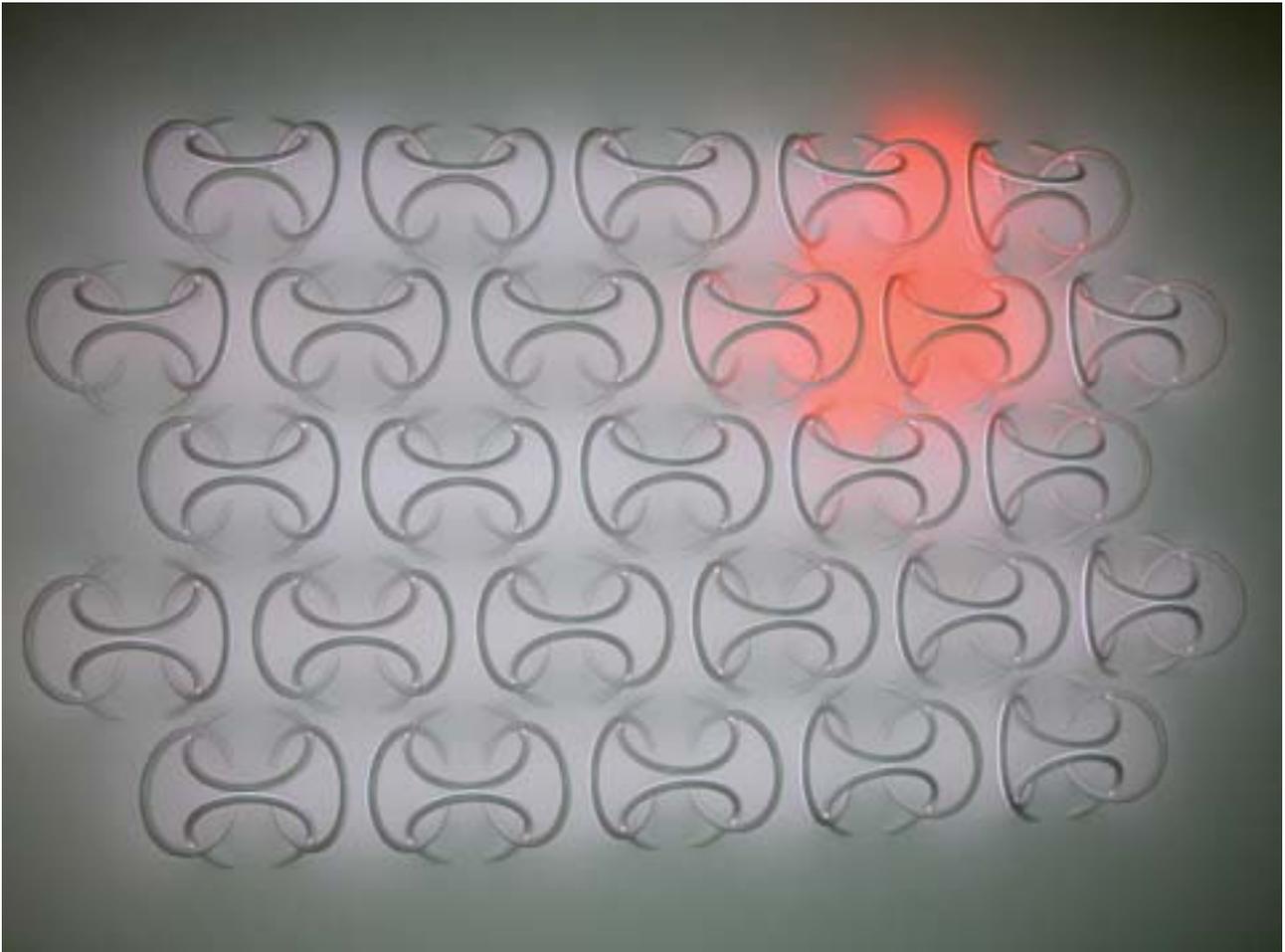


Simbosis y transversalidad entre los diversos ámbitos del diseño y del arte*

Sebastián García Garrido

* Se relacionan en este artículo una serie de piezas de diseño expuestas en la última edición de *I Saloni* (2009) recopiladas en fotografías del autor del mismo y cuya función es la de intentar comunicar el valor emotivo de las mismas, independientemente de que se trate de un producto más o menos industrial, que venga presentado por una firma comercial en lugar de por una galería de arte, y que sus autores no se dediquen en su mayor parte a la creación artística, propiamente dicha.

Cincuenta son los años que cumple la Feria Internacional del Mueble de Milán en esta edición de la que ya sea quizás la cita más importante en el mundo —con Nueva York y Frankfurt—, en el ámbito del Mueble y la Decoración.¹ Este evento ha venido sumando en su trayectoria diferentes facetas y actividades en todos los ámbitos del diseño, junto a propuestas más próximas como los complementos de decoración, el mobiliario de oficina o de baño, con sus salones o ferias correspondientes, la iluminación, etc. aunque algunos como el anunciado salón de artículos para la mesa lo relegara la crisis a un mero e interesante anticipo en 2008. Sin embargo, la mayor diversidad de aspectos del diseño y su integración con la cultura contemporánea se han venido complementando con los acontecimientos celebrados en toda la ciudad, y que la han convertido en verdadera semana del diseño internacional.



¹ En esta nueva edición en el complejo de la Feria de Milán en Rho (celebrada del 12-17 de abril), ha contado con los siguientes los eventos siguientes:

- _Salone Internazionale del Mobile
- _Euroluce, Salone Internazionale dell'Illuminazione
- _Salone Ufficio, Biennale Internazionale dell'Ambiente del Lavoro
- _Salone Internazionale del Complemento d'Arredo
- _SaloneSatellite

Además toda la ciudad contará con exposiciones, actividades y atractivos suficientes como para convertir Milán en el centro del diseño internacional.

Entre ellas las actividades expositivas que se darán cita en la sede del Triennale Design Museum —un museo dinámico que cambia todos sus contenidos periódicamente— que presenta ante esta ocasión su Cuarta edición: *Le fabbriche dei sogni Uomini, idee, imprese e paradossi delle fabbriche del design italiano*.

Es evidente la necesidad de presentar los nuevos proyectos, contrastarlos con el resto de la oferta ante la opinión pública y el mercado global; así como atender a lo que otros han innovado y planteado desde otras posibilidades, otros conceptos y otras opciones estéticas. En definitiva se trata de un foro real y obligado en la competitividad e innovación que exige la mayor oferta y nivel de exigencia que podíamos imaginar. Este imprescindible desarrollo exige encontrar la sintonía con la cultura de la sociedad actual, que es la materia prima y a su vez el referente de todas las orientaciones que emprendemos en tantos proyectos que a veces nacen antes de tiempo y en otras ocasiones tarde. No bastan los observatorios de tendencias, es necesario testar día a día lo que quiere la gente en lo que aún es un mundo multicultural y con sus diferencias sustanciales entre un lugar u otro, un núcleo urbano pequeño y otro grande, uno de costa y otro de interior, uno de un mercado tradicional diferente a un mercado emergente... No es fácil acceder al mundo de la emotividad y el gusto de la gente. Mucho más complicado es saber sentir y reflejar este latir del corazón como en el ámbito de la moda viene haciendo el grupo INDITEX, desde una diversidad de propuestas de marca muy segmentada y al mismo tiempo ajustada al mercado.



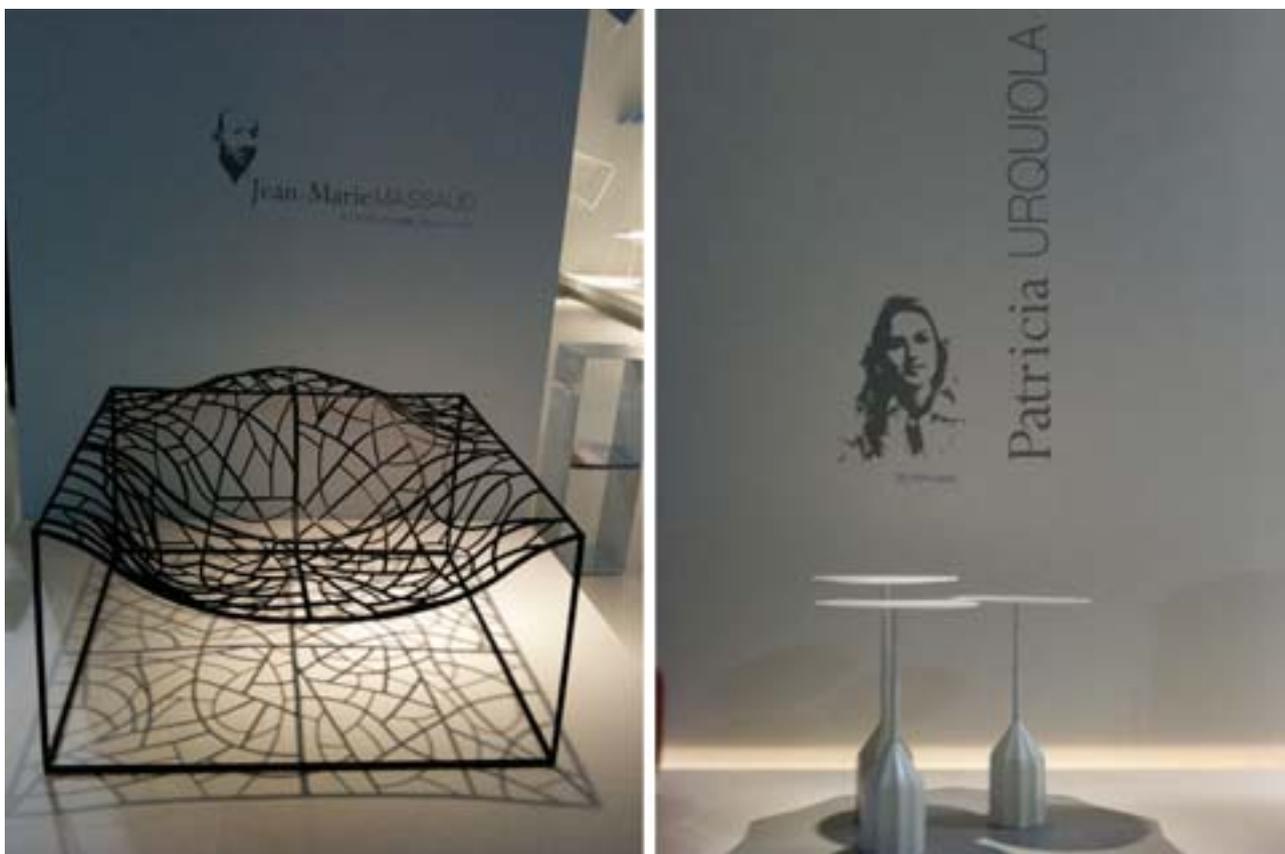
Si la cultura es la base y referente, la creatividad es la energía y el vehículo que ayuda a transformar los proyectos en sueños deseados. Cultura y creatividad desencadenan no sólo un éxito corporativo de quienes saben trabajar para nuestra sociedad y un mercado difícil en el que los más poderosos intentan imponer modelos globales y otros, como el citado grupo español de moda, que alimentan la riqueza y pluralidad, incluso la personalidad, como alternativa para la felicidad individual y la diversidad en un ecosistema que no pare de generar nuevas soluciones de las que puedan decantarse los

elementos que mejor encajen entre sí, ante unas necesidades que varían continuamente.



Cultura y creatividad definen el panorama más avanzado del diseño y coinciden con los valores que han venido definiendo las constantes más consolidadas del arte a lo largo de las diferentes épocas. La diferencia entre arte y diseño, artistas y diseñadores, no era demasiado evidente siglos atrás, en que los artistas eran los encargados del diseño más cuidado y los artesanos más cualificados eran verdaderos artistas. Cuando se crea el concepto diseño en el ámbito internacional, a partir 1875 con las Escuelas Gratuitas de Diseño creadas por Carlos III en España, se especializa la orientación de esta actividad creativa hacia la demanda de la industria que generan las reales fábricas de la época. La posterior revolución industrial, que supuso este desarrollo en otras zonas de Europa y Norteamérica, degenera el producto y los ideales de la sociedad ante un desarrollo en que el diseño no se generaba al mismo ritmo que la producción. Esta crisis de la industria, y de sus pretensiones para con la sociedad y las personas en particular, viene socorrida por el movimiento *Arts & Crafts* (Artes & Oficios, 1880) y otros similares que le suceden durante todo el siglo XX para intentar encauzar el diseño hacia el ideal humanista y la sensibilidad propia de la experiencia artística, como recurso universal

para mejorar la calidad de vida de la gente. A semejanza de aquella Escuela Gratuita de Diseño (en Barcelona, Zaragoza y Madrid consecutivamente), se crean más tarde otras escuelas, especialidades universitarias, titulaciones, facultades e incluso universidades, dedicadas a ello de manera específica; y que se generalizan en todo el mundo desde el último lustro del siglo pasado, cuando se crea en China la primera facultad de diseño en 1994 y diez años después cuenta ya con alrededor de cuatrocientas.²



No obstante, en este periodo la profesionalización del diseño va transmitiendo al mismo tiempo una divergencia de principios y objetivos con respecto al arte, hasta el punto de generar inexplicables fundamentalismos en contra de la relación arte-diseño, que no sólo dejan constancia en escritos de teóricos que nunca han tenido una faceta creativa real en diseño, y a cuyo estamento han llegado desde su afición a la crítica de un ámbito que sólo ha avanzado cuando han sido los propios diseñadores, empresarios y agentes implicados los que se dedicaban a escribir. Una polémica que ha sido felizmente zanjada en pleno siglo XXI, en el transcurso de los dos libros coordinados por Anna Calvera: *Arte ¿?Diseño y De lo bello de las cosas*,³ aunque algunos se nieguen a ceder, y condenen a los que blasfeman vinculando o relacionando disciplinas, atrincherados en cualquier rincón

² Según informe presentado en el congreso *Designing Designers*, Milán 2005.

³ 2003-2009 respectivamente. Ed. Gustavo Gili, Barcelona.



del mundo y moviéndose ya en formatos de revista digital que tienen más de *Alfa* (y *Omega*) que de foro. Sin embargo, en la ebullición de las vanguardias artísticas, el auge y generalización del diseño en todos los ámbitos, los replanteamientos sociales y políticos a que nos llevaron dos guerras mundiales y aún más inexplicablemente alguna guerra civil, así como la entrada en la era de la información y las comunicaciones, se venían volviendo a encontrar trayectorias de artistas y diseñadores, indistintamente, como tuvimos desde el Renacimiento. Fueron destacados artistas los que crearon los principios y metodología de la Bauhaus, del Neoplasticismo Holandés o la Secesión centroeuropea; los artistas que lideraron las vanguardias rusas o milanesas terminaron en el ámbito del diseño. El propio Bruno Munari, tan vinculado al diseño en su proximidad al Futurismo, fue uno de los más destacados teóricos y prácticos al mismo tiempo de esta fusión de principios, expresada en su ensayo *Artista y Diseñador*.⁴



⁴ MUNARI, B. "Artista y designer", en CALVERA, A. (ed.) *Arte¿Diseño. Nuevos capítulos en una polémica que viene de lejos*, Gustavo Gili, Barcelona 2003.

En definitiva, una vez consolidado el cambio de siglo tras su primera década es posible decir que el diseño es la vanguardia del arte contemporáneo,⁵ la tendencia más genuina del arte de nuestro tiempo. Así, sin prejuicios y comparaciones estériles, porque el diseño sigue siendo diseño y el arte puede seguir siendo arte, cada vez son más quienes aprecian los valores artísticos en determinados productos del diseño y asisten más motivados a una feria de diseño que a una de arte contemporáneo. De estos valores, considero que lo más esencial que ha determinado la obra de arte en cualquier época es la capacidad para conmovernos y afinar nuestra sensibilidad, una experiencia que obtenemos en innumerables piezas de diseño e incluso en las instalaciones en que se presentan en una feria, una exposición o hasta en un centro comercial. Es lo que me ha llevado a cambiar la visita obligada a Arco, la Feria de Arte Contemporáneo de Madrid, cada vez menos satisfactoria emotivamente, por *I Saloni*, especialmente sugerente cuando coincide bianualmente con el despliegue de creatividad en las piezas y las instalaciones de Euroluce.



⁵ "Diseño como vanguardia del arte en nuestro tiempo", en *Papeles de Cultura Contemporánea*, Granada 2010.

Mario Ferrarini

Animated and conversational vases, as interpreting moods and situations, rather than being merely containers for flowers. Flowers to grow are those of Mario Ferrarini.





En un reciente encuentro y debate entre protagonistas avanzados del mundo del arte,⁶ la propia galerista y creadora de Arco Juana de Aizpuru dejaba constancia de la crisis del arte contemporáneo y del escaso interés del público ante las ofertas existentes, a las que si asistía por imperativo social no salía “enriquecido espiritualmente”. Este enriquecimiento espiritual que proporciona el arte sería uno de sus valores esenciales, según las sabias y didácticas palabras de la galerista. Esta cualidad de lo que puede proporcionar el arte a la persona no es más que una consecuencia de lo que para ella suponía el inexplicable y potente requisito que le hacía descubrir una auténtica obra de arte: la capacidad de enamoramiento. Este criterio esencial del arte me supuso quizás la mayor lección que recibí en la facultad, siendo alumno de primero y ante la pregunta de un compañero en su invitación a la asignatura de Teoría del Arte, que le hiciera el profesor Sureda en Sevilla. En el debate reciente citado se comentaban las posibles causas de esa falta de interés y de educación hacia la apreciación del arte, y cuando se nombró a las facultades de Bellas Artes, con un arrebatado de espontaneidad afirmó: “... son terribles” (para el arte). Una referencia no menos que terrible también para el

⁶ Reunión coordinada excepcionalmente por el especialista en arte y gestor cultural Pedro Pizarro en una mesa redonda celebrada en el Museo Picasso de Málaga esta primavera, en que se vienen convocando a los más destacados críticos y galeristas, ratifican la crisis del mundo del arte en España especialmente, y contrariamente a la impensable cifra de un desorbitado gasto de todas las administraciones públicas, que han gastado fondos propios y llegados para la cohesión europea en una actividad que ha servido más como adorno y espectáculo a políticas locales que a formar y educar a un público y un mercado que pueda dar sentido a la exagerada red de centros de arte contemporáneo levantados por todo el país, cuya función queda en duda y su mantenimiento más aún. Sin embargo, ante la indiferencia de la oferta de arte contemporáneo, a Juana de Aizpuru le sorprendían las grandes colas ante las exposiciones de los principales museos, cuando la mayor parte del público va a cubrir un hábito social que le permitirá luego poder decir que ha estado y comentar algún detalle como el cambio del color de las paredes de algunas salas.

papel de la universidad en el arte, en los artistas y el resto de especialistas y profesionales que en un país heredero destacado de la cultura clásica generada en el Mediterráneo y que secularmente ha tenido a la creatividad como uno de los valores esenciales de su identidad y patrimonio en todas las facetas de la generación de riqueza material y espiritual.



El declive de la valoración y papel del arte contemporáneo venía reflejado en la afirmación de Norberto Dotor, de la Galería Fúcares de Madrid, en que al mismo tiempo que disminuía se ha ido envejeciendo el público de las galerías, lo que supone un futuro bastante incierto. La posible conclusión y destino del arte contemporáneo la apuntaba finalmente la galerista y profesora de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de Málaga Tecla Lumbreras, con la duda de que a las nuevas generaciones les interesen suficientemente las artes plásticas (clásico ni contemporáneo). Evidentemente les interesan mucho más otras cosas, que en el mundo de lo visual está muy cerca del diseño de cualquier naturaleza.



Pero en la transversalidad entre arte y diseño “resulta interesante mantener las referencias de sus fronteras, para controlar los objetivos de cada tipo de proyecto y poder sacar aún más partido a cada uno de ellos, mediante nuevo impulso, innovación y, en definitiva, creación”.⁷ Uno de los valores esenciales del arte, que el diseño debe tener entre sus objetivos es la capacidad para conmover al destinatario, de hacernos vibrar emocionalmente con una fuerza muy por encima de lo habitual, intentar lograr lo

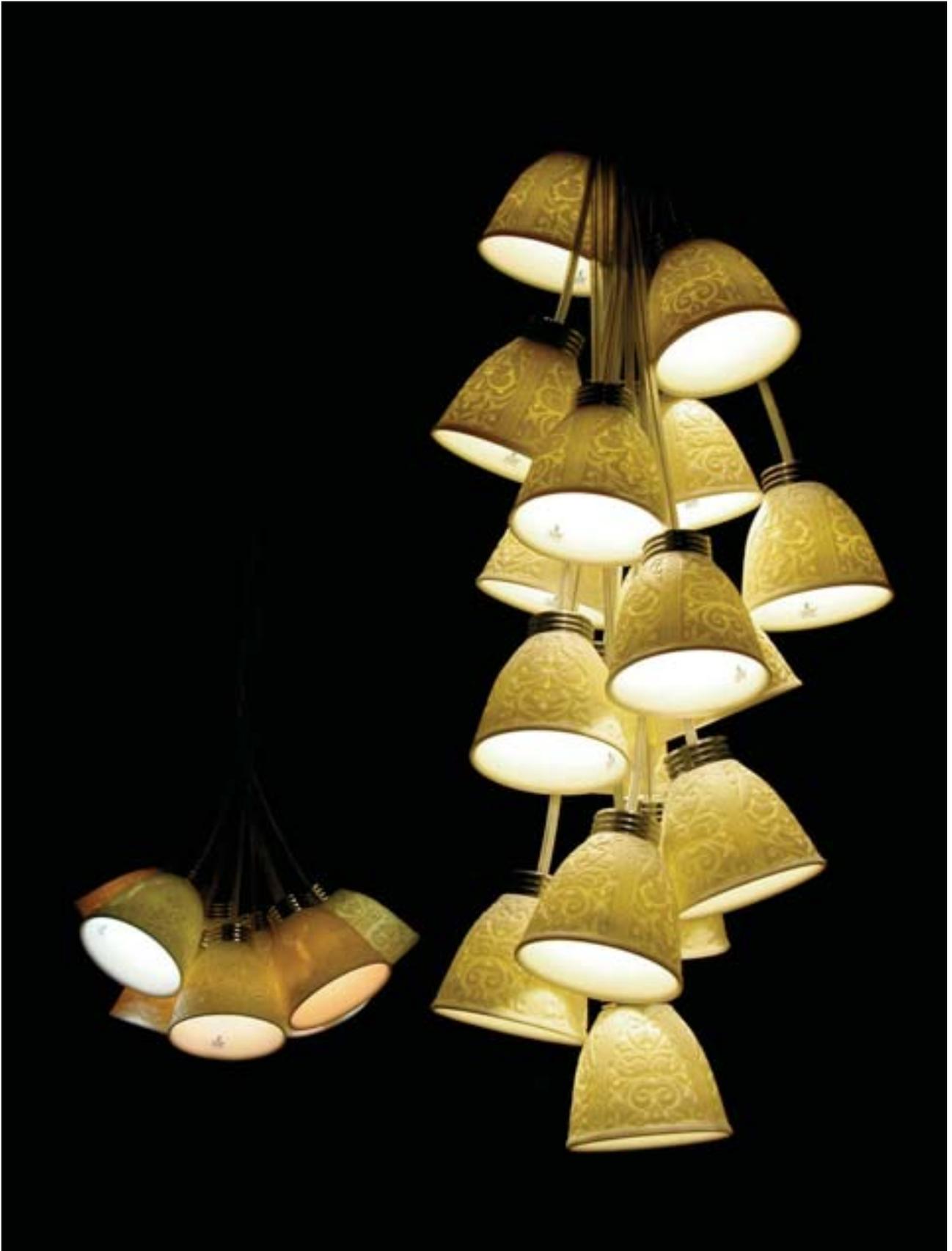
⁷ GARCÍA GARRIDO, S. *La pieza y los procesos del Diseño actual como Arte contemporáneo* (ponencia), 2nd International Forum of Design as a Process, Aveiro 2010.

extra-ordinario y al mismo tiempo conquistar el corazón del destinatario, que éste se autoidentifique plenamente con el diseño.



La transversalidad del diseño contemporáneo es también cultural, geográfica y en cualquier otro sentido. Sin embargo no por ello la identidad local deja de ser un valor esencial del diseño, pues viene adquiriendo un creciente protagonismo e interés del público, ante la aburrida y totalitaria oferta global de tantas manifestaciones creativas que se repiten por todo el mundo, sin la más mínima coherencia con el contexto, y los productos de algunas compañías multinacionales. Ello origina “la reacción de nuestra sociedad hacia modelos globales, resurgiendo un gusto especial por estéticas y formas multiculturales que nos recuerdan esa afición, por el primitivismo y las piezas orientales, o procedentes de tribus africanas, que se dio también en la sociedad de principios del siglo anterior”.⁸ La creciente liberalización de esquemas en las formas, materiales y procesos de fabricación se ha venido incrementando con la propia posmodernidad, que “ha propiciado el diálogo entre objetos procedentes de estéticas totalmente diferentes en un mismo ambiente. Esa misma libertad es la que ha conquistado el Arte contemporáneo en sus materiales, sus técnicas, sus conceptos expresivos y también de pieza original, de autoría e incluso de firma. Este hecho supone

⁸ *Ibidem.*







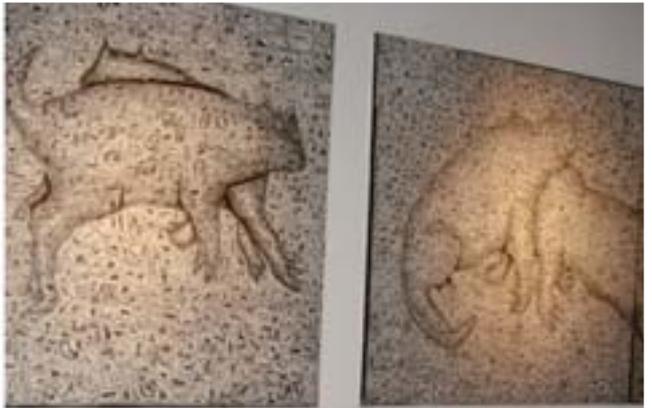
que Arte y Diseño compartan ahora estos factores básicos de su existencia".⁹ Esta tendencia ha estrechado también el vínculo del diseño contemporáneo hacia el artesanado. Un excelente ejemplo de esta transversalidad cultural y de procedimientos es la colección *M'Afrique*,¹⁰ que presentó la firma Moroso con motivo del *Salone* 2009. Su referente cultural era en este caso un lugar poco vinculado a los circuitos estéticos y comerciales de nuestro tiempo, aplicados a la producción de mobiliario "con motivos inspirados en un pueblo cualquiera, perdido en África, y una técnica de tejido mediante cordones de pesca, con sus características y vivos colores, así como tapicerías cuyo diseño nos recuerda producciones originales de estas tierras; y, creados por diseñadores de África y de Europa, indistintamente, están fabricados por artesanos nativos de donde nacen estas formas, colores y composiciones destinadas a seducir a clientes de cualquier otra parte del mundo".¹¹

Modelos de la colección *M'Afrique*, de Moroso 2009

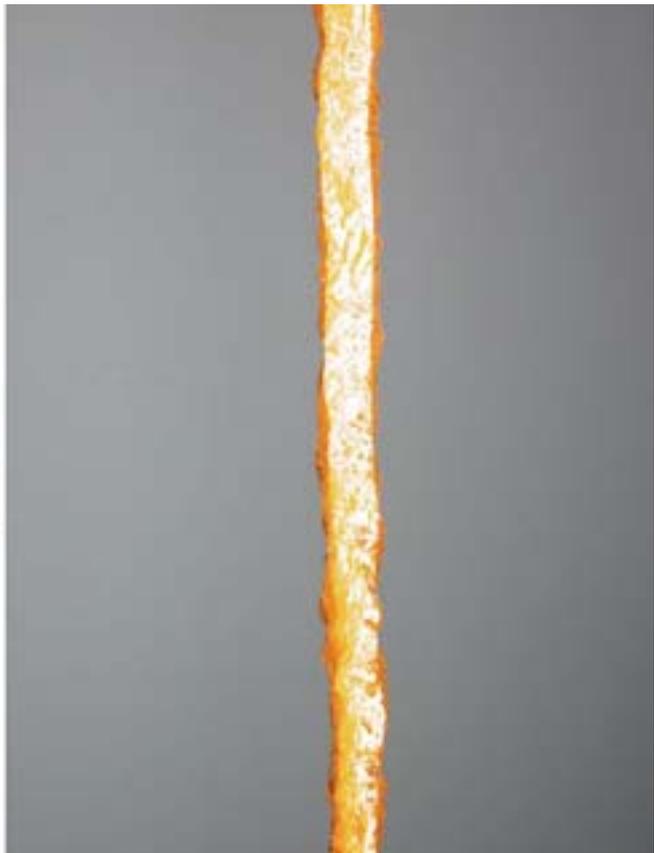
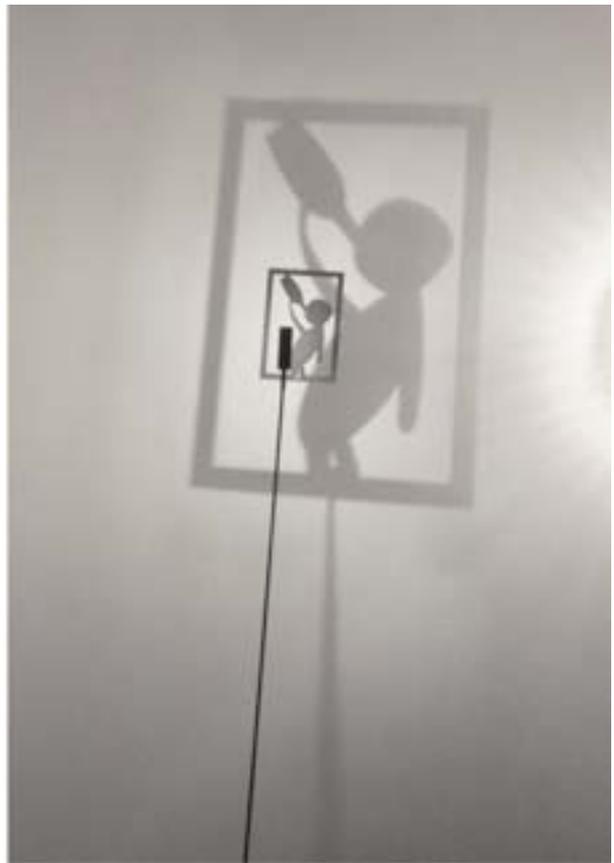
⁹ *Ibidem*.

¹⁰ Presentados por Moroso en *Fuorisalone 2009: A fantastic collection of striking colours, patterns and weaves enriched a series of products made in Africa by local artisans and designed by some of the leading African artists such as Fathi Hassan, Soly Cisse and architect David Adjaye, but also by european designers such as Patricia Urquiola and Philippe Bestenheider*.

¹¹ GARCÍA GARRIDO, S. *La pieza y los procesos del Diseño actual... op. cit.*















En definitiva, como ante otras manifestaciones culturales como la música, la literatura, el cine, etc. en el diseño el público se sale de la rutina, se encuentra ante nuevas propuestas que puede aceptar o rechazar, y ante las cuales puede experimentar una experiencia de felicidad que puede constatarse. El filósofo José Antonio Marina lo explicaba así este fenómeno en una intervención reciente: "todo lo que hacemos tiene que ver con la felicidad y en la rutina, cuando claudicamos en la necesidad de crear, nos sentimos desdichados". Evidentemente, el placer de la creación se experimenta también al apreciar la que otros han aportado, con lo que la puesta en común y la posibilidad de disfrutar del diseño de otros es un bien cultural que las nuevas generaciones valoran especialmente.¹²

¹² José Antonio Marina en el I Congreso de Mentes Brillantes, Málaga octubre-2010. Citado por MEJÍAS, I. "Las claves educativas del ser creativo" en *El Mundo*, Madrid 21.10.2010:
<http://www.elmundo.es/elmundo/2010/10/21/andalucia_malaga/1287680464.html>