



## 21\_21 Design Sight

Un museo del diseño cuyo edificio es la pieza principal

Carolina González-Miranda

Universidad de Málaga

### Resumen

Visitar Japón sorprende simplemente por el cambio cultural, la forma, el ser y el vivir. Visitar un museo del diseño en la capital nipona, sueño, idea y realidad del diseñador Issey Miyake, construido por el premio *Pritzker* Tadao Ando, mejora aún si cabe el abrumador viaje lleno de contraste e identidad propia del lugar. Basados en la cotidianeidad, en la naturaleza, en la representación simple y mínima, en el alma, y todo bajo la mirada del diseño, es como estos dos genios singulares han creado junto a otros, un museo del diseño que básicamente enamora. Así de simple y complejo a la vez.

**Palabras clave:** Japón, museo de diseño, Issey Miyake, Tadao Ando, 21\_21 Design Sight, diseño de lo cotidiano

## A design museum whose building is the masterpiece

### Abstract

Whenever you visit Japan you will get really shocked by the cultural and the lifestyle differences. Visiting the design museum sited in Tokyo, which was the dream of the world-class designer Issey Miyake and designed by the Prizker award winner Tadao Ando, enhances this sensation of contrast. These two geniuses have created, with the aid of other designers, this museum based on the everyday life, in the nature in the simple shapes and in the soul and the spirit always under the focus of the design having developed a concept that inspires love in a simple and at the same time complex way.

**Keywords:** Japón, design museum, Issey Miyake, Tadao Ando, 21\_21 Design Sight.



Japón siempre sorprende. No importa el barrio en el que te ubiques, la capital nipona no defrauda al observador, y es en el complejo de edificios modernísimos, que rodea un jardín antiguo japonés, de Tokio Midtown, donde se puede admirar un museo pensado y creado para deslumbrar al visitante.

Esta urbanización, tan abrumadora, consta de bares, restaurantes, galerías de arte, un hotel y espacios públicos donde la naturaleza juega el papel de protagonista. Puedes encontrar escaleras mecánicas junto a cascadas artificiales de roca y vidrio, bosques de

bambúes, puentes colgantes flanqueados de *washi* (papel japonés hecho a mano), etc. y la arquitectura tan espectacular que engloba al conjunto.

Es en el centro de Midtown Garden, un jardín de praderas y cerezos, ideal para pasar la tarde contemplando el alrededor, donde se encuentra el sueño de Issey Miyake de dar a conocer el diseño japonés, el 21\_21 Design Sight.



21\_21 Design Sight nace en 2007 con la intención de crear en el espectador la necesidad de dirigir la mirada hacia las cosas y lo cotidiano, y con ello descubrir lo que el diseño nos aporta, creando experiencias nuevas y sorprendentes donde el diseño lo envuelve todo y te hace partícipe y protagonista de esa investigación en busca de nuevos descubrimientos.

El nombre 21\_21 se lee como “dos uno dos uno la vista del diseño”, haciendo referencia a la visión perfecta, Visión 20/20, que se obtiene al realizar el Test de Snellen, siendo esta una prueba diseñada para evaluar la agudeza visual por los oftalmólogos.

El logotipo es la representación de las placas de matrícula de vehículos japoneses, dando la importancia en su idea de lo cotidiano y su íntima relación con el diseño, cosa que el propio museo nos quiere inculcar.

Este museo con exposiciones, charlas y talleres, se ha basado en temáticas donde la

mirada y nuestros propios ojos se dirijan hacia cosas cotidianas, propias del día a día, como el chocolate, el agua, el hombre, la naturaleza y los huesos, todo ello con la intención de mirar hacia nuestro interior y que esto nos haga pensar en el futuro.



Tadao Ando es quien se encarga de la arquitectura del edificio. Este arquitecto japonés, premio *Pritzker* en 1995, combina en un complejo ejercicio de creación arquitectónica la fusión de ideas basadas en el minimalismo extremo y la integración de los espacios en su entorno natural. Ando juega con el mestizaje de formas y materiales innovadores, con la estética y el uso del espacio japonés más tradicionalista.

Usa mayoritariamente el hormigón liso como material esencial para la creación del museo, vidrieras gigantescas, planos rectos, simplicidad, todo ello buscando el modo de captar la luz.

Este museo donde las tramas geométricas son protagonistas, parecen danzar para crear un ordenamiento de los espacios donde el espectador pueda encontrar un lugar de meditación, un espacio que incite a la espiritualidad, idea que Ando busca en todas sus creaciones.

El resultado no deja indiferente al visitante, que queda abrumado frente a tal despliegue de sensibilidad y belleza, donde la armonía estética torna a su mayor expresión. Con un 70% del edificio a diferente nivel, la visita interior se hace, aún si cabe, más emocionante y llena de riqueza visual.

Los directores de este cosmos del diseño son Issey Miyake, Taku Satoh y Naoto Fukasawa, y el director asociado Noriko Kawakami, quien revisa continuamente la planificación del museo.



Es en 1980 cuando Issey Miyake, diseñador de moda japonés, piensa en la necesidad de un museo de diseño japonés, idea que comparte con Isamu Noguchi, Ikko Tanaka, Shiro Kuramata y Tadao Ando, entre otros creadores.

En 2003, tras el artículo que Miyake publica el 28 de enero, "Let's Create Design Museum (Tsukuro-Dezain myu-Jiamu)"<sup>1</sup> en el diario *Asahi Shimbun*, cuando se muestra mayor entusiasmo y respuesta por parte de los creativos del momento, produciéndose 4 años después la apertura del museo.

Miyake quien en 2005 fue premiado con el *Praemium Imperiale*<sup>2</sup> de Escultura y el Premio Kyoto de Arte y Filosofía<sup>3</sup> en 2006, ha creado para sus diseños el concepto A-POC (a piece of cloth), una idea original que se basa en crear indumentaria en una única pieza, y esto lo traslada a todos sus diseños.

Este concepto progresista se ve reflejado en uno de sus diseños como es la lámpara *IN-El*, que en japonés quiere decir **sombra, oscuridad, matiz**, para la empresa italiana de iluminación Artemide<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> <<http://mds.isseymiyake.com/im/en/2121/>> 30.01.2014

<sup>2</sup> <<http://www.praemiumimperiale.org/en/laureate/sculpture/item/47-miyake>> 04.02.2014

<sup>3</sup> <[http://www.eluniversal.com/2006/08/01/ten\\_art\\_01406E](http://www.eluniversal.com/2006/08/01/ten_art_01406E)> 04.02.2014

<sup>4</sup> <<http://www.experimenta.es/noticias/industrial/miyake-IN-EN-artemide-papel-3587>> 30.01.2014

Desde el 25 de Octubre de 2013 hasta el 9 de febrero de 2014, el museo tiene abierta la exposición *Toward a Design Museum Japan*, donde muestra que el diseño está en cada rincón de nuestras vidas, en lo cotidiano, y nos traslada a sentimientos como la alegría, la paz y la armonía, sin olvidar el factor más industrial y proveedor de riqueza.

Con esta exposición, quiere dar a entender que un museo del diseño no es únicamente un archivo que pasa por la vida de diferentes generaciones, es algo más, y así lo quiere dejar expuesto, usando la muestra y la exposición pretende hacer reflexionar en la vida de cara al futuro.

Han sido 23 las exposiciones celebradas desde la apertura del museo, y con todo ello se pretende enfocar lo que un museo del diseño actual y acorde a la época, tanto financiera, social, cultural en la que vivimos, debe ser. Este momento está influenciado de muchas maneras, y debe nutrirse para planificar de manera óptima un museo apto, de las corrientes pasadas, presentes y futuras.

No olvida el museo, el interés al visitar la exposición, de la reflexión por parte del observador de temas como su vida, la cultura y la sociedad, y todo ello bajo la premisa del diseño, como foco central.

Reproducción de la carta de MIYAKE, Issey, "Time to create a Design Museum", diario *Asahi Shimbun*, Tokio, 2003.

## **Time to Create a Design Museum**

### **-Making the Most of Japan's World-Class "Natural Resources" in Design-**

It's been about 10 years since Japan's bubble economy burst. Although the future appears totally bleak, Japan may still find a way out of its current condition. If there is any hope for a nation that has lost its confidence, it must come from "creativity" or in that magical six-letter word, "design." At least, that's how I view it.

In an interview, designer Ikko Tanaka (who passed away suddenly in January of last year) made the following comment: "designers feel compelled to continuously explore new directions, but if they face only forward, they have no baseline for comparison."

Tanaka was a brilliant producer who was always at the center of the creative energy generated by people who transcended genres. For him, there was no distinction between the world of graphic arts and that of the three dimensional world—only the joy of creation mattered. I felt heartened whenever I worked with him, although since his death, it has not been easy to maintain his spirit. I think that it is vital for us to recognize the importance of our "design legacy," which offers itself as the basis from which we can make comparisons. Honoring our heritage in this way, might give the Japanese incentive and the courage to move forward.

Looking back upon the 20th century the Japanese design world was characterized by a folk craft movement in the prewar years, followed by an explosive surge in development linked to economic growth in the postwar era; and one that penetrated deeply into people's daily lives. In the field of product design we had such giants as Isamu Kenmochi, Sori Yanagi, and Shiro Kuramata; in the graphic arts there were Yusaku Kamekura and Ikko Tanaka. The superb work of these and other artists raised Japanese design to an international standard, with a universal and general appeal that became an integral part of our lives.

Nor should we forget Japan's superb history of industrial design, including household sundries, electrical appliances, and architectural and environmental design. In the field of fashion design, as well, it has also been the work of Japanese designers and Japanese materials that have added excitement to creations elsewhere.

Today, the Japanese are indifferent to original ideas and technologies, as well as to the design process that gives them 'form.' They should be more aware of the fact that our daily life is functionally enhanced through original design, and this in turn nurtures us both culturally and spiritually. Nothing comes of simply by chasing after brand names. Too often, attempts to start something new are aborted by comments like "That's not really possible," followed by "There's no money."

But that's not really true. Japan's current impoverishment is not material in nature, but stems from a lack of mental confidence. We can see this in the lack of administrative policies for the arts and design, the retreat of Japanese corporations from cultural activities, and the hopelessness espoused by our young people.

Design is one of the reasons that London, Berlin, and some Scandinavian cities have become revitalized. The Europeans are expressing their enthusiasm for life by giving 'form' to their technologies and traditions and showing them to the world.

In 1989, London opened a museum devoted exclusively to design. Design museums have also been established in New York, Berlin, Zurich, Helsinki, and other major cities in the world. We have to ask ourselves why no design museum has been founded in Japan, a nation that can proudly claim its place as one of the world's treasure houses of design.

Japan has no natural resources. If we Japanese are to make our way with heads held high, we must utilize more intellectual energy than ever. Surely one way to do that is to redefine ourselves as a "design nation" with international recognition. We should remind ourselves that merely to consume is not enough. It is also important to create.

The old song, "There's Always Tomorrow" recently enjoyed a popular revival. But, as Ikko Tanaka pointed out, we need to re-establish a baseline for comparison in order to make that tomorrow a reality.

"Something's going on in Japan."

This is the buzz we want to create throughout the world. Young talented people coming to this country to work, which will in turn, generate new ideas, while reinvigorating our communities and our people. If these are the conditions we wish to create, we must preserve and teach people about the importance of the work of the generations who have gone before us. At the same time, we must also open new vistas for the future of design in our own age. What better way to do this than by building a design museum? Such an institution would become a great symbol that would draw people to Japan from all areas of the globe.

I also urge Japanese corporations to consider establishing their own design archives. Admittedly, it's no easy thing to establish a systematic design archive. There's only so much a single person or design office can accomplish, and their efforts lack long-term continuity. Therefore, government agencies, the private sector, and citizens should join forces to preserve and disseminate Japan's wonderful tradition of design by establishing a design museum as quickly as possible. I am convinced that our next era will be born from this effort.

In closing, permit me to share one of my most deeply held beliefs.

Design is truly fascinating. The reason I have been able to pursue my work without faltering, and for so long is very simple and straightforward: it's because sorrow has no place in act of designing, which encompasses hope and is capable of surprising and delighting people.

Issey Miyake

(\*translated from Issey Miyake's letter to the Asahi Shimbun, published on January 28, 2003)