

Cuadernos de Diseño



Istituto Europeo di Design



ARJOWIGGINS

Cubierta impresa en
Rives Design
Blanco Natural de 425 gr.
por cortesía de
ArjoWiggins

Cuadernos de Diseño



Pensar / proyectar el futuro

número 1

Edición: **Francisco Jarauta**. Coordinación: **Patrizia Lipari**, **Marisa Santamaría** y **Pedro Medina**. Traducciones de Santiago Miranda y Ezio Manzini: **Pablo Jarauta**; de Carmelo Di Bartolo, Roberto Montanari y Aldo Colonetti: **Pedro Medina**; de M. Augé: **Antonio García Álvarez**. Diseño y maqueta: **Estudio Manuel Estrada**. Imprime: **Hermanos Gómez**. Publica: **Istituto Europeo di Design Madrid** (Larra, 14. 28000 Madrid. Tel: 91 448 04 44) y **Barcelona** (Torrent de l'Olla, 208. 08012 Barcelona. Tel: 93 238 58 89). www.ied.es. ISBN: 84-931195-2-0. Depósito Legal: M-30309-2004

S U M A R I O

9 Presentación

Francisco Jarauta

REPENSAR LA CULTURA DEL PROYECTO

29 Cinco palabras antes de que todo cambiase

Santiago Miranda

51 Artefactos. ¿Diseño o *styling*?

Ramón Benedito

65 Forzando acontecimientos. Hacia el fin de los objetos

Juli Capella

77 Complejidad, diseño y sociedad

Carmelo Di Bartolo y Roberto Montanari

95 El diseño del futuro: lo bello es útil, no sólo necesario

Aldo Colonetti

CONDICIONES CONTEMPORÁNEAS DEL DISEÑO

107 No-lugares y espacio público: el papel del diseño

Marc Augé

127 El mundo-como-podría-ser.

Diseño y construcción social del futuro

Ezio Manzini

145 Nuevos diseñadores para otro diseño

Daniel Giraltd-Miracle

157 Una nueva lógica abierta

Manuel Gausa

171 Diseño: el plato principal.

Un análisis del futuro del diseño desde Buenos Aires

Alan Neumarkt

Miranda

Benedito

Capella

Di Bartolo

Montanari

Colonetti

Augé

Manzini

Giraltd-Miracle

Gausa

Neumarkt

Jarauta (ed.)

Miranda
Benedito
Capella
Di Bartolo
Montanari
Colonetti
Augé
Manzini
Giralt-Miracle
Gausa
Neumarkt
Jaraula (ed.)

Presentación

Francisco Jaraula

1. Pocas épocas como la nuestra se han visto sometidas a procesos de transformación que recorren por igual sus estructuras económicas, políticas, sociales y culturales. Estos procesos, que han venido a interpretarse bajo los conceptos de globalización y mundialización, son la causa de una nueva situación planetaria marcada por una creciente complejidad e interdependencia. Se trata de un nuevo orden del mundo que ha modificado cualitativamente el sistema de poder heredado de la Segunda Guerra Mundial, dando lugar a una nueva situación dentro de la cual son cuestionados buen número de postulados económicos, políticos y sociales, obligando a nuestra época a un difícil esfuerzo teórico para explicarse o interpretarse a sí misma, en la intención de una mejor comprensión de su propia complejidad.

Bastaría asomarse al debate sociológico de las dos últimas décadas para observar la intensa y apasionada dedicación a interpretar los procesos, las transformaciones que los acompañan y el posible futuro de la época en su deriva compleja y no fácil de analizar. El éxito inicial de sus conceptos como el de *postmodernidad*, cuyos usos y retóricas sirvieron en los ochenta para dar cuenta de las formas del arte y la cultura de las sociedades postindustriales,

tal como Touraine y Bell inicialmente habían analizado, dio paso a conceptos menos generales y más atentos a la valoración de algunos factores estratégicos o funcionales de los procesos de cambio. Se hablaba de *modernidad tardía* (Giddens), de *era global* (Albrow), de *modernización reflexiva* (Giddens y Beck), de *sociedad del riesgo* (Beck). En otros casos el análisis se centraba en aspectos relacionados con los nuevos conflictos o tensiones del proceso civilizatorio; como podían ser las nuevas formas de la identidad (Bauman, Haraway), el carácter abierto de la situación actual (Maffesoli), la constelación postnacional de lo político (Habermas) o los presupuestos de la democracia cosmopolita (Held), por referirme tan sólo a los aspectos más relevantes del debate. Por otra parte, están los esfuerzos tan notables como los orientados a construir una teoría general, capaz de implicar todos los niveles del mundo contemporáneo, tal como el trabajo que Castells ha desarrollado en su *sociedad de la información*, uno de los análisis más complejos y abiertos de la sociología actual. Unos y otros componen el laboratorio de ideas a partir de las cuales seguir desarrollando un trabajo crítico que abarque la complejidad de nuestra época, analizar los nuevos conflictos y postular aquellos principios que orienten su futuro. Y si bien es cierto que no podemos prever este futuro o saber cuáles serán los efectos finales de la globalización, también lo es que nos toca a nosotros definir el desafío central de una era global, repensando nuestros valores, nuestras instituciones y nuestras identidades de manera que la política pueda volver a ser un medio eficaz para las aspiraciones y exigencias humanas.

Esta relación abierta y crítica con la época se ha concretado en hipótesis interpretativas de singularidad actual. No se trata tanto de caer en una especie de fenomenología de hechos y acontecimientos que ocupan el horizonte de los comportamientos de las sociedades postindustriales. Se trata más bien de identificar el pliegue, el momento en que el proceso condensa su complejidad, es decir, el cambio de las estructuras anteriores con las que se habían configurado las llamadas sociedades industriales. La gran fascinación que cada vez más acompaña al estudio del siglo XIX se debe a la posibilidad de observar el proceso de formación de las sociedades modernas y su evolución hasta nosotros. El gran desafío actual es precisamente pensar ese cambio cualitativo que transforma lo moderno y da lugar a algo nuevo, arrastrando en el proceso de transformaciones todas aquellas desestructuraciones específicas que hoy podemos identificar a nivel económico, político, social y cultural. Un estudio como el coordinado por Held, *Global transformations: Politics, Economics and Culture* (1999), ofrece la gran ayuda de no sólo percatarse de la articulación interna que acompaña a los diferentes cambios, sino también a los efectos lógicos que de ellos se derivan. Desde el punto de vista del análisis hay que pensar al mismo tiempo la transformación de las estructuras que quedan atrás y los procesos abiertos que inducen las nuevas estructuras de poder, las nuevas instituciones, los nuevos estándares culturales. Es un complejo espacio de relaciones y conflictos que no puede abarcarse con ninguna teoría general, y que obliga al pensamiento contemporáneo a un desafío de análisis y crítica en el que se dan la mano los diferentes mo-

mentos de la historia moderna, sus sujetos sociales, sus instituciones, sus formas culturales.

Han sido también Beck, Giddens y Lash quienes han sugerido el concepto de *modernización reflexiva*, entendiendo por tal la condición de análisis e interpretación crítica de todos aquellos procesos que dieron lugar a las sociedades modernas, y que hoy se ven abocadas a una nueva estructuración. Más allá de fáciles mecanismos o complacientes neodarwinismos, el verdadero desafío del pensamiento social contemporáneo es pensar el cambio complejo que caracteriza nuestra época. ¿Se podrá hablar entonces de una nueva modernidad o de una segunda modernidad tal y como afirma Beck? No se trata de ponernos de acuerdo respecto a denominaciones semánticas, el problema es principalmente teórico y político. Las dificultades que acompañan el proceso a la hora de identificar el futuro de la globalización no pueden relativizar la necesidad de un análisis más cercano a los efectos que se derivan del proceso mismo de globalización. Hay que pensar con la mirada puesta en las dos orillas: la de las transformaciones y cambios que dejan atrás un mundo y unos tipos de sociedad profundamente sacudidos por las revoluciones silenciosas del mundo contemporáneo, y aquella otra en la que ya se adivinan las características de un nuevo mundo. Se trata de identificar las tendencias que orientan los procesos y los efectos que de ellos se derivan. En el eje articulador de las mismas se puede construir una perspectiva capaz de abrazar la complejidad y sus consecuencias.

De acuerdo a la perspectiva adoptada, el análisis se orienta en una u otra dirección. Unas veces el énfasis recae sobre los efectos ne-

gativos que acompañan al cambio. Estos efectos pueden individuarse por igual en aquellos aspectos que tienen que ver con cuestiones relativas; por ejemplo, con la identidad o con las formas de lo político. La identidad se ha convertido en una de las cuestiones más obsesivas y difíciles de resolver del mundo contemporáneo. La relativización de los referentes culturales y simbólicos del mundo moderno ha convertido la identidad en una experiencia problemática, dando lugar a una reflexión cargada de una identidad extraña, deudora de la pérdida de seguridades que acompaña su problematización. E igualmente acontece con lo político una vez que su lugar, el Estado-nación, se ve superado por instancias de poder supraestatales, lo que conlleva un relativo vaciamiento del espacio político clásico. Este desplazamiento de lo político hacia otras instancias de poder obliga a redefinir los espacios de la política, como también los de la democracia. La aparición de nuevos agentes económicos, capaces de supeditar a sus intereses las decisiones de los poderes políticos, ha problematizado una vez más la autonomía de lo político, para dar lugar a nuevas formas de dependencia y decisión que podemos ya observar en diferentes niveles de las relaciones económico-políticas. Consiste en un desplazamiento de lo político que adquiere una relevancia principal cuando las decisiones acerca de la humanidad más desfavorada se ven cautivas del sistema de intereses planetario, regido por criterios ajenos a la defensa del bien común, entendido en términos emancipatorios. 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 ad-

ministrado fundamentalmente desde el sistema de intereses, ajeno a los fines morales que en la tradición moderna se habían constituido como horizonte protector de la dignidad. Fuera de él crece la barbarie que funda lo injusto. Se trata de una situación que exige y urge la creación de una conciencia planetaria capaz de planear desde la perspectiva de la época y de sus conflictos un proyecto político que haga suya la nueva complejidad, y que construya las mediaciones necesarias –sujetos y prácticas sociales– capaces de establecer una nueva orientación del mundo contemporáneo en sus diferentes niveles y estructuras.

Es éste el horizonte de la discusión y de la crítica. Frente a las incertidumbres de la época –Bauman ha insistido en la génesis y comportamiento de tales incertidumbres– un trabajo que haga posible una nueva perspectiva desde la que pensar la complejidad del mundo contemporáneo, sus transformaciones y su futuro. Un futuro que ya está presente en los conflictos y tensiones actuales, pero que precisa de la intervención de nuevos sujetos políticos atentos al reconocimiento de un orden del mundo distante de los postulados morales que la modernidad pensó como fundamentales.

2. Es a la luz de estos problemas que ha cobrado una relevancia indiscutible la cuestión de la identidad cultural. Lo que a principios del siglo XX se presentaba como una incipiente reflexión –tantas veces planteada bajo las retóricas de la supuesta identidad nacional–, a finales del mismo ha pasado a ser una cuestión central para todo tipo de estudios y análisis, preocupados por la interpretación de los procesos configuradores del mundo contemporáneo. Las di-

ferentes tradiciones críticas que más eficazmente han colaborado a definir el problema, han hecho posible un tipo de análisis que abarca tanto su perspectiva histórica como sus implicaciones críticas. Para unas y otras resulta claro que las supuestas identidades culturales nunca son algo que venga dado, sino que se construyen colectivamente sobre la base de la experiencia, la memoria, la tradición, así como de una amplia variedad de prácticas culturales, sociales, políticas. Este proceso debe ser pensado históricamente, es decir, a partir del sistema de relaciones que han definido los diferentes mundos culturales, a veces desinteresados por mostrar la lógica de sus propias identidades e imaginarios. Obviamente estos procesos no son autónomos. Por el contrario, operan dentro de un dinámico sistema de interdependencias, cuya lógica no es ajena a las relaciones de dominación que han regido entre las diferentes culturas. Foucault y Said, pero también Gayatri Spivak, Rey Chow o Homi K. Bhabha, entre otros, han mostrado el comportamiento de los mundos simbólicos en conflicto. Para estos análisis es necesario que afirmemos nuestras densas particularidades, nuestras diferencias, tanto las vividas como las imaginadas, pero ¿nos podemos permitir dejar de teorizar la cuestión de cómo nuestras diferencias están emparentadas y, sin duda, jerárquicamente organizadas? ¿Nos podemos permitir, en otras palabras, tener historias completamente diferentes o vernos a nosotros mismos como si viviéramos –y hubiéramos vivido– en espacios completamente heterogéneos y distintos? Estas interrogaciones que S.P. Mohanty nos plantea no son sólo intenciones, sino que se presentan como verdaderas orientaciones metodológicas.

La perspectiva postcolonial –tal como está siendo desarrollada por comparativistas y teóricos de la cultura– ha abierto nuevas perspectivas a cuya luz las relaciones de interdependencia son estructuralmente fundamentales a la hora de definir los diferentes universos culturales, que anteriormente eran considerados autónomos. Desde este punto de vista, toda cultura debe ser entendida como la producción incompleta de significado y valor, a menudo constituida por exigencias y prácticas inconmensurables. La cultura se extiende para crear una textualidad simbólica, para darle a la cotidianidad un aura de individualidad, la promesa de placer –anota Homi K. Bhabha en *Nation and Narration*– que todo orden simbólico postula.

Este orden simbólico se complementa con el desarrollo de imaginarios paralelos, cuya lógica rige la deriva de identidades nómadas o mestizas, señaladas por la marca de su propia oscilación. Un ejemplo excelente para ilustrar esta tensión es la distinción entre Occidente y Oriente y su desarrollo en la literatura, la pintura y la música europeas del siglo XIX. Desde el ya clásico *La Renaissance orientale* de Raymond Schwab a *Orientalism* de E.W. Said –texto de referencia para cualquier discusión contemporánea sobre el problema– puede seguirse un larguísimo proceso de relaciones e interferencias sobre las que se han construido los modelos de lectura e interpretación con los que Occidente mira Oriente. No se trata de establecer una arqueología de esta mirada, sino de reconstruir el proceso con el que Occidente ha ido definiendo el rostro del Otro, que halla bajo las formas ajenas a su identidad, sea cual sea su especificidad cultural. El gran laboratorio teórico y crí-

tico que representa hoy el debate contemporáneo sobre el Orientalismo, trasciende la problemática específica de la que parte, para postular hacia delante nuevas formas de aproximación a la discusión contemporánea sobre la identidad.

Hoy resulta obvio el carácter híbrido y mestizo de todas las culturas, más allá de las retóricas de dominación con las que algunas quieren o pretenden defender su carácter de excepción. Gracias a los esfuerzos realizados por historiadores como Hobsbawm y Ranger (*The invention of tradition*) o Martin Bernal (*Black Athena*), sabemos cómo las tradiciones pueden ser inventadas, construidas a partir de herencias silenciadas o manipuladas. Hay momentos que necesitan definir políticas fuertes de la identidad, hasta el extremo de poder desarrollar mecanismos de exclusión de todo aquello que no se corresponda con los propios estereotipos culturales. Frecuentes conflictos contemporáneos tienen en la base esta dificultad. Los nacionalismos, los fundamentalismos –habría que hacer las oportunas diferencias conceptuales entre unos y otros– aplican frecuentemente en defensa de su propia identidad cultural mecanismos tantas veces excluyentes, marcados por formas de intolerancia y violencia. Frente a estas estrategias, es necesario construir una mirada abierta a la complejidad de una época profundamente multicultural. Si se habla hoy de una cultura de la postidentidad –*Cultures in-between*, dirá Bhabha–, es para indicar los procesos de desplazamiento que descentran y permeabilizan los referentes tanto simbólicos como imaginarios de las culturas contemporáneas. Analizar estos desplazamientos es algo más que un simple ejercicio crítico. Se trata de ir más allá de ciertos planteamientos

que se agotan en una reflexión más o menos edificante. Ir más allá significa en este caso replantearnos las profundas limitaciones que tiene nuestro concepto liberal de comunidad cultural. Los debates contemporáneos sobre multiculturalismo y comunitarismo han abierto un amplio espacio de discusión al que debemos remitirnos. Una sociedad cada vez más compleja como la nuestra debe asumir desde su propio funcionamiento la idea de diferencia. Lenguas, etnias, géneros, etc. son la base estructurante de una diferencia que debe reflejarse en la mirada de quien la interpreta, pero también en la política de quien orienta sus problemas y propone su solución. Se trataría de construir conceptos suficientemente abiertos que nos permitan pensar las nuevas situaciones, los nuevos conflictos. En definitiva, lo urgente es construir modelos de interpretación próximos a las complejidades crecientes que nos permitan no sólo adecuar nuestra mirada, nuestra lectura, nuestra escritura a esta nueva perspectiva, sino que haga también posible una política que, lejos de supuestos privilegios administrados desde imaginarias identidades, nos acerquen a nuevas formas de tolerancia y libertad.

3. Sin duda alguna, uno de los aspectos más importantes del proceso de mundialización hace referencia a las transformaciones culturales del mundo contemporáneo. Una lectura complaciente –frecuente a lo largo de la última década– ha insistido en una comprensión de la época, más a partir de una cierta fenomenología de los hechos que desde el análisis radical de las causas. Más que de efectos, los analistas de turno preferían una descripción de aque-

llos aspectos de las formas de la vida, privada y pública, y de los saberes y discursos que las representaban: ciencia, moral, arte, política, como algo ahí, fáctico, entendiéndolo como algo naturalizado, casi gratuito. El límite de una determinada teoría de la época ha sido sin duda su reduccionismo a la hora de establecer el marco adecuado del análisis, al igual que su desinterés por postular un tipo de crítica que fuera más allá del simple reconocimiento. Esta aparente ingenuidad ha generado una cierta incompetencia, demostrada hoy a través de su incapacidad para dar cuenta de la nueva situación. Y el mapa que los analistas postmodernos nos presentaban de un sujeto disperso, perdido en el laberinto de signos y simulacros, acompañado siempre por un extraño regocijo compensatorio, no sólo no lleva a ninguna parte, sino que ha dejado de interpelar al nuevo sujeto de esta época. Como también aquella protegida e idealizada neutralidad de una cultura profundamente estetizada que creía en una superación mágica del capitalismo o, por lo menos, en una confortable reforma del mismo, que se ve hoy sometida a la evidencia de ciertos hechos que, por no citar los más dramáticos, la interpelan, mostrando cómo más que de una superación, de lo que se trata es de una generalización de una forma de capitalismo todavía más pura, por la que los modos industriales han alcanzado esferas que antes le eran ajenas (tales como la comunicación, el arte, etc.), reconduciéndolas a una cierta lógica general del sistema y haciéndolas derivar en última instancia a la forma de mercancía, es decir, a producto, que asume, más allá de un supuesto sentido primero, otro, el del uso y valor que el sistema de la cultura le adscribe.

Ha sido F. Jameson quien ha señalado, en la línea de la argumentación aquí seguida, cómo la concepción de la postmodernidad hay que plantearla más en términos históricos que estéticos. Nunca se subrayará demasiado –dice Jameson– la diferencia radical entre un punto de vista que considera la postmodernidad como una opción estética entre muchas otras y aquella que intenta conceptualarla como la pauta cultural dominante de la lógica del capitalismo avanzado; de hecho, estas dos visiones dan lugar a dos maneras muy distintas de tematizar la totalidad del fenómeno: por una parte, juicios morales y, por la otra, un auténtico esfuerzo teórico para pensar nuestro tiempo presente dentro de la historia.

Enfocar la cuestión de acuerdo a esta segunda hipótesis exige abrirse a una lectura que acoja la complejidad de este último proceso histórico, planteando desde ahí el problema mismo del destino de la cultura en general y, más concretamente, el problema de la función de la cultura en la era del capitalismo avanzado. Si algo ha caracterizado, a lo largo de estas últimas décadas, el comportamiento de la cultura ha sido precisamente la modificación de su función social. Aquella “cuasi-autonomía” de lo cultural que caracterizó otras épocas, es decir, su existencia utópica o fantasmal, por encima del mundo práctico-vital, en una gama de modalidades que va desde la legitimación a la posición crítica, ha quedado hoy reconducida a un espacio homogeneizado, cuya lógica no es otra que la inducida por un proceso más amplio, que hace que aquellas formas de la cultura que en la tradición moderna se mantuvieron como distancia crítica, cedan ahora a la neutralización de su disponibilidad y autonomía. Ha sido el mismo Jameson el que ha indicado

cómo el espacio de la postmodernidad ha abolido literalmente las distancias (incluida esta “distancia crítica”), imponiendo un orden aparentemente diseminado y tolerante, pero en última instancia uniformado y despótico.

Es frente a esta generalizada homogeneización que debe definirse el nuevo proyecto crítico, capaz no sólo de recuperar aquella distancia, a la que Jameson se refiere, sino de postular otras líneas de intervención que impidan aquella neutralización simbólica del imaginario y la memoria, recuperando un saber y una pasión que se resisten a reconocerse en la forma final de la reificación mercantil. Es así que podría de nuevo plantearse la cuestión del destino de la cultura, recuperando no sólo otros espacios de la experiencia –Bataille hablaba de un “secuestro” de la experiencia y exigía la reivindicación de una “experiencia interior”–, sino también la construcción de nuevos mapas, otra cartografía, para representarnos un orden de las cosas, más complejo y dramático del que estamos acostumbrados a pensar.

4. Esta misma tensión recorre la cultura del proyecto entendida en su dimensión más amplia. Arquitectura, *Design* se ven interrogados desde parámetros diferentes pero complementarios acerca de las estrategias y procedimientos que les permitan intervenir en la decisión sobre nuevas condiciones civilizatorias. Frente a una cultura del proyecto, próxima al Movimiento Moderno, definido a partir de propósitos e intenciones universalistas –bastaría leer los primeros manifiestos de Gropius o Mies van der Rohe–, nos encontramos hoy con un escenario determinado por condiciones to-

talmente diversas y que, al límite, tienen que ver con las nuevas condiciones civilizatorias y los estándares culturales que las definen. A este efecto, es importante atender los aspectos propiamente antropológicos, ligados a las transformaciones de las formas de vida y los estilos que las acompañan, implementados en un contexto en el que el mercado y la comunicación son los dos grandes agentes que intervienen en el proceso de innovación y cambio de las sociedades contemporáneas. Igualmente, la generalización de nuevos sistemas de conocimiento, derivados hacia tecnologías poderosas, capaces de procesos inéditos, han hecho posibles sistemas nuevos de objetos que, en su conjunto, configuran el hábitat humano contemporáneo.

Paralelamente a este proyecto, ha surgido una conciencia de los límites que, más allá de posiciones estetizantes, quiere establecer los grandes principios éticos que hagan innegociables el respeto y la conservación de la naturaleza, al tiempo que garanticen nuevas políticas que regulen la proyectación y los sistemas de vida. Nadie duda que de la construcción de nuevos estilos de racionalidad, junto a la aplicación de los mismos a la producción, depende la posibilidad de una cultura que asegure la dignidad de lo cotidiano y la habitabilidad misma del planeta.

Estas circunstancias, que inciden directamente en la orientación de la cultura contemporánea, obligan a repensar los parámetros de la llamada cultura del proyecto, es decir, a buscar una nueva cultura industrial, capaz de afrontar la complejidad y límites del sistema en el que actuamos, haciendo de esta complejidad y de estos límites el estímulo y el terreno de crecimiento de nuevas po-

sibilidades. Lo que está en juego, más allá de fáciles optimismos ilustrados, es la construcción de nuevos escenarios que indiquen en términos prepositivos las posibilidades de un mundo en el que funcione como estrategia lo que Ezio Manzini define como una “ecología del ambiente artificial”. En efecto, si por una parte resulta urgente establecer nuevos criterios éticos frente a la experiencia del límite, simplemente para evitar la catástrofe; por otra —y ésta es la tarea del proyectista de la nueva cultura—, se hace necesario conectar lo que técnicamente es posible con aquello que es culturalmente deseable en el contexto de la creciente sensibilización ambiental.

Esto supone, ante todo, repensar la clásica cultura del proyecto moderno que surge de una realidad productiva, social y cultural, que corresponde a principios de siglo, y que alimentó en sus programas un optimismo racionalista contrastado ahora con los hechos, para más allá de los mismos consolidar nuevos códigos lingüísticos y de funcionamiento, nuevos estándares cualitativos que se adecuen a las condiciones actuales de la cultura y hagan posible la realización optimizada de sus recursos. La construcción de estos nuevos lenguajes es, sin duda alguna, la tarea de la nueva cultura del proyecto atenta a recorrer e interpretar la nueva complejidad y a construir sobre esa *Blurring Architecture*, como sugiere Toyo Ito, o aquel sistema de objetos que dignifique en los contextos arriba comentados la condición humana.



REPENSAR LA CULTURA DEL PROYECTO

Miranda
Benedito
Capella
Di Bartolo
Montanari
Colonetti
Augé
Manzini
Giralt-Miracle
Gausa
Neumarkt
Jaraola (ed.)

Cinco palabras
antes de que
todo cambiase

Santiago Miranda

Premisa

Las breves notas que siguen son la parte que me corresponde de una conferencia celebrada en la Royal Society de Londres en marzo de 2001. Fue un mano a mano con Perry King, ambos presentados por Norman McNally.

Las escribí en enero del mismo año y, aun perteneciendo a un mundo cuyas reglas han sido barridas por el horror, la guerra, la inseguridad y la evidencia de la injusticia, son reflexiones que –creo– tocan aspectos importantes de la relación del proyectista con su entorno, tanto ayer como –espero– mañana.

Organizadas como fragmentos, estas reflexiones giran alrededor de cinco palabras: *Exploración, Tiempo, Recompensa, Representación y Percepción*; palabras que siento centrales en la práctica del proyecto, pero que no pertenecen al argot endogámico del diseño. “La conquista del Vellochino de Oro” tampoco pertenece a ese mundo y, sin embargo, acompañar a Jasón en su viaje fue no sólo placentero, sino muy instructivo.

Milán, enero 2004

Exploración

El recorrido de la exploración es siempre cambiante. Su *motto* no es la línea recta. La exploración tiene algo de errático y dubitativo. El explorador sabe que no sabe y, por tanto, no busca: su objetivo no es encontrar, sino conocer. El explorador tiene una predilección por las encrucijadas y ha aprendido a acariciar los argumentos sin penetrarlos, sabe que explorar quiere decir pasar una y otra vez por los alrededores de lugares y conceptos, percibiéndolos cada vez desde una perspectiva diversa hasta llegar a poseerlos.

Explorar quiere decir rastrear y recorrer, sondear y escrutar, indagar e inspeccionar. El explorador sabe que la memoria es mala consejera y desconfía de ella, por esto conserva sus apuntes en libretas, traza mapas, recoge documentos y, sobre todo, se deja guiar por la intuición volviendo sobre sus pasos por sendas ya conocidas.

Vagabundeando sin rumbo fijo, al explorador le encanta entrecruzar las sendas de su deambular de un modo que sólo a un observador distraído podrá parecerle casual. Tales cruces son los puntos de referencia que, una vez concluida la exploración, le ayudarán a reconstruir el mapa del trayecto. Los mapas del explorador y los diseños del proyectista documentan del mismo modo el territorio explorado.

El proceder del diseñador recuerda al de los barqueros que, en ciertas marismas o zonas pantanosas, hacen avanzar sus pequeñas balsas no con la propulsión de los remos, sino empujándose con largas pértigas que apoyan en el fondo. Este casi caminar sobre el agua, utilizando una larga vara, cual prótesis del cuerpo, para discurrir entre islotes, verdaderos y presuntos, zigzagueando y ne-

gándose a la línea recta, tiene algún parecido con la toma de conciencia y el lento aproximarse al objetivo necesarios en la actividad de proyectar.

El barquero sabe que el fondo cambia continuamente y que la laguna nunca es la misma. Entre el ir y el venir, la ruta ha cambiado ya. Paralelamente, el proyectista sabe que durante el proceso del diseño, desde la gestación de la idea hasta la producción final, deberá avanzar con sumo cuidado, evitando conceptos apriorísticos y automatismos.

Este largo viaje es especular, solitario a la ida y coral al regreso. Regreso que comenzará el primer día de la distribución para terminar cuando el último ejemplar se haya retirado del mercado, cerrando así un ciclo comenzado, a veces, muchos años antes.

Los productos industriales se realizan para servir de ayuda al consumidor. A nosotros, los diseñadores, corresponde el placer y la responsabilidad de pensar, explorar, concebir y desarrollar, en soledad o con reducidísimos grupos de profesionales, dichos objetos: ése es el solitario viaje de ida, tejido de exploraciones y encrucijadas, dudas, cavilaciones, cambios de rumbo y verificaciones; sin embargo, en cuanto ha comenzado la distribución, al encontrar el producto la función natural para la que ha sido pensado y realizado, sucede que el consumidor se apropia de él en las formas más disparatadas y personales. En ese momento comienza el viaje de regreso, ahora ya conjunto: una andadura en la que los diseñadores veremos —a veces con placer, a veces con disgusto, pero siempre maravillados— cómo emplea el usuario nuestras criaturas. Esta vuelta hacia atrás a través del proyecto es también una exploración de nuestras ex-

pectativas, de lo que habíamos deseado para el producto y de cómo habíamos imaginado sus relaciones con el usuario.

La exploración del proyectista es una tarea doble, como la del barquero: evidente y gobernada por el ojo a ras del agua; ciega y guiada por el tacto en lo profundo. Este proceder nuestro, lineal y aparentemente fluido sólo en superficie, se apoya en otros conocimientos profundos, invisibles como el fondo del canal.

Cuando Jasón llegó a Yolco, tras largos años de aprendizaje con el centauro Quirón, que le había enseñado el arte de la medicina, sorprendió a todos. Era un jovencuelo arrogante que se cubría con una piel de pantera, llevaba dos lanzas, una en cada mano, y calzaba sólo la sandalia derecha. Sus conciudadanos exclamaron al verlo: “¡un diseñador!”, nadie lo vio como un médico.

Cuenta la tradición que Jasón había elaborado una sofisticada teoría sobre el doble modo de enfocar los problemas, la cual podría explicar su obstinación en llevar las dos lanzas que, ocupándole ambas manos, le impedían beber en las fiestas. Creció así su inmerecida fama de morigerado. Jasón no era abstemio: sólo estaba malditamente ocupado en manejar sus dos lanzas y evitar pisar la inmundicia con su desnudo pie izquierdo. Ese pie izquierdo desnudo suyo está en la base no sólo de su historia, sino también de los significados que algunos diseñadores ven en ella.

Era evidente que alguien vestido de tal forma andaba por ahí buscándose serios problemas, y Jasón los encontró nada más llegar, justo a mediodía, en la plaza central, donde su tío Pelias, que no lo reconoció, estaba celebrando un sacrificio. Ya se sabe que a quien oficia un sacrificio –tanto entonces como ahora– le molesta que la

atención del público se distraiga con los que llegan tarde, con la aparición de bellísimas damas o con el sonido de un teléfono móvil. El oficiante miró hacia el gentío y vio avanzar a Jasón entre la curiosidad general, caminando apoyado sobre las dos lanzas, cual esquiador de fondo, y calzado sólo a medias. Pelias, como todos los usurpadores, creía ciegamente en los oráculos, el último de los cuales, aquella misma mañana, le había advertido que desconfiase del hombre calzado sólo de un pie.

Tiempo

Al sexto día de su llegada a Yolco, Jasón fue a ver a su tío Pelias (el regente) para exigir el poder que le correspondía por derecho. Poder que su padre Esón había confiado a su hermanastro sólo hasta que Jasón alcanzara la mayoría de edad. Al presentarse, Jasón expuso el motivo de su visita y solicitó con gran seguridad el reino. Pelias, a pesar de estar preocupado por el oráculo, quiso ganar tiempo, pues ahora sabía qué era lo que impulsaba al hombre que calzaba una sola sandalia.

“Un buen rey no se improvisa” –dijo– y para estar seguro de la capacidad de juicio de su sobrino, le planteó una pregunta. Jasón aceptó la prueba y respondió a la pregunta y, sin sospecharlo, firmó su destino. Pelias le preguntó qué castigo impondría a un súbdito que conspirase contra su rey. Jasón respondió que lo enviaría a la conquista del Vellocino de Oro. Esa respuesta se le volvió en contra, pues a Pelias le faltó tiempo para imponérselo. El Vellocino de Oro consagrado a Ares por Eetes, rey de Cólquide, estaba vigilado por un feroz dragón.

Los seis días que transcurrieron entre la llegada de Jasón a su ciudad natal, despertando en su tío terror por lo que el oráculo le había sugerido, y su demanda al mismo del poder que le correspondía, constituyen un tiempo asimétrico, desigual para ambos. No avanza a la misma velocidad para Pelias que para Jasón. Para el primero, se trata de seis días de angustia, aunque también de reflexión, cálculo, preparación de una o varias estrategias para defenderse del hombre con un solo pie calzado que, tarde o temprano, llegará hasta él. Para Jasón, en cambio, ese mismo tiempo transcurre relajadamente, es un momento de contemplación y admiración del reino que al final será suyo. Un tiempo que pasa raudo como unas vacaciones.

Esta asimetría será decisiva durante el encuentro clarificador entre tío y sobrino. Jasón, seguro, altanero y agresivo –tiene dos lanzas, pero no dos estrategias–, presiona para obtener lo que le corresponde, y está convencido de que la fuerza lo puede todo. Pelias, en cambio, cuya experiencia le ha dado gran destreza para moverse entre las intrigas de palacio, sabe sacarle ventaja a Jasón cuando, fingiendo preocupación por sus súbditos, le hace afrontar una especie de examen de idoneidad. En ese momento Jasón no ha perdido la guerra, pero sí su primera batalla.

Sin dar a Jasón el papel del diseñador y a Pelias, el del cliente –o viceversa–, vale la pena reflexionar sobre la distinta percepción del tiempo que tienen ambos durante la fase del proyecto. El aspecto más fascinante de la relación entre Pelias y Jasón no es la lucha por el poder, sino el continuo cambio de papeles y el compartir, aun siendo sólo instrumentalmente, la visión del otro. Pe-

lias y Jasón se necesitan recíprocamente, como la industria y el diseñador. Esta consideración de las relaciones entre ambos y de sendas visiones del tiempo es para nosotros un paradigma del desarrollo del proyecto.

Un síntoma de la especificidad de nuestro tiempo está en el tipo de pregunta que, cada vez con más frecuencia, el cliente (la industria) plantea al diseñador. Una pregunta que, escondida tras una prueba de idoneidad, oculta un cambio de papeles. De forma análoga a aquella pregunta que Pelias lanzó a Jasón, hoy los diseñadores son apremiados por una serie de reiterados interrogantes: “Dime dónde, cómo y qué harías si estuvieras en mi lugar”.

Estas preguntas abiertas, aparentemente simples, que nunca forman un entorno preciso o un cuadro de referencia medible, son la puerta maestra por donde está pasando la innovación conceptual, funcional y constructiva, además de formal, de los productos. Creemos que es extremadamente negativo para nosotros los diseñadores no tomar conciencia del hecho de que, por una parte, estamos transformando nuestro entorno de un modo totalmente diferente del que había en el pasado; pero por otra, se nos reconoce cada vez menos el crédito y la responsabilidad de ese cambio.

A fuerza de hablar de todo el esfuerzo que la industria está realizando para acoger los cambios de nuestro tiempo, se habla cada vez menos de los continuos estímulos que –en términos conceptuales, culturales y metodológicos– estamos proporcionando los diseñadores a la sociedad contemporánea.

Hace poco nos vimos en la situación de tener que analizar una de esas preguntas abiertas relativa a un nuevo producto. Se trataba

de un aproximativo *briefing* conceptual, un texto redactado por una gran industria europea, extremadamente automatizada, con un *know-how* envidiable y una altísima calidad de producción. No serían más de diez líneas a doble espacio y en cuerpo 14, con palabras como innovación..., mercado..., flexibilidad..., recursos humanos..., *value for money*..., sinergias... Había también una serie de pérfidos adjetivos y neologismos como “glocal”, utilizados para cautivar ingenuos y con significados tan elásticos como la moral del autor del documento. Pero en la tercera o cuarta línea, escondida entre un guiño al posible mercado y una cínica –o mejor dicho– no realista previsión sobre la movilidad de las personas, aparecía la frase que, a nuestro parecer, era la constatación por escrito de la inminente revolución: “La producción seguirá a las formas”. No hay dudas: las cosas están cambiando.

Recompensa

No está claro que Jasón considerase especialmente difícil la conquista del Vellochino de Oro ni que vislumbrara en la sugerencia de aquella prueba un determinado prestigio cara al trono o un signo de la clarividencia ideal de un monarca. Quizás pensaba que si un súbdito conspiraba contra un rey, más que un castigo, merecía ser sometido a heroica prueba, para crear una automática paridad entre la magna tarea de superarla y quien se lo imponía. En pocas palabras: un castigo análogo a la arrogancia del delito cometido. Algunos poetas sostenían que tal idea se la había aconsejado Hera, que deseaba hacer venir a Medea de la Cólquide para que matara a Pelias, con quien estaba descontenta. Parece que no le rendía

los honores a los que ella creía tener derecho. No nos es dado saber si esta opinión de los poetas nace del hecho de que, muchos años después, Medea causara, con sus encantamientos, la muerte de Pelias, convenciendo a sus hijas de hervirlo en una olla con el pretexto de rejuvenecerlo. En cualquier caso, sin Medea difícilmente Jasón habría conquistado el Vellochino de Oro.

Jasón se puso manos a la obra: en primer lugar, mandó atravesar toda Grecia a un mensajero para que comunicara la inminente salida de la expedición. No tardaron en llegar los más valerosos héroes. En segundo lugar, Jasón pidió ayuda a Argo quien, bajo consejo y según el proyecto de Atenea, construyó una nave para llevar la expedición hasta la Cólquide. La nave, llamada Argo, fue construida en Págasas, un puerto de Tesalia, y llevaba cincuenta remeros. La madera provenía del Pelión, excepto la pieza de proa: un fragmento de la encina sagrada del oráculo de Dodona –regalo de la propia Atenea– al que le había sido concedido el don de la palabra y el de la adivinación. Dicha proa revelaría más tarde la cólera de Zeus y aconsejaría a los argonautas que llevaran a cabo los ritos purificadores cerca de Circe, durante el viaje de vuelta.

Los argonautas eran cincuenta o cincuenta y cinco, de los cuales nos han llegado diversos elencos de nombres. Las listas más fiables son las que realizaron Apolonio de Rodas y Apolodoro que, concordando en numerosos nombres, representan la base más segura de la leyenda.

Además de Jasón y Argo –el constructor de la nave–, otra figura importante fue Tifis –el timonel– al que Atenea le había enseñado el arte de la navegación, hasta entonces desconocido. Tifis mu-

rió en el país de los Mariandinos y fue sustituido por Ergino, hijo de Poseidón.

Orfeo, músico tracio, tenía por tarea dar las cadencias a los remadores y contrarrestar con sus cantos los de las sirenas. Había entre los argonautas bastantes adivinos como Idmón, Anfiarao y el lapita Mopso. El heraldo de la expedición pudo ser Etálides, un hijo de Hermes, si bien su nombre no aparece en la lista de Apolodoro. Completaban el grupo de los protagonistas Cástor y Pólux, hijos de Zeus y Leda, y sus primos Ida y Linceo. Junto a ellos había un nutrido grupo de personajes, sobre los que las listas de Apolonio de Rodas y de Apolodoro sólo concuerdan en parte. Este grupo de personas trabajaba con un único objetivo, ayudar a Jasón a conseguir lo que le correspondía. No nos sorprende demasiado la porfía de Jasón, pero la de los demás... ¿cuál era su recompensa?

En esta historia, como en otras igualmente paradigmáticas que la tradición nos ha legado, no hay huella del mercado, de la oferta y la demanda, el consumo, los precios, la inversión, la renta y la amortización de semejante empresa. Hoy diríamos que se trata de una utopía antieconómica, cosas de Don Quijote o de las franjas más extremistas de la gente de Seattle.

Pero, entonces... ¿Por qué sentimos esa admiración por los argonautas, un equipo antieconómico y destinado a la quiebra? ¿Qué será de sus familias, sus hipotecas o sus préstamos a largo plazo? ¿Quién pagará sus impuestos, su seguridad social y sus pensiones? Esta gran contradicción, entre darlo todo y no recibir nada, debe esconder algún secreto.

La enseñanza más bella de la búsqueda del Vellochino de Oro no está en la recompensa. No parece que a su regreso Jasón hubiera insistido demasiado en recuperar el trono. Es más, cuando Medea hizo hervir al usurpador por medio de sus propias hijas, ambos se marcharon a Corinto donde otras peripecias les esperaban.

Sin embargo, si no es la recompensa, ¿qué es lo que pudo haber empujado a los argonautas? Quizás el trabajo como creación. La única recompensa imaginable para hombres que desconocen tanto el mercado como la idea utilitaria del mundo es la acción en sí. No hay premio más agradecido que ese cansancio provocado por el "haber hecho".

No pretendemos haber descubierto nada: lo sabíamos ya, sobre todo después de haber leído la respuesta que daba Oscar Wilde a quienes le hacían notar su aspecto descuidado: "Estoy muy cansado porque he pasado toda la mañana poniendo una coma y toda la tarde quitándola". No hay actividad más heroica que este trabajo.

Representación

El viaje hacia la Cólquide de los argonautas les reservaba muchas aventuras y peligros, pero ellos, como en toda historia interesante que se precie, encontraron siempre el modo de superarlos. Los peligros en el viaje de los argonautas están muchas veces ligados a la representación, exactamente como sucede a menudo durante el proceso del diseño. Porque se trata de un exquisito problema de diseño: ¿cómo representar aquello que se está creando para comunicarlo en su totalidad a los demás?

Se podría decir, con más propiedad, que la creación conlleva siempre, para el observador no implicado, un alto grado de fragmentación. En esta dinámica corremos el riesgo de leer el viaje de los argonautas como una serie de aventuras extraordinarias, cada una de ellas tan bella como las láminas de un antiguo libro ilustrado o como fragmentos de películas vistas durante el aburrido *zapping* en una noche de insomnio o, incluso, como recuerdos de aquellos estudios que realizamos tantos años atrás. Lecturas que, subrayando todas ellas lo extraordinario de las situaciones, ofrecen una visión incompleta del viaje y sus motivaciones. De ese modo, es como si todo se redujera a una serie de cuadros que nada nos dicen, así como nada nos dirían los diseños técnicos para la producción de una pieza industrial vistos aisladamente.

La enorme enseñanza de la historia de Jasón para el diseñador contemporáneo es la claridad con la que cada una de las representaciones de sus aventuras contribuye a la comprensión de todo su proyecto: “Recuperar lo que le pertenece”.

Recuperar lo que nos pertenece: la responsabilidad y el placer del proyecto. Ésa puede ser hoy la tarea común que nosotros, los diseñadores de hoy, calzados a medias, mal vestidos, impetuosos, armados sólo con el deseo y aquellas dos lanzas –que el tiempo ha ido metamorfoseando hasta convertirlas en un lápiz y un ratón–, pensamos tener que afrontar.

Los diseñadores somos maestros de la representación porque de nosotros se espera una fulguración, una imagen, una parábola que restituya densidad, espesor o sentido –sin importar que aparentemente parezcan cualidades momentáneas– a los productos.

Las técnicas de la representación son ahora más ricas, no sólo por el uso masivo de la *information technology*, sino sobre todo porque los consumidores, incluso antes que la industria, se están revelando increíblemente abiertos a aceptar una imagen de su mundo y, sobre todo, del modo en que los objetos –una vez los hayan elegido– los representan a ellos mismos.

Se dirá que esta apertura está produciendo una fragmentación del gusto, un tribalismo de la representación, un entrelazarse de formas y modos que conducen casi irremediabilmente a la cacofonía, tras un pasaje muy veloz por el más furioso *crescendo* del ruido de fondo.

En su travesía por los reinos más diversos, Jasón y los suyos, demuestran una gran concentración y empeño por acabar el trabajo comenzado. Incluso cuando, implicados en historias de amor y muerte, adulados o amenazados, los argonautas logran su objetivo porque no se dejan distraer por la búsqueda del consenso.

Búsqueda del consenso que ha pasado a ser la más tremenda distracción contra la que los diseñadores deben batirse. ¡Más que contra las sirenas! El coro del consenso prometido parece único, así como unívoco parece también el canto de las sirenas, pero es sólo una apariencia. Cada sirena representa una voz que solamente desde lejos parece idéntica a las otras. La verdadera seducción peligrosa no la representa el coro, sino voces individuales. Voces individuales que prometen consenso fragmentario y sectorial para al final no otorgarnos más que dudas.

La imagen de las sirenas encantadoras ha entrado, desde hace siglos, en nuestro imaginario común y, por tanto, podemos medirnos

en la contraposición, tan dolorosa, que opone concentración a distracción, independencia creativa a búsqueda del consenso.

Releyendo las aventuras de los argonautas y su capacidad para representar inequívocamente lo que estaban haciendo, hallamos un pasaje que parece describir a la perfección esa tormentosa relación –tan actual– que existe entre creación y búsqueda de consenso.

Jasón y los suyos, haciendo escala en Tracia, esto es, en la costa europea del Helesponto, se toparon con el reino de Fineo –un rey, adivino y ciego, hijo de Poseidón–, que había sido castigado por los dioses con una singular maldición: cada vez que se sentaba ante una mesa repleta de manjares, las Harpías, que eran seres mitad pájaros mitad humanos, se precipitaban sobre los víveres, cogían una parte y ensuciaban con sus excrementos los que no podían llevarse.

Los argonautas pidieron a Fineo que les hablara acerca del éxito del viaje que se disponían a continuar, pero el adivino no quiso dar respuesta alguna hasta que no lo liberaran de las Harpías. Jasón y los suyos le dijeron que se sentase a la mesa y cuando las Harpías se precipitaron, Calais y Zetes, que eran seres alados, como hijos del dios viento, se abalanzaron contra ellas hasta que, exhaustas, juraron no molestar nunca más al rey vidente. Liberado de esta maldición, Fineo reveló a los argonautas una parte del futuro, solamente lo que les estaba permitido conocer.

En nuestra lectura, sin duda imparcial, Fineo podría representar al consumidor moderno, informado, sensible, atraído por la innovación, pero muy descontento con el ruido de fondo con el que los

constructores de consenso –los medios de comunicación masivos, la publicidad, el marketing y la gran distribución– lo asedian continuamente. Ruido de fondo tejido con conversaciones banales, rápidamente transformado en siembra de falsas pistas, que, al igual que las Harpías, roba y ensucia los productos.

Los argonautas vencieron a las Harpías porque también eran capaces de volar, en otras palabras, de compartir un lenguaje. Hoy podría resultar igualmente vencedora la capacidad de rechazar la búsqueda del consenso, al menos durante la fase del proyecto. Pero esta elección puede ser efectuada sólo en el ámbito más estrictamente privado, el que pertenece más a la esfera de las decisiones personales que a la de las estrategias profesionales. Personalmente, encuentro ejemplar la respuesta de Fineo, que una vez liberado de las Harpías, revela a los argonautas sólo “lo que les está permitido conocer”.

El consumidor sabio no puede, como Fineo, responder a todas nuestras preguntas. No puede iluminarnos con la profunda relación que quizás, dependerá del proyecto, irá estableciendo con el producto. Como Fineo, nos dirá sólo las cosas que nos están permitidas conocer, o dicho de otra manera, sólo aquellas cosas que ya están dentro de nosotros.

Percepción

La mirada deseosa del consumidor es atraída primero por la superficie de los productos, después, en una sucesión de profundizaciones emotivas, funcionales, económicas y relativas a las prestaciones, esta primera mirada deseosa se detiene en otras

apreciaciones que muchas veces son decisivas para la compra. Entre la mirada del consumidor y el acto de comprar transcurren tiempos muy diferentes, según las posibilidades económicas, las necesidades que tengamos del producto y otros factores muy diversos ligados a su utilidad objetiva, a su capacidad de darnos seguridad y de representarnos.

Es muy probable que la imagen fotográfica o el vídeo de un producto nos llegue antes que la posibilidad de encontrarlo físicamente. Esta imagen del producto industrial –una suerte de cabellera o piel de sí mismo– tiene una vida independiente que se configura muchas veces como un icono y, como tal, es capaz de imponerse con vida propia. Puede suceder, en los casos más extremos, que al encontrar el objeto en cuestión *in corpore vile*, se produzca una especie de desencanto. Lo real no es como lo ideal, construido a partir de un solo fragmento sobre el que proyectar la propia percepción consoladora.

Sobre la piel de los objetos, o mejor aún, sobre la parcialización de la parte externa de los productos –exactamente como aquélla de las personas (véase la moda)– se construye actualmente el éxito comercial.

Es fascinante constatar que todavía hoy está vigente la antigua tradición del retrato. Una vía que ha permitido a los monarcas de la antigüedad conocer la imagen del posible consorte, incluso antes de intercambiar una sola palabra. Este recurso, que protegía tanto a la persona retratada como al observador, ha dejado en nuestras pinacotecas algunas de las más bellas e intensas pinturas del pasado. En algunos de esos retratos no sólo se observa la inquietud

de la doncella ofrecida como mujer, o la altivez del joven que espera mejorar su futuro. Tales pinturas son un tratado acerca de lo que una sociedad creía bello y armonioso, seguro y estable. El pintor no sólo plasmaba la semblanza física, sino que proyectaba la percepción, en este caso cultural, que el observador tendría.

Esta imagen mensajera, de la que a menudo dependía la suerte de reinos, pueblos, religiones o, simplemente, la felicidad de dos personas, escondía una promesa de seducción que, por su naturaleza no explícita, podía y debía ser construida con cuidado en los sucesivos encuentros, una vez superada esta primera prueba de atracción.

La responsabilidad del pintor retratista no era poca. A veces el cliente no era el padre de la joven en flor o del soberbio muchacho en cuestión, sino la contraparte, la otra familia, que quería estar segura de la fiabilidad del ejecutor. Así, brotaba en el intérprete un síndrome de autocensura: “nada más que lo que veo”, y actuaba entonces como una especie de notario tomando nota fríamente sólo de una nariz, de una ceja o de cierta palidez que pudiera ser síntoma de mala salud... De tal modo, el retratista elaboraba una certeza, un escudo que lo protegiera, escondiéndose tras la técnica y el realismo más objetivo.

Normalmente no son éstos los mejores retratos que han llegado hasta nosotros, la autocensura endurece los rasgos somáticos con tal de conseguir una semejanza perfecta, desvelándonos poco o nada del alma y la personalidad del retratado. Son retratos donde la objetividad casi ha cancelado la representación, dejándonos una percepción descolorida.

Los retratos de los hombres y de las mujeres que el pasado nos ha transmitido están normalmente poblados de objetos, que por una suerte de milagro, a veces llegan hasta nosotros: muebles y tapi- ces, pero también edificios, jardines o paisajes.

Así, en el bellissimo retrato de Johanna Le Maire, pintado en 1622 por Nicolaesz Eliasz Pickenoy, el pintor representa a la joven dama sosteniendo un par de guantes bordados, regalo de su futuro es- poso Pieter van Son. Los guantes, que Johanna sostiene en su mano derecha, se llevaban durante la ceremonia nupcial para después, sólo al final, quitárselos durante un minuto. En ese momento los nuevos esposos se apretaban las manos estableciendo un pacto paritario que debía durar hasta la muerte.

Tanto el retrato de Pickenoy como los guantes que Johanna Le Mai- re nos muestra, han llegado hasta nosotros y han sido expuestos en el Rijksmuseum de Ámsterdam en la soberbia exposición *The Glory of the Golden Age*. He visto a más de un visitante ir maravi- llado una y otra vez del cuadro a la vitrina que contenía los guan- tes, en una peregrinación entre lo real y lo virtual. Tanta maravilla me hizo reflexionar sobre el enorme poder de la imagen. Al en- contrar los guantes reales, que anteriormente habían visto per- fectamente dibujados en las manos de la dama, los visitantes volvían encantados al cuadro que ya se les hacía familiar. Desde aquel momento Nicolaesz, el pintor; Johanna, la modelo; y noso- tros, los visitantes, estábamos fundidos al fin en la comprensión de algo que ni el tiempo ni el mudar de las costumbres habían trans- formado un ápice. El retrato funcionaba como un doble mensaje- ro: privado entre Johanna y Pieter; público, igualmente personal,

gracias a un par de guantes, entre el pintor Nicolaesz Eliasz Pic- kenoy y todos nosotros. No pude sino observar estos guantes como si del Vellochino de Oro de la cultura holandesa de 1600 se tratara. Nosotros, los visitantes de aquella exposición, no hemos sido hé- roes como los argonautas, no hemos emprendido ningún viaje pe- ligroso, no hemos reivindicado —al menos conscientemente— ningún reino usurpado, pero al encontrarnos ante ese humilde par de guantes fuimos tocados por cierta belleza que sólo los objetos pue- den dar.

Santiago Miranda

Diseñador industrial. Junto a Perry King, fundó en 1976 King-Miranda Asso- ciati, fue consultor para la Dirección de Imagen Corporativa de Olivetti has- ta 1979, y anteriormente había diseñado y escrito *Air Mail Transatlantic Pictures*, un proyecto de un parque interactivo para solitarios. Profesor del Politécni- co de Milán, es miembro del Comité Científico del Istituto Europeo di Design de Madrid. Ha sido también jurado y conferenciante en numerosos concursos y universidades internacionales, recibiendo en 1989 el Premio Nacional de Di- seño Español y en 1995 el Premio Andalucía de Diseño.

Miranda
Benedito
Capella
Di Bartolo
Montanari
Colonetti
Augé
Manzini
Giralt-Miracle
Gausa
Neumarkt
Jaraola (ed.)

Artefactos ¿Diseño o *styling*?

Ramón Benedito

*“Todo el pensamiento se mueve
en un sistema cerrado y se basa en el
eterno retorno de lo mismo”*

Walter Benjamin

Hagamos lo que hagamos lo haremos con el conocimiento del presente y del pasado y es necesario, a partir de este razonamiento, una visión de retrovisor que nos sitúe en 1927, año en que por primera vez el diseñador americano Norman Bel Geddes utiliza el término “diseñador industrial” y aporta un punto de vista específico a la importancia del aspecto exterior de los objetos. Esta cuestión no se había tenido en cuenta por los ingenieros que proyectaban en las fábricas porque sus preocupaciones eran el funcionamiento y la producción.

Las agencias de publicidad, y en especial la Walter Thompson Agency (sus oficinas en el Graybar Building de Nueva York fueron un referente de interiorismo), que presentaban los productos a los consumidores fueron los promotores de la profesión que se expresa, primero en la exposición universal *Century of Progress* (Chicago 1934) y que consolida la también exposición universal de 1939 en Nueva York con la puesta en escena de *The World of Tomorrow*, el más grande espectáculo de visiones de futuro que nunca antes había estado representado y que tuvo una capacidad de atracción de un millón de visitantes diarios.

Con el sugerente título *Construir el mundo del mañana con los instrumentos de hoy* la Feria ofrecía a los americanos una descripción optimista del “mundo del mañana” y fue la ocasión para familiarizarse con las invenciones que ofrecía la industria para revolucionar la vida cotidiana de la gente común: la televisión, el fax, las conferencias a larga distancia, los automóviles, las lámparas fluorescentes, los electrodomésticos, el aire acondicionado, los robots, los plásticos... fue sin duda la apoteosis del impacto del concepto americano de diseño en el mercado. Un negocio de consumo masivo, un acto de persuasión y la consolidación del aerodinamismo como estilo de diseño.

Antes, en la culta Europa, la Bauhaus desarrollaba desde 1919 un experimento pedagógico, el proyecto de Walter Gropius de dar forma a la Modernidad, que se plasma en una teoría del hombre como totalidad, como unidad de cuerpo, alma y espíritu. De la vinculación de la forma y la artesanía, de los talleres, y del elevado nivel de abstracción e invención surgieron los incunables del funcionalismo: objetos para la vivienda, tipografía, textiles, papeles pintados... algunos de los cuales, como las sillas de acero de Marcel Breuer, hoy están todavía en producción. El pabellón alemán de Barcelona, proyectado para la exposición universal de 1929 por Mies van der Rohe, uno de sus más afamados profesores, es hoy lugar de culto y de visita obligada.

La experiencia fue truncada el 10 de abril de 1933 cuando dos centenares de agentes de policía cercaron la sede de la institución, establecida provisionalmente desde hacía meses en una vieja fábrica de Berlín, detuvieron a 32 alumnos y precintaron todas las

dependencias. Para los nacionalsocialistas constituía el exponente del “arte degenerado”, la incubadora del “bolchevismo cultural”. Se aborta así una excelente oportunidad de experimentar en el proyecto la búsqueda de un resultado que responda a *un acto de cultura* en lugar de *un acto de persuasión* y se pierde una ocasión de competir frente a la pujante contaminación del *styling*.

Estas dos formas de entender el objeto: la de Norteamérica que se basa en hacer deseables o atractivos los productos frente a la corriente de predominio purista y funcionalista de Gropius, definieron las señas de identidad de los mismos durante el período comprendido entre las dos guerras. Hay que subrayar que las diferencias en origen son importantes y los resultados lo expresan: mientras que en Europa los precursores surgen del ámbito de las vanguardias artísticas y de la arquitectura, en Norteamérica provienen de la escenografía, el escaparatismo y las agencias de publicidad.

Desde el principio no hubo dudas sobre las intenciones y resultados de las dos disciplinas proyectuales y los mismos profesionales americanos documentaron el *styling*: los libros *Horizons* (1932) y *Magic Motorways* (1940) publicados por Norman Bel Geddes, *Industrial Design* (1940) de Harold Van Doren, *Design this Day* (1946) de Walter Dorwin Teague, *Lo feo no se vende* (1951) de Raymond Loewy y *Designing for People* (1955) de Henry Dreyfuss son excelentes ejemplos de sus metodologías de trabajo para justificar unas formas que, en la mayoría de los casos, incidían en la cosmética del producto para conferir elegancia al objeto, prescindiendo de toda razón de necesidad técnica y funcional propiamente dicha.

Es la implantación de la teoría de la Obsolescencia Planificada promovida por el estilista Brooks Stevens, poco conocido entre nosotros y aceptada por sus numerosos clientes, que expresa sin lugar a dudas las intenciones hacia los consumidores: “inculcar a los compradores el deseo de adquirir cosas un poco más nuevas, algo mejores y un poco antes de que las necesiten”. Gracias a estos principios la industria continuamente producía novedades, que sólo lo eran en apariencia, y conseguían que el cliente estuviera permanentemente insatisfecho con lo que poseía. Se le forzaba a adquirir nuevos productos, que servían para lo mismo, pero a un coste mayor. Criterios que cincuenta años más tarde están todavía en vigencia, aunque ahora de forma menos sutil pero más eficaz, y se conoce como Ingeniería Destructiva: planifica la rotura con fecha de caducidad, lo cual nos exige sustituir el producto por uno nuevo a un precio más elevado.

En consecuencia, durante muchos años el *styling* fue combatido por gran parte de los diseñadores europeos y especialistas de los problemas de diseño.

El declive de la primera época del *styling* se inicia en los cincuenta con los exagerados automóviles producidos en Detroit que simulaban los aviones a reacción. Cuando esto acontece, Harley Earl, el director de diseño de la General Motors, ya había influido, desde que se fundó en 1927 el departamento *Arts & Color Section* dentro de GM, en el diseño de más de treinta millones de automóviles. Con una Europa desolada por la guerra, la gran producción, desde trenes y electrodomésticos, hasta los teléfonos, las máquinas de oficina o los sencillos recipientes *Tupperware* fue norteamericana.

Conviene recordar que el diseño de este país adopta desde el principio una actitud sin complejos y también un preeminente sentido práctico y que, a pesar de estar al servicio de la producción masiva para fomentar la estimulación sistemática del consumo, ha aportado un estilo propio que ha ejercido una notable atracción e influencia contemporánea. Una muestra del interés de sus aportaciones se pudo observar en *Streamline*, la mejor exposición realizada hasta la fecha, que en 1992 presentó el *Zurich Museum für Gestaltung*.

En el transcurrir del tiempo, el racionalismo europeo toma protagonismo: la Escuela de Ulm (1955-68) da forma a la pedagogía del diseño con un elevadísimo nivel creativo y técnico. Los brillantes trabajos profesionales de sus ex alumnos en los ámbitos del transporte, el mobiliario, el equipamiento hospitalario, las máquinas herramienta, los sistemas, la arquitectura y la gráfica, entre otros, definen los criterios que califican, durante este período, el concepto de la *gute Form*. La historia se repite y este paradigma pedagógico se malogra por la falta de recursos económicos.

Desde la multinacional italiana Olivetti, la investigación formal en todos los ámbitos de comunicación de la compañía, crea un referente de diseño (hay que destacar que el Museum of Modern Art Bulletin, NY 1952, califica a la máquina de escribir *Lexicon 80* de Nizzoli como la de más belleza entre todos los modelos que produce la empresa) que incluye la arquitectura de sus sedes y fábricas, el material promocional, los productos, las exposiciones y la gráfica aplicada. En 1969 la exposición itinerante *Olivetti Concept and Form* proyectada por Gae Aulenti fue una excelente ex-

hibición de la investigación de la empresa para determinar sus señas de identidad. El catálogo *Design Process Olivetti 1908-1978* es impagable.

Desdichadamente, hoy la compañía ha perdido protagonismo y sus aportaciones de diseño han dejado de ser un referente.

El estilo Braun (Gran Premio de la Trienal de Milán de 1957), que se impone internacionalmente, caracteriza de forma ejemplar la identidad de esta época. Hay que indicar, no obstante, que desde hace años Braun es propiedad de una corporación americana y sus criterios de diseño se han modificado sensiblemente.

A mediados de los cincuenta, los críticos y pensadores publican sus teorías, redefinen el concepto de diseño y crean la referencia que permite establecer un referente de sólidos criterios proyectuales. El estilismo solo subyace en el recuerdo y el MOMA crea su colección de objetos en la que las aportaciones europeas toman protagonismo.

Es la época en que el diseño empieza a entrar en las costumbres y en los países desarrollados se crean escuelas especializadas, asociaciones de profesionales y centros de diseño. Las instituciones empiezan, tímidamente, a contratar los servicios de los especialistas para temas de imagen, señalización, exposiciones y equipamiento. Algunos empresarios sensibilizados por el aspecto de sus productos empiezan a consultar y contratar diseñadores de forma continuada. En la escena urbana aparecen los populares Isetta, 2CV, "600", "escarabajo", Mini Morris. Todos ellos, conjuntamente con el inigualable Citroen DS, son brillantes ejemplos de diseño que caracterizan una forma de proyectar que se refiere a

la filosofía de la función que debía dictaminar sobre la forma de las cosas. En 1954, en Italia, se inaugura el primer concurso de diseño *Compasso d'Oro* organizado por ADI, Bang & Olufsen presenta el *Beogram 4000* en 1972, en 1975 Alexander Neumeister trabajaba en el proyecto de tren por levitación magnética *Transrapid* (Thyssen) capaz de viajar a 400km/h y a principios de siglo se presenta la sugerente exposición *Millenium Products* que aporta una oportuna lección de cultura industrial y diseño.

En este breve recorrido hay que destacar los trabajos experimentales del *diseño radical* y la fuerza expresiva y la audacia de las aportaciones de Memphis que a principios de los años ochenta transgredieron todos los límites y que conjuntamente con otros factores promovieron un cambio significativo de los criterios de diseño en el panorama internacional. Incidencia cultural importante para todos los sensibilizados por el del diseño de vanguardia, pero de escasa repercusión en la producción mundial de artefactos.

En algunos de los aspectos más significativos de la historia del diseño contemporáneo se pueden percibir los factores que han dirigido las dos tendencias del mismo y nos hemos de remitir al inicio para recordar que el consumo en tanto que fenómeno verificable, que puede ser dirigido, testado y estimulado, fue inventado en los años veinte. Han transcurrido ochenta años y hoy, en pleno apogeo del consumo, el marketing y la publicidad continúan al mando y el diseñador a su servicio. Es conveniente analizar, a partir de la información del pasado y el conocimiento del presente, los nuevos escenarios y sus necesidades de diseño o *styling*.

Estilos de vida y diseño

La reflexión de Luis Goytisolo referida a *La calidad de vida como paradoja* nos ayuda a comprender factores de nuestro tiempo vinculados a la percepción del entorno artificial en el que el diseño toma protagonismo.

“Cuando del consumo necesario se pasa al consumo superfluo se entra imperceptiblemente en una cadena de sugerencias que llevan a entender la vida como un parque temático de sí misma, lleno de sorpresas que uno recorre hasta que le toca salir. Durante siglos el progreso del ser humano se ha cifrado en un creciente conocimiento de la persona y del mundo, en la creencia de que tal conocimiento permite vivir la vida de la forma más plena posible.

Hoy, en cambio, pese a que la realidad virtual proclame lo contrario, ese progreso en el conocimiento de uno mismo y del mundo se ha truncado gracias, en buena parte, precisamente, a esa paulatina suplantación de lo real por lo virtual; un quiebro que no puede dejar de saldarse sin un solapado costo, para el sujeto, de íntima insatisfacción y desasosiego y, en definitiva, de infelicidad”.

En esta sociedad en la que los aspectos más significativos se refieren *al consumo, el ocio y el culto de la imagen*, el papel asignado a los diseñadores es el de proponer un entorno artificial donde el usuario encuentre respuesta a unas necesidades ficticias. Los objetos, los edificios, los interiores, las tiendas, los estadios, los hoteles, las señalizaciones de las calles, las paradas de los autobuses, los embalajes, las revistas, los aeropuertos, los museos, los logotipos, los programas de televisión, las exposiciones, los centros comerciales y un largo etcétera, todo debe ser ejecutado bajo criterios

e influencias del diseño de estuches y fachadas que configuran el *espectáculo social* donde, quizás, se busca, como dice Vicente Verdú, sustituir la vida por la más dócil idea de pasar el rato.

El panorama de la profesión desde un punto de vista de realización cultural es decepcionante. Se diseña y se diseñará para la sociedad del estrés, para la sociedad del ruido, de la prisa, del vértigo, donde todo es más pasajero para pasar antes de moda. Se diseñan los artefactos para la sociedad de la comida basura, de la televisión basura. Estamos de lleno en el engaño de la ficticia evolución, donde se acepta sin más el *falso look tecnológico*, donde el gesto fácil y lo inmediato se impone a la investigación para la determinación de la forma. Lamentablemente, y esto se constata en los debates entre los miembros de los jurados de premios de diseño, cada vez se hace menos *arquitectura del objeto*, pero se practica un estilismo adocenado que, además, carece de la emoción que aportaron los pioneros porque ellos imprimieron carácter y sentimiento mientras que ahora sólo interesa incrementar el valor de lo aparente.

La actual influencia de los grandes despachos de diseño norteamericanos es un hecho y tienen sedes en todos los países importantes de producción masiva: Japón, Corea, China y, naturalmente, EE.UU., donde la segunda generación de grandes proveedores de *styling* influye en todos los ámbitos.

Es fácilmente verificable que la fabricación japonesa, cuyos modelos se renuevan cada dos años, salvo puntuales intervenciones, no representa ninguna aportación estética. Los coreanos imitan a los japoneses y sus artefactos y coches manufacturados a menor

coste nos invaden con un exceso de curvas gratuitas. La producción de China se caracteriza por la imitación de los modelos occidentales y sus escasas aportaciones de diseño carecen de intención y en consecuencia de interés. La fabricación norteamericana, que tiene influencia en Europa y siempre dentro del *styling*, es la más elegante, sugerente y atractiva, aunque lamentablemente de formas excesivas.

El volumen de negocio que propone el *styling* es tan elevado que no deja de ser sintomático que el departamento de diseño del prestigioso fabricante de automóviles adopte el nombre de *Porsche Styling* cuando ofrece sus servicios para el diseño de artefactos.

A pesar de que el volumen y la calidad de la producción de diseño alemana, y en menor grado la italiana, que conjuntamente con intervenciones puntuales muy significativas como pueden ser los productos de Bang & Olufsen, actúan como referentes para producir artefactos más *sinceros*, en el contexto mundial la forma del futuro, sin duda, será un elogio a la fantasía creativa con escasa consideración hacia las necesidades reales del usuario y la sostenibilidad.

Para modificar esta tendencia es necesario, entre otras cosas, una revisión crítica documentada; la elaboración de nuevos paradigmas adecuados a nuestro tiempo; la reflexión en ensayos que aporten la clave para pensar el diseño con una mayor densidad; la necesidad de separarse del diseño de moda precisamente para evitar que pase de moda; la incorporación de un marketing inteligente, responsable y creativo; la voluntad de trasvasar al diseño las virtualidades espaciales del arte; y naturalmente, definir conjun-

tamente con las escuelas de ciencias empresariales un nuevo espacio cultural para unos consumidores con otros niveles de exigencia.

Como dice Gillo Dorfles: “los diseñadores son los artistas de nuestra sociedad industrial”. Podemos añadir que si no corregimos la tendencia, nos espera un futuro en el que dejaremos de ser diseñadores aunque, si contratamos a profesores estadounidenses para que nos den clases, terminaremos siendo buenos estilistas. Quizás, para ayudar a evitarlo, sea conveniente recordar una frase que nunca pierde actualidad: “un objeto bello es un placer eterno”.

Ramón Benedito Graells

Diseñador industrial. Fundó en 1973 Benedito Design, equipo cuya actividad principal es el diseño y desarrollo de producto industrial. Ha realizado una intensa labor docente y colaborado estrechamente con distintas instituciones de la cultura del diseño. En 1992 se le concedió el Premio Nacional de Diseño.

Miranda
Benedito
Capella
Di Bartolo
Montanari
Colonetti
Augé
Manzini
Giralt-Miracle
Gausa
Neumarkt
Jaraola (ed.)

Forzando acontecimientos

Hacia el fin
de los
objetos

Juli Capella

*“Adivinar el futuro es el segundo
oficio más antiguo de la historia”*

Jorge Wagensberg

El futuro no acontece, se persigue. No somos ajenos a él, lo forjamos desde el presente.

El 23 de septiembre de 1938, unos meses antes de comenzar la Feria Internacional de Nueva York (1939-40) se enterraba una cápsula metálica con forma de misil, bajo los cimientos del pabellón de la empresa Westinghouse. Su interior contenía diversos objetos representativos de su época: “a comprehensive crosssection of today’s civilization”, es decir, un concentrado del diseño americano del momento. Para la exposición de 1965, en la misma ciudad, volvió a repetirse la experiencia, y en la cápsula esta vez se introdujo: un bikini, un cepillo de dientes eléctrico, tranquilizantes, anticonceptivos, una Polaroid, tarjetas de crédito, un paquete de cigarrillos, comida enlatada, microfilms, una válvula cardíaca, una unidad de memoria de computadora, y cómo no, una bandera americana y una Biblia. Ambas “cápsulas del tiempo”, concebidas para resistir todo tipo de embates de la naturaleza y la destrucción humana, reposan juntas cubiertas de hormigón, en el Flushing Meadow Park,

20 metros bajo tierra, para ser abiertas de aquí a 5000 años y dar testimonio de la cultura material del siglo XX.

Siempre nos ha interesado dejar testimonio para el futuro. Pero ¿cómo serán los objetos cotidianos en ese lejano año 6965 cuando alguien decida desenterrar y abrir la cápsula? Entre nuestros vestigios del siglo XX y los objetos que estarán vigentes en ese momento, suponemos que habrá un salto abismal que hoy se nos hace imposible imaginar.

Pensemos que nuestros abuelos jamás hubiesen predicho la televisión o el ordenador, y muchos aún no se creen que el hombre haya pisado la Luna. Ni siquiera nosotros mismos hubiésemos creído factible hace pocos años que acabaríamos con teléfonos móviles, que sin embargo son ya imprescindibles. Concluyamos, pues, que resulta casi imposible predecir a tan largo término, 50 siglos, cómo será el entorno material humano. Sin embargo, “la anticipación del futuro es tan ineludible y vulgar como el respirar... cuando observamos el vuelo de una ave anticipamos su futuro curso y posición” decía Charles Jencks en un delicioso libro titulado *Arquitectura 2000* escrito en 1971, y lleno de pronósticos cumplidos.

Predecir el efecto Edipo

Adelantarnos unos pocos segundos a lo que va a suceder parece fácil, –abro el grifo: saldrá agua–; pero hacerlo unos decenios ya resulta más comprometido –hay contaminación: usaremos coches eléctricos–. Al hacerlo, precisamente estamos interviniendo en su ocurrir. La predicción es parte del efecto final. Karl Popper denominó este fenómeno *efecto Edipo*, como en la tragedia, que al

pronosticar que mataría a su padre, evitaron que supiese quien era, y precisamente por eso acabó matándolo. “La idea de que una predicción pueda tener influencia sobre el acontecimiento pronosticado es muy antigua... Ése es el motivo de que yo sugiriese la denominación efecto Edipo para la influencia de la predicción sobre el acontecimiento pronosticado, tanto si esta influencia tiende a dar lugar al mencionado acontecimiento como si tiende a evitarlo”. Es decir, si se prevé que en el año 2028 la ciudad de Venecia quedará sumergida, es probable que la propia advertencia ayude a evitar el fatal desenlace. Si se prevé una densidad demográfica imposible para el año 3000 en el planeta, se pondrán en marcha medidas de control de natalidad que eviten la catástrofe. Y también, si se prevé que será necesario determinado número de escuelas para atender una población creciente, éstas podrán estar a punto y disponibles cuando sea menester.

Precisamente la sentencia *futura abhorret vacuum* –el futuro sale perjudicado si no se persigue– nos anima a elucubrar predicciones para, en todo caso, ser autores responsables y no meros monigotes expectantes de nuestro devenir histórico. Queremos ser guionistas y protagonistas de nuestra película, no espectadores sumisos.

¿Adiós a las bombillas?

Ya no se estilan las visiones futuristas idílicas de los años veinte; ya vimos que George Orwell no se equivocaba mucho con su *1984*, ciertamente los “grandes hermanos” acechan; sabemos que el futuro será más parecido al mestizo *Blade Runner* que al impoluto

2001. *Una odisea del espacio*. Muchos objetos de nuestra actual vida cotidiana desaparecerán como sucedió, por ejemplo, con los braseros. Está sucediendo con las máquinas de escribir y sucederá con las llaves, objetos sin duda caducos. Pero al mismo tiempo, comprobamos cómo las velas no desaparecieron con la invención del candil, ni éste con la de la bombilla; ni los lápices de carbón con las plumas estilográficas, ni éstas con los bolígrafos, cada objeto va encontrando su hueco funcional y evocativo. Cuando el disco de vinilo estaba sentenciado a muerte, parece resurgir bajo el imperio digital como reivindicación de autenticidad imperfecta. Más que desaparecer, los objetos se acumulan y superponen, y las tecnologías se reparten el pastel. Se decía que el cine acabaría con la radio, pero ésta sigue gozando de buena salud, también se predijo que la televisión acabaría con el cine, pero han acabado acostándose juntos.

Intuimos que muchos objetos de nueva generación, ahora inimaginables, pasarán a conformar el escenario de nuestra vejez y, a la vez, de la infancia de nuestros descendientes, responsables a su vez de los siguientes. Predecir el entorno futuro puede parecer un ejercicio banal más propio del cómic de ciencia-ficción que de la profesión de diseñador, pero no hacerlo, es una insensatez irresponsable que nos dejaría a la deriva. Precisamente porque al predecir objetos más humanos, sostenibles, afectivos y serviciales, estaremos ayudando a crearlos con tales atributos. Y paralelamente cuando avistemos horizontes insostenibles y absurdos, podremos esquivarlos a tiempo. No deja de ser inquietante y, a la vez, esperanzadora la aseveración del gurú de la revolución digital, Nicho-

las Negroponte director del Media Lab del MIT: “nuestro proyecto más nuevo y apasionante es dotar a los objetos de la capacidad de pensar”. ¿Pero esto no es lo que nos tocaba hacer precisamente a nosotros?

Sillas cariñosas

¿Por qué no? El futuro deparará todo aquello que proyectemos. Y si adivinar su forma, sus componentes y materiales, su proceso constructivo, resulta aventurado, sí es posible establecer una guía de criterios. La forma importa poco, pero el carácter sí que cuenta. Por primera vez en la historia tenemos la sensación de que producir más no es sinónimo de progreso. Ir vomitando más y más objetos en el planeta no supone vivir mejor, sino tal vez ir esquilmando algo irrecuperable. Sin tremendismos ni demagogia, debemos afrontar esta certeza con una reflexión que dé luz y alternativas. Aún tenemos la posibilidad de modificar esta tendencia. Se calcula que el 50% de los objetos que habrá en la Tierra de aquí a 15 años aún no han sido fabricados. La mitad del mundo en nuestras manos. Tenemos una ocasión de oro.

Veamos, pues, cómo podrían ser estos “objetos blandos” del futuro inmediato:

- *Menores*. Tan sólo para ahorrar materia y volumen, además de utilizar menos energía productiva y ocupar menor espacio de almacenamiento. Recuperemos el slogan “small is beautiful” y sigamos la miniaturización iniciada por Japón.

- *Ligeros*. Menos peso significa menor energía en el transporte, por lo tanto, menos contaminación. También mayor versatilidad de uso

al facilitar su movilidad en una sociedad nómada. Si los objetos se mueven, no hemos de duplicarlos.

- *Perdurables*. Hay que sustituir el concepto de “usar y tirar” propio de la época del despilfarro, por el de “usar y volver a usar”. Los productos deben estar pensados para resistir el uso y el paso del tiempo, y no para caducar estética o funcionalmente la temporada siguiente, como sucede con muchos aparatos domésticos.

- *Reparables*. Es posible alargar la vida del objeto si está pensado para poder ser arreglado, o para admitir modificaciones que prolonguen y actualicen su servicio. Desechar alegremente lo estropeado es suicida.

- *Desmontables*. Un objeto sellado y compacto no permite su reparación, y lo que es peor, impide su correcto reciclaje. Los diversos componentes y materiales de un objeto han de poder desensamblarse para iniciar nuevos ciclos. Hay que pensar en objetos monomáticos y sustituir el pegamento por tornillos.

- *Autoportantes*. Productos autónomos que no dependan de otros. La abusiva y absurda proliferación del embalaje debe detenerse. Más del 50% de la basura occidental es mero *packaging*. Necesitamos objetos que no necesiten envoltorio, volver a los productos a granel, recuperar contenedores universales...

- *Degradables*. Todo objeto deberá tener previsto su “retiro” (pues ya no se trata de tirar nada). Es decir, deberá desaparecer íntegramente del mapa, ya sea por causas naturales o por la acción limpia del hombre.

- *Reutilizables*. Son aquellos objetos que usamos y volvemos a usar sin necesidad de proceso de reciclaje. A veces para el mismo uso

o a veces y según la imaginación, para otros usos muy diversos. Con menores medios, mayor ingenio.

- *Reciclables*. Esconder las basuras o quemarlas ya no es admisible. Los objetos, ya sea en parte o en su totalidad, deben poder acceder a un nuevo ciclo que los integre de nuevo en la sociedad.

- *Reciclados*. Están fabricados con partes o restos de otros. Cada vez tenemos más ejemplos de esta nueva raza de objetos y a medida que aumentan los desechos irán siendo más rentables.

- *Eficientes*. Siempre, pero ahora más que nunca, debemos rodearnos de aparatos eficientes, que consuman la mínima energía, que den con rigor el servicio necesario que ofrecen. La cisterna del váter, por ejemplo, debe ser un instrumento de precisión que no derrame ni una gota de más.

- *Tecnológicamente adecuados*. Ni más ni menos tecnología de la necesaria. No se trata de hipertecnificarlo todo, sino en el grado justo que la función requiera. Pensar que todo debe acumular chips, baterías y funciones extras, puede ser un error de exceso, un sobre-diseño innecesario.

- *Multiusos*. Es absurdo comprar un objeto para cada servicio exclusivo, de cada modelo, de cada marca. Necesitamos diseños universales, plurifuncionales y versátiles, diseños comodín que ahorren la proliferación de otros tantos artilugios a su vez exclusivos.

- *Compartidos*. Para optimizar el uso de algunos productos caros o muy especializados, será conveniente compartirlos. De este modo no se duplican y no permanecen inactivos. Y además se fomenta la convivencia. El alquiler también puede ser una alternativa eco-eficiente, máximo provecho, coste repartido.

- *Afectivos*. Parece una tontería, pero conseguir una relación de empatía y afecto entre hombre y objeto, además de beneficios íntimos, es un garante del cuidado y longevidad de la pieza.

- *Informativos*. Todos los productos deberán ofrecer información al usuario. Cómo son, cómo repararlos, cómo desecharlos. Los productos ya no serán más inocentes, y cada uno deberá explicitar su currículum.

No objeto

Pero aún y con todas estas y otras cualidades, los diseños del futuro tan sólo lograrán ser un poco mejores, menos nocivos con el medio ambiente que los actuales. Como dijo el diseñador Dieter Rams, entramos en la era del “menos pero mejor”. Aunque el verdadero reto, la revolución pendiente, consiste en encontrar artefactos radicalmente alternativos hoy por hoy desconocidos. Productos realmente innovadores en su concepción. O mejor aún, nos toca evolucionar hacia la desmaterialización del objeto, única y verdadera estrategia de freno al colapso, y auténtico reto de futuro. Lyotard ya lo avanzó en 1985 en su exposición *Les inmatériaux* en el Centre Georges Pompidou.

Parece un sinsentido, pero no lo es: objetos inmatrimales. Productos no físicos. Porque veamos: la gente no quiere coches, sino desplazarse; la gente no necesita sillas, sino sentarse; no compra un aparato de televisión, sino que quiere poder ver imágenes. Nadie quiere grifos, sino agua; no queremos trajes, sino vestirnos. Éste es el verdadero dilema, el auténtico reto utópico de diseñadores e industriales, discurrir hacia un mundo ideal inmaterial, pero pleno

de servicios. Flotar en el espacio cómodamente sin muebles, desplazarnos a través de flujos, escribir con la mente sin teclados: el fin del diseño, por fin.

Aunque ésta es otra historia y seguro que de otro siglo futuro.

Juli Capella

Arquitecto. Creador de la Primavera del Diseño, de la colección de diseño industrial del Museo de Artes Decorativas, ha sido también comisario de exposiciones de Achille Castiglioni, Phillipe Starck, Ingo Maurer, Oriol Bohigas, Oscar Tusquets, *Diseño industrial en España, Cocos copias y coincidencias...* Autor del Centro de ocio Zig-Zag en Murcia, Heron City, Hotel Omm en Barcelona. Ha recibido la mención especial del Premio Nacional de Diseño (2000). Presidente del FAD y promotor del Año del Diseño 2003. Fundador y director de las revistas *De Diseño* y *ARDI*, responsable de diseño de *Domus*, escribe en *El País* y en *El Periódico*.

Miranda
Benedito
Capella
Di Bartolo
Montanari
Colonetti
Augé
Manzini
Giralt-Miracle
Gausa
Neumark
Jaraola (ed.)

Complejidad, diseño y sociedad

Carmelo Di Bartolo
Roberto Montanari

Introducción

Este escrito recorre la relación entre el surgimiento del concepto de complejidad, el cuadro sociocultural y el diseño. Después de haber individuado dos de las más acreditadas interpretaciones del término "complejidad" (como modelo interpretativo de los fenómenos no deterministas o lente para comprender la aparición de un mundo plural y dialéctico), se ha intentado aclarar cómo entre diseño y complejidad, de forma particular, hay una relación íntima y profunda, declinable al menos en tres perspectivas. La de una complejidad que influye, con sus metáforas, en el diseño y lo carga de sugerencias estéticas inéditas y fascinantes (por ejemplo, la matemática de fractales o los sistemas morfogénéticos). La de una complejidad que obliga al diseño a interceptar necesidades y prácticas de uso de forma globalizada y a fundirlas en un difícil equilibrio. Y, por último, la de un diseño que apunta a una complejidad combinatoria, ofrecida por el gran horizonte de oportunidades de la naturaleza.

Esta última perspectiva es la de la *biónica*, que centrará la mayoría de este texto. La biónica ha representado un programa de trabajo rico y prometedor, grávido de importantes resultados. No obstante, le espera otra importante cita, la de una ampliación de su ámbito de relaciones con la naturaleza y las ciencias naturales desde el que podría alcanzar ulteriores contribuciones. Hemos definido esta ampliación neobiónica intentando delinear las características de un programa para su futuro.

La complejidad: un balance paradójico

Esta época tiene una cuenta pendiente con la “complejidad”. Una cuenta que muestra a los ojos de sus procuradores un tipo de contabilidad paradójica, donde activos y pasivos coexisten sin aparentes contrastes. Por una parte, la complejidad como elemento auténtico de esta fase histórica, medida interpretativa última y única para comprender la naturaleza de los eventos, especialmente cuando los modelos deterministas parecen insuficientes. Por otra, la complejidad como cuadro en el que se agotan contraposiciones radicales entre pueblos, culturas y visiones del mundo.

En los últimos años este contrapunto oscuro e inquietante parece prevalecer y extenderse. Hasta dentro del denominado “atlas occidental” surgen divergencias completamente nuevas. Al lado del tradicional contraste entre los críticos del imperio y los partidarios de la globalización (entre Chomsky y los participantes en los encuentros de Davos, para entendernos), está emergiendo una fractura que atraviesa el Atlántico dividiendo entre americanos pragmáticos y decididos, por una parte, y europeos más proclives

a la diplomacia o en algún caso al inmovilismo, por otra. Robert Kagan es uno de los representantes principales de esta corriente de pensamiento y en un libro¹ muy discutido ha intentado esbozar sus “precedentes filosóficos”.

Cualquiera que sea la opinión individual, posiciones políticas y culturales, están minando la tradicional comunión del escenario atlántico. Estas convicciones se alojan, incluso de formas diferentes, tanto en la derecha como en la izquierda americana. También Europa se está midiendo duramente con esta contraposición hasta el punto de que atraviesa las tradicionales adhesiones políticas e incita a alianzas inéditas.

¿Cómo se las apaña mientras tanto la otra voz en el balance de la complejidad? La sensación que da es la de haberse contraído un poco, perdiendo peso y visibilidad en la prensa de actualidad y más generalmente en la opinión pública. No obstante, un análisis más profundo permite captar el surgimiento de algunas importantes novedades que, sobre todo en las direcciones más recientes de la investigación científica y tecnológica, interpretan la complejidad como una condición de partida en el estudio de los fenómenos y en el desarrollo de las soluciones tecnológicas. La difusión de las llamadas *human technologies* ayuda a comprender lo que parece ser un importante salto de paradigma. La expresión se refiere a todas aquellas tecnologías que, de formas diferentes, sirven a las personas para comunicar, desempeñar tareas y cargos, y contro-

¹ Robert Kagan: *Of Paradise and Power. America and Europe in the New World Order*, Nueva York, Knopf, 2003.

lar procesos que a veces pueden ser de enorme complejidad. Muchas de estas tecnologías, especialmente aquellas que permiten formas de comunicación a distancia, están transformando radicalmente el cuadro de las relaciones sociales. Su creciente complejidad funcional alienta una investigación científica que busca reanudar la divergencia con las necesidades y las características psicofísicas de sus usuarios finales. Al leer los documentos de la Comisión Europea² sobre los programas de investigación presentes y futuros, llama la atención el gran interés por el hombre y la necesidad de incentivar una tecnología que sea concebida a su imagen y semejanza.

Cualquiera que sea el modo en el que es leída y utilizada, la complejidad parece profundamente entrelazada con el concepto de interdependencia. Las preocupaciones de naturaleza político-económica manan en muchos casos del hecho de que cada entidad política, estatal y económica no vive sin un cuadro de relaciones múltiple con otras entidades del mismo tipo o diferente; se piensa en la expresión archiconocida que sitúa una determinada relación entre el batir de alas de una mariposa y una catástrofe humanitaria en alguna región remota del globo. Del mismo modo, la investigación científica y tecnológica obra en un contexto de interdependencias múltiples y complejas. La misma relación entre el hombre y las tecnologías son un ejemplo significativo de esta trama. Complejas son las tecnologías y los hombres, complejas

las formas con las que, tras una expresión un poco inflacionada como “interacción”, cobra forma su interdependencia.

Complejidad y diseño: interdependencia e intimidad

Como la tecnología a la que está ligado desde una profunda interdependencia, también el diseño ha buscado de muchos modos un diálogo con la complejidad. Lo ha hecho a través de nuevas metáforas proyectuales. Por ejemplo, siguiendo la evolución científica en el intento, no siempre preciso ni eficaz, de captar puntos de partida nuevos. Piénsese en la seducción que las matemáticas fractales han ejercido sobre muchas experiencias proyectuales, especialmente para las estéticas fascinantes que son capaces de generar. Piénsese también en la utilización que se ha hecho de los conceptos “catástrofe” y “morfogénesis”, no siempre a propósito, provenientes de las matemáticas de René Thom.

En otros casos, el diseño ha intentado releer las formas a partir de los multiversos que dominan, por decirlo de alguna manera, el paisaje social contemporáneo. El resultado ha sido en muchos casos la elaboración de soluciones híbridas y eclécticas donde se entrecruzan culturas y necesidades diversas. Algunas veces se ha tratado de un esfuerzo superficial, sin embargo, en algún otro caso, como en el del proyecto de nuevos artefactos, especialmente aquellos destinados a un uso a gran escala, se ha buscado conjugar tanto los estilos de las culturas para las que esos objetos estaban destinados como las “prácticas de uso” con las que las mismas culturas los habrían utilizado. Las grandes *corporate*, por ejemplo, operan sobre mercados globales, han incitado a sus proyectistas

² European Commission: *Work programme of the 6th Framework for Research and Development*, Bruselas, 2003 (www.cordis.lu/fp6).

a buscar un *trade-off* entre las partes de un objeto que puedan permanecer independientes de la cultura de destino y las que, en cambio, deben conservar una naturaleza específica. Al juzgar los resultados de estos esfuerzos, sorprende que los aspectos específicos no hayan concernido sólo a la forma, sino también en algún caso a las modalidades de uso de los objetos.

Numerosas experiencias concretas y diversos estudios empíricos han revelado que las fórmulas proyectuales vencedoras no sólo son las que, respecto al mercado, siguen una orientación basada en la identificación de las funciones de un objeto y consiguientemente de sus “tecnologías habilitadoras” (*enabling technologies*). Por ejemplo, para realizar un buen teléfono móvil no basta especificar qué tecnología permite realizar una comunicación sin hilos, insertarla en un objeto pequeño, fácilmente reproducible, recubierto con una “carcasa” suficientemente *appealing*. Al contrario, puntos de vista tan *functional-* y *technologies-* *driven* raramente interpretan de modo correcto los problemas ligados a la complejidad de las prácticas de uso. Una vez en el mercado, estos objetos confluyen en el modo en el que los usuarios finales han de utilizarlos y producen respuestas típicamente frustradas.

Diferente es el caso de aquella cultura proyectual que procede por pruebas y errores, proyectadas con los usuarios, que intenta comprender (algunas veces objetivamente) las prácticas de uso y que, una vez en el mercado, no considera haber agotado su labor dado que el mercado mismo es un extraordinario banco de pruebas del que obtener indicaciones para mejorar tanto la funcionalidad de los objetos como su capacidad para cuajar intereses. Como el di-

seño, también las metodologías proyectuales están profundamente condicionadas por la complejidad y por la búsqueda heurística de un resultado. No se trata de una regla ni de una receta proyectual *ever green*, sino más bien de una estimación que es mejorada sólo por las frecuentes interacciones con el mercado de las que puede aprender, por una parte, los errores cometidos y, por otra, cómo volver los objetos más alineados con la sensibilidad y las prácticas de uso de los usuarios finales.

Una forma íntima de diseño: la biónica

La búsqueda de una relación íntima y profunda ha guiado también otra importante orientación del diseño contemporáneo que se conoce con el nombre de *biónica*. La parte contraria de esta relación es la *naturaleza*, que como veremos representa una forma emblemática de complejidad.

El programa biónico tiene algunas características peculiares, la primera de las cuales consiste en el intento de emular el funcionamiento de los procesos naturales dentro de los objetos. Si se ha dicho *funcionamiento* no es por casualidad: en éste, en efecto, reside el segundo principio del programa biónico. Tal emulación (quizás el término más idóneo es el inglés *porting*) prevé que sea la mecánica del proceso natural la que sea estudiada, con el objetivo de individuar, por una parte, características y ventajas de sus mecanismos y, por otra, cómo éstas pueden resolver problemas funcionales en los objetos que el diseñador pretende proyectar.

Al análisis de los mecanismos se une, como tercer principio guía de la biónica, la idea de que la naturaleza interpreta auténticamente

el concepto de forma-función. Cada producto de la naturaleza es de algún modo el precipitado de una selección que ha optimizado cada parte, tanto la funcional como la morfológica. Los materiales que constituyen los productos de la naturaleza, en efecto, son extraordinarios vehículos funcionales. Piénsese en las tareas que las epidermis de los seres vivientes presiden. En tal sentido, pues, la biónica adquiere el objetivo de reconstruir la íntima relación que la naturaleza ha establecido entre su forma y las funciones que desarrolla.

El cuadro de oportunidades morfológicas y funcionales que la naturaleza ofrece representa para la biónica una máquina extraordinaria de ideas y soluciones. En otras palabras, una inagotable fuente de energía creativa. El diseñador en este caso dirige sobre la naturaleza una mirada diferente respecto a la del científico. Una mirada que se coloca en la tradición después de que D'Arcy Thompson publicase el célebre volumen *On Growth and Form* en 1917³. La tesis de este tomo de más de 700 páginas es que la forma de las cosas naturales depende de un cuadro de fuerzas en acción que obran como potentísimos e incansables modelistas. Cualquier proceso natural se origina, por tanto, por causas de naturaleza física. Más allá de que esta tesis sea verídica o esté en línea con la epistemología contemporánea, el trabajo de D'Arcy Thompson, como bien sintetiza Marco Belpoliti, "ha enseñado sobre todo a ver los *principios comunes* y las *analogías esenciales* y

a aplicarlos a la técnica del hombre, allí donde la ciencia observaba *las diferencias y los contrastes fundamentales entre los varios fenómenos orgánicos e inorgánicos, entre cosas animadas e inanimadas*"⁴.

Y esto sintetiza el cuarto y último principio guía del programa biónico: el prevalecimiento de una orientación fundada en la semejanza entre lo natural y lo artificial. Una semejanza por definición no es una igualdad, dado que frecuentemente identifica rasgos similares entre cosas disímiles.

El *reverse engineering* de la naturaleza: biónica y complejidad

El diseñador biónico aplica constantemente, hacia la naturaleza, un tipo de *reverse engineering*. Busca desvelar mecanismos funcionales que puedan ser útiles para sus objetos. Una vez que estos mecanismos han sido individuados, la operación de *porting* del dominio natural al artificial es una especie de re-interpretación de la naturaleza que funda la relación de semejanza antes mencionada.

En el origen de esta filosofía proyectual es posible coger una interpretación de la complejidad complementaria a las descritas al principio. Una complejidad *combinatoria* ligada al hecho de que cualquier producto de la naturaleza es el resultado de procesos que tienen escalas temporales incomparables a las humanas, son modelados por fuerzas que operan por pruebas y errores y que gra-

3 D'Arcy W. Thompson: *On Growth and Form*; tr. esp. *Sobre el crecimiento y la forma*, Madrid, Herman Blume, 1980.

4 Marco Belpoliti: *Doppio Zero*, Turín, Einaudi, 2003, p. 35.

dualmente sustraen tales procesos al dominio del azar. Desde el momento en que por la naturaleza el tiempo no es un recurso escaso, la probabilidad de que, en un mecanismo funcional por proyectar, la naturaleza haya elaborado ya combinaciones virtuosas es altísima. El diseñador biónico es consciente de esta probabilidad y por esto concede un elevadísimo grado de confianza en la naturaleza y en su evolución.

Para que este *reverse engineering* hacia la naturaleza tenga eficacia, el análisis inductivo al que el diseñador se entrega tiene que poder aprovecharse útilmente de la contribución de *intelligence* que puede suministrar la investigación científica. Pero para que esto sea posible, ambas comunidades tienen que encontrar un lenguaje común para transferirse los conceptos. De algún modo, el modelo thompsoniano mencionado antes constituye un primer importante paso adelante, basado en la idea de que la ciencia debe ceder al diseño *buenas descripciones funcionales*.

Con la evolución de la investigación científica, que como veremos se sostiene en una interesante evolución de la biónica, este ámbito de comunicación común tiene que llegar a ser más amplio y eficiente. Existe un concepto de derivación informática para describirlo: el *middleware*. El *middleware* es un estrato software que permite a aplicaciones diferentes inter-actuar. Cada una de las aplicaciones encuentra algo que conoce y a través de esto puede intercambiar mensajes y funciones con otras aplicaciones.

La pre-condición es la puesta a punto de una *biblioteca de instrucciones común*. Esta biblioteca permite evitar que se utilicen erróneamente conceptos de derivación científica, como el buen li-

bro de Sokal⁵ ha documentado en el pasado por lo que concierne al dominio de las ciencias humanas. Del mismo modo, consiente que las dos comunidades se hablen de forma más íntima y profunda y que intercambios provechosos tengan lugar en ambas direcciones.

El programa para una “neobiónica”

En este último párrafo intentaremos individuar las específicas dominantes de un programa “neobiónico”, es decir, del diseño biónico para el futuro.

De todo lo descrito hasta aquí, la biónica se ha centrado fundamentalmente en los aspectos funcionales de la naturaleza y de forma particular de los productos naturales. El paradigma “analógico” sobre el que se funda la relación entre naturaleza y diseño tiene una fuerte dependencia de la morfología de los productos de la naturaleza y de la relación íntima que en el dominio natural se establece entre forma y función.

El programa neobiónico mueve desde esta premisa, pero debería llegar a interpretar más profundamente el concepto de *complejidad combinatoria* enunciado antes. Una de las ventajas de las que la naturaleza dispone respecto al dominio de lo artificial es haber sido capaz de realizar máquinas combinatorias más potentes de lo que el hombre pueda hacer dentro de cualquier horizonte temporal a su alcance. La mente en el fondo es el modelo más extra-

⁵ Alain Sokal y Jean Bricmont: *Intellectual Impostures*, Londres, Profile Books, 1998; tr. esp. *Imposturas intelectuales*, Barcelona, Paidós, 1999.

ordinario de esta capacidad combinatoria de la que depende un potencial computacional inigualable⁶.

Mientras que la biónica se ha centrado hasta ahora en la búsqueda de semejanzas para enunciar así mecánicas hacia la naturaleza, ahora debería avanzar hacia la búsqueda de analogías combinatorias. Del mismo modo con el que la evolución tecnológica ha pasado de la civilización de las máquinas a la basada en la gestión de la información.

¿Cuáles son las características de esta innovación? Es todavía prematuro extraer una serie de principios guía del diseño neobiónico. Las siguientes son sólo dos indicaciones de máxima en las que podría inspirarse.

En primer lugar, si el diseño biónico se ha basado en el funcionamiento de los productos de la naturaleza, el neobiónico debe incluir también el funcionamiento de los procesos y de los fenómenos naturales. Sean éstos procesos estudiados deterministamente (por ejemplo, la patogénesis de una enfermedad), analizados en términos probabilistas (por ejemplo, la probabilidad de determinar la posición de una partícula) o en cuanto eventos complejos (por ejemplo, haces de tendencias que son examinados mediante el análisis factorial). En otras palabras, el diseño neobiónico debe recurrir a toda la “teoría de modelos” con la que la ciencia busca explicar los procesos y los fenómenos y utilizar provechosamente el mecanismo

funcional de estos modelos. Por ejemplo, el concepto estadístico de “nube electrónica”, que representa la probabilidad de que un electrón esté en los alrededores de una determinada región orbital del átomo, constituye una *buena descripción* para el desarrollo de superficies y memoria de forma, capaces de modificar su conformación en relación con la probabilidad de que un determinado usuario las utilice de una forma y no de otra (piénsese en este caso en los beneficios que estas semejanzas podrían tener en la industria de los asientos para automóviles).

El segundo principio del diseño neobiónico es la enseñanza que se puede obtener de la capacidad de síntesis de la naturaleza. Cualquier producto natural que interactúe con el ambiente circunstante ha desarrollado un *recorrido óptimo* de interacción (en el sentido en el que este concepto es entendido por la investigación operacional). En otras palabras, cada interacción entre los productos naturales y el ambiente tiene lugar con el mínimo gasto de energía y limitando toda ineficiencia. Esta contracción de las ineficiencias tiene un potencial extraordinario de aplicaciones en el diseño, especialmente si se piensa en las *human technologies* mencionadas al principio. Un sistema de comunicación portátil sin redundancias, cuya complejidad es función del usuario y de los usos que pretenda hacer de ello, son un posible campo de aplicación de este principio.

Conclusiones

Éstas son las primeras indicaciones de un recorrido muy largo y que creemos proficuo hacia la fundación de un diseño neobiónico.

⁶ La correlación entre capacidad combinatoria y computacional es un tema muy discutido en el ámbito del programa de Inteligencia Artificial y más recientemente dentro de la filosofía de la mente. Para una reseña actualizada, véase Massimo Marraffa: *Scienza cognitiva. Un'introduzione filosofica*, Padua, Cleup, 2002.

Se ha recorrido un buen trecho del camino, especialmente en el intento de desambiguar (con ventaja de los diseñadores) algunas direcciones emergentes de las ciencias naturales. Piénsese en las nanociencias y nanotecnologías, en la reciente afirmación de la biología computacional, en los desarrollos de modelos estadísticos y predictivos cada vez más exhaustivos y eficaces.

De todas estas direcciones, el diseño neobiónico puede extraer buenas semejanzas con las que imaginar el desarrollo de los procesos y de los productos del futuro. Al mismo tiempo, puede obtener estímulos continuos para incrementar su creatividad. Pero para que suceda, hace falta que ciencias y diseño definan con cuidado un *middleware* que permita comunicaciones eficaces e intercambios continuos.

Carmelo Di Bartolo

Diseñador industrial. Ha desarrollado una metodología biónica aplicada al diseño. Fundador del Centro de Investigación del Istituto Europeo di Design, institución de la que ha sido director en la sede de Milán y Madrid, y más tarde director de investigación y desarrollo. Socio fundador de Design Innovation, taller de diseño estratégico con sede en Milán y Las Palmas de Gran Canaria, experto en diseño de concepto y estratégico. Ha sido autor de proyectos para Fiat, Motorola USA, 3m, Piaggio, Cesi Crf, Xunta de Galicia, y actualmente es profesor asociado en la Universidad de Montreal, Canadá.

Roberto Montanari

Desde hace varios años trabaja como investigador en el ámbito de la Interacción Hombre-Máquina, sector en el que ha seguido, coordinando diferentes proyectos en el Centro de Investigación Fiat. Actualmente trabaja en el Grupo Human Machine Interaction del Departamento de Sistemas y Métodos para la Ingeniería de la Universidad de Módena y Reggio Emilia en Italia. Sus intereses científicos abarcan también el desarrollo de sistemas de comunicación innovadores para usuarios que operan en ámbitos móviles. Desde siempre ha tenido en gran consideración la relación entre estos temas y las metodologías del diseño.

Miranda
Benedito
Capella
Di Bartolo
Montanari
Colonetti
Augé
Manzini
Giralt-Miracle
Gausa
Neumark
Jaraola (ed.)

El diseño del futuro

Lo bello
es útil, no sólo
necesario

Aldo Colonetti

1. Una cultura proyectual puede ser derrotada por la abundancia o por las dificultades de estar presente en los lugares fundamentales de la historia material: el diseño ha recibido, y recibe todavía, muchos honores, tantas medallas, infinidad de reconocimientos, pero no siempre ha sido capaz de señalar positivamente la historia de los hombres y de sus relaciones con los objetos y la naturaleza. Si bien es cierto que el diseño ha dado a la industria el léxico y que con el léxico del diseño la industria ha realizado productos dotados de lenguaje autónomo, en cambio, no siempre es verdadero lo contrario, es decir, el hecho de que el diseño haya mostrado una determinada dificultad a tener una relación dialéctica con la industria de manera que reciba de la cultura de la modernidad estímulos para ir más allá de exigencias puramente formales.

¿Qué es la modernidad sino la capacidad de incidir, de forma concreta, en la historia de los hombres según modelos de intervención donde la realidad individual, con sus deseos y sus expectativas, se halla en la totalidad de las relaciones complejas?

No siempre el diseño ha sido capaz de responder a esta necesidad social: su cultura se ha perdido en los objetos, pero no se halla en el sistema de los objetos. Como escribe, a propósito de la idea de

confort, Tomás Maldonado en su ensayo *El futuro de la modernidad*: “El confort es una idea moderna, antes de la revolución industrial la necesidad (o la expectativa) de confort era privilegio de pocos. Pero la progresiva difusión del confort a nivel de masa no ha sido un hecho accidental. No hay duda de que éste ha desarrollado, desde el principio, un papel fundamental en la tarea de organizar el tejido social de la naciente sociedad capitalista. Decimos, pues, que en el confort, en sus aspectos más escondidos, hay un proyecto de control social. Todo esto es cierto, pero no se debe llevar esta constatación hasta el punto de rechazar el confort de forma global. Guste o no, se debe admitir que en el confort (al menos en algunas de sus manifestaciones) hay también elementos de efectivas ventajas para la vida cotidiana de los hombres”.

El diseño debería hablar siempre en un lenguaje “confortable”, pero muchas veces los diseñadores han antepuesto una idea de confort fundada en un concepto limitado de sociabilidad. No se puede limitar a proyectar un sistema de las viviendas sin realizar previsiones de los costes y de sus reales posibilidades de difusión a precios accesibles, según un modelo concreto de funcionalidad social.

De otra manera, la cultura del diseño coincidiría con una práctica de tipo artístico, pero esto sería un regreso a la prehistoria del proyecto-moderno.

2. Si el nivel productivo sufre de sobreabundancia, una nueva forma podría introducir en el mercado una idea renovada de producto; en cambio, si el nivel productivo sufre desde el punto de vista de la exigüidad de las mercancías, nuevos conceptos de funciona-

lidad podrían volver a poner en movimiento el mecanismo económico y, por tanto, los recursos del mercado serían solicitados hacia inversiones en la dirección de las necesidades estructurales. El diseño está siempre en medio del vado, si el río representa, simbólicamente, el recorrido en la historia de los hombres; pero el diseñador no es siempre capaz de decidir por sí solo si es el momento de orientar e intervenir en los procesos productivos siguiendo la primera o la segunda de las hipótesis proyectuales.

Incluso si el diseño es un típico producto de la modernidad, no siempre la cultura de los diseñadores muestra una conciencia acorde con el signo de la modernidad; sus horizontes son todavía, frecuentemente, los de sus gustos particulares, de su casa, no los del problema del habitar moderno y de relación, por ejemplo, entre ambiente natural y realidad artificial.

En definitiva, la crítica de lo existente permanece muchas veces en el fondo de la operatividad del diseñador, por lo que su horizonte se limita a registrar las modificaciones de superficie para no entrar en conflicto con el parque de objetos ya existentes.

La noción de ambiente se vuelve, pues, para la cultura proyectual una especie de simulacro al que inmolar, sólo simbólicamente, la propia incapacidad de tener relaciones concretas con el mundo de la materialidad.

La mayor parte de los objetos diseñados en estos últimos años sufre una cierta inmaterialidad, precisamente porque parecen favorecer la *interioridad* frente a la *exterioridad*, la subjetividad sin códigos en vez de los grandes lenguajes universales de las cosas, de las funciones fundamentales del existir.

Los diseñadores pecan de escaso sentido de la historia, como si todo fuese posible, porque no existen ya los vínculos del contexto, del tiempo y del espacio históricos.

El diseño es “idealista” porque frecuentemente su filosofía está fundada en la tesis de que la realidad verdadera consiste en las ideas, en oposición a las cosas materiales, cuya realidad mudable y precaria, sería sólo aparente.

3. El deseo del diseñador sería el de proyectar el mundo, subestimando el hecho de que ya el mundo de los hombres posee una propia proyectualidad, es decir, “una anticipación para el llegar-a-ser de algo que, respecto al futuro, puede ser calificado como posible”: la cultura del diseñador es muchas veces **τεχνή**, en su significado platónico y aristotélico, en cuanto que, como escribe Alexandre Koyrè en el ensayo *Galileo y Platón*, la *techné* es “rutinariamente casi por esencia, porque ésta obra conforme a las reglas que no comprende y, consiguientemente, no es capaz de criticarlas y aún menos de cambiarlas, si no es por distracción u olvido”.

El saber científico y tecnológico sirve de marco a esta pretensión de intencionalidad de refundación, incluso cuando las mismas intenciones del proyectista se presentan, declaradamente, con un perfil bajo, por lo que respecta a los contenidos tecnológicos del producto, como en relación con la posibilidad concreta de utilizar el proyecto realizado.

No es cierto que el juego irónico del “decorativismo” de la pura “superficialidad” sea el resultado de un pensamiento débil que abandona las esperanzas de la sociabilidad; al contrario, estos com-

portamientos, enmascarando su presunta debilidad, manifiestan una coherente ideología de fuerte adhesión a lo existente, asumida casi como una realidad insuperable. Hace falta reinventar la relación con las cuatro dimensiones fundamentales del proyecto: estructural, funcional, comunicativa, onírica, por no olvidar también el deseo de ser otro por sí mismo.

Pero ciertamente cada renovación debe desarrollarse desde la conciencia del estado actual del diseño, de su salud, más allá de sus éxitos de prestigio.

4. Esta operación de análisis no es simple, porque es necesario antes de nada definir el mismo concepto de diseño.

Creo que, desde este punto de vista, es todavía válida la formulación de diseño industrial que destaca: el diseño industrial es una actividad creadora que tiende a la constitución de un ambiente material coherente para sufragar de forma optimal las necesidades materiales y espirituales del hombre.

Esta finalidad debe ser lograda a través de una determinación de las propiedades formales de los productos industriales.

Por propiedades formales no se deben entender exclusivamente las características exteriores y superficiales, sino aquellas relaciones estructurales que confieren a un sistema coherencia funcional y formal y que, al mismo tiempo, contribuyen al incremento de la productividad.

Quizás sólo así el diseño, sin perder su relación con el sistema productivo, podría hallar su función de crítica social, no entendiéndose obviamente, como puro ejercicio de tipo ideológico-político.

5. Como escribe Guy Bonsiepe en su *Teoría y práctica del diseño industrial*: "la renuncia al compromiso proyectual termina en el vacío de la indiferencia pseudo-revolucionaria; en vez de afrontar las contradicciones para resolverlas, pasa por encima. Reconocer estas contradicciones y hacerlas conscientes no significa necesariamente ni aceptarlas como constante, ni interiorizarlas, ni capitular frente a éstas. La conciencia proyectual no puede contentarse con las brillantes formulaciones de la crítica de la ideología".

El diseño para renovarse debe desconfiar de toda "interiorización del proyecto", pero también debe evitar formulaciones ideológicamente demasiado optimistas; lo concreto de su obrar, por otra parte, no puede ni siquiera contentarse con las "contradicciones del presente" asumidas como constantes metahistóricas.

El único camino de refundación debería ser el de relacionarse con todas las disciplinas que tienen que ver con las "competencias de la modernidad", pero también con un seguro conocimiento histórico que pueda mantener lejos la cultura del proyecto del error de confundir los hechos de crónica de las grandes líneas de desarrollo y transformación de la sociedad.

6. Es dentro de esta dialéctica entre memoria y futuro donde reside el rol propulsor del diseño, en la dirección, efectivamente, de una humanización de la tecnología y de una cada vez mayor tendencia hacia la personalización de los productos.

Gillo Dorfles escribe lo siguiente a propósito de la relación entre arte y diseño: "el concepto de arte y el de diseño se irán intercambiando cada vez más; se deberá atribuir a muchos sectores

tecnológicos y científicos un valor estético, mientras que irán decayendo muchas actuales estructuras artísticas, que ya son, en efecto, exclusivamente sobreestructurales y será reactivado con toda seguridad un tipo de productividad manual, tanto para objetivos psicopedagógicos como a nivel altamente tecnológico".

Es necesario mirar con optimismo al futuro de esta disciplina, en relación con el rol fundamental que progresivamente tendrán las disciplinas proyectuales al diseñar la relación entre los microsistemas, la persona y su corporeidad, la casa, el lugar de trabajo, la ciudad, el territorio, la naturaleza y el problema de la eco-compatibilidad de nuestro sistema productivo, el todo respecto a la dimensión estética; como escribía Bertolt Brecht: "nos horrorizamos de lo que es sólo útil. Quizás lo que es útil es verdaderamente bello, pero entonces nuestras máquinas no son bellas, porque para nosotros no son útiles".

Aldo Colonetti

Filósofo, historiador y teórico del grafismo, periodista y profesor. Licenciado en filosofía con Enzo Paci, lleva a cabo una investigación sobre la estética y la semántica de la comunicación, el grafismo y el diseño. Es autor de diferentes artículos y desde 1991 es director de la revista *Ottagono*, especializada en diseño.



CONDICIONES CONTEMPORÁNEAS DEL DISEÑO

Miranda
Benedito
Capella
Di Bartolo
Montanari
Colonetti
Augé
Manzini
Giralt-Miracle
Gausa
Neumarkt
Jaraola (ed.)

No-lugares y espacio público

El papel
del diseño

Marc Augé

Cada concepto del par mencionado en el título puede oponerse a aquél del cual extrae su significado: no-lugar frente a lugar, espacio público frente a espacio privado. Vemos entonces que las dos oposiciones (espacio público/espacios privados; lugar/no-lugar) son relativas. Y esto es precisamente lo que tienen en común.

Si se define el espacio público no como un espacio inscrito y marcado sobre la superficie terrestre, sino como el lugar circunstancialmente metafórico donde se instituye la opinión pública, se puede conceder de modo similar que el espacio privado en sentido estricto (el de la familia, por ejemplo, concretado en una casa o apartamento) sea un lugar en el que la opinión pública pueda expresarse, dar ocasión al debate. Si los cónyuges no tienen siempre las mismas opiniones, aún menos padres e hijos.

Si se define el no-lugar no como un espacio empíricamente perceptible (un aeropuerto, un supermercado o una pantalla de televisión), sino como el espacio creado por la mirada que lo construye como objeto, puede admitirse que el no-lugar para unos (pasaje-

ros en tránsito en un aeropuerto, por ejemplo) sea lugar para otros (quienes trabajan en tal aeropuerto, pongamos por caso).

Por lo demás, dado que en ambos casos la primera noción (espacio público, no-lugar) resulta ambivalente, su oposición a la segunda es relativa. Detengámonos por un instante en estas ambivalencias. En un primer sentido, el espacio público es el ámbito institucional en cuyo interior se construye la opinión pública (valga la prensa como ejemplo); pero, de manera evidente, este “espacio” puede ocupar un lugar en el ámbito privado en sentido estricto (sobre la mesa de la entrada o del salón) y suscitar debates dentro de este lugar. A la inversa resulta mucho menos cierto: el espacio privado, en sentido circunstancialmente metafórico, en cuyo interior se tratan asuntos privados, rara vez se proyecta en el ámbito público –en el sentido estrictamente territorial de espacio público. Cuando esto se produce, como en el ahora tan lejano caso Clinton/Lewinsky, surge cierto malestar y, al mismo tiempo, varias preguntas acerca de este espacio en sí mismo: ¿la sala oval de la Casa Blanca es un espacio privado o público? ¿El caso Lewinsky es, en sí mismo, privado o público?

Así pues, para simplificar, llamaremos *espacio público* al lugar del diálogo público (que puede tener formas diversas y, de modo secundario, no espaciales en sentido empírico) y *espacio de lo público* a los lugares en los que de modo efectivo y contrastable se cruzan unos y otros, se encuentran y, quizás, conversan. Asimismo, hay que distinguir *espacio privado* (el de los asuntos privados) de *espacio de lo privado* (en el sentido estrictamente espacial de residencia privada).

El no-lugar es también ambivalente: subjetivo u objetivo, como el lugar. Sin embargo, un estricto paralelismo entre espacio público y espacio privado, entre no-lugar y lugar, resulta imposible, pues el espacio público tiene una definición positiva que no comparte el no-lugar. Hay que empezar por el *lugar* (lugar ideal donde se expresan la identidad, las relaciones y la historia) para definir el *no-lugar* como el espacio donde nada de lo antedicho se expresa. Se puede conceder, sin embargo, que hay lugar en el no-lugar. Se trata entonces del lugar subjetivo y, por otra parte, de vínculos expresados en el espacio concreto del no-lugar; así, vínculos de confianza entre compañeros de trabajo en un aeropuerto. Cabe admitir asimismo, y a la inversa, que el no-lugar pueda transformar y subvertir el lugar. Pero se trata entonces de una transformación material y física del espacio que manifiesta este cambio: el pueblo que ilumina su casco histórico para atraer a los turistas, justo cuando circunvalaciones y desvíos permiten evitarlo; supermercados instalados extramuros del núcleo urbano, con lo que alejan la actividad del centro –y también se han convertido recientemente en lugares de vida y de espectáculo, una suerte de ciudad cubierta diseñada por arquitectos preocupados por adaptar su forma a sus múltiples funciones y a las tendencias emergentes–; casas particulares erizadas de antenas analógicas y digitales, lo que permite imaginar a sus habitantes inmersos en el flujo de imágenes globalizadas. La objetividad del no-lugar modifica el lugar subjetivo y los vínculos simbólicos entre unos y otros.

Y es que las consecuencias de una forma tal de ordenar, diseñar o percibir el mundo adquieren el carácter de masa, esto es, traman

universos culturales: se trata, en suma, de cosmologías, de representaciones que, a pesar de su reciente incorporación al imaginario occidental, ya se dan por supuestas, se transmiten de una a otra generación, absorben significados anteriores (aunque se llamen carreteras, no circulan demasiados carros por esas vías), refieren la génesis, la organización del mundo y la sociedad. No obstante, el diseño ha de cumplir la función que le ha sido encomendada: dar forma a las funciones creadas por los productos industriales, a veces con una apuesta estéticamente arriesgada; esto confiere a dicha disciplina un carácter emergente y lúdico que recuerda viejas proclamas de la Internacional Situacionista.

Pero hay que seguir ahondando en los conceptos. Por tanto, llamaremos *lugar objetivo* al ámbito donde se inscriben marcas objetivas de identidad, relaciones e historia (monumentos a los muertos, iglesias, plazas, colegios, etc.), y *lugar simbólico* a los modos de relación con los otros que allí prevalezcan (vecindad, intercambios, lenguaje); *no-lugares objetivos* a los espacios de circulación, de comunicación y de consumo; y *no-lugares subjetivos* a los modos de relación con el exterior que allí predominen: tránsito, visualización, código. Estos aspectos cada vez entran más en las competencias de un cierto diseño; algo que se hace evidente en el deseo propio de todo gobernante municipal de tener un puente, un edificio o un jardín diseñados por profesionales de nombradía internacional, y esto conlleva una cierta homogeneización banal de las ciudades cuando no todas esas obras responden a las necesidades de los ciudadanos o no encajan en el contexto.

Por otra parte, la oposición conceptual más explícita se dará entre el ágora, como espacio público y de lo público (ámbito material del debate público) y la autopista o el supermercado como no-lugares conformados para el deambular individual y consumista, cuya mayor virtud estriba en expresar la bifronte condición de realidad y espectáculo, el sinsentido de unas sociedades violentas en las que ya no se conciben las formas en función de la producción en masa.

La comparación entre los citados pares de opuestos, en sí mismos disímiles, sugiere finalmente que el espacio público, en tanto que lugar para el desarrollo de la opinión o lugar del debate público, no puede acomodarse en los no-lugares contemporáneos sino a costa de la distorsión o de una evolución en el sentido del adjetivo “público”. Nos dicen, por ejemplo, que la televisión ha llegado a ser la nueva ágora, el lugar donde se expresan los políticos y donde son interrogados, donde periodistas y políticos discuten, donde nos informan del estado de la opinión (ya que la televisión da fe, junto con la prensa escrita, del “barómetro de la opinión”, de “encuestas de opinión” sobre esto o lo otro, de “las reacciones de la opinión pública” ante esta iniciativa o la otra, ante esta o aquella declaración, sobre intenciones de voto, etc.) Pero en este desplazamiento del ágora a la pantalla se sobreentiende, ante todo, una especie de hiato en la persona del espectador: entre lo que es en su vida pública, profesional y lo que es en tanto que consumidor de información. En este último caso tiene derecho, como el resto de televidentes, a la sonriente cortesía de los presentadores que lo miran sin verlo y halagan en su esencia genérica. “Son ustedes ex-

cepcionales y muy generosos”, escucha alguna vez (cuando, por ejemplo, un elevado porcentaje de telespectadores ha hecho su donativo en un tele-maratón). “Un 50% de ustedes piensa que nuestra cadena es la mejor. Muchas gracias”. Y tiene derecho, en efecto, a pensar que pertenece a ese 50%, pues acaba de recibir esa información, junto a los agradecimientos, en esa misma cadena. No se trata de que no pueda, por sí mismo, expresar sus impresiones, su acuerdo o desacuerdo, sino que se ve interpelado y se pide su testimonio en tanto que espectador, no como lo que también es fuera del salón o de la habitación de su domicilio privado donde ve la televisión. Tal vez sea funcionario, camionero, médico, ganadero o uno de los que aparecen de cuando en cuando en las noticias de actualidad. Empero, delante de la pantalla forma parte del público en el sentido teatral del término. La opinión pública en nuestros días es, en buena medida, la opinión del público en el sentido teatral del término.

Por lo que respecta a esta opinión en sí misma, evidentemente no surge de la discusión, sino de la información. Los especialistas nos hacen saber lo que hemos pensado de la última intervención del presidente antes de haber tenido tiempo, podría decirse, de formar una opinión. La evolución del lenguaje resulta muy significativa en este sentido. Así, para significar que un 60% del público, según un sondeo, piensa esto o lo otro, se nos dice en cambio: “ustedes, en un 60%, piensan que...”, lo que constituye una expresión inexorable, puesto que, a buen seguro, no hemos sido consultados de manera exhaustiva y no tenemos necesariamente una respuesta simple a la pregunta tal cual ha sido formulada. O incluso: “los fran-

ceses, en un 60%, piensan...”, lo cual es una forma casi de menospreciar al 40% restante.

De ese modo, cuando se dice que el espacio público altera hoy día el espacio privado, gracias a los medios de comunicación masiva, nos referimos de hecho a un espacio público muy particular. Un espacio público ofrecido, en apariencia, a nuestra fruición; un espacio del que además se proponen varios modelos, varias versiones, pero que se nos ofrecen como se dirige al público, a los espectadores, una pieza teatral. No somos los autores del guión, simplemente se nos llama de cuando en cuando para decir qué pensamos, o incluso se nos invita a escoger entre una interpretación y otra, entre un director y otro. En ocasiones hasta se nos comunica la elección que hemos hecho antes aún de habernos pronunciado.

Acaso no nos llegue a resultar extraño que dentro de muy poco tiempo un ordenador sea diseñado y elegido para ocupar las más altas instancias en cualquier país (algo no tan chocante si se examina la nómina de títeres, servidores de mafias y consejos de administración —o en algunos casos meros delincuentes— que ocupan tales puestos en la actualidad); lo que sí conocemos en nuestro presente es la lucha por el control de televisiones y teléfonos: forman parte integrante e imprescindible del equipamiento de los medios de transporte y simbolizan aún más que ellos la primacía del tiempo sobre el espacio que con suma agudeza analizó Paul Virilio: la instantaneidad equivale a ubicuidad.

En suma, la oposición entre lugar y no-lugar ayuda a comprender que la frontera entre público y privado se ha movido, o incluso se

ha borrado; pero aún más a entender que el espacio público se ha transformado ampliamente en un espacio de consumo: la opinión pública se expresa sobre cuestiones políticas de la misma manera que reacciona a la aparición de un nuevo producto. Es pasiva, en este sentido, de la misma manera que resulta pasivo el individualismo contemporáneo –el individualismo del consumidor–, en contraste con el individualismo del empresario en la ideología del primer capitalismo. El espacio de lo privado puede acoger este tipo de consumo, para devenir así un ejemplo de no-lugar individual; no en vano se habla hoy de la cercana posibilidad de votar en casa por medio del ordenador y del correo electrónico. De tal modo culminaría un doble movimiento: proyección del espacio público sobre el espacio de lo privado y transformación del espacio de lo público en no-lugares susceptibles de recibir el deambular de las soledades singulares. Doble movimiento que acabaría en una carencia de localización generalizada: no habría lugares de identidad ni públicos ni privados. Ya no habría lugar para el debate.

Sedentarismo y circulación

Evidentemente, aquí no se ha trazado más que una posibilidad, una virtualidad o, por decirlo mejor, una tendencia neta en nuestras sociedades. Todavía existe prensa de opinión, hay partidos y militantes, sindicatos, asociaciones, grupos diversos que inciden activamente en el estado de la opinión pública; todavía hay manifestaciones, huelgas y marchas que transforman la ciudad en escenario de reivindicación y protesta. Con una más que notable intuición, los manifestantes en la actualidad tratan de golpear a la

sociedad en su punto vital débil: son las “operaciones caracol”, los cortes de carreteras cuya intención es ralentizar o parar la circulación. Detener el tráfico para hacerse entender: se trata de la irrupción del espacio público en la materialidad del no-lugar. Tal irrupción implica violencia incluso cuando se produce pacíficamente, ya que pone en evidencia una contradicción o ambigüedad del sistema que regula nuestras sociedades: nunca se ha circulado tanto desde que cada uno fija su residencia; se le invita a quedarse allí, a tele-trabajar, a telecomunicarse, a tele-distraerse y muy pronto, pues la pornografía se apoya en las redes cibernéticas desde el establecimiento de éstas, acaso a tele-fornicar.

Esta contradicción aparente tiene sus razones. El mundo del consumo debe hacer circular los productos de consumo, entre los que se incluyen los televisores, ordenadores y teléfonos móviles que podrían evitarnos todo desplazamiento. Además, si todo puede consumirse y si el mundo se hace espectáculo con este fin, es preciso desplazarse para verlo: este mismo desplazamiento se torna forma de consumo. El sistema muestra y prueba sus límites al inventar medios para visitarlo sin moverse. En las agencias de viajes mejor equipadas se puede hacer un viaje virtual en el ordenador antes de emprender el viaje real. La contradicción queda parcialmente abolida cuando el viajero-consumidor desarrolla el gusto de producir por sí mismo imágenes, reproducciones. No contemplará el espectáculo de la naturaleza o de la arquitectura si no es a través del objetivo de su cámara, pero a la vuelta podrá recuperar las imágenes de todo eso; imágenes de las que será el autor, de las que se apropiará y para las que encontrará un lugar en su vida privada.

En suma, la producción, pero asimismo –y sobre todo– la gestión empresarial y el comercio siempre han tenido necesidad de mano de obra destinada a desplazarse del lugar que habita hasta el lugar de trabajo. Tal necesidad conlleva dos iniciativas reveladoras. Por una parte, los medios de transporte se equipan para transformarse: unos (automóviles privados) en una especie de habitáculos personales, pequeñas habitaciones; los otros (autocares, trenes rápidos, aviones) en una suerte de no-lugares ambulantes. Dentro del coche, uno todavía está en casa: ahí guarda ciertos fetiches, escucha su música preferida, las noticias, puede llamar por teléfono y muy pronto recibirá mensajes de todo tipo. El coche reproduce la ambivalencia de un espacio de lo privado abierto al espacio público. En el avión el pasajero ciertamente puede llevar consigo sus instrumentos de trabajo, de modo preferente el ordenador que le sirve de memoria; todo se hace para que se sienta tan cerca del aeropuerto que acaba de abandonar como de aquél al que se dirige: televisión, publicidad, noticias, tiendas libres de impuestos aseguran durante el vuelo la continuidad del no-lugar.

Por otra parte, las migraciones permiten cubrir rápidamente los puestos de trabajo desdeñados por los pudientes. Esta división también se expresa en sentido inverso, a escala planetaria, por las políticas de des-localización: para unos el trabajo, para otros las acciones.

La circulación de bienes, servicios, imágenes y, de manera mucho más restringida, personas no implica entonces la excepción, sino el núcleo o el motor del sistema de consumo sedentario. Su espacio abarca la tierra entera, el planeta, incluso si sus puntos de lle-

gada son locales, y hasta micro-locales cuando –ya se sabe– en la actualidad se encuentran en las ciudades más apartadas de Europa o Estados Unidos los mismos productos que en Madrid, Roma, París o Washington; cuando vemos en todos los cines del planeta, incluidas las salas de provincia, las mismas películas ofrecidas por las mismas grandes compañías distribuidoras y cuando, de modo innegable, en el hogar se reciben todos los programas de las cadenas de televisión y las noticias ofrecidas por empresas como CNN, destinadas a todos los países y a ninguno en concreto.

Llegados a este punto, me parece que la aparente contradicción entre el sedentarismo y la circulación se resuelve o, mejor dicho, encuentra su explicación. Ésta se apoya en una expresión (“cambios de escala”), que denota una realidad de la que no puede hacerse abstracción cuando se escuchan preguntas hoy día sobre el espacio público, principalmente desde la oposición lugar/no-lugar. El espacio local, regional o nacional ya no es la referencia pertinente para comprender los envites de la actualidad. Sin lugar a dudas, los individuos permanecen ligados, cualesquiera que sean sus razones, a la peripecia política de sus países respectivos (se trata de un culebrón que siguen desde hace tiempo y que conocen bien), pero saben que lo esencial sucede en otra parte; más exactamente, lo que pasa en su tierra no cobra sentido sino en un marco más vasto. Para hombres de negocios, políticos y científicos, algunos puntos del globo cuentan más que otros y trazan la red de sus relaciones pertinentes. Para ellos, el espacio público engloba esta pluralidad de referencia. El presidente Clinton dijo un día, en suma, que los acontecimientos del planeta se presentaban, cada vez más,

como asuntos interiores; en su boca, la frase quizás tenía connotaciones imperialistas, pero daba cumplida cuenta de un cambio de escala y del desplazamiento de los límites a los que somos sensibles.

Se puede señalar este cambio en el espacio. Si se piensa en la geometría clásica del espacio social, enseguida comprendemos que hoy día está oculta, casi negada. El umbral, frontera entre el espacio privado y el público, se refuerza en una prueba más del repliegue sobre la vida privada. Este repliegarse adquiere rasgos defensivos por medio de puertas blindadas o códigos digitales de acceso; puede llegar hasta establecer fortalezas protegidas por puentes levadizos electrónicos, barrios privados, incluso ciudades privadas desde donde se puede establecer comunicación con la tierra entera, pero no con barrios o ciudades vecinas. En Latinoamérica, por ejemplo, resulta fácil ver la confrontación entre ricos que se enriquecen y pobres que se empobrecen. La geometría deviene símbolo. El cruce de caminos, lugar de los encuentros, lugar principal de las mitologías, objeto de las simbolizaciones más activas y sofisticadas, se borra con las vastas redes de autopistas donde los intercambiadores evitan todo encuentro desagradable. Los mercados, también como los cruces bajo la protección de Hermes, dejan su lugar a los supermercados, cubiertos y a veces subterráneos, donde nada se intercambia ni se negocia y, por tanto, ya no es un lugar de encuentro; allí se circula de un pasillo al otro y no hay otro diálogo que con las etiquetas. El contraste se hace evidente con los mercados tradicionales que aún subsisten en algunas ciudades y pueblos.

En el sistema global, las plazas no son sino financieras, y los mercados, de especulación bursátil. Tales plazas y mercados son, en efecto, lugares de encuentro, de oferta y demanda; pero lo son a escala planetaria y no existen, a los ojos del común de los mortales, sino por la información de ellos recibida. No se puede ignorar entonces que, alentados por los poderes públicos, los individuos interesados en la evolución de la bolsa y los mercados resulten cada vez más numerosos. La geografía y la geometría del mercado mundial reconstruyen y amplían el espacio público en este sentido, aunque se trata de un espacio donde no debaten ni se adentran más que unos pocos iniciados: los pequeños accionistas, según se dice, son consumidores todavía más pasivos que los del supermercado.

De la violencia a la utopía

La palabra violencia está muy de actualidad hoy día, a pesar de todas las consideraciones que se aduzcan sobre la homogeneización uniforme del mundo, consideraciones que parecen recoger el hecho de la ordenación fría y monótona del no-lugar (arquitectura de cristal, el flujo de los coches por las autopistas, iluminación nocturna, despegues y aterrizajes acompasados de los grandes aviones de carga, la ronda de los satélites de comunicación alrededor del globo). En contraste, violencias de todo tipo: violencia urbana (hay un alto índice de asesinatos entre los habitantes más desfavorecidos de las megalópolis), violencia incomprensible desde el exterior en un buen número de países pobres, violencia religiosa, violencia integrista, nacionalista, racista, violencia del sistema

mundial que parece confirmar –a pesar de las buenas palabras– la separación creciente entre ricos y pobres, violencia judicial en Estados Unidos, en aquellos estados donde la silla eléctrica y la inyección letal resultan garantes de paz social, violencia en las guerras desperdigadas por la superficie del globo y vigiladas con el rabillo del ojo por la gran potencia mundial, la cual no ejerce sino en última instancia su derecho de injerencia: se diría que el sistema mundial tolera esto porque se aprovecha de esta especie de “tasa de violencia”, igual que la economía desde hace mucho tiempo tolera una “tasa de desempleo” susceptible de calmar los impulsos reivindicativos.

No hay espacios públicos donde se pueda discutir acerca de esta violencia, o están fragmentados, desequilibrados. Las instituciones o los mediadores internacionales que se ocupan de ello no están en relación directa con una forma de opinión pública a escala planetaria. Las cuestiones tratadas de modo técnico en grandes asambleas como la ONU, explican el estado desequilibrado de un mundo cuyos problemas no pueden tratarse sólo por los Estados-nación, los cuales, por cierto, se han visto pura y simplemente desposeídos de sus prerrogativas por ciertas empresas multinacionales: pensemos en el tabaco, el petróleo, la contaminación o incluso la cultura. Lo que hay de interesante en Seattle o en Porto Alegre, es el debate de la opinión pública inter y transnacional que se hace escuchar delante del FMI. Sin duda, los diferentes movimientos que convergen en estas ciudades tienen motivaciones e ideologías diversas, pero dicha convergencia ha resultado significativa al intentar establecer relaciones en sentido transnacional o al bosquejar

un modo de ciudadanía global. Ante los ojos de los espectadores de todo el mundo, el confuso inicio del debate se ha dibujado con las imágenes de golpes y cargas. Se puede extraer una lección obvia de todo esto: la mundialización no puede abandonarse en manos de los expertos y posee una representación política muy distante. De este modo, se traza la posibilidad y se afirma la necesidad de una nueva utopía planetaria. En este planeta utópico, que es el nuestro, cada uno pertenecerá efectivamente a su región, a su país y a su planeta. Aún es una utopía puesto que, en el estado actual del mundo, ni los países ni los individuos tienen el mismo peso. Y la distancia continúa creciendo. Pero es una utopía necesaria, cuyos inicios permiten percibir que tal vez un día sea posible. Ese día, las marcas de la identidad, de las relaciones y de la historia se darán a escala global. El planeta se transformará entonces en un espacio público y en un lugar; la forma y la función de su diseño serán así los más adecuados.

Mientras continúa la espera, no podemos dejar de percibir varias características notables del espacio contemporáneo:

- La oculta similitud (que da lugar a traducciones estéticas) entre los espacios de circulación, de comunicación y consumo que, aparte de solaparse los unos con los otros, se rigen por formas estéticas similares (las estaciones de tren se parecen a los aeropuertos que se parecen a los supermercados...).

- Estos espacios expresan una nueva organización del mundo, de un sistema global que busca un estilo propio, se orienta hacia un nuevo reparto del trabajo y trata de regular tanto los desvaríos políticos como los flujos migratorios.

Y a modo de conclusión, resulta innegable que el mundo se define cada vez más como escena o espectáculo, algo que ya señalaron con pasión y furia intelectual los situacionistas; asimismo, representa un aspecto muypreciado para los políticos –cuyos partidos ofrecen su propia señal de televisión en algunos lugares– y para esos actores inhumanos, los terroristas, cuyas acciones se sincronizan con los horarios de máxima audiencia. Sin embargo, este espectáculo que antes se ejemplificaba por medio de Disneylandia, la progresiva banalización de las culturas particulares para su posterior conversión en parque temático o paraíso turístico, tiene semejante potencia debido a que previamente está inserto en nuestras mentes y cuerpos, en nuestros hogares. Tal vez la única solución sea replantearnos el diseño del espacio público y de la política para que incluyan algunas constantes imprescindibles no ya para la simple convivencia, sino para una auténtica vida buena, la propia de la polis según Aristóteles (¿podremos citar de nuevo a este autor después de su más que posible banalización cinematográfica?). Así, cierto legado de generaciones anteriores o las posibilidades de las futuras podrán echar raíces en el presente y no trazar improbables líneas de fuga sin punto de encuentro, algo tan grato para los revisionistas de la historia o los perpetradores de la peor ciencia-ficción.

Estos nuevos espacios públicos y políticos habrán de tener en cuenta los imaginarios particulares, limitados, pero por sí mismos no pueden constituirse en el único fundamento de la hipotética –y de manera tan necesaria en nuestro sangriento presente– sociedad mundial del mañana. Nuestro mundo, este planeta pequeño y ge-

neroso con la vida, no conoce una auténtica solidaridad ni, en consecuencia, una verdadera realidad habitable, ni mitos ni símbolos. Necesitamos entonces dibujar sobre algo más firme, pero con una ductilidad análoga a la de la arena, figuras que indiquen lo contrario, formas del sueño posible y del deseo.

Marc Augé

Antropólogo. Ha sido director de estudios en la École des Hautes Études en Sciences Sociales y posteriormente presidente de la misma (1985-1995). Africanista de formación, pasó a orientar sus estudios hacia los problemas del mundo contemporáneo. De sus trabajos cabría destacar *El viajero subterráneo: un etnólogo en el metro* (1987), *Los “no lugares” espacios del anonimato: una antropología de la modernidad* (1993), *Hacia una antropología de los mundos contemporáneos* (1995), *El sentido de los otros: actualidad de la antropología* (1996), *Diario de guerra. El mundo después del 11 de septiembre* (2002), *El tiempo en ruinas* (2003) y *¿Por qué vivimos?* (2004).

Miranda
Benedito
Capella
Di Bartolo
Montanari
Colonetti
Augé
Manzini
Giralt-Miracle
Gausa
Neumark
Jaraola (ed.)

El mundo-como-podría-ser

Diseño y
construcción
social
del futuro

Ezio Manzini

De todas las formas de desarrollo e ideas de bienestar que pueden imaginarse para el futuro, la única que ya no se puede proponer es aquella que hasta hoy ha sido adoptada por los países industrializados y que, explícita o implícitamente, incluso los países menos industrializados han tomado como modelo de referencia. Un modelo de desarrollo y una idea de bienestar basados en una hipótesis muy simple y clara: para estar mejor hay que consumir más. Hoy sabemos que esta hipótesis, la relación directa entre bienestar y consumo, no siempre es verdadera. Sobre todo, sabemos que la promesa que propone no es sostenible, no puede, en otras palabras, hacerse extensiva por igual a todos los habitantes del Planeta.

En los próximos años nuevos modelos de desarrollo y nuevas ideas de bienestar, por tanto, deberán emerger. Desde las sociedades más ricas, deberemos aprender a vivir mejor consumiendo menos¹.

¹ El texto propuesto retoma algunos de los conceptos presentados en el libro: Ezio Manzini y François Jégou: *Quotidiano sostenible. Scenari di vita urbana*, Milán, Edizioni Ambiente, 2003.

Un proceso de aprendizaje

La transición hacia la sostenibilidad será un proceso social de aprendizaje que, necesariamente, por la naturaleza y la dimensión del cambio implicados, será vasto y articulado. Entre errores y contradicciones –como siempre sucede en los procesos de aprendizaje– deberemos progresivamente aprender a vivir muchos y posiblemente a vivir bien, en este pequeño Planeta nuestro. El camino se presenta largo, la meta no aparece todavía clara y el recorrido se muestra difícil e insidioso, pero hay que ponerse en marcha, es un imperativo urgente.

El principal teatro de la transición hacia la sostenibilidad serán las ciudades. O mejor dicho, las grandes conurbaciones que se están formando a nivel planetario y que, en las próximas décadas, alcanzarán su máxima expansión. De tal forma que, para la gran mayoría de la población del Planeta, la vida diaria será una vida metropolitana. Sea lo que sea lo que pueda significar la expresión “vida metropolitana”, las perspectivas de la sostenibilidad y, en definitiva, el futuro del Planeta, se jugarán en gran medida en esta futura metrópoli planetaria. La metrópoli planetaria será el resultado de una multiplicidad de eventos, de elecciones conscientes y de casualidades que tendrán lugar a las más diversas escalas espaciales y temporales. Del interior de este complejo y dinámico organismo emergerán nuevos modos de vida, nuevas ideas de bienestar, nuevas formas de cotidianidad. La transición hacia la sostenibilidad pasará también, y quizás sobre todo por quién, por cómo estas formas de vida cotidiana sepan encontrar nuevas direcciones hacia las que orientar la propia búsqueda de bienestar.

¿Una metrópoli sostenible?

En algunas décadas la mayoría de la población del Planeta vivirá, por tanto, en un ambiente urbano. Gran parte de estas nuevas metrópolis no han sido todavía construidas o están en construcción. El modo en el que estas nuevas ciudades emergerán y las formas de vida que en ellas tendrán lugar, determinarán el grado de sostenibilidad o de insostenibilidad a escala global de la sociedad futura. Incluso si no podemos dejar de preocuparnos al observar cómo se está desarrollando el fenómeno hoy día, parece necesario pensar en la posibilidad de un cambio que, en algún modo, la evolución hacia esta inmensa megalópolis planetaria pueda orientarse hacia la sostenibilidad. Es decir, que conduzca a una multiplicidad de ciudades cuyos habitantes vivan bien, promoviendo una nueva calidad social y dejando en el ambiente un mínimo residuo. A esta multiplicidad nos referiremos aquí con la expresión de conjunto “ciudad sostenible”.

La hipótesis de que este cambio se produzca es ciertamente optimista; tan optimista que, formulada en un momento como en el que estamos escribiendo, puede parecer irreal e incluso ingenua. Somos conscientes de ello. Pero para quien quiere situarse frente a este enorme evento con un espíritu positivo y proyectivo, es una hipótesis necesaria, cualesquiera que sean sus probabilidades de éxito. No se puede, de hecho, proceder de modo proyectivo si no se piensa que existe y es potencialmente alcanzable un estado de las cosas diferente y más deseable que el ya dado.

El mundo visto (y realizado) por quien lo habita

El tema de la ciudad sostenible, y de su posible prefiguración, puede ser útilmente afrontado adoptando puntos de vista y metodologías operativas diferentes. En nuestro caso tomamos como referencia específica *la dimensión cotidiana de la existencia*, que tendrá para nosotros dos significados complementarios: “el mundo visto por quien lo habita” y un sistema socio-técnico sobre el que es posible operar con “estrategias de intervención de base” a partir del ámbito local².

Ciertamente, referirse a lo cotidiano no implica una cuestión de escala dimensional, el mundo visto por quien lo habita, en la época de las redes globales de la comunicación, no tiene límites geográficos precisos. Sin embargo, la cotidianidad a la que nos referimos puede definirse como el contexto para la acción de un sujeto: el conjunto de lo que vincula o abre oportunidades a su vida cotidiana, y que se extiende, con sus propias elecciones y acciones, hasta donde es capaz de incidir.

Más allá, como escribe Laura Balbo, “cotidiano no es ... el ámbito de lo familiar en el sentido de la rutina, de lo que se da por descontado, de poca importancia. Es más bien la dimensión espacio-temporal de cada actor social que concibe, articula y realiza estrategias, sumando momentos inventivos y momentos adaptados. En esto consiste en gran medida el proyecto de vida de cada uno de nosotros”. Aquí podemos añadir que, por una serie de ra-

² El punto de vista y la metodología adoptadas resultan complementarios para quien requiera una visión de la ciudad en su conjunto, el punto de vista del planificador y las metodologías supraestructurales.

zones, en la vida cotidiana contemporánea esta dimensión inventiva tiende a prevalecer sobre la adaptada, y ello, no por una voluntad de ser creativos, sino porque el contexto de vida de las personas cambia tan deprisa que la interrupción de la rutina y, por tanto, la necesidad de inventar nuevos modos de ser y de hacer, se convierte en una necesidad para cada uno de nosotros.

En la perspectiva de la sostenibilidad esta necesidad de re-inventar lo cotidiano se amplía enormemente y las funciones más elementales de la experiencia diaria se presentan como interrogantes a los que no es fácil encontrar una respuesta: ¿cómo podría ser la vida cotidiana en una sociedad sostenible? ¿Cómo cuida uno de sí mismo y de los otros, cómo se trabaja, se estudia, se mueve, se teje una red de relaciones personales y sociales, se establece una relación acorde con el medioambiente?

La construcción social del futuro

La capacidad de imaginar algo que no es y las estrategias de acción para alcanzarlo son la esencia de cada comportamiento proyectivo hacia la realidad. Asumir este comportamiento y ponerlo en práctica no es ni obvio ni fácil, la aceptación más o menos reseñada de lo existente, la fuga hacia el sueño o las utopías irrealizables y el esfuerzo para definir y poner en práctica estrategias de acción, hacen de esta capacidad proyectiva un recurso escaso. Un recurso social que hoy, frente a la entidad de los problemas en cuestión y del cambio que debería producirse, resulta más que nunca precioso, incluso lo único indispensable para activar cualquier proceso de transición no catastrófico hacia la sostenibilidad.

Este particular recurso, del que actualmente se tiene necesidad, no se refiere sólo a los especialistas del proyecto (diseñadores, ingenieros, arquitectos, urbanistas), sino a todos los actores involucrados en la construcción de la ciudad: desde quienes toman decisiones políticas territoriales, a las personas inmersas en la “normalidad” de su vida cotidiana. La construcción del futuro y, hoy en particular, la transición hacia la sostenibilidad, corresponden a un proceso social en el que todos tienen un papel y en el que todos, con diversas responsabilidades y poderes, juegan su partida.

Esta última observación hace menos ingenua la visión optimista con la que hemos empezado y que sostiene todo el planteamiento de nuestra propuesta: la actividad proyectiva que conduce a la sostenibilidad no es un proyecto unitario y monológico (esto es, basado en un único modo de ver las cosas), es un complejo *proceso social de aprendizaje*, un enorme entrelazado de iniciativas donde se procede entre éxitos parciales, errores y efectos imprevistos, pero aprendiendo de la experiencia. Este proceso de aprendizaje es también el resultado de la actividad proyectiva difundida por quienes nos ocupamos de ello, cuanto mayor y mejor orientada esté esta capacidad, más eficaz será el proceso y más rápido e indoloro será el paso hacia la sostenibilidad.

Millones de proyectos de vida

La transición hacia la sostenibilidad, vista en su dimensión cotidiana, puede describirse así: es necesario que muchos millones de personas redefinan en breve tiempo sus proyectos de vida, es necesario que las nuevas direcciones que puedan o quieran tomar, muy dife-

rentes entre ellas, presenten un vector común. Lo que debería llevarnos, a todos juntos y con nuestras diversidades, hacia un futuro sostenible. Este paso es crucial y quizás merezca una aclaración, demos un paso atrás en la historia. La transición de las sociedades campesinas pre-industriales a las sociedades urbanas e industriales (así como se ha comprobado en Europa hace siglos y como sucede todavía en el mundo) puede ser descrita utilizando los conceptos ahora introducidos: masas enormes de campesinos que, en relativamente poco tiempo, redefinen su modo de vivir, estableciendo nuevos proyectos de vida. Lo hacen de formas diferentes, siguiendo direcciones diversas pero dotadas de algunos rasgos comunes que representan la esencia de la modernidad urbana así como hasta ahora la hemos conocido. Desgraciadamente ahora sabemos que estos rasgos comunes tienen también implicaciones nefastas que nos están llevando hacia la catástrofe medioambiental y social.

Cuando hoy hablamos de transición hacia la sostenibilidad y, específicamente, de su dimensión cotidiana, nos referimos a un fenómeno de naturaleza y proporciones análogas. Sólo que, esta vez, habiendo aprendido de la experiencia, el vector común resultante debería llevarnos en una dirección más prometedora, esto es, hacia cualquier forma de desarrollo sostenible.

Adoptando este modelo de interpretación, observamos, por tanto, que en la base de las grandes transformaciones hay elecciones individuales. Encontramos también que, sin embargo, obviamente, no son elecciones libres, tomadas en el vacío, son *elecciones situadas* en un contexto. La calidad de este contexto decide el campo de las posibilidades, el conjunto de lo que puede ser hecho o

pensado, en particular, y éste es el aspecto que más interesa, lo que puede ser proyectado es el resultado de la elaboración subjetiva de ideas e imágenes producidas socialmente.

En el interior de este cuadro conceptual y operativo el *papel del diseño* parece, potencialmente, muy significativo. Los diseñadores no producen sólo artefactos, sino escenarios de vida e ideas de bienestar y, de este modo, alimentan el “catálogo” de imágenes socialmente producidas, con las que cada uno compara la definición del propio proyecto personal de vida.

La generación de visiones compartidas

Explicando la dimensión cotidiana de la experiencia, hemos afirmado que lo cotidiano es definible como un sistema sobre el que es posible operar con estrategias de intervención de base, ahora añadimos que es también el terreno de cultivo de formas de innovación social difundida y del surgimiento de nuevos sistemas de productos y servicios.

Operar sobre lo cotidiano implica, pues, partir de la observación de las personas en su contexto, de sus preguntas y de sus modos de actuar, considerar las elecciones de las empresas y las políticas de los entes públicos a partir de la escala “micro”. En fin, para lo que concierne a las disciplinas del proyecto, significa referirse principalmente al campo de acción del diseño (específicamente del diseño estratégico, del diseño de los servicios y del diseño de la comunicación).

A mi parecer, la falta de visiones compartidas sobre el concepto de ciudad sostenible no significa que, en el amplio cuerpo de la so-

ciudad global, no sean ya visiones ampliamente compartidas. Sin embargo, este texto parte de las ideas y de las experiencias prácticas y de investigación que de aquí se han derivado, con el intento de valorizarlas. El problema es que son, en general, poco visibles y poco comprensibles en sus implicaciones más amplias.

La tarea del diseño es la de contribuir a visualizar estas ideas y favorecer un proceso de proyección social en el que los proyectistas, con sus instrumentos específicos, puedan operar como ayuda.

Los futuros comprendidos en el presente

La única cosa clara respecto al futuro es que implicará una profunda ruptura de la continuidad con los modos de hacer y ser hasta hoy conocidos, además, los modos, los tiempos e implicaciones de este vasto fenómeno, son del todo imprecisos y dependerán de la combinación de un gran número de factores. El primero, el comportamiento de los diversos actores sociales.

Frente a esta constatación, la voluntad de generar imágenes del futuro puede parecer una intención absolutamente contradictoria, no es así. Todo depende de lo que se entienda con la expresión “imágenes del futuro”, si se refiere a “visiones de lo que será”, la intención es realmente impracticable, si se refiere a visiones de lo que podría ser, el intento no sólo es practicable, sino necesario.

Expliquémonos mejor. El futuro está abierto y es imprevisible, pero el presente contiene en sí las premisas para todos los diversos futuros posibles, lo que mañana será se construirá con lo que hoy se ha producido. Imaginar el futuro significa entonces observar el presente y reconocer los signos de lo que podría suceder y, por tanto,

como se ha dicho, de un “posible futuro”. Por otro lado, en su complejidad, el presente nos envía una multiplicidad de señales contradictorias, referibles a diversos posibles futuros. Imaginar el futuro significa, pues, seleccionar y dar coherencia a uno u otro conjunto de señales (que a su vez indica dinámicas en acto) y definir las imágenes de un mundo (o de una parte) como si uno de los futuros posibles se hiciera real. En este cuadro conceptual, reconocer las señales que en el presente permiten delinear los diferentes futuros, seleccionar aquellos que parecen más favorables y aumentar las probabilidades de éxito, es lo que puede ser definido como “proyectar el futuro”, o bien la construcción social del futuro.

“Crear escenarios” significa revelar las señales y esclarecer sus posibles implicaciones, hacer más fácil una elección que permita operar con mayores probabilidades de éxito hacia el futuro posible (para nosotros el más predecible).

La producción de ideas cosmopolitas

La metrópolis planetaria es también un gran laboratorio de ideas e innovaciones relativas a la cotidianeidad, modos de ser y modos de hacer que expresan la capacidad social de formular nuevas preguntas y encontrar nuevas respuestas. Entre ellas hay algunas que, en la perspectiva de la sostenibilidad, parecen prometedoras, ideas estimulantes sobre cómo se pueden seguir caminos diferentes de aquellos insostenibles, hoy dominantes. A veces estas ideas y estas innovaciones tienen una naturaleza profundamente local, indican direcciones no válidas fuera del contexto del que han emergido. Otras veces, sin embargo, tienen el potencial de ampliar su radio de ac-

ción, de estimular nuevas ideas y propuestas en otros lugares, y de facilitar el proceso social de aprendizaje en el que nos encontramos. Seleccionar estas ideas e innovaciones producidas socialmente, consolidarlas poniendo en evidencia los caracteres interesantes, re-introducirlas en la sociedad con una forma comunicativa eficaz, es una secuencia de actividades capaz de auto-reforzarse, un círculo entre innovación social (la generación de nuevas ideas y soluciones), capacidad proyectiva (reconocer, reforzar y comunicar ideas y soluciones socialmente producidas) y la actitud individual y social hacia la escucha (recibir estas ideas, reelaborarlas y reorientar, por tanto, las propias elecciones).

En este modelo, la actividad proyectiva tiene, potencialmente, un gran papel. Obviamente, ella no puede, por sí sola, generar el círculo del que se ha hablado, sin embargo, puede favorecerlo utilizando los instrumentos de los que dispone para reconocer mejor los casos y las ideas que resultan prometedores, para promoverlos convirtiéndolos en propuestas valorables y escenarios comprensibles en sus implicaciones, y adoptando, en fin, las más eficaces estrategias y técnicas de la comunicación contemporánea.

¿Hacia un nuevo sentido del lugar?

Lo que las actuales ideas cosmopolitas sobre la cotidianeidad sostenible nos hacen entrever es la perspectiva de una ciudad multi-local: una red de lugares interconectados en un contexto densamente habitado, al mismo tiempo abierto y localizado. *Abierto*, en cuanto eficazmente conectado y recorrido por el flujo global de la información, *localizado*, en cuanto dotado de una propia identidad, de un

propio sistema productivo y de servicios, y caracterizado por la existencia de vivaces comunidades.

Pero si bien esta ciudad multi-local emerge del catálogo de ideas cosmopolitas hoy disponibles, no corresponde enteramente a la tendencia dominante. En la práctica, en la ciudad contemporánea, se asiste más bien a la pérdida progresiva del sentido del lugar, a la desaparición de aquellos espacios públicos que siempre han sido la expresión más significativa de los lugares de la ciudad y a la disminución de aquellas comunidades de vecinos que han sido el elemento dinámico y vital de los lugares.

Para dar a la ciudad multi-local mayores probabilidades de existir, es necesario promover un *nuevo sentido del lugar*. Lo que, a su vez, implica una nueva capacidad proyectiva: la capacidad de conectar las “largas redes” globales con las “breves redes” locales y la definición de sistemas de conexiones global-local que sirvan de soporte a formas de organización y sistemas productivos y de servicio basados en el principio de subsidiaridad, decidir y hacer a gran escala sólo lo que ni puede ser decidido ni hecho a pequeña escala, esto es, a nivel local.

Soluciones para viajar ligeros

Un rasgo emergente de la sociedad contemporánea es su *fluidez*: sus organizaciones se convierten en plásticas, los sujetos que la componen pasan a ser móviles, sus vidas flexibles, sus elecciones reversibles. Todo esto nos puede gustar o no, pero, éste es el *espíritu del tiempo* y la transición hacia la sostenibilidad debe tenerlo en cuenta.

La ciudad multi-local puede ser el hábitat para sociedades, al mismo tiempo, *fluidas* y *sostenibles*. Esto puede hacer practicable formas de vida cotidiana flexibles, reversibles y, desde el punto de vista del impacto medioambiental, ligeras. Pero, para hacerlo, debe apoyarse en lugares de acogida preparados, nuevas tipologías de servicios que operen como plataformas de sustento a los sujetos casi-nómadas de la contemporaneidad.

Hoy estas inéditas plataformas no existen todavía. O mejor dicho, existen, pero son cultural, material o económicamente poco accesibles porque están demasiado lejos de la mentalidad corriente, o porque son materialmente difíciles de encontrar, siendo culturalmente accesibles, o incluso, aunque cultural y materialmente accesibles, porque ofrecen servicios demasiado costosos. La innovación tecnológica y la capacidad proyectiva, oportunamente orientadas, pueden reducir cada una de estas barreras, permitiendo así a un creciente número de personas “viajar ligeros”, seguir trayectos de vida con gran libertad, dejando sobre el terreno un mínimo residuo.

Conversaciones sobre el futuro

El escenario producto de nuestro recorrido es el de un *mundo posible*, uno de los infinitos futuros que el presente podría generar. Se nos podría preguntar cuáles son las posibilidades de que un mundo como éste se realice realmente, pero la pregunta no encuentra respuestas, no sólo porque nadie puede saber cómo irán las cosas, sino porque la pregunta misma está mal formulada. De hecho, las visiones y propuestas que a este mundo se refieren no

han sido concebidas para ser realizadas así como son, sino para ser discutidas y, eventualmente, para generar nuevas ideas. Su éxito, pues, no se mide por la capacidad para llegar a producirse, sino por la de orientar la imaginación, las expectativas y, por tanto, el comportamiento de las personas.

La construcción de escenarios, que llamaremos *escenarios de orientación*, es, a todos los efectos, una actividad del proyecto cuyas visiones y las propuestas que ellas producen deben ser plausibles (socialmente), factibles (técnicamente) y argumentables (en sus motivaciones e implicaciones). De todos modos, no se generan para ser realizadas, son más bien actividades proyectivas para favorecer *la conversación social sobre el futuro* y aumentar las probabilidades de que algunas de las ideas que tales escenarios provocan determinen lo que será “el presente del mañana”. En definitiva, son acciones proyectivas que generarán visiones *para* el futuro (más que *del* futuro), visiones del mundo-como-podría-ser: un mundo posible, que sería probable si lo quisiéramos y actuaríamos en consecuencia.

Ezio Manzini

Ingeniero y arquitecto, profesor de los Politécnicos de Milán y Hong Kong, director del Interdepartmental Centre on Innovation for Sustainability. Sus análisis se centran en el estudio de los procesos de innovación y producción en las sociedades postindustriales y en las relaciones entre las políticas de medio ambiente y la perspectiva del desarrollo sostenible, realizando *networks* internacionales como *Global Network on Design for Sustainability*. Entre sus ensayos destacan *La materia dell'invenzione* (1986), *Artefacta* (1990), *Competitive and Sustainable Production* (2000) y *Quotidiano sostenibile. Scenari di vita urbana* (junto a François Jegou, 2003).

Miranda
Benedito
Capella
Di Bartolo
Montanari
Colonetti
Augé
Manzini
Giralt-Miracle
Gausa
Neumark
Jaraola (ed.)

Nuevos diseñadores para otro diseño

Daniel Giralt-Miracle

No es necesario ser un experto para percibir que es imprescindible repensar y modificar nuestras pautas de conducta y los comportamientos sociales directamente relacionados con el consumo, si queremos seguir viviendo y evolucionando sin poner en peligro la misma continuidad del sistema porque, como se constató en la Cumbre de la Tierra que se celebró en Río de Janeiro en 1992, nos encontramos en una situación límite.

Los atentados al *medio ambiente*, la *cuarta revolución industrial*, la *globalización* y la llamada por Ulrich Beck *destradicionalización* de nuestra sociedad son hechos que el mundo del diseño no sólo no puede ignorar, porque esta disciplina está directamente implicada en cada uno de ellos, sino que nos obligan a pensar en el desarrollo sostenible como en un nuevo paradigma, es decir, en un crecimiento social y económico que pueda satisfacer las necesidades actuales sin atentar contra la supervivencia de las generaciones futuras y, por lo tanto, a contemplar la protección del medio ambiente, el uso racional y eficiente de los recursos naturales y una mayor equidad en el acceso a estos recursos.

En este proceso abierto y dinámico de transformación hacia un nuevo modelo de desarrollo, las responsabilidades son plurales y alcanzan indistintamente al sector público y al privado, a los profesionales y a los agentes sociales, aunque quizás el papel específico que juegan las empresas como motores del desarrollo económico es especialmente significativo porque tienen una doble responsabilidad: generar beneficios y a su vez lograr que se cumplan unos objetivos ambientales y sociales, ya que su destinatario y beneficiario es la sociedad, cada vez más sensible y exigente en relación con estos temas.

El maestro Gillo Dorfles en la introducción de su pionero libro *El diseño industrial y su estética* (1968) nos decía que para que un objeto entre en la categoría de diseño industrial es necesario: “1º, su seriabilidad; 2º, su producción mecánica y 3º, la presencia en él de un *cociente estético* debido a la inicial proyectación y no a la posterior intervención manual de un artífice”. Sin embargo, desde que Dorfles hizo esta afirmación se han producido profundas transformaciones en la sociedad y en la industria, y al *cociente estético* se le deben añadir otros factores tanto o más relevantes, que nos obligan a repensar el diseño, su influencia y su papel en nuestra sociedad.

Es notorio que la cultura derivada del racionalismo y del funcionalismo y sujeta al axioma sullivaniano “form follows function” puso todo su énfasis en los factores prácticos, que arropó de acuerdo con las oscilaciones del gusto y los dictados de la moda, pero sin atender a más requerimientos que los impuestos por la empresa productora o los demandados por el sumiso mercado, porque

tanto el racionalismo como el funcionalismo consideraban que la forma era el resultado causal de unos determinados requisitos industriales, materiales y funcionales. De acuerdo con estas premisas, el diseñador era esencialmente un diligente proyectista del objeto, que debía sintetizar las distintas exigencias impuestas por la empresa. Así, antes de definir el prototipo, el diseñador recababa ciertas informaciones, conceptuales, técnicas, económicas y mercadológicas, en un proceso que aún hoy sigue siendo vigente, sólo que los condicionantes que se deben cumplir son mucho más complejos porque nuestra sociedad tiene nuevos problemas y nuevas necesidades que atender y, por lo tanto, busca otras alternativas, creando una situación de la que son conscientes los movimientos sociales y las grandes industrias, que no quieren dar la espalda a las reclamaciones de aquellos sectores de la sociedad que se resisten a las imposiciones de las multinacionales. Curiosamente Adam Smith, en su premonitoria obra *La teoría de los sentimientos morales* (1759), ya decía que “por más egoísta que se pueda suponer al hombre (y nosotros añadimos, el que genera riqueza) existen evidentemente en su naturaleza algunos principios que le hacen interesarse por la suerte de otros, y hacen que la felicidad de éstos le resulte necesaria, aunque no derive de ella nada más que el placer de contemplarla” y es que tanto entonces como ahora el mercado no ha podido vivir contra la sociedad, uno y otra necesitan afinidades y puntos de encuentro que les permitan cohabitar, y esto lo saben muy bien los consejos de administración de las industrias y/o empresas y los dirigentes de los nuevos movimientos sociales.

Son demasiados los temas que preocupan a la humanidad, algunos ya han sido reglamentados por los Estados o por organismos europeos o internacionales (normas ISO 14.000, sistema EMAS, Agenda 21 de Barcelona o los compromisos adoptados en la Cumbre Mundial para el Desarrollo Sostenible (WSSD) de Johannesburgo en el 2002), pero otros dependen fundamentalmente de las demandas surgidas de la base social. La preservación del medio ambiente y el equilibrio ecológico, las fuentes y los límites energéticos, la contaminación acústica, los requerimientos ergonómicos, la prevención y seguridad en el trabajo, la toxicidad de las materias primas, las circunstancias propias de los niños, las personas mayores y los discapacitados, la dicotomía riqueza-pobreza, el precio justo son algunos de los temas que inquietan a nuestra sociedad y, en consecuencia, son aspectos que el diseñador debe integrar en su relación de premisas irrenunciables al afrontar el proceso proyectual. Por ello estamos obligados a hacer el difícil esfuerzo teórico y práctico que supone interpretar la época en que vivimos, debemos iniciar lo que Giddens y Beck llaman una “modernización reflexiva”, en la que inevitablemente está implicado el diseño. El gran reto actual es saber intuir por donde se encauzarán las transformaciones que el mundo moderno nos está imponiendo. Frente a los paradigmas clásicos de los comportamientos sociales que lo tenían todo regulado y que obligaban al ciudadano a seguir una conducta pautada ahora nos encontramos con lo que se han denominado unos “procesos abiertos”, que reclaman nuevas estructuras de poder, nuevas instituciones, nuevos estándares culturales y, por lo tanto, una arquitectura y un diseño que se adecuen a estas as-

piraciones. Una situación ante la que podemos adoptar una opción conservadora, la de los fundamentalismos, que propone mirar al pasado y mantener a ultranza sus idearios; o una opción prospectiva, la que se arriesga, la que vive la aventura intelectual, moral y social de comprometerse a buscar nuevos modelos y comportamientos que interpreten el sentir social de este momento heraclitiano. Y ante las soluciones maximalistas y revolucionarias que se dieron en el siglo XX en lo económico y social me parece oportuno volver a referirme a la “modernización reflexiva”, con la finalidad no de provocar más traumas a esta sociedad sino de llevarla a encontrar el perfil de su *Zeitgeist*, porque es justo aquí donde podemos establecer el origen del rol del diseñador industrial de nuestra era, que debe cumplir un compromiso que va más allá de la *gute Form* maxbilliana, de la *esthétique industrielle* de los cincuenta, del *styling* a la americana, de la desnudez de la *Formgestaltung* alemana o de cualquiera de las doctrinas derivadas del racionalismo y el organicismo, porque en este escenario, en el que destaca la complejidad de los condicionantes, ya no caben las definiciones clásicas sobre el diseño y el diseñador, ya que éste se convierte en el intérprete de unas necesidades, en el vehiculador de unas intuiciones, en el profesional que debe transmitir a la industria y a la sociedad unas ideas y unas soluciones que respondan a las nuevas inquietudes de las personas, que ya no son locales sino globales. Ezio Manzini en su libro *La materia de la invención* defiende la necesidad de un método proyectual “astuto” que combine la razón y la ciencia (en sus concepciones tradicionales) con la *intuición*, el *sentido común* y el *azar*, especialmente porque los modelos del ca-

non, las referencias académicas, los tributos formales sometidos a la moda y los dictados del consumismo ya han quedado obsoletos. Y por este mismo motivo, frente a las opciones depredadoras de las industrias movidas por las plusvalías, al diseño le corresponde una acción proteccionista del hombre y su medio. No caeremos en la idea ilusoria de considerar el diseño como motor de cambio o redentor de la situación en la que nos encontramos. Pero estamos convencidos de que es un instrumento que en la nueva sociedad puede contribuir de forma decisiva a que la estética y la ética no colisionen, sino a que, al contrario, armonicen sus objetivos. Vivimos momentos difíciles, una gran agitación social y una continua sucesión de cambios, pero el diseño y el diseñador pueden aportar un programa humanizador que haga que las formas, los espacios y las imágenes del futuro escenario social estén al servicio del hombre y su medio y no contra ellos.

Por lo tanto, ya no es aceptable la tesis que define el diseño como un valor añadido del objeto industrial. El diseño, ahora más que nunca, es un valor intrínseco de los productos y servicios, no es ni un disfraz ni un embellecimiento superfluo del producto, ni debe estar pendiente de los vaivenes de la moda o de la mercadotecnia. El diseño es un proceso de creación de valor o de valores (no confundir valor y precio), por lo que más que de un *value-added* podríamos hablar de un *creating-value*; es un trabajo calificador de la producción, inexcusable en una economía evolucionada y en una sociedad madura.

Tomás Maldonado en su clarificadora obra *El diseño industrial reconsiderado. Definición, historia, bibliografía* (1978) nos dice que el

diseño industrial se encuentra en “el punto neurálgico en el cual tiene lugar el proceso de producción y de reproducción material, es decir, un punto en el que según las exigencias de las relaciones de producción, se van estableciendo las correspondencias entre ‘estado de necesidad’ y ‘objeto de necesidad’, entre necesidad y creación de necesidad” y la sabiduría del diseñador se pone de manifiesto cuando sabe discernir y concretar las necesidades que pertenecen a uno u otro ámbito, cuando entiende que las formas y objetos no se deben imponer a la sociedad, sino que es con ella con la que deben compartir las búsquedas. Por lo tanto, más que nunca el diseño deviene un procedimiento autónomo con voz y voto y una actividad generadora de ideas y decisiones, más que una actividad subordinada a los centros de decisión.

Y aquí no valen escapismos elementales de uno u otro signo. No es necesario reducir el diseño al extremismo propuesto por el estudio holandés *Droog design*, que se inclinó por el reciclaje, la experimentación con materiales inusuales o las opciones no tecnológicas y más desaliñadas de nuestra época, como el *Dry Tech* (donde hay más ingenio que proyecto); ni a las fórmulas del barcelonés *Drap-Art* o del francés *Brederie de l’Art*, que llevaron este tipo de diseño a las últimas consecuencias. Tampoco vale la mcdonalización de los productos y la sociedad, como la ha planteado George Ritzer, es decir, la subyugación de todo a la racionalización de lo útil, la taylorización y el control del producto y de los comportamientos del usuario, valorando más la cantidad que la calidad y rebajando todos los niveles de ésta, sólo para lograr unos precios más bajos.

Es preciso transformar el chip y transmutar al consumidor en ciudadano, descubrir un nuevo tipo de consumo no centrado exclusivamente en la venta de objetos, sino en la oferta de nuevos estilos de vida, un consumo responsable frente a un consumo ilimitado porque, como han apuntado Anna Papiol y Joan Vinyets, *otro tipo de consumo es posible*, puesto que en una economía crítica, y por ello culta, los objetos se convierten en verdaderos sistemas ideológicos que objetivan preferencias morales y estéticas. El valor de uso de las mercancías ha sido definitivamente sustituido por su valor simbólico, lo que conlleva una cosmovisión basada siempre en la libre elección de cada ciudadano y probablemente que el vacío ideológico de nuestros tiempos, tan bien analizado por Zygmunt Bauman, pueda hallar en los espacios y objetos del nuevo diseño algunos puntos de apoyo.

Pero ¿qué diseñador puede afrontar esta nueva situación? ¿El clásico, que procede de las escuelas de artes y oficios, el que fue formado en la racionalidad y la funcionalidad, el de la *high tech*, el de la nanotecnología o el de la biónica? A mi entender, los antecedentes no sirven. Como predijo en 1993 Yves Deforge, profesor de la Université de Technologie de Compiègne “Il s’agit d’un ‘double formation’: ingénieurs et designers. L’ingénieur est l’agent de la fonction d’usage. Le designer est l’agent de la fonction du signe. L’ingénieur-designer doit combiner dans ses produits la double fonction, d’usage et de signe”. Si Deforge hace diez años diagnosticó la fórmula del *ingeniero-diseñador*, que controla las cuestiones técnicas, económicas y formales, hoy en pleno siglo XXI deberíamos incorporar una figura que además de ingeniero-diseñador fuera ca-

paz de prever todos aquellos factores físicos, sociales, culturales y medioambientales que una actitud responsable nos impone. El diseñador, el arquitecto y todos los que trabajan en los distintos *environments* de la vida humana han de poner sus proyectos al servicio de la calidad de vida de sus usuarios y frenar, en la medida de sus posibilidades, el descontrol planetario mediante un compromiso que sintonice con la sensibilidad de los seres vivos. Una misión que no se reduce a contemplar el aspecto final del objeto, sino también a considerar su ciclo vital, el nivel de sostenibilidad, el uso de materiales reutilizables, el ahorro o la eficacia energética y el grado de satisfacción intelectual y física que encuentre en el usuario, y probablemente esto sea lo que se ha dado en denominar eco-diseño.

Daniel Giralt-Miracle

Crítico de arte, diseño y arquitectura, es miembro del ADIFAD desde 1968. Ha sido comisario general de la exposición *Diseño Industrial en España* (Madrid, Barcelona y Sevilla, 1998-1999). Es también académico numerario de la Real Acadèmia de Ciències i Arts de Barcelona, y actualmente es el Director del Comité Científico del Instituto Europeo de Design de Barcelona.

Miranda
Benedito
Capella
Di Bartolo
Montanari
Colonetti
Augé
Manzini
Giralt-Miracle
Gausa
Neumarkt
Jaraola (ed.)

Una nueva lógica abierta

Manuel Gausa

Marco de red o ¿por qué es necesaria una nueva arquitectura hoy?

Las nuevas condiciones de cambio que se intuyen hoy, en nuestro tiempo, invitan a sustituir –en aquellos ámbitos tradicionalmente asociados al campo del “diseño” (urbano, espacial u objetual)– la antigua confianza en el oficio (como “transmisión” de conocimiento) por una necesaria apuesta por la investigación (como “creación” de conocimiento).

¿Por qué nos referimos tanto a esa necesidad de innovar e investigar? ¿Por qué venimos insistiendo tanto en ese nuevo potencial creativo que parece haber emergido, casi de repente y con inusual fuerza, en los últimos veinte años?

Porque, más allá de dogmas o doctrinas, hoy puede reconocerse, en el campo de la creación, una nueva voluntad de propuesta basada en un cambio profundo de miradas, de conceptos, de actitudes y de formulaciones, que une entre sí inquietudes compartidas y objetivos comunes producidos más allá del contexto, en diversos espacios culturales. Es éste un nuevo marco de *red*, que se define más por complicitad de líneas de investigación que por el segui-

miento estricto de modelos específicos. Un marco de acción que habla de una nueva manera de entender las antiguas nociones de orden, forma y organización, y, por tanto, una nueva manera de entender, entre otras disciplinas, la propia arquitectura. Un marco de búsqueda, conectado con un tiempo de cambios sociales, culturales y tecnológicos, que quiere favorecer otros abordajes para nuevos (y viejos) problemas.

Un marco, pues, que no quiere, tan sólo, maquillar “coyunturas”. Quiere abordar sin complejos, con energía y precisión pero, también, con desinhibición, aquellas parcelas clave que definen la propia realidad contemporánea infiltrándose –e implicándose– en ella. Abordando los propios procesos y los factores que la determinan. Registrando sin inercias ni prejuicios los datos del propio entorno y sacando el mayor partido inventivo de las nuevas herramientas. Comprendiendo “la naturaleza de las cosas” para poder incidir en ellas. Es ésta una necesidad de investigación (de innovación más que de renovación) que se intuye fundamental en distintos ámbitos de la cultura y que, sin embargo, se enfrenta todavía al ambiguo “conservadurismo culto” dominante desde finales de los setenta en Europa. Una inercia surgida de una cultura de base revisionista y resistente, desconfiada frente a cualquier “veleidad” positivista relacionada con la idea de progreso y que invitaría al refugio en la aparente “garantía” de lo consensuado, de lo consagrado, de lo ensayado, de lo experimentado (la experiencia o la tradición como avales, la disciplina como referente), recuperando así las peores inercias de la historia y de la propia empresa (entendiendo empresa como aventura emprendedora).

No obstante, son las propias nociones de “modelo” (como base referencial) y “disciplina” (como corpus autónomo y resistente) las que comienzan a ceder hoy ante los nuevos retos de un tiempo de interrogantes que precisa no ya los viejos hábitos heredados, sino nuevos planteamientos, tan insólitos y sorprendentes como decididamente transversales.

El oficio deja paso, entonces, a la investigación: plantear preguntas, avanzar respuestas. Es decir, posibles hipótesis y síntesis de –y para– unos escenarios potencialmente más cualitativos. La antigua formulación de modelos deja paso, en efecto, a la formulación de potenciales, esto es, de *estrategias* planteadas desde una mirada alerta ante los múltiples estímulos, fenómenos y solicitudes de la propia realidad y de aquellos agentes que intentan descifrarla.

No se trata ya, pues, de seguir confiando en equipajes autorreferenciales ni, tampoco, de seguir rindiendo pleitesía a posibles magisterios surgidos de “singularidades excepcionales”, sino, por el contrario, de valorar aquellas nuevas dinámicas asociadas a movimientos individuales y colectivos a la vez. Más que las habituales “trayectorias aisladas” interesan aquellas posibles “trayectorias de enlace” capaces de revelar la evolución de una (nueva) arquitectura planteada en relación con las condiciones de su propio tiempo.

Condiciones y paradojas

Ahora bien: ¿Cómo se nos presenta esa realidad a la que aludimos? ¿A qué condiciones parece remitir?

Probablemente a las de un entorno más heterogéneo y complejo, más dinámico y atonal, más disperso y difuso, más diverso y simultáneo; y, no obstante, más abierto a una interacción plural, es decir, al intercambio, a la contaminación, a la mezcla, la cohabitación, al mestizaje. A una cierta y progresiva sensación de irregularidad e impureza, más heterodoxa y paradójica en sus manifestaciones.

Es éste, en efecto, un tiempo de paradojas que tienden a relacionar y unir entre sí fuerzas y solicitudes, situaciones e informaciones, distantes, dispares e, incluso, aparentemente antagónicas. Nuestro reto, ahora, es producir nuevos y eficaces “dispositivos” acordados a los estímulos propios de este orden global –y local– más irregular e *incierto*; un orden asociado, de hecho, a los propios procesos dinámicos que definen la interpretación y comprensión del espacio –y el tiempo– contemporáneos. Procesos complejos definidos por su alto grado de *indeterminación*, de *interacción*, de *inestabilidad* y de *impureza*, es decir, por su propia tendencia a una cierta “*informalidad*” asociada a su propio y creciente nivel de *indisciplina*.

Nuestro universo, nuestras ciudades, nuestros comportamientos, nuestro tiempo incluso, responden, en su mayoría, a dichos procesos dinámicos y no-lineales. El campo de la arquitectura, sin embargo, sigue confiando en modelos de orden basados en estructuras esenciales, fijas, estabilizadoras. Órdenes “celadores”, rígidos, estrictos o simplemente arrogantes por “autistas”.

No obstante, dichas inercias no parecen poder responder con eficacia y flexibilidad a la riqueza y heterogeneidad de situaciones y

acontecimientos que definen nuestro tiempo y nuestra realidad. A su alto grado de tolerancia, de sincronía y ditonía. La investigación actual quiere abordar la posibilidad de concebir nuevas lógicas, estructuras y organizaciones, susceptibles de articular mejor la diversidad y de “orientar” la incertidumbre, de conjugar la heterogeneidad y de *celebrar* la complejidad; desde una extraña condición paradójica, a medio camino entre lo determinado y lo indeterminado, entre orden y azar, acción y reacción, contrato e indisciplina, sistematicidad y contingencia. Una condición que parece invitar a plantear, en un tiempo de paradojas, no ya refugios estéticos, sino nuevas paradojas más operativas.

Muchas de las aventuras disciplinares de los últimos tiempos expresan ese deseo de concertar en nuevos entornos y nuevas espacialidades posibles paradojas. Ésa es la auténtica dimensión cultural del proyecto contemporáneo: su capacidad para formular “nuevos y sorprendentes enunciados”: formulaciones entendidas como excentricidades positivas del sistema más que como extravagancias. Formulaciones de “otros” posibles producidos a partir de uniones “imposibles”. Trayectorias generadas en el “sistema” y “más allá” de él. Acoples insólitos –es decir, impuros– entre antiguas categorías estancas y, tradicionalmente, contradictorias: orden y caos, natural y artificial, singular y plural, individual y colectivo, virtual y real, abstracto y concreto, sintético y expansivo, estático y dinámico, exterior e interior, discontinuo y conectado, figura y fondo, arquitectura y paisaje...

Formulaciones heterodoxas convertidas, de repente, en eficaces combinaciones. Frente a la inercia de los signos como “valor de cam-

bio” (la progresiva trivialización y homogeneización del objeto-icón) emerge, entonces, la fuerza de aquellos nuevos enunciados “provocadores de estímulo”; capaces de convertir planteamientos “imprevistos” en nuevos escenarios positivos y productivos.

No imágenes estéticas, sino nuevas e inesperadas “trayectorias” en el sistema.

“Paradojas operativas” para una nueva arquitectura llamada a generar complejidad y síntesis a un tiempo. Procesos más que sucesos. Entornos más que objetos.

Lógica abierta

A ello alude la propia *naturaleza* compleja de nuestra realidad: a la capacidad de combinar y simultanear –de activar e *interactivar*– informaciones múltiples y no siempre armónicas en un mismo marco de relación (e interacción).

En esa aceptación de la interacción y de la mezcla, del intercambio y cruce de energías, podríamos detectar una de las claves fundamentales de la cultura contemporánea, destinada a sustituir la vieja noción de identidad esencial, compacta y monolítica de las cosas –y de las categorías– por una cualidad más difusa e impura; más híbrida: ser ella misma y muchas otras al mismo tiempo: no ya una flecha unidireccional y unívoca, sino un haz orientado y diversificado: capaz de fluctuar, piruetear y mutar –intercambiando información– sin por ello perder su condición particular.

Es ésta, en cualquier caso, una actitud que habla de relaciones –y criterios– más elásticos e imaginativos: ni “imposiciones desde”, ni de “integraciones en”, sino “interacciones entre”.

Ello plantea la necesidad de trabajar con un nuevo tipo de lógica más abierta, que no sería ya ni la continuidad metafísica clásica (compositiva) ni la de la *objetualidad* funcional moderna (posicional), sino la *interactividad* estratégica contemporánea (dispositiva), capaz de articular y potenciar la diversidad de nuestro tiempo. ¿Por qué hablamos de una lógica más abierta? El mismo término “abierto” define eficazmente ese potencial relacional de una posible “nueva arquitectura –definida en otros ámbitos como “avanzada”, “reactiva” o “informativa”– destinada a propiciar marcos más eficaces de interacción.

Una arquitectura más abierta por virtualmente “evolutiva” (susceptible de cambiar y variar, más allá de determinados estados de *configuración*, de acuerdo a procesos dinámicos, generadores de desarrollo).

Una arquitectura más abierta por más flexible (capaz de fluctuar, de deformarse, adaptarse y transformarse ante y con la incidencia de la información).

Una arquitectura más abierta por más indeterminada (o menos predeterminada, menos prefigurada, en su forma y configuración).

Una arquitectura más abierta por más empática y receptiva (sensible a las solicitaciones del medio, del lugar).

Una arquitectura más abierta por más exteriorizada y extravertida (capaz de “abrirse” a escalas y situaciones, condiciones y dimensiones “externas”, más allá de lo local).

Una arquitectura más abierta por más espontánea e informal (en sus evoluciones) y, por tanto, más alegre (distendida, desinhibida y expresiva) en sus manifestaciones.

Optimismo reactivo

En cualquier caso, es ésta una voluntad dinámica y revitalizadora que hemos calificado, en alguna ocasión, de “reactiva” por su vocación relacional y su carácter activo (y activador): reaccionar ante la realidad y activarla. Una voluntad que reclama una acción y una mirada atentas a múltiples fenómenos emergentes y a las posibles relaciones entre ellos. Una acción y una mirada interrogativas. Con vocación combinada de conocimiento y de propuesta. Una voluntad inquieta en la que –más que las especialidades oficientes– importarían las estrategias híbridas. Las disposiciones más que las posiciones. Las cartografías más que las crónicas. Las interpretaciones más que los panoramas. Las búsquedas transversales más que las aplicaciones oficientes. Las alternativas (indisciplinadas) más que las inercias (disciplinadas). No hay estilos. Ni decálogos. No hay modelos. Ni fórmulas. Hay criterios de acción que expresan posibles combinaciones entre hipótesis, lógicas y apuestas.

- Apuestas en clave de acción susceptibles de avanzar disposiciones (concretas) y estrategias (genéricas).

- Apuestas en clave de reflexión susceptibles de explorar nuevos focos de interés con suficiente vitalidad para reconocer el nacimiento de otro tipo de escenarios y estimular el desarrollo de opciones alternativas.

En esa necesidad –paradójica a su vez– de compatibilizar conocimiento y propuesta, reflexión teórica e implicación práctica, mirada y acción, se mueven muchas de las nuevas experiencias.

En los últimos años algunas de las propuestas más interesantes del panorama internacional se han orientado hacia esa doble ver-

tiante teorizadora y activa, difusora y proyectiva, construyendo las bases de una nueva acción crítica y productiva entendida más como instrumento operativo que como posición neutral. De ellas han surgido diversas propuestas duales de acción y difusión como *Fisuras* (Soriano-Palacios) o *Exit* (Ábalos-Herreros) en España o *Périphériques* (Paillard-Jumeau, Marin-Troottin) en Francia y *Forum* (MVRDV) en Holanda, que han entrecruzado y solapado sus enfoques en medios y soportes diferentes pero, a menudo, cómplices en sus intereses y, al mismo tiempo, conectados con voces próximas y distantes a la vez que han encontrado en dichos soportes una generosa plataforma de proyección.

Entre ellos destacaría *Metápolis*, un proyecto insólito (tan sólo explicable desde la coincidencia de diversas trayectorias en sinergia con las inquietudes que aquí nos ocupan y que revelaría el papel fundamental que en los últimos tiempos y a nivel internacional han desempeñado ciertas empresas de nuestro país en esta nueva dinámica de acción/difusión) destinado, desde estas premisas, a unir I+D es decir, Investigación + Desarrollo, Docencia y Difusión en un enfoque múltiple tan ambicioso como riguroso en sus objetivos. A dicha dinámica cabe referir, asimismo, la acción desarrollada en los últimos años por la doble *personalidad* de ACTAR: Actar Editorial y Actar Arquitectura.

Un contrato dual (no un organismo unívoco, sino un extraño “antitipo” híbrido) entre dos estructuras distintas susceptibles de combinar sus potenciales desde la difusión teórica de las ideas y desde la investigación práctica de sus aplicaciones. Desde una acción proyectual y relacional.

Es esa necesidad de propiciar una interacción abierta, en todos los sentidos, la que explica el interés de Actar por traspasar los límites de una arquitectura entendida, tan sólo, como diseño objetual y referirla a una arquitectura concebida como un entorno relacional. Abordando la noción de entorno desde varios ángulos:

- Entorno como medio: ambiente, contexto, atmósfera o lugar abierto a intervenciones e interacciones *singulares y plurales*, a un tiempo.

- Entorno como “campo” de fuerzas: sistema dinámico asociado a trayectorias y a procesos evolutivos, generadores de organización y forma.

- O entorno como geografía, esto es paisaje: territorio, topografía, diversos y articulados a la vez.

En esa ambigua frontera entre arquitectura y territorio, construcción y sistema, creación y lógica, forma y disposición, dimensión local y escala global (que intuyó Rubió i Tudurí al acuñar el propio término Actar), se mueve la actividad proyectiva y exploradora de Actar Ediciones y la actividad proyectual e investigadora de Actar Arquitectura. Entre el intento de relacionar la diversidad y la capacidad de articularla en nuevos entornos (sistemas, lógicas, procesos) más expansivos y expresivos, más precisos y alegres, más operativos y —¿por qué no?— desenfadados.

Es a esa concepción más *abierto* (por no-predeterminada, por más *espontánea* y plural; por más relacional y evolutiva, pero también por más alegre y desinhibida) de una acción arquitectónica capaz de asumir la propia complejidad de nuestro tiempo, a la que algunos hemos tenido el privilegio de contribuir, impulsando la defini-

ción de un nuevo escenario (real y virtual, global y local) orientado, en último término, hacia una nueva exploración de la propia concepción del hábitat, como espacio colectivo e individual, a un tiempo. Un “*entorno para interactuar más que una máquina para habitar*”. Un entorno no sólo digno, sino estimulante, activo, cambiante, flexible; sorprendente y expresivo. Para el placer y la alegría de vivir y de relacionarse y de “proyectar” cualitativamente al individuo, más allá del habitual *minimalismo depurativo* culto o del rentable arquetipo comercial; más allá, pues, de la mera *moral resistente* o de la pura convención estándar.

Hablamos de una manera de entender la arquitectura y hablamos de una manera de entender la cultura y la sociedad. Algo importante en los últimos tiempos.

Manuel Gausa Navarro

Arquitecto. Ha sido director de la revista *Quaderns d'Arquitectura i Urbanisme* (1991-2000). Desde 1999 es presidente de Metápolis y desde 2003 también es presidente del Consejo Científico del Instituto de Arquitectura Avanzada de Catalunya y miembro del Consell Assessor per el Desenvolupament Sostenible de la Generalitat de Catalunya. Asimismo, es autor de diversos artículos y publicaciones, entre los que destacan *Housing, new alternative, new systems* (1998), *Singular Housing* (junto a Jaime Salazar, 1999), *Diccionario Metápolis de la Arquitectura Avanzada* (2002), *HiperCatalunya. Territoris de Recerca* (2003).

Miranda
Benedito
Capella
Di Bartolo
Montanari
Colonetti
Augé
Manzini
Giralt-Miracle
Gausa
Neumarkt
Jaraola (ed.)

Diseño: el plato principal

Un análisis
del futuro del
diseño desde
Buenos Aires

Alan Neumarkt

“Donde queda el postre, cuando no hay cuchara...” canta Iván Noble, un joven músico de rock argentino, en una canción de amplia difusión, que a su vez la utiliza un programa periodístico por televisión como cortina musical. La canción popular, en todas las épocas, ha servido de crónica o relato de los hechos y acontecimientos de la vida con una actitud más directa que la historia oficial. En décadas pasadas hasta las metáforas de las letras de las canciones lograron superar barreras como la censura y convertirse en símbolos de resistencia. Hoy son un fiel reflejo de los acontecimientos sociales y serán, sin duda, hitos de la historia cultural. La realidad en Argentina, tras los sucesos de la crisis de fines de 2001, ha transformado todos los escenarios desde donde analizar el futuro del diseño. Lo reciente de estos hechos no puede darnos aún la perspectiva suficiente, pero sí nos permite formularnos algunas reflexiones. Desde esta nueva y compleja realidad podríamos preguntarnos: ¿es el diseño el “postre” en el banquete de este contexto social que nos ha quedado? Todas nuestras variables económico-sociales han sido alteradas. No ha sido la primera vez en el poco más de un siglo de vida insti-

tucional de Argentina. Pero en este último caso, tan reciente, la magnitud y la masividad con que la crisis afectó a todos los estratos sociales, la convierte en la “peor” de la historia argentina. Si es que la comparación con crisis anteriores tuviera alguna importancia.

Sobrevivimos al hundimiento –para ponerlo en términos de Titanic– y aquí estamos. Nos queda la reconstrucción. No es un tema menor. Es un desafío.

Los países se transforman, están vivos y el diseño –como disciplina cultural, social, comercial e industrial– se transforma dentro de ellos. El accionar de sus diseñadores, de sus consumidores, de sus instituciones académicas, va produciendo esta transformación a la par de los cambios sociales, y participan de ellos. Pero esto no debe verse como un problema: la capacidad de transformación, de variar, de adaptarse, de mutar, es la esencia misma de la acción del diseño. No es poca cosa intentar interpretar esta realidad actual y proponer soluciones e ideas de futuro; aunque a fin de no exagerar, ya que la historia y la actualidad del mundo nos presenta lamentablemente numerosos casos más graves de guerras y devastaciones varias, la crisis de Argentina es un caso particular para ser analizado. El futuro del diseño local y el de nuestra sociedad caminan interrelacionados.

La historia reciente

El 1 de diciembre de 2001, los gobernantes argentinos en funciones confiscaron todos los depósitos bancarios dentro de un “corralito”, un sistema de restricción de movimientos de dinero, para evi-

tar la fuga masiva de fondos del sistema financiero que se estaba produciendo desde semanas atrás. Los motivos pueden haber sido varios, pero podemos destacar los últimos cuatro o cinco años de recesión dentro de una economía de anclaje fijo al dólar sumado al aumento de la tasa de desempleo, la violencia urbana y fundamentalmente problemas políticos del propio gobierno y de la oposición. El 19 de diciembre de ese año el pueblo tomó las calles y se dirigió a la sede administrativa del gobierno en la simbólica Plaza de Mayo, en el centro de la ciudad de Buenos Aires, manifestando su descontento golpeando cacerolas.

La transformación popular de un objeto cotidiano para la cocción de alimentos en un sonoro y estridente instrumento de percusión no debe interpretarse como una simple operación de cambio de función. Aunque ha habido antecedentes en otros países vecinos, la magnitud del hecho en una ciudad de la escala urbana de Buenos Aires lo ha convertido en un acto simbólico que adquiere su propio sustantivo. Se podría establecer una relación sobre este hecho tal como plantea Tomás Maldonado en *El diseño industrial reconsiderado* cuando comenta la mirada de Walt Whitman sobre la locomotora: “...emblem of motion and power”.

La cacerola ha adquirido su propia poética y no parece casual que sea este objeto y no otro el que el saber popular haya designado como identificación. Estamos en uno de los principales países con industria agrícola y ganadera, donde se producen y exportan alimentos para el mundo entero. Al mismo tiempo, un apreciable porcentaje de la población tiene problemas alimentarios. Dicho más directamente: pasa hambre.

El “cacerolazo” como manifestación popular y la violenta represión policial provocaron la caída del gobierno al día siguiente. Dos semanas después todas las variables políticas, sociales y económicas habían sido alteradas. En un instante fue devaluada la moneda un tercio de su valor anterior. Se trastocaron todos los contratos económicos vigentes y se modificaron las relaciones sociales construidas tras 18 años de gobiernos democráticos y 11 años de estabilidad económica.

Unos meses después la periodista Sandra Russo escribió en la contratapa del diario *Página12*: “... hoy, las incontables movilizaciones de las que participan miles de personas son en su mayor parte protagonizadas por gente sola que se junta. Solitarios que confluyen en algunos reclamos con otros solitarios. Lo que hasta ahora no se ha podido articular es el pasaje a otra etapa en la que cada uno rompa su costra y entre en contacto con los otros ... para operar en la realidad de una manera efectiva ... Porque miles y miles de solitarios podrán gritar, encender o apagar las luces de sus casas, ir a una marcha, tocar bocina..., miles y miles de solitarios podrán seguir convirtiendo una vez por semana a esta ciudad en un *happening* que llame la atención del mundo, pero nuestra propia realidad empezará a cambiar recién cuando seamos capaces de crear clubes de los que estemos orgullosos de ser socios”.

Tras este breve comentario el diseño como disciplina no parece un tema importante, sin embargo, se ha convertido conceptualmente en un tema fundamental.

Se podría comenzar por remarcar tres conceptos de diseño que surgen del “cacerolazo” argentino y que se perfilan como accio-

nes y condicionantes del presente y futuro inmediato de la profesión en el país.

La generación creativa de alternativas

Un país entero, con casi 37 millones de habitantes, sometido a una variedad muy amplia de problemas sociales generados de la falta de actividad económica se puso a pensar alternativas. La generación de alternativas es una de las herramientas principales del diseño como disciplina profesional. Todo puede ser nuevamente propuesto. Y básicamente eso es lo que sucedió, lo que continúa sucediendo y lo que sucederá en todas las áreas del quehacer cotidiano.

Se ha generado la “duda” como una constante. Y desde distintos puntos de análisis se proponen alternativas. No importa de qué tema se trate, la vida diaria en Argentina se asemeja a una operación proyectual. Todo, absolutamente todo, ha sido y está siendo, pensado nuevamente. Así continuará hasta que se puedan reestablecer nuevas bases de estabilidad social.

El país, culturalmente mestizo, construido por sucesivas inmigraciones europeas a fines del siglo XIX y principios del siglo XX, mayormente provenientes de Italia y España y por más recientes inmigraciones sudamericanas ha desarrollado una identidad compleja, si se me permite “errática”, producto de esta combinación. El diseño también había desarrollado esta característica de identidad compleja, a veces indescifrable. En cuanto ámbito de discusión o debate el diseño participa, sea éste un espacio político, profesional o académico, surgiendo el concepto de “identidad” como tema.

No se va a resolver esta cuestión mientras el contexto-país-región se está redefiniendo y la misma disciplina va mutando en su adaptación. Pero sí comprendemos que no necesariamente deberíamos llegar en un futuro a una imagen formal de “diseño argentino”, sino que a partir de esta constante redefinición se vislumbra un poco más de precisión en esta búsqueda. Se va logrando adquirir un perfil de identidad local propio, más en su concepto constructivo, en la manera que opera frente a la dificultad, que en su imagen. Mantiene algunos reflejos de este pasado mestizo anterior y adquiere señales únicas consecuencia de la nueva realidad.

En un reciente reportaje publicado en *Clarín*, el matutino de mayor circulación de Buenos Aires, el sociólogo brasileño Renato Ortiz decía lo siguiente: “en el proceso de globalización y debilitación del Estado-nación se abre una potencialidad de construcciones de identidades colectivas en América latina diferentes a las identidades puramente nacionales. No creo que vaya a ser algo como una identidad latinoamericana, pero puede ser que el MERCOSUR construya estas nuevas identidades”.

Como decíamos antes, el concepto de alternativa es, sin duda, una entidad propia de nuestra profesión, casi su razón de existir. Su aplicación masiva a todo ámbito de la vida cotidiana y comercial con el objetivo de la superación del escenario de crisis con creatividad, convierte a los habitantes en ejecutores involuntarios de pensamiento proyectual; en “paramédicos” de diseño.

Los principales conceptos sociales emergentes de este gran *brainstorming* nacional son: la solidaridad y la austeridad. La austeridad como concepto proyectual tiene mucha influencia formal y tecno-

lógica y, por lo tanto, es insustituible protagonista del presente y futuro de los productos locales. Esta característica es obviamente más notable en los productos de diseño industrial y de decoración; relativamente menos notoria en la producción de indumentaria o en la moda, aunque en algunos casos son generadores de tendencias.

Podría compararse, de alguna manera y salvando amplias diferencias históricas sin duda, con la posguerra europea de fines de los años cuarenta del siglo XX. De la misma forma que algunos productos de aquella región se convirtieron en iconos del resurgir, podría suponerse –aunque escribo esto entre grandes dudas– que aparecerá algún producto argentino, o tal vez sudamericano, que sea símbolo de estos nuevos años por transitar en la región.

Asociado este comentario a dos nuevos fenómenos ocurridos, influyen en el futuro de la acción profesional: uno es la recuperación de fábricas e industrias, económicamente en quiebra, por cooperativas de trabajadores. Éstas aparecen en el escenario industrial con nuevas formas de proceder, con la idea primaria pero muy fuerte de resurrección. Es aquí donde el diseño adquiere otros espacios de interacción y sus propuestas son muy necesarias.

El otro es el fenómeno del “diseñador-emprendedor-productor”, generador del proyecto y de su propia resolución comercial. La cantidad de episodios de este tipo de acción ocurridos en tan breve tiempo lo convierten en un hecho notable. Y con tal influencia, en cuanto a cantidad de propuestas y productos, sobre todo en el área de la decoración y de la moda, están convirtiendo algunos barrios de la ciudad en polos turísticos.

Límites, límites extremos

Los proyectos de diseño, por esencia de esta profesión, siempre son limitados. Se desarrollan dentro de una cantidad de variables funcionales y tecnológicas, y si bien permiten un sinnúmero de formas, están acotados en su libertad. Responden, optimizan o innovan sobre realidades preexistentes. Más exigente se vuelve el proyecto si aumentamos esos límites. La realidad en Argentina, la austera tecnología sobreviviente y las necesidades sociales y comerciales han exigido a los proyectos de diseño límites extremos. Tan extremos han sido que algunas industrias debieron hasta reemplazar sus materias primas. Podemos ejemplificar con el caso de algunos envases donde se sustituyeron plásticos de materia prima importada por vidrios y con esto se resolvieron los problemas de abastecimiento.

Este tipo de operaciones podrían entenderse como un grado de involución, sin embargo, esto es así sólo si analizamos desde el punto de vista de la tecnología. Desde el punto de vista de la forma, se generan nuevas posibilidades. Y el diseño debe actuar aquí con todo su potencial. Pero probablemente el mayor de los desafíos es el económico. El presupuesto bajo límites extremos obliga a pensar costos de matricería y de materiales para realizar una mínima inversión y poder resolver los productos.

Los problemas de presupuesto en general se debían antes a la escala de producción, a la poca cantidad de la serie o a algunas limitaciones técnicas. Hoy el presupuesto de inversión es casi el tema excluyente de cualquier proyecto. La “economía” es hoy, y por mucho tiempo, quien toma la decisión final.

Estamos frente a un “less is more”, pero sudamericano, no como se planteaba en el pasado como un desafío formal, sino dominado por la limitación económica. Podríamos sumar a este análisis una frase de nuestra idiosincrasia tanguera, de barrio de inmigrantes: “lo atamo’ con alambre”.

La sustitución, mecanismo de supervivencia

Las decisiones económicas tomadas por el gobierno de transición (*default* de deuda y devaluación de la moneda), y mantenidas por el nuevo gobierno democrático elegido, transformaron rápidamente todo el sistema productivo argentino. El ingenio creativo de nuestra sociedad logró, en un año, sustituir el 60% de todas las importaciones de materias primas y productos industriales; reemplazar los *stocks* de mercancías importadas por otras de producción nacional; comenzar lentamente un ciclo exportador; generar nuevos productos e instalar la idea de “producto argentino”.

No sólo los plazos de todo este gran proceso de sustitución han sido muy breves, apenas nos acercamos a los dos años, sino que todo ha sido realizado sin un plan previo y sin crédito. Sin un sistema financiero que lo soporte. Sin ningún tipo de crédito. No deben existir antecedentes de escala comparables, tal vez debiéramos remitirnos a la crisis norteamericana de 1929.

El diseño es hoy la herramienta inicial de todo este proceso y debido a las decenas de proyectos en marcha, donde el diseño de moda y el diseño de productos son actores principales, creo que tenemos suficientes casos para hablar de una morfología de la sus-

titución. Estamos frente a las nuevas formas que el diseño está generando dentro de esta nueva realidad económico productiva.

Casos

Hay decenas de casos que podríamos analizar, donde el diseño es el motor de generación del proyecto y del negocio comercial. En el sector de ropa, calzado y accesorios de cuero hay marcas nacionales que se proyectan como vanguardia. El cuero es un material tradicional de nuestra cultura ganadera, en un país donde la cantidad de cabezas de ganado es mayor que la cantidad de habitantes. La reinterpretación del cuero desde una propuesta de moda, con diseños de alta calidad, con propuesta de color y con estilo, hacen la diferencia. La asociación de empresarios y diseñadores está dando resultados exitosos. Se posicionan en el mercado local y exportan.

En el segmento de mobiliario y artefactos de iluminación, con fuerte presencia de industrial local, algunas empresas han construido su trayectoria con el diseño como exclusividad. Han traspasado por lo menos dos décadas dentro de los más variados planes económicos que han sido implementados en el país y no ha perdido su identidad. Sí han cambiado sus estrategias y ésta es la razón de su vigencia. La conducción de las empresas tiene en el respeto por el diseño una sociedad indivisible.

A partir de los cambios producidos por la devaluación y la sustitución de importaciones, la apuesta es competir con más diseño y más diseñadores. El desarrollo de nuevos productos con precios internacionales competitivos parece ser un buen espacio de acción.

Varios grupos de diseñadores, consagrados y jóvenes, comienzan a integrar grupos de proyecto y producción propia. Son generadores de tendencias y encuentran sectores de la sociedad que responden a la innovación de las propuestas. Hay búsqueda de nuevos materiales y posibilidades de producción. Hay una revalorización de lo artesanal como tecnología. Se vuelve a buscar en el objeto la identidad, no con tanta reflexión previa como en décadas pasadas, pero produciendo con calidad.

El desafío

El diseño tiene por delante, en un futuro cercano, una gran responsabilidad. Como disciplina intelectual posee la dosis exacta de pensamiento creativo y proyectual, la combinación de capacidad de lectura de una realidad cada vez más compleja y la suficiente audacia para proponer soluciones. Y hasta la necesaria dosis de creatividad para superar lo “políticamente correcto” y globalmente determinado.

El pensamiento de diseño podría convertirse en el *think tank* de un mundo mejor, que supere ampliamente la extrema realidad argentina y sudamericana rodeada de desigualdades con propuestas superadoras e innovadoras. Tendrá para ello que luchar para imponer sus certezas y demostrar constantemente sus virtudes, pero ya es hora de su madurez.

Los pensamientos científicos, legales, económicos y políticos implementados hasta el momento nos han dejado en niveles insuficientes en términos sociales. La desigualdad en esta región del planeta es un tema grave. Casi inmoral para el siglo en que vivimos.

Las alegrías masivas en términos sociales, no han provenido del mundo político o económico. Proviene casi siempre del esfuerzo individual de artistas, creadores y personas del ámbito cultural. Las más variadas disciplinas artísticas y a veces también el diseño en todas sus manifestaciones logran proponer una visión de un espacio mejor, de nuevos horizontes. La cantidad de creaciones en áreas tan vastas como la plástica, la música, el cine, el teatro y la televisión deben ser valoradas. Como ejemplo vale recordar que en el peor momento de la crisis la Feria del Libro de Buenos Aires fue un suceso de público y de aceptación.

Hoy comienza a ser reconocida la creación de negocios a partir del diseño. Los medios especializados en economía ya lo consideran tema de sus contenidos y hasta argumentan, exageradamente aún, sobre la influencia del diseño en la economía del país.

Por otro lado, son increíbles los logros deportivos internacionales que se han ido sucediendo a lo largo de estos últimos meses. No debe desconocerse la pobreza de recursos de los atletas, al igual que los artistas antes mencionados. Los ínfimos presupuestos con los que cuentan en sus inicios, comparados con otras regiones, convierten los éxitos logrados en hazañas. Y son de una magnitud digna de ser reconocida. Indico esto en particular porque de alguna manera generan la sensación colectiva de que los desafíos son posibles y las realidades podrían ser superadas por un futuro mejor.

El diseño no debe ser un postre porque nuestra sociedad necesita un alimento mejor. Lo necesitamos para dar soluciones, para disminuir desigualdades, para crear una región con menos extre-

mos sociales. El diseño deberá convertirse en el plato principal. Diseñando y pensando proyectualmente se podrían resolver varios de los problemas de la sociedad, se generará trabajo, se optimizarán los recursos naturales y tecnológicos. Se mejora la calidad visual y funcional de la sociedad y, por lo tanto, se mejora la calidad de vida. Ése es el desafío del futuro.

Con permiso del Foro Social Mundial de Porto Alegre, y su slogan "otro mundo é possível", me gustaría afirmar: "Otro diseño es posible".

Alan Neumarkt

Diseñador Industrial. Ha sido docente universitario en las cátedras de Morfología, Diseño Industrial y Ergonomía, en las Universidades de La Plata y Buenos Aires. Ha participado en numerosos congresos y exposiciones, y obtenido varios premios de diseño. Socio fundador de la Asociación de Diseñadores Industriales de Buenos Aires y socio honorario de la Unión de Diseño Industrial, ha sido también director y design manager de IQ S.A. (1994-1998), formando en 1998 Sand/Sudamerica Design. Asimismo, es corresponsal en Argentina de Experimenta ediciones de Diseño.

Este libro se acabó
de imprimir en
junio de 2004
en los Talleres Gráficos
de Hermanos Gómez.

EDICIONES
Aldeasa

ISBN: 84-931195-2-0



9 788493 119522

**Istituto
Europeo
di Design** 