

Ni tótem ni tabú

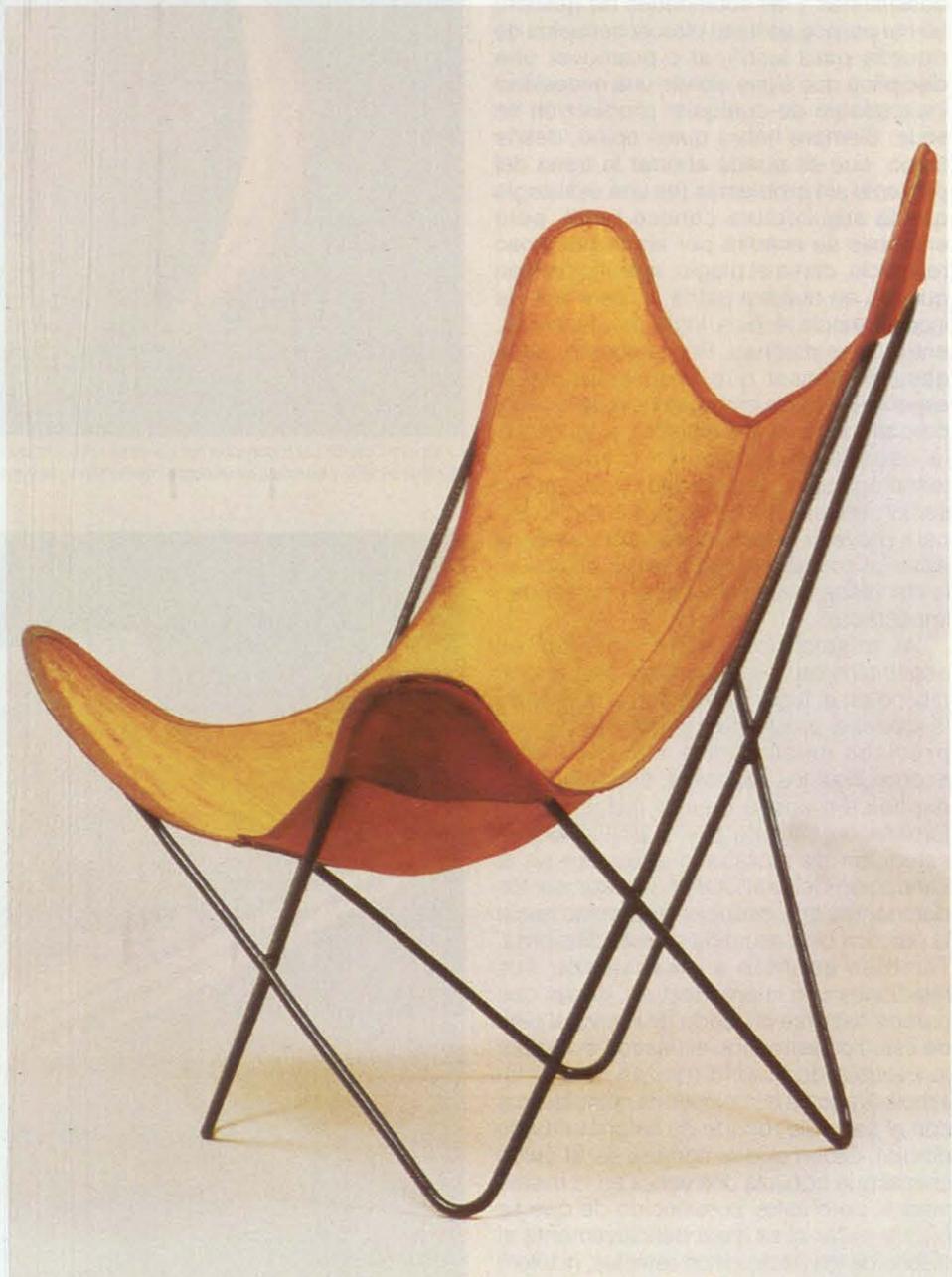
Durante la década de los ochenta y en sus postrimerías hasta los fastos del 92, entre gestores culturales, especialistas en marketing y, por desgracia, también entre numerosos industriales, se popularizó la frase: "El diseño es un valor añadido". Ahora, cuando ya parecen mitigar las migrañas de aquella resaca, y tal vez se pueda mirar de nuevo la luz sin gafas de sol, quiero aprovechar estas líneas para refutar con energía y sensatez esa frase que simboliza al tótem que se convirtió en tabú.

El diseño, es algo sabido, llegó a ser un tótem tergiversado durante aquellos años espumeantes de la imagen y la imaginería, ambas tan letales. Sin embargo, el término, y quien sabe si también su significado, han caído hoy tan bajo que hasta se escribe con orgullo, en las memorias de nuestros mejores arquitectos, "[...] con ausencia total de diseño". Bastaría con asistir a las sesiones de numerosos profesores interesantes de la Escuela de Arquitectura de Madrid para escuchar la palabra diseño empleada como vituperio, con un sentido despectivo o despreciable, para cerciorarse, en suma, que hace ya años que el término se acepta entre nuestra comunidad como un indeseable tabú. En menos de diez años ha pasado de venerarse en los altares como protector de la tribu a apalearse con saña como a un Judas barrigón por Semana Santa. Pero no se puede culpar a la tribu de que su protector haya traído el pedrisco. En todo caso, habría que culpar a sus santones.

Los santones, desde luego, tuvieron mucho que ver, al menos, con la difusión de dos ideas altamente nocivas. La primera fue aquella profecía que emplazaba al diseño como Mesías de un sistema productivo decrepito. Yo sostengo que la segunda, sin embargo, hizo un daño mayor, probablemente porque parecía mucho más razonable a los ojos de los profesionales y sus espectadores: la de que la disciplina ofrecía a todo lo que tocaba un valor añadido. No es necesario psicoanalizar este discurso ni sus circunstancias para asociarle un sinfín de epítetos paralelos, como especulativo, inflacionista, superfluo, falso, pretencioso o, con el devenir de los tiempos y la caída del tótem, simplemente "de diseño". Una paradoja monumental, porque se trata de una actividad que nació de la mano de la industrialización como alternativa a las artes decorativas, es decir, como una fase de proyecto imprescindible para el resto del proceso productivo.

El diseño, por tanto, debería considerarse como un valor intrínseco, y no añadido, diametralmente opuesto a cualquier maniobra especulativa, incluyendo la estética, que sigue siendo su mayor tentación. En este sentido también discrepo con una amplia corriente contemporánea, con enorme peso en la profesión, que se empeña en defender al

diseño como parte inexcusable de los procesos mercantiles, del marketing en su totalidad como compleja estrategia económica, aparte de las consideraciones de la propia industria o su logística. Aunque la reducción sea demasiado simplista, esta idea equivaldría a sostener que el mejor cine es el que mayor recaudación obtenga, algo que ni los



El sillón BKF fue diseñado en 1938 por el grupo Austral, fundado por los arquitectos argentinos Juan Kurchan y Jorge Ferrari-Hardoy junto al español Antonio Bonet Castellana. Producido en origen por la empresa Artek-Pascoe, se popularizó tras la Segunda Guerra Mundial de la mano de la prestigiosa industria estadounidense Knoll.

críticos o los cinéfilos aceptarían jamás, ni tan siquiera determinaría el imaginario colectivo del séptimo arte. Y eso a pesar de que todos hayamos asumido, hace tiempo, que el arte sea una mercadería sujeta a las leyes de la oferta y la demanda, con todas sus extrañas imbricaciones en la sociedad de consumo.

Por otra parte, (y es algo que se viene haciendo desde los medios teóricos, las consultorías y las sociedades de gestión) no me parece sensato ofrecer señuelos de riqueza para justificar o promover una disciplina que sigue siendo una necesidad inexcusable de cualquier producción en serie. Siempre habrá quien opine, desde luego, que se puede ahorrar la tarea del proyecto sin problemas (es una estrategia que la arquitectura conoce bien), pero entonces se evadirá por algún peligroso resquicio, como el plagio, esa aficción tan querida en nuestra patria, o, peor aún, la inconsistencia técnica, logística y funcional, entre otras muchas. Por supuesto, sería absurdo pensar que la crisis industrial española se basa en la carencia de diseño, pero sin duda es una muestra, al igual que la escasa investigación científica o tecnológica, de la pobreza espiritual del sector. Por ello me arriesgo a alzar la voz, para prevenir de los errores del pasado y evitar las tentaciones que ofrece, de nuevo, la efervescencia de una cierta prosperidad impostada.

Al mismo tiempo, la ocasión es especialmente propicia para reubicar al diseño en el lugar que le corresponde de la cadena productiva y dotarlo de sus precisos mecanismos éticos. Varios acontecimientos recientes, en especial la exposición sobre diseño industrial en España organizada por el MNCARS y la selección de mobiliario expuesta en la Fundación Cultural COAM, pueden ser los detonantes que despejen el camino hacia la práctica bien asumida de esta disciplina. También apuntan a reconsiderar sus relaciones con la arquitectura, de las que parece haberse olvidado de nuevo el plan de estudios estrenado el pasado curso por la Escuela de Madrid (quizás no sea un simple juego de etimologías la coincidencia con el sensible recorte de firmas de dibujo). Dicen que el hombre es el único animal que tropieza dos veces en la misma piedra, pero estoy convencido de que se podría evitar si se aleja definitivamente al diseño de los misticismos estériles, ni tótem ni tabú. ■

Ángel Cordero Ampuero



La lámpara Coderch se conoce por el nombre de su autor, el maestro barcelonés José Antonio Coderch i Sentmenat. Esta conocida pieza, diseñada en 1957 y bautizada con el nombre de Prototipos, se sigue produciendo en el seno de una pequeña industria familiar.



El banco Catalano, diseñado en 1974 por Óscar Tusquets y Lluís Clotet, se convirtió en una pieza emblemática del renacimiento del diseño en España. Su producción fue posible gracias al empuje de BD Ediciones de Diseño, empresa fundada, entre otros, por los dos arquitectos catalanes.