

Arte ¿? Diseño

Anna Calvera (ed.)



GG® Diseño



Índice

**Nuevos capítulos en una
polémica que viene de lejos**

Anna Calvera

7

Artista y Designer

Bruno Munari

31

El arte es arte, el diseño es diseño

Yves Zimmermann

57

**Reflexiones sobre la compleja relación
entre el arte y el diseño**

Rubén Fontana

75

Diseño: ¿el arte de hoy?

André Ricard

87

El diseño: ¿es arte?

Óscar Salinas

101

El diseño: ni arte ni parte

Norberto Chaves

119

**Sobre la consideración artística del diseño:
un análisis sociológico**

Isabel Campi

139

Diseño y arte: materia de reconocimiento

Roxana Meygide

161

Diseño: ¿el arte de hoy?
André Ricard



André Ricard (Barcelona 1929) es diseñador industrial, escritor y profesor. Ha sido presidente del ADI-FAD (Agrupación de Diseño del Fad), presidente fundador de la ADP (Asociación de Diseñadores Profesionales), vicepresidente de ICSID (Consejo Internacional del Diseño), vicepresidente del BCD (Barcelona Centro de Diseño) y miembro de la Facultad del Art Center (Vevey, Suiza). En la actualidad es patrono de la Fundació Eina y miembro de la Fundación de dicha escuela de diseño, patrono de la Fundación Loewe, miembro de honor de la Reial Acadèmia de les Belles Arts de Sant Jordi y presidente de Design for the World (la ONG del diseño). Ha publicado varios libros sobre diseño y ha merecido prestigiosas distinciones como el Premio Nacional de Diseño 1987, la Creu de Sant Jordi de la Generalitat de Catalunya, el Ordre Olympique del Comité Olímpico Internacional, Chevalier des Arts et des Lettres de Francia y medalla de oro al Mérito Artístico de la ciudad de Barcelona. Sus obras han merecido además numerosos premios nacionales e internacionales. La Fundació Miró de Barcelona le ha dedicado la exposición *El disseny del quotidià* al conjunto de su obra.

¿Qué es lo que comparten y qué es lo que diferencia arte y diseño? Para responder es necesario adentrarse en lo que son y pretenden cada uno. Un cuestionamiento que puede hacerse desde distintos ángulos. El mío había de ser desde la perspectiva del diseño, pero sin perder de vista los puntos de encuentro y desencuentro del uno con el otro. Este texto recoge algunas reflexiones temáticas, aquéllas que, de un modo u otro, pueden ayudar a aclarar el panorama y quizás alumbrar algunas conclusiones.

El ámbito del arte

Toda actividad creativa es arte. Crear objetos útiles es un arte, del mismo modo que lo son las obras plásticas, literarias, musicales o arquitectónicas. Insisto en el término «crear», es decir, generar algo que no existía antes y que supone una aportación al bagaje cultural humano. En todos esos actos creativos es necesaria la misma capacidad de sublimación de la realidad, ese ir más allá de lo ya conocido hasta acceder a esas zonas aún ignotas del conocimiento. Poseer aquella sensibilidad que permita rebasar lo heredado o bien transfigurarlos en algo diferente, para hallar algo desconocido hasta entonces. Crear es esa innata y única aptitud de la especie humana que le habilita para, equiparándose a la *natura*, configurar lo artificial en contrapunto a lo natural. Sin embargo, aquí en este contexto, entiendo que al hablar de arte, nos estamos refiriendo a ése que se escribe con A mayúscula y, más particularmente, a las artes plásticas, precisamente las fronteras con el diseño.

Es ése un arte visual, que partiendo de un innato impulso de graficar para representar, ha vehiculado información, ha exaltado emociones, ha sublimado sentimientos, abriendo al hombre un espléndido y único registro de expresiones. Ese papel esencial se ha caracterizado, sin embargo, a lo largo de la historia por su elitismo. Ese arte ha sido siempre reservado a una minoría ilustrada que lo propicia y lo disfruta. Ya las pinturas rupestres como las de Altamira o Lascaux fueron algo exclusivas en esos tiempos remotos. Pocas fueron las cavernas que se adornaron con esas mágicas pinturas. Lascaux, la llamada «Capilla Sixtina del neolítico», al igual que la propia Capilla Sixtina, fue obra de unos artistas excepcionales y en ambos casos, privilegio de unos pocos. A la gente, al pueblo llano, ese arte no le llega. Necesitar y apreciar el arte no es dado de entrada a todos, precisa de un espíritu preparado. En todas sus vertientes el arte ha sido siempre símbolo de poder, de autori-

dad, sacra o seglar. A él accedían quienes tenían cubiertas las necesidades básicas vitales. Sólo cuando éstas están debidamente cubiertas es posible atender esas otras necesidades más sutiles del alma.

La artesanía

Pero la vena creativa del hombre no se agota en ese arte. Existen otros cauces distintos, más populares, en los que el hombre pudo verter ese talento. Extrayendo lecciones de lo que observaba en la naturaleza, el hombre fue desarrollando otro arte de índole práctica y útil: la artesanía. Un arte que también su instinto le llevó a desarrollar para ir resolviendo los apremiantes problemas básicos de la cotidianidad. A diferencia de las del arte, estas obras fueron siempre entendidas y compartidas por todos. Con imaginación y habilidad ese otro arte no sólo hizo posible la supervivencia, sino que gracias a sus obras, el hombre fue accediendo a una progresiva mejora de su calidad de vida. A lo largo de los siglos ese arte útil fue acumulando conocimiento y perfeccionando técnicas cada vez más complejas, preparando así el advenimiento de la ciencia y la tecnología. La Revolución Industrial del siglo xix es el fruto maduro de esta evolución del conocimiento de las materias y de las técnicas.

En uno de sus libros, André Malraux llamó artista a quien crea formas y artesano a quien reproduce formas, por grande que sea el encanto —o la habilidad— de su artesanía. Es difícil aceptar al pie de la letra esta dicotomía. No podemos olvidar que todo ese universo de cosas materiales que nos asisten aún hoy a diario y que han hecho posible el arraigo de la especie, fueron en su día creaciones absolutas. Partiendo de la nada, el artesano tuvo que crearlo todo. Fue un proceso en constante evolución al que contribuyeron generaciones de creativos. Puede parecer, a primera vista, que el artesano se contenta con reproducir la obra heredada de sus antecesores, pero no es así. En todo lo que va elaborando late un sordo proceso creativo, discreto, sin pretensiones, pero en marcha hacia la perfección. Cada reedición de lo mismo, aporta esas discretas mejoras que sólo la *praxis* y el uso enseñan. Siendo así que, por una suma de pequeños pero acertados ajustes, las cosas que nos ha legado la artesanía han ido alcanzando la perfección que hoy admiramos.

La Revolución Industrial.

A mediados del siglo xix la producción de todas esas cosas dejó progresivamente de ser artesana. Se inició una revolución industrial. No es excesivo hablar de «revolución» en ese momento en que la industria se hace cargo de la producción de los bienes materiales. La aparición de la industria es un paso importante que había de cambiar las reglas de juego de la sociedad entera. Un cambio que no se limitó al modo de producción de las cosas, sino que desencadenó un profundo cambio social de importantes consecuencias en la economía y la cultura. En pocas décadas, se asentó una clase media, hasta entonces inexistente. Desde entonces, ella es el objetivo, el *target* decimos hoy, de toda la actividad económica.

Ese vuelco social no socializa sin embargo al arte. Casi diría, por el contrario, que éste se hace más críptico. La aparición coincidente de la fotografía en ese final de siglo XIX, libera la pintura de la función comunicativa y documental que le correspondía. Esa liberación le permite entonces eludir el necesario realismo que se le exigía y ser sólo vehículo de las inquietudes y fantasías personales del artista. Tanto el suprematismo de Malévitch, que propone la «supremacía del sentimiento puro», como el constructivismo, por muy soviéticos que ambos fueran, no los comprendió el proletariado, que siguió ajeno a esas inquietudes. Los movimientos pictóricos son entonces más que nunca un modo de expresión de la sensibilidad creativa de sus autores. Las artes plásticas se asemejan así a la música. Pueden transmitir ahora emociones en estado puro. Los mensajes que puedan encerrar, ya no son evidentes, han de descifrarse. La dificultad en la pintura es la evidencia de su signo y lo recóndito de su significado. Del impresionismo de finales de siglo XIX al arte conceptual de hoy, todos los sucesivos movimientos reflejan la pugna del artista por domar la luz, retener la emoción de un momento o expresar los conflictos de la vida desde un prisma propio. La obra de arte es el campo de batalla en que el artista busca resolver el dilema de su propia existencia. La expresión artística deviene del todo íntima y narcisista. La obra de arte es una reflexión del arte sobre sí mismo. Por esencia, el arte deviene difícil de comprender o, de lo contrario, no sería arte.

El diseño

Paralelamente a esos movimientos pictóricos, y como consecuencia de la revolución industrial, surge un nuevo tipo de movimiento cultural para orientar la creatividad que ahora precisa la industria para sus productos. Desde las teorías de las Arts & Crafts, que reafirman la importancia espiritual y estética del trabajo manual, hasta el *Esprit nouveau* y su *objet unique* o la Bauhaus, que quiere integrar el orden social en la nueva sociedad industrial, todos dieron pautas para conducir a buen fin esa nueva creatividad que necesitan los nuevos tiempos. Lo que hoy llamamos «diseño» surgió como un sublimado de todos estos movimientos, hasta imponerse como la disciplina creativa de la era industrial. Si la artesanía era ese arte próximo que daba forma al entorno objetual de lo cotidiano, ahora es al diseño al que le corresponde asumir ese papel.

Sin embargo, este naciente diseño no fue en su origen promovido ni por la industria ni por los artesanos. Esta reflexión en torno al devenir del producto industrial interesó a artistas, estetas y, sobre todo, arquitectos, influidos por los aires de racionalismo y democracia surgidos en el siglo de las luces. Un hecho que caracteriza esos años fue el reencuentro entre arte y diseño, alejados desde el renacimiento. Se crearon movimientos e instituciones que integraron artistas y arquitectos con inquietudes paralelas. En el grupo *de Stijl* convivieron y compartieron el mismo talante creativo Mondrian con sus pinturas y Rietveld con sus diseños. En la Bauhaus ejercieron y enseñaron artistas como Kandinsky y Klee junto a arquitectos como Gropius y Mies van der Rohe, entre otros.

Así, viniendo de distintos horizontes creativos, fueron arraigando los nuevos conceptos funcionalistas del llamado movimiento moderno. De todos estos movimientos la Bauhaus fue el que más lejos llegó y el que más influencia ha tenido. Sus ideales y sus métodos de trabajo han marcado la creatividad del siglo xx. Lo más importante de esos grupos fueron sin duda sus ideas y sus principios. Pocas fueron sus realizaciones entonces. Unos principios con una severa y doctrinaria insistencia en sobrias formas rectilíneas y el uso «honesto» y directo de los materiales, todo ello en concordancia con la estética mecanicista de la naciente era industrial. Objetos y arquitectura sin adorno alguno, sólo el blanco, el negro y los colores básicos en toda su viveza. Lo que los fundadores de la Bauhaus pretendían era la socialización del arte, al cual consideraban excesivamente elitista. La creatividad había de estar al servicio de la sociedad entera y no de una clase. Sus ideales no eran sólo estéticos, sino también sociales y políticos. Querían aportar soluciones a los problemas con los que se enfrentaba la clase obrera en Alemania. Desde el urbanismo a la vivienda hasta los productos de primera necesidad.

¿Qué queda hoy de todo ello? Sin duda esos principios se han matizado, pero la esencia de lo que predicaban sigue siendo válida. La creatividad industrial, pues de esto trata el diseño, no ha de perder esa ingeniosa sensatez que ha guiado la creatividad desde siempre. Un producto bien diseñado es aquel cuyas formas tienen esa coherencia integradora en que nada les sobra ni les falta para cumplir la función asignada. Realizados con los mínimos medios y la mínima complejidad estructural, alcanzan la perfección funcional y la belleza. Algo hay en ellos que los distingue de los demás. Tienen una tal consistencia formal que, al reseguir su forma, resulta difícil deslindar en qué momento la función se hace estética o la estética se hace función. Eso es precisamente lo que ha de lograr el diseño.

Ello es algo que ya nos enseñan las obras de artesanía que han llegado hasta nosotros desde la lejanía de la historia, depuradas por la práctica. Del simple botón a la más ingeniosa herramienta, todos son excelentes ejemplos de ese objetivo. Son auténticas lecciones magistrales. Han sido fruto de ese largo y azaroso proceso de tanteos y rectificaciones basados en la experiencia de su elaboración y de su uso. Un proceso que hoy ya no es posible. El artesano realizaba el ciclo completo: concepción, elaboración y distribución estaban en unas mismas manos. Hoy el diseño se limita a la primera fase, la conceptiva. A diferencia del artesano, las mejoras que puede aportar no se las sugerirá ni la *praxis* productiva, ni el contacto directo con el usuario; esto ya no es de su incumbencia. De modo que su aportación al proceso productivo global sólo puede darse desde un prisma exclusivamente creativo. Ahí ha de lucirse. Los cambios que aporta a las cosas ya no son mejoras aconsejadas por el uso a lo largo del tiempo, sino, por el contrario, propuestas rupturistas que no tienden a prolongar lo existente sino más bien a olvidarlo. El hecho de que ahora la creación se limite al simple dibujo de la idea, si bien confiere mucha libertad y velocidad creativa, adolece de esa falta de contacto directo tan necesario con los materiales, las técnicas de elaboración y la gente. El diseñador, desde su mesa de dibujo, no puede conocer todo aquello que no ve, no toca, no siente. Por mucha imaginación prospectiva que tenga,

es difícil que pueda contemplar todos los problemas de uso o de convivencia que un objeto tendrá en su vida activa. Y, sin embargo, al diseñar algo se está comprometiendo definitivamente el futuro de aquello que se diseña. Es un acto creativo de largo alcance en el que se fragua el «destino» de cada cosa. De ahí la necesidad para el diseñador de no encerrarse en una torre de marfil alejado de la gente. Ha de «simpatizar» profundamente con los problemas de aquéllos para quien está creando. Algo esencial que le diferencia del artista. El diseño ha de acercarse a los problemas de la cotidianidad para poder ofrecer soluciones adecuadas a cada situación. En una sociedad industrial que no cesa de producir más y más productos, la contribución de ese enfoque de diseño responsable es hoy esencial. Como alguna vez dijo Gui Bonsieppe «no ya para obtener siempre lo mejor, sino para impedir lo peor».

Los lindes entre arte y diseño

Así como el profano tiene una idea implícita de lo que son el arte y los artistas, lo que sabe del diseño y de los diseñadores es muy poco y generalmente erróneo. Aun cuando el término diseño se ha popularizado, la gente le da un significado distorsionado. Y no es de extrañar, cuando lo que se sabe generalmente se ha aprendido hojeando revistas. Una referencia poco fiable, pues lo que suelen mostrar son objetos escogidos más por su capacidad de llamar la atención que por sus cualidades de diseño. Obras de una utilidad más que discutible que olvidan las irrenunciables exigencias de la función y buscan la máxima espectacularidad. Objetos que evidencian más el atrevimiento provocador de sus autores que una auténtica vena diseñística.

Ya en 1849 R. Redgrave observaba cómo se interpretaba de un modo erróneo lo que era diseño: *«El diseño tiene una doble vinculación: por una parte, está ligado de manera muy estricta a la utilidad de la cosa diseñada; por la otra, lo está con el embellecimiento y la ornamentación de aquella utilidad. Por ello, para la mayoría de gente, la palabra “diseño” ha acabado por identificarse más con el segundo significado que con su sentido global —o sea, con el ornamento como un factor independiente de la utilidad y, a menudo, incluso opuesta a ella—. De este fenómeno, de confundir lo que es esencial con lo que por sí sólo no es más que un añadido, deriva la mayoría de estos grandes errores de gusto observables en los trabajos de los diseñadores actuales»*. (Redgrave, Richard (1804-1888) «On Ornament, Specially Referring to Woven Fabrics». *Journal of Design and Manufactures*. vol. I, núm 2, Londres, 1849.)

El diseño debe comprenderse como algo más serio de lo que ciertas obras dan a entender. Es preciso separar el trigo de la paja. Pero no es fácil, pues parece que esta sociedad reclama hoy «pan y circo», y el diseño sólo puede resolver bien lo del pan, el circo lo han de proporcionar otros. Se habla de «muebles de diseño» o «lámparas de diseño» para referirse a objetos con formas insólitas, como si el diseño fuera un estilo. Resulta tan extraño como si se hablara de «casas de arquitectura». El sustantivo se emplea como adjetivo. Una confusión que va más allá de lo meramente semántico pues, al crear estos objetos, se manipula únicamente la apariencia sin aportar nada sustancial. Crear así no es diseñar, es otra cosa.

La pregunta que cabe entonces hacerse es: ¿quizás esas obras sean arte? En efecto, estos objetos en apariencia útiles que dan preferencia a la vertiente significativa en vez de a las exigencias funcionales, resultan unas obras que se acercan a cierta forma de arte. Al llamado *functional art* concretamente. Un arte cuyas obras también poseen la apariencia de un objeto pero sin función práctica alguna. El artista utiliza entonces como soporte expresivo, no ya el lienzo, la piedra o el metal, sino objetos de la vida cotidiana. De tal suerte que el *functional art* adopta tanto la apariencia de una silla, como la de una lámpara o una tetera. Es en este terreno que ese cierto tipo de diseño y ese arte se asemejan. Parten de puntos distintos pero llegan a un resultado parecido, el uno olvidando la función y privilegiando la expresividad, el otro expresando sólo una aparente funcionalidad. Aun cuando es discutible esa denominación de *funcional art*, pues es un arte que no funciona, por lo menos no pretende ser obra de diseño. Es de agradecer que se vayan definiendo lindes entre las distintas tendencias creativas para evitar confusiones. Las definiciones semánticas son indispensables para marcar fronteras. Lo importante es poder diferenciar cada tendencia y marcar sus lindes.

Y es que creo que existe una frontera clara entre arte y diseño. Al arte pertenecen aquellas obras en que las formas o las imágenes se emplean como vehículo para expresar emociones y sentimientos. Al diseño pertenecen aquellas que utilizan formas e imágenes para culminar alguna función práctica. Ello no significa que en las obras de diseño forma e imagen no expresen también la sensibilidad de su autor, pero nunca en detrimento de la función. La carga expresiva que aquellas obras tengan será una consecuencia colateral, no una finalidad.

Función y estética

Un objeto útil puede llegar a arrebatarnos por la calidad de su estética o por la ingeniosidad de su solución —pues hay un deleite intelectual ante la inventiva humana—, sin embargo, el logro de esa emoción o ese placer no es lo que persigue el diseño. Lo primordial sigue siendo perfeccionar el servicio que nos prestan las cosas que utilizamos. Se trata de acomodar en una forma armoniosa y coherente las mejoras que precise la operatividad. Esos objetos que nos ayudan a diario han de ir adaptándose al nuevo modo de vida de la gente, a la evolución de los materiales y las técnicas que permiten nuevas y más perfectas soluciones. La tarea del diseño es la de lograr ese reajuste constante de la forma de las cosas de manera que todos esos objetos que nos rodean nos den entera satisfacción.

Ocurre que estos reajustes provocan no sólo cambios en el modo de uso habitual de las cosas, sino que también modifican sustancialmente su apariencia. Se produce un cambio sustancial en el aspecto de un producto, pero este cambio es la lógica expresión externa del cambio que se ha producido en su uso. La forma informa entonces de que la función es distinta. «*La forma es el fondo que sube a la superficie*», dijo el poeta. La rotunda innovación que supuso la Vespa en los años cincuenta no se llevó a cabo con la pretensión de impresionar al público, sino de aportarle un nuevo vehículo urbano, con prestacio-

nes muy distintas de las que hasta entonces había tenido la moto. Lo cierto es que ese nuevo diseño llamó poderosamente la atención y logró imponer una nueva estética, distinta de la de los vehículos de dos ruedas hasta ese momento. Lo mismo ocurrió con la silla Cesca en 1927, cuya total ruptura con el estilo de la época fue el resultado de un laborioso estudio sobre el uso del tubo de hierro cromado en la fabricación de muebles. Otro tanto ocurrió con la lámpara de brazo articulado que fue el fruto de experiencias de autores anónimos, al parecer para satisfacer las necesidades de los dentistas de la época, pero que ha quedado consagrada en la versión que realizó Jacobsen en los años cuarenta. Más cerca de nosotros, las vinagreras de Marquina, la TMC de Miguel Milá o mi cenicero Copenhague se significaron en su día por una forma y una función en total ruptura con todo lo anterior. Todos estos diseños hicieron época y siguen vigentes en el mercado por su absoluta coherencia entre forma y función. Todos ellos creados desde la más pura lógica funcional, han ido definiendo, además, el estilo, la estética de nuestra época. Pero si bien el diseño destila una determinada estética, no por ello es un estilo.

El adorno

Hablemos del adorno, pues quizá sea uno de los terrenos más claros en que pueda existir complicidad entre arte y diseño, entendiendo por adorno lo que se añade a un objeto (o persona) para «hermosearla», según dice el diccionario. Ese añadido es una expresión plástica propia del arte; algo que no pretende mejorar la función útil de lo que embellece, sino añadirle otros significados. El adorno aparece ligado a los objetos útiles desde la existencia de las primeras herramientas, a las que dota de una carga simbólica para añadirles unos significados más allá de lo utilitario. Todos los ritos y religiones han utilizado el adorno para distinguir y enaltecer sus objetos de culto; y también ha servido para marcar los signos del poder, de la autoridad.

Pero decorar los objetos útiles no responde únicamente a esos orígenes. También se ha recurrido al adorno cuando la auténtica creatividad se estanca y se reeditan formas sabidas decorándolas para que parezcan distintas. Se acude a este artificio para modificar la presencia sin alterar la esencia. Este cambio de talante que se regodea en hermosear la apariencia suele producirse cuando lo esencial, es decir la función del objeto, no se cuestiona. Donde ya no se plantea un desafío inventivo, cabe recrearse en verter sensibilidad expresiva en lo ornamental. La artesanía más elaborada, más culta quizá, fue derivando progresivamente hacia lo ornamental. Poco a poco, los adornos encubren las formas funcionales. La función deja de ser el signo de identidad de las cosas y se valoran otros significados superpuestos. Nacen los estilos y las modas.

Pero hay también otras razones que explican la carga ornamental que adquieren ciertos objetos incluso hoy. No sólo se debe a la imposibilidad de mejorar esa vertiente funcional. Ocurre que cuando un objeto no evoluciona con cierta celeridad, su producción se va perfeccionando, su precio descende y su uso tiende entonces a popularizarse en el sentido literal del término; es decir, se propaga y alcanza a todo un amplio espectro social.

Esto es algo que la estructura clasista de la sociedad no soporta: las cosas sirven también para demarcar territorios sociales. De tal suerte que, cuando algo se banaliza, el modo de seguir marcando diferencias no depende ya de su función, sino del lujo de sus materiales y de su ornamentación. Ambos son factores que encarecen el objeto y éste deviene nuevamente selecto. Así, una jarra de Benvenuto Cellini ayer o una de Christofle hoy, tendrá las mismas formas básicas funcionales que la de arcilla del arte popular, pero no tendrá ya la misma apariencia estética, ni tendrá el mismo valor mercantil.

Cabe añadir que este deseo de distinguirse usando materiales más costosos y detalles ornamentales más abigarrados no siempre mejora la función del objeto, sino que incluso puede hacerle perder parte de sus cualidades funcionales. En las jarras, por ejemplo, el uso de metales nobles en vez de la clásica y barata arcilla hace que pierdan una de sus cualidades esenciales: la porosidad, cualidad de las jarras cerámicas que les permite dejar transpirar la humedad. Esa lenta evaporación es la que mantiene fría el agua de los botijos. El caso de la jarra es sólo un ejemplo de lo que puede observarse en muchas otras áreas. ¡Cuántas sillas «modernas» resultan menos confortables que la más tradicional Thonet de un café vienés!

Sin embargo, no hay razón para eludir el adorno mientras no dificulte la función. Se convierte entonces en una cuestión de gustos. Aún hoy siguen rigiendo aquellos principios del movimiento moderno que rechazaban todo añadido decorativo a la forma funcional. La forma se basta a sí misma. Desde entonces no entra en las miras del diseño que un objeto lleve decorado alguno. Este criterio que muchos hemos compartido, merece hoy ser reconsiderado, pues es de un radicalismo estético excesivo. En el *milieu* del diseño, sean revistas o exposiciones, jamás aparecerán productos decorados por mucho que su diseño sea excelente y que el adorno sea bello. Como si unas simples grafías o relieves les privaran de todas sus cualidades. El movimiento moderno imaginó una sociedad ideal en la que los objetos tendrían las sobrias formas que precisa la función sin ningún añadido que enturbiara su depurada elegancia esencial. Y, si bien es cierto que estos enunciados han configurado la estética de nuestra época, sin embargo, esta visión «puritana» de las cosas no ha llegado a imponerse. Si atendemos a lo que nos muestra la realidad del mercado, se observa que un gran sector de público, la mayoría, sigue decantándose por los productos decorados. A pesar de los años transcurridos, preferir un objeto sobrio, sin adorno, sigue siendo una tendencia minoritaria que no refleja el sentir de la gente ni define a una clase específica. Es un hecho comprobado que, por mucho que una vajilla blanca, inmaculada, sea bellísima, el 80 % de las vajillas que se venden están decoradas; serán de fina porcelana, de loza o de vidrio, pero todas llevarán algún grafismo o relieve que las adorne.

La posmodernidad supuso una reacción a esta austeridad a ultranza. Influenciada por el *pop art*, buscó sus raíces estéticas en muchos momentos de la historia. Iniciada en los años sesenta, llegó a su máxima expresión a principio de los ochenta. Se distinguió por decorar en exceso los objetos con un eclecticismo revivalista y mezclando estilos. Todo era válido, desde el *art deco* hasta el arte hindú. Planteó un enfoque del diseño irreverente y audaz, de un

ludismo que descartaba todas las reglas establecidas. El posmodernismo adoró tanto el adorno y el color como lo había aborrecido el movimiento moderno. Fue la reacción, el antídoto contra los ideales formalistas a ultranza del racionalismo. El humor y la frescura fueron un sustituto de las pautas establecidas del «buen gusto». El posmodernismo nos interpeló, pero también lo hizo desde una perspectiva elitista. Fue para el diseño establecido como una válvula de escape al racionalismo puro y duro. Dio rienda suelta a unas ansias de orgía expresiva largamente contenidas. Ese «desmadre adornista» ha pasado sin llegar a ser tampoco una respuesta al anhelo de la gente de poder expresar su gusto, su diferencia, al elegir las cosas que adquiere. En estos tiempos de mundialización, el adorno podría ser un modo de darle a la gente la posibilidad de identificarse al elegir entre las distintas alternativas, en último término muy epidérmicas. En un mundo tan globalizador quizá sea hora de ver el adorno como una manera de acercar el diseño a la sensibilidad de las distintas culturas.

Influencia mutua

Es difícil determinar en qué medida arte y diseño se influyen. En cada época, en cada tiempo histórico, arte y diseño encuentran su inspiración, no sólo el uno en el otro, sino en todo lo que ocurre a su alrededor. Tanto la naturaleza como las cosas, los acontecimientos o las ideas... todo es fuente de inspiración. Todo puede ser punto de partida para una reflexión, una poesía, un cuadro, una melodía o un diseño. Todo influye en todo. En su día, el impresionismo hubiera sido inconcebible sin ese *retour à la nature* que vivió el París de entonces; Gaudí sin el movimiento del europeo *art nouveau*. Los óleos geometrizarantes de Mondrian, sin las sillas de Mackintosh o los objetos de Hoffmann. Ellos, a su vez, fueron inspirados por el *japonesismo* de fines del siglo XIX. Unos estimulan a otros, y de un modo sinérgico ideas y estéticas van siendo domesticadas por las distintas vertientes creativas que entre sí se apoyan. Braque y Picasso inventaron el cubismo siguiendo el camino trazado por Cézanne e inspirados por esa acumulación de techos que vieron en el rosellonés pueblo de Céret. El cubismo fue una estética nueva que marcó poderosamente su época. Pero no hubiera tenido esa resonancia pública sin los carteles que, inspirándose en esta nueva estética, la dieron a conocer fuera de los reducidos círculos del arte. Grafistas como Loupot, Cassandre, Carlu o Colin adaptaron ese arte a la publicidad. Fue gracias a los diseñadores gráficos que el público fue asimilando y comprendiendo esa nueva tendencia artística.

Pero del mismo modo que el arte influye en el diseño, también los objetos e imágenes que éste crea, por esa omnipresencia que tienen en la vida cotidiana, influyen también en el arte. No sólo hay casos flagrantes y declarados como los *ready made* de Marcel Duchamp, sino que esta influencia subyace en la obra de cualquier artista. Un ejemplo claro de esta constante realimentación entre arte y diseño lo vemos en el *pop art* que, después de hallar sus fuentes de inspiración en las cosas de la realidad cotidiana, fue lo que estimuló al diseño posmoderno.

La belleza de lo útil

La emoción ante una obra de factura humana no se limita a las obras de arte. También los objetos útiles pueden ser bellos. La belleza de sus formas es entonces la expresión de su propia perfección funcional. El ya citado botón es un ejemplo de cómo, cuando la forma de un objeto es la precisa para que ejerza perfectamente su función, esa forma es bella. En ella nada sobra y nada falta. Su depurada sencillez define unas formas de gran belleza estética. Quienes crearon esos objetos no persiguieron la belleza sino que, si son bellos, es precisamente porque han alcanzado ese nivel de perfección funcional en el que ya resulta imposible disociar lo estético de lo útil; ese apogeo evolutivo de las cosas en el que las formas bellas son también las más perfectamente funcionales. La forcola veneciana, ese báculo que llevan las *góndolas* para apoyar la pértiga que las mueve, es admirable por la elegancia de sus formas. Unas formas esculpidas literalmente por el uso, pues las curvas que hoy posee son las que el continuo roce de la pértiga ha ido generando, siendo la forcola un caso en que se evidencia esa relación que existe entre belleza y función.

Esta acomodación que tiende hacia una perfección estética y, a la vez, funcional se observa también en la naturaleza. Nada hay en ella que no tenga una utilidad. Incluso lo que parece mero ornamento está allí con una función específica, indispensable. Colores y adornos son parte consustancial del comportamiento y de la idiosincrasia de cada especie. Lo espectacular y aparentemente inútil que parecen las plumas del pavo real macho, están ahí para la parada nupcial. Sin ellas pocas probabilidades tendrá de ser el preferido. También en la flora encontramos esa misma adecuación de colores y formas a un propósito vital. La semilla del arce, por ejemplo, tiene esa bella forma de hélice para, girando, caer al suelo en posición vertical y lograr que su tallo pueda implantarse, teniendo así su semilla más probabilidades de germinar.

A modo de conclusión

Tanto el arte como el diseño —arte de lo útil como hemos visto— proceden de esa unívoca y única vena creativa con la que la naturaleza ha dotado al hombre. Surgida por generación espontánea de lo más recóndito del ser, esta habilidad hacedora acompaña el devenir de la humanidad y ha marcado su destino. Desde el *homo faber*, arte y diseño han convivido solapándose y completándose, el uno atendiendo las llamadas del alma, el otro atendiendo la materialidad de la vida; éste más familiar y cercano, aquél más altivo, mágico y distante. Y es en eso precisamente en lo que se diferencian.

Lo propio de las cosas útiles que el diseño crea es satisfacer necesidades prácticas del mundo real, cotidiano. Son por esencia obras efímeras, reemplazadas constantemente por otras que las mejoran. Ninguna de ellas pretende aportar una solución insuperable. Son simples eslabones entre el ayer y el mañana de la cultura material. Propuestas múltiples hechas desde perspectivas muy diversas que se someten al veredicto inapelable de la gente, que las

retiene mientras cumplen su función o las descarta por obsoletas. Lo que el diseño crea precisa ineludiblemente del beneplácito de quienes lo usarán. El hábitat humano es así el resultado de lo que la gente ha refrendado mediante un auténtico proceso de selección cultural. Todo está de paso hacia un utópico ideal al que todos contribuyen y en el que todos se sienten implicados. Si todo ello define una estética, es la estética de la necesidad.

El arte se mueve por otros derroteros. Está en otra onda. Ya no retiene el papel que tuvo en el pasado cuando era expresión de una identidad, o de una mística, o de un medio de comunicación e información. Perdidas estas «funciones», el arte deviene entonces una manifestación autónoma, una suerte de conocimiento que accede a ciertas esferas del alma. Un lenguaje íntimo con el que el artista expresa su visión personal de la realidad, sus sentimientos, sus angustias y sus ideales. La obra creada se hace desde una perspectiva autorreferencial. Tal introversión no precisa pues del refrendo colectivo, ni lo pretende. Incluso lo rehúye. Ser incomprendido forma parte de sus prerrogativas. Ese mismo desinterés por los problemas de la realidad cotidiana, por lo que preocupa o anhelan sus coetáneos, aleja al arte de la gente. Existe hoy una clara fisura social entre el arte y el público. Las obras de arte ya no influyen en las tendencias estéticas del público. La calle impone las suyas directamente. Los *graffitis* —esa violencia reconducida en arte— son hoy quizá la expresión artística más libre y veraz con que la gente pueda identificarse y referirse.

Al mismo tiempo, el diseño invade el terreno de la cultura visual con formas e imágenes propias. Esta invasión de impactos visuales cargados de significados, acaban avasallando y marginando al arte. Éste no sólo pierde el monopolio de la estética, sino que las obras del diseño van más allá del simple gusto estético. Permiten una evaluación racional de los contenidos que proponen. Su valor cultural resulta mensurable. El diseño reclama la participación de la gente. Es como un arte interactivo en el que la gente no es simplemente público espectador, sino también actor en su calidad de usuario. Lo que el diseño crea es, finalmente, algo más que simples mercancías. Son obras que también provocan emoción y admiración. En ellas se valora la grandeza que encierra lo retenido, que se limita a lo útil, a una suerte de abstinencia frente a la permisividad de lo inútil, de lo subjetivo, de los efectos fáciles, de lo recargado que deslumbra y a la vez atonta; de la sobriedad justa que encierra lo esencial. Esas obras no sólo pueden llegar a admirarse, sino también a desearse, incluso a atesorarse. Así como poseer obras de arte como si fueran fetiche, fue un signo externo del *status* social, también hoy la posesión de determinados diseños delimita fronteras sociales. Hoy es a través de los productos de consumo, cuyo diseño posee cada vez una mayor carga expresiva, como la sociedad se expresa y acota territorios. Siendo así que son esos productos los que finalmente van suplantando al arte como forma de expresión de su tiempo. En ellos se hacen evidentes tanto las tendencias estéticas como las actitudes ideológicas y, al adquirirlos, la gente encuentra en ellos un modo de expresar tanto su propia sensibilidad como su filosofía existencial.

