lo que hay de secreto, oscuro, desconocido, peligroso, más allá de las cosas cotidianas.

Ettore Sottsass

Diseñador. En 1958 inició su colaboración durante más de treinta años con Olivetti dentro de la división electrónica, en la que diseñó, entre otros objetos, máquinas de escribir eléctricas y portátiles. En 1981 dio inicio, con colaboradores, amigos y arquitectos de fama internacional, al grupo Memphis, que se convirtió rápidamente en el símbolo del "nuevo diseño". Sus obras y proyectos pertenecen a las colecciones permanentes de varios museos, como el Centre Georges Pompidou o el Victoria&Albert Museum. Ha recibido varios premios y distinciones, como ser nombrado Grande Ufficiale por la Orden al Mérito del Presidente de la República de Italia en 2001.

Este libro se acabó
de imprimir en
febrero de 2006
en los Talleres Gráficos
de Hermanos Gómez

ISBN: 84-931195-2-0



9 788493 119522

**Istituto
Europeo
di Design** 