

CONVERSANDO CON ANNA CALVERA EN BARCELONA. 31 PREGUNTAS PARA LA REFLEXIÓN

GABRIEL SIMÓN SOL

DEPARTAMENTO DE TEORÍA Y ANÁLISIS
UAM XOCHIMILCO
simoonsol@hotmail.com

ANNA MARÍA CALVERA SAGUÉ (1954-2018). Profesora catalana de Historia y Teoría del Diseño en la Universidad de Barcelona. Doctora en filosofía, graduada en Diseño Gráfico por Elisava y Llotja. Inició como diseñadora aunque muy pronto se dedicó a la docencia y a la investigación. Impartió clases y conferencias en varios centros de Barcelona, España, Europa y Latinoamérica. Directora de Tesis en el Departamento Diseño de Imagen de la Universidad de Barcelona. Docente de la Maestría en Diseño de la Universidad de Palermo. Realizó numerosas estancias cortas en el extranjero dictando seminarios y conferencias en universidades de Francia, Italia, Ecuador, Nicaragua, Alemania, Uruguay, México y Argentina. En su juventud cursó estudios de diseño gráfico y de filosofía en Barcelona y después los amplió en Bolonia donde conoció a intelectuales como Tomás Maldonado y Umberto Eco. Gracias a esta amplia formación, Calvera produjo una significativa obra escrita. Su gran preocupación era dotar al diseño de rigor científico y luchó tenazmente para que se convirtiera en una disciplina cuyo rango fuera equiparable al de todas las otras que se imparten en la universidad. Autora de un libro sobre la teoría del diseño de William Morris (Barcelona, 1992), una historia del diseño gráfico en Cataluña (Barcelona, 1997), *La enseñanza del diseño en España: de la pedagogía a la disciplina* (Barcelona, 1999) e *Historia desde la periferia: historia e historias del diseño* (1999). Igualmente importantes son sus libros: *Arte ¿? Diseño* (Barcelona, 2003); *De lo bello de las cosas* (Barcelona, 2007), y su participación en el libro *Del mundo al museo* (Barcelona, 2014). Como

articulista ha colaborado en varias revistas como *Tipo-Gráfica* (Buenos Aires), *Etapes Graphiques* (París), *Temas de Disseny* (Barcelona) y *Experimenta* (Madrid). Fue una entusiasta promotora de las Reuniones Internacionales de Historiadores y Estudiosos del Diseño (Barcelona, 1999; La Habana, 2000; Estambul, 2002; Guadalajara, México, 2004; Helsinki, 2006; Osaka, 2008; Bruselas, 2010 celebrado junto a la DHS, São Paulo 2012; Aveiro, 2014; Taipéi, 2016 y, por realizarse, Barcelona 2018).

En Barcelona, el pasado 4 de febrero de 2018, a la edad de 63, años dejó de existir la insigne diseñadora y profesora catalana Anna María Calvera Sagué, una de las estudiosas y pensadoras del diseño más sólidas de Iberoamérica. Dotada de brillante inteligencia, gran memoria y una capacidad de trabajo ilimitada que le permitió emprender cualquier proyecto por complicado que fuera. Calvera deja una obra reconocida internacionalmente en el campo de la teoría, la historia y la crítica del diseño. Su fallecimiento ha conmovido al medio del diseño.

Mi primer encuentro con ella fue en La Habana, en 2000, con motivo de la 2a. Reunión Internacional de Historiadores y Estudiosos del Diseño. Ahí tuve la oportunidad de conocerla y de conversar ampliamente. Posteriormente, en 2004, con motivo de la 4a. Reunión en Guadalajara, México, pude invitarla a dar una serie de conferencias en la UAM Xochimilco, junto con Miguel Mallol, Carmen Montellano y otros profesores, de tal manera que hicimos el viaje de la capital tapatía a la Ciudad de México por carretera, visitando Morelia y Pátzcuaro, ciudades que ella no



Anna Calvera. Fuente: www.ub.edu/gracmon/gracmon_nou/wp-content/uploads/2011/05/Anna-1.jpg.

conocía. En la travesía conversamos sobre distintos temas, entre los cuales, obviamente, salió a colación el diseño, como profesión y como tema docente. Después de su regreso a Barcelona, nuestra relación continuó a través de correo electrónico. Supe del cáncer de boca que padeció y que motivó la agresiva intervención quirúrgica que sufrió.

Mucho tiempo después, la tarde del 2 de mayo de 2017, me reuní con ella en la cafetería del Museu del Disseny en Barcelona. La encontré muy delgada y con una afectación de su mandíbula del lado derecho que le impedía hablar normalmente, sin embargo, su estado de ánimo era excelente. Entre café y café me atreví a pedirle una entrevista para un artículo. Amablemente accedió a pesar de su delicado estado de salud.

Días después cenamos con Miquel Mallo en una simpática taberna de nombre “El Glop”, en el mítico barrio de Gracia donde pudimos continuar charlando sobre nuestro tema favorito: el diseño. La última vez que la vi fue en compañía de su marido, Joan Vintró Castells, en otro restaurante muy cerca de la Universidad de Barcelona. Cenamos

y conversamos amenamente acompañados de un par de botellas de vino catalán. Fueron tres reuniones con las que pude construir la entrevista, misma que ahora, después de su fallecimiento, me atrevo a publicar como un homenaje a su trayectoria docente y profesional. Hela aquí.

Gabriel Simón (GS): Comenzaría con una pregunta que tal vez sea la más cuestionada en nuestro medio: ¿qué es diseñar? ¿Hasta dónde abarca su acción?

Anna Calvera (AC): Diseñar es la operación de configurar, es decir, dar forma a las cosas, tanto si son cosas que habrán de fabricarse o producirse (diseño industrial, diseño de producto), como si se crean conceptos globales para sistemas de productos o para servicios que hay que iniciar (diseño estratégico).

GS: ¿Cuál es el efecto de esta acción? ¿Qué debemos entender por formalizar?

AC: El efecto de diseñar, de formalizar, es dotar de identidad a cada producto, sistema de productos o servicios



Arte ¿? Diseño (Barcelona, 2003), *De lo bello de las cosas* (Barcelona, 2007) y *Del mundo al museo* (Barcelona, 2014).

bien identificados y bautizados con un nombre propio, se diferencia de otros objetos parecidos, aquellos con los que compiten en la tienda. Formalizar es una operación de síntesis en la que se da respuesta integrada a los muchos factores diferentes que condicionan la forma de ser de cada objeto, en cada caso, y para cada empresa.

GS: La eterna dicotomía entre forma y función en el diseño nos obliga a preguntarte: ¿qué papeles desempeña la funcionalidad en la formalización de los objetos?

AC: A fines de 1800, la pregunta para la función se basaba en una metáfora biológica: “la función hace al órgano o el órgano hace a la función”. La función, que siempre y en cualquier tendencia condiciona la forma de los objetos útiles, puede ser de muchos tipos. Cuando se habla de función técnica se designan las condiciones impuestas por la tecnología que se debe utilizar, por el utillaje técnico y productivo con el que se fabricará el objeto. En este caso, al dar forma a un artículo hay que prever la manera de producirlo, el cómo se harán las cosas. En el diseño, el concepto de función tiene también una acepción sociológica y antropológica. Remite al conjunto de usos, costumbres y utilidades y actividades prácticas de la gente cuando vive su vida de cada día. También se consideran como funciones las preferencias de las personas, ya sean estéticas, éticas o derivadas de valores ideológicos, así como los valores que inspiran los estilos de vida respectivos.

GS: En este balance entre forma y función ¿qué papel desempeña la semiótica?

AC: Dar forma y satisfacer a la vez muchos requisitos que imponen las funciones es también una operación semiótica, una operación mediante la cual las cosas adquieren sentido, se cargan de significados que sirven para vivir y desenvolverse en sociedad, además de ser explícito el funcionamiento de las cosas mostrando sus mecanismos de control. En estos casos, la forma de las cosas, la apariencia de los objetos y de los aparatos, funciona como interfaz, ya que es el punto de contacto a través del cual las personas las manipulan y utilizan. Como dice Krippendorf “una cosa debe tener forma para que se vea, pero debe tener sentido para que se entienda y se utilice”. La forma comporta una descripción sin referencia para un observador o un usuario. Por el contrario, el significado necesita siempre de una referencia a los procesos cognitivos (propios o ajenos).

GS: Como parte de esos procesos cognitivos ¿qué importancia tiene la intuición?

AC: Diseñar es una práctica reflexiva a través de la cual se analiza, se elaboran las ideas surgidas haciendo diseño y se corroboran las intuiciones y las hipótesis con las cuales se diseña: es diseñando como que se adquieren y sistematizan los conocimientos disciplinares que se aplicarán al volver a diseñar.

GS: ¿Para qué sistematizar estos conocimientos? ¿Cuál es el resultado de esta sistematización?

AC: El resultado de la acción de diseñar es un proyecto de diseño. Aquí el término de diseño vuelve a ser un nombre común que denomina el resultado obtenido diseñando; sin embargo, este resultado todavía no es un diseño sino un proyecto de diseño, es decir, la representación bidimensional o la simulación tridimensional de cómo será el diseño, o el objeto diseñado, una vez producido. El proceso de ideación y de formalización en que consiste el acto de diseñar culmina cuando se obtiene una representación precisa de la imagen del producto que sólo será cuando se fabrique. En los diseños industrial y de producto, estas representaciones pueden ser, según el caso o el momento del proceso; bocetos, dibujos, *rendering*, planos, maquetas, prototipos, memorias..., todo ello, junto o por separado, se denomina habitualmente el "proyecto".

GS: Si el resultado es una representación bidimensional ¿el dibujo se convierte en un elemento indispensable para el diseño?

AC: Los dibujos de los diseñadores sirven y son necesarios para visualizar una idea, comprobarla en la práctica, comunicarla a clientes y posibles usuarios, y a los fabricantes y operarios que deben materializarla.

GS: Sin embargo, en muchos idiomas se confunden diseño y dibujo. ¿Materializar implica el proceso primigenio de dibujo?

AC: En catalán, la palabra *disseny* es bastante antigua y tiene una historia muy movida, ya que ha cambiado de significado en diversas ocasiones a lo largo de los siglos para adaptarse a la realidad de cada época. Muy ligada a las vicisitudes del término español, *diseño*, desde el Barroco, y a las del término italiano *disegno* desde el Manierismo. El término catalán *disseny* nació y creció como sinónimo —¿raro?— de dibujo, la palabra que, por influencia del español, acabó dominando. A mediados del siglo XX, por la influencia del inglés *design* y su amplia difusión internacional, la palabra *diseño* y las prácticas que le son asociadas comenzaron a diferenciarse del dibujo y sus técnicas de representación. Y así, el diseño ha acabado haciendo referencia a una profesión nueva que dibuja y hace uso del dibujo a su manera. De

hecho, todavía hoy muchos diseñadores piensan y trabajan dibujando, tanto a mano como con la ayuda de una computadora, como el modelado o impresión en 3D.

GS: ¿Cuál es el papel de la tecnología en el diseño?

AC: Para describir las diversas maneras de forjar los utensilios y herramientas cotidianas que ha habido a lo largo de la historia, hay muchas palabras, cada una de las cuales remite a un mundo: la *techné* griega, las *ars* romanas, la artesanía aristocrática de la Europa medieval y los viejos oficios de todo el mundo, con sus técnicas y procedimientos específicos; después, la manufactura industrial, la industria manufacturera, la mecanización y la gran industria, la tecnología... y también la posindustria. El concepto originario del diseño (industrial y de producto) consideraba el modo industrial de producción, es decir, el sistema de reproducción seriada para un consumo masivo, como la característica principal de su manera de hacer, determinante de su campo de actuación como actividad económica.

GS: Artesanía y diseño industrial son conceptos hermanos a lo largo de la historia. ¿Qué es lo que los une? ¿Qué es lo que los separa?

AC: En la artesanía, las cosas se hacen a mano, o bien, utilizando máquinas simples; la industria se caracteriza por la utilización de máquinas, las cuales pueden ser simples (época de manufactura) o complejas (época de la mecanización), según sea la fuente de energía que la hace mover. Artesanía y diseño industrial son dos procesos de tipo creativo que, historiográficamente, se corresponden con dos modos de producción bien diferenciados que se han sucedido y relevado históricamente. En realidad artesanía e industria han sido dos maneras de hacer y de producir que conviven simultáneamente y se complementan la una con la otra.

GS: Diseño industrial y modernidad parece ser que nacieron juntos, ¿cómo se dio este parto doble?

AC: Durante años se pensó que el progreso estaba basado en la industrialización y el crecimiento económico: si la industria era indicio de modernización, en consecuencia, el diseño industrial era signo de modernidad. Por ello, el diseño industrial es una práctica estética propia de la modernidad. En ocasiones, industrializar suponía un paso

adelante en la evolución natural de un oficio hacia la modernización y el aumento de productividad. En otras, la industrialización comportó una ruptura total con el pasado inmediato, o incluso obligó a comenzar de nuevo creando productos inéditos. Artesanía e industria tan pronto designan dos momentos históricos, y los modos de producción que le son propios, como dos modelos empresariales, dos sistemas técnicos o dos estructuras sociales puestos en perspectiva histórica. También designan dos metodologías creativas y todo un sistema de valores en cuanto a la calidad y el interés de las cosas que se elaboran en cada caso. Ambos conceptos abarcan mucho más que la dicotomía hecho a mano/hecho a máquina.

GS: Como parte de ese sistema de valores, ¿dónde quedaría el cuidado del medio ambiente?

AC: La industria, en especial la gran industria, ha estado a menudo bajo sospecha debido a sus terribles consecuencias sociales y ecológicas que tiene y ha tenido. La cultura del diseño ha hecho eco de estas acusaciones al sistema industrial de producción y a menudo ha buscado cómo redefinir su tarea para convertirse en una práctica liberadora que, a pesar de seguir aprovechando las ventajas de la industria (accesibilidad a los productos y democratización del consumo), vele por evitar sus consecuencias más negativas.

GS: ¿El trabajo artesanal puede sobrevivir ante la modernidad y las nuevas tecnologías?

AC: Con la llegada de la sociedad del conocimiento y la información, del sistema digital de producción, el diseño y su cultura han reconsiderado su vinculación con el sistema industrial. Justo antes de empezar el siglo XXI, artesanía e industria no fueron capaces de definir solos la condición de modernidad y, por tanto, tampoco son determinantes para conceptualizar el diseño. Se han convertido en dos dinámicas complementarias entre sí como resultado de la evolución tecnológica, la cual, por una parte, permite personalizar los productos seriados y, por otra, necesita trabajo artesano de una gran complejidad tecnológica. En el último cambio de siglo, la calidad artesana ya no depende de la aplicación del arte, sino que vuelve a ser un saber cómo hacer, una técnica hecha con conocimiento y maña.

GS: Ante estos avances ¿cómo redefiniríamos el dominio del diseño?

AC: El término *diseño* vuelve a ser ahora un nombre común, pero cuyo significado incluye un elemento diferenciador; por ello, a pesar de ser un nombre, funciona como adjetivo: remite a una serie de atributos de tipo selectivo y asume un sentido axiológico. El diseño se ha convertido en un factor, el factor diseño, fundamentado sobre el valor diseño. El ámbito de actuación del diseño es el de las cosas de cada día; es un mundo hecho de artículos, objetos, útiles, herramientas, instrumentos, vasijas, enseres, utensilios, ajuares, aparatos, artilugios, artefactos, ingenios, máquinas... El dominio del diseño es la cultura material. Ahora bien, sólo se considera diseño un tipo de objetos, aquellos que son especiales sin dejar de ser tan ordinarios y prosaicos como los demás. Son los que destacan precisamente por el valor diseño. Convertido en un factor diferenciador, entonces el término *diseño* designa la manera de ser que sólo tienen unos objetos: son los buenos diseños o los objetos bien diseñados.

GS: ¿Cómo podríamos definir este factor diferenciador llamado diseño?

AC: El factor de diseño es una calidad que no se explica como un estilo, ni como un sistema de formas, ni por su repertorio de ornamentos, ni como un código de pautas decorativas. En realidad, es el indicio perceptible de la calidad intrínseca y extrínseca de aquellos productos que han sido bien diseñados. El factor diseño es, por tanto, un componente conceptual, lo esencial que hace que un producto destaque si está bien diseñado; es aquello que revela la acción y voluntad del diseño y, por tanto, aquello que establece el diseño como categoría; es más, es aquello que explica porqué no todo lo que se diseña acaba siendo diseño.

GS: Este componente conceptual ¿es reconocido por la empresa?

AC: El factor diseño es un principio estratégico importante en la dinámica y la gestión empresarial. El factor diseño es un elemento esencial de los productos por que incrementa su valor añadido; de hecho, el diseño tanto pone en valor las cosas como ayuda a recuperar su valor y alargar su vida útil. El factor diseño vehicula y revela las implica-

ciones éticas, a veces incluso utópicas, implícitas en los objetos cotidianos cuando son buenos diseños. Los destaca porque son culturalmente relevantes, ya sea por su densidad estética, o por el interés conceptual de su diseño a pesar de su condición de objetos prosaicos, útiles, cotidianos, discretos y familiares.

GS: Esa densidad estética ¿es la que provoca el mal uso que comúnmente se hace de la palabra “diseño”, a tal grado de pensar en una nueva forma de arte?

AC: Has tocado un punto neurálgico que años atrás me motivó a invitar a diseñadores a debatir en un libro que llamé *Arte ¿? Diseño*. La pregunta era: ¿qué relación piensa usted que hay entre el arte y el diseño? La respuesta fue claramente asumida que arte y diseño no son lo mismo. A la larga esa antigua confusión entre arte y diseño se ve muy reducida y parece que ya sólo tenga sentido para determinadas modalidades del diseño. El director de *Pyrex*, para poner un ejemplo, parece haber tenido muy claro desde siempre que: “Un producto tiene dos cualidades: un valor utilidad, producto de la ciencia, y un valor de satisfacción creado por el arte y el diseño”. Cabe objetar, como se ha hecho siempre desde la teoría y la práctica profesional del diseño, que lo propio del diseño era precisamente unir ambos valores y encontrar su correspondencia en una síntesis única.

GS: Cuando el diseño adopta las maneras del arte para resaltar su quehacer ¿se mantienen las diferencias entre ambas disciplinas perfectamente delimitadas o, por el contrario, se contagian entre sí?

AC: No tiene nada de raro que, en los últimos años, algunos diseñadores hayan adoptado los procedimientos propios del arte y su mercado para mostrar su trabajo y darse a conocer. Así nació el *star-system* y la figura del diseñador autor. En realidad, los diseñadores no hicieron nada más que lo que venían haciendo los modistos desde que existe la alta costura y, de ese modo, dejaron de estar ocultos como parte integrante del proceso productivo para hacerse un hueco en la sociedad de masas y en el espíritu de la época. No es extraño, pues, que la otra gran confusión en relación con el diseño venga de la asimilación de la

moda. Hace tan sólo tres décadas, el mundo del arte reconocía una relación jerárquica entre artes mayores y menores.

GS: En el mejor de los casos posibles, si se diluyen los límites, sea con el arte, sea con la moda, ¿el diseñador en cuestión queda indefectiblemente ligado a un tipo de diseño, a saber, el diseño de autor?

AC: Tal como demuestra la práctica de la profesión, no hay, no puede haber, una única respuesta a esa pregunta. No cabe duda que el diseño ha mantenido a lo largo de toda su historia una relación de amor-odio con el arte, sea porque el diseño es hijo del arte en muchos países, en tanto la formación de diseñadores se lleva a cabo, o bien en escuelas de Bellas Artes, o bien en escuelas de Arquitectura, o también, porque muchos diseñadores han practicado regularmente ambas actividades. Bajo esa perspectiva, se comprende que el diseño, para poder adquirir carta de naturaleza, haya tenido que diferenciarse del arte y, para ello, haya construido su identidad por comparación y negación.

GS: Una vez que el diseño se ha desprendido profesionalmente del arte y se ha creado un mercado propio, ¿por qué seguir utilizando al arte como espejo con el fin de mostrar y demostrar la diferencias más sustanciales?

AC: Fundamentalmente porque el arte y el diseño comparten una vocación estética. Eso facilita la comparación, pero también ha ayudado mucho a confundir los términos, ya que, por lo general, cuando se habla de estética, incluso cuando lo hacen los filósofos, sólo se habla de arte y de sus fundamentos. La confusión entonces es, a mi modo de ver, el resultado de una larga y continuada incompreensión de la naturaleza del diseño en tanto que fenómeno estético. Dicho con otras palabras, pensar el tipo de relación por la cual el diseño nunca ha podido acabar de romper un vínculo con el arte supone plantear una pregunta de carácter estético en el sentido más filosófico del término. Todas aquellas palabras que han sido utilizadas para referirse al diseño son de naturaleza estética, son palabras que emparentan al diseño con el arte; también podría decirse que las vienen compartiendo desde hace mucho tiempo, pero ha sido el arte el que las dotó primero

de significado y, por ese motivo, no acaban de servir del todo al aplicarse al diseño.

GS: ¿Esto quiere decir que existe la viabilidad de una posible estética del diseño?

AC: Que la naturaleza del arte es estética está fuera de duda, al menos así lo ha estado hasta el momento. El caso del diseño, por el contrario, no siempre ha sido así. Conviene ahora recordar sus dos orígenes históricos derivados, el primero, de la evolución seguida por los procesos productivos y, el segundo, del descubrimiento de su necesidad social como fenómeno cultural específico. Un origen se dio en la práctica, el otro en la teoría. Media un largo siglo entre ambos, dado que, para que se viera la necesidad del diseño, hacía falta que la sociedad se sintiera molesta con la fealdad producida por la industria y el nuevo orden económico. En este caso el diseño nacía con una misión estética que cumplir, la pertinencia de la cual parecía fuera de toda duda. Un siglo más tarde, cuando el diseño ya se iba incorporando al proceso productivo en un Estados Unidos aerodinámico, la competencia específica del diseñador se explicaba mediante el eslogan “lo feo no se vende” y, por lo tanto, como un saber encaminado a conseguir que el consumidor se inclinara por el objeto pensado intencionalmente en términos estéticos.

GS: Ahora bien, si la misión de los diseñadores es de carácter estético ¿por qué criterios estéticos se rige?, ¿son los mismos que los del arte?

AC: En la etapa fundacional, para no ir más lejos, alguien como Ruskin pensaba que sí; Morris pronto vio claro que no. Lo que vino después fue una larga historia cuyo denominador común ha sido, y continúa siendo, la búsqueda de esos criterios estéticos adecuados al diseño, los que permitirían enjuiciar el grado de calidad alcanzado sin tener que recurrir a conceptos como “artisticidad”. Vista en perspectiva, esa constante indagación del diseño para comprenderse a sí mismo y encontrar sus modelos estéticos de referencia, los criterios por los que regirse y de los que dependa la calidad de su trabajo, ha tomado muchas veces la forma de un estándar del gusto, o sea, de un modelo hipotético del gusto establecido como bueno. Es, claro está, el “buen gusto”, ese modelo del gusto que, si bien era bueno,

también era elegante, culto y elitista: al menos así fue por necesidad en una sociedad de clases. El diseño aún no dispone de herramientas conceptuales lo suficientemente potentes como para dar cuenta de la peculiar manera de ser estética del diseño, ni tampoco para enjuiciar y justificar desde la crítica en qué se funda su calidad. Por su parte, el término “buen diseño” ha quedado convertido en eso, un referente estilístico característico de una tendencia surgida en un momento histórico determinado.

GS: El funcionalismo ¿podría ser considerado como una concepción estética?

AC: En efecto, además de ser un método de diseño, el funcionalismo es también una concepción estética, dado que su objetivo es establecer un canon de belleza y mostrar el camino para alcanzarlo con garantías de éxito; y es una concepción estética aunque contradiga el pensamiento de Kant y toda la filosofía del arte posterior a él. La concepción estética que han manejado el diseño y la arquitectura en el movimiento moderno—lo que no necesariamente comparten las artes plásticas del mismo movimiento—constituye el último capítulo de una estética de la belleza de corte premoderno, o preestético si se tiene en cuenta que precisamente la estética, como disciplina filosófica, nació justo en el momento en que los cánones de belleza empezaban a ser abandonados por el arte. Luego entonces, el modelo de buen diseño para el movimiento moderno, aunque no fuera ni el más rentable ni el más eficaz en cuanto a sus prestaciones, fue un canon formal y conceptualmente clasicista, en el cual la calidad derivaba de la coherencia existente entre una esencia técnico-funcional y una apariencia estética basada en la elegancia austera (*menos es más*); lo que no estaba mal del todo, porque los objetos y comunicados gráficos creados de ese modo, además de ser bonitos, eran discretos. Para la estética, el problema era relativamente simple: había que mostrar que las cosas útiles podían ser bellas y que la belleza también podía ser de este mundo e, incluso, accesible.

GS: ¿Por qué el esteticismo o la artisticidad de los objetos causa escozor en el medio del diseño?

AC: Después de la Segunda Guerra Mundial las cosas se complicaron mucho para la comprensión estética del

diseño, porque se iba consolidando una modalidad llamada *styling* que se preocupaba sólo de cambiar la apariencia estética de los objetos sin modificar la esencia constructiva ni mejorar las prestaciones funcionales. En el curso del debate se renunció a la estética, por lo menos a comprender la naturaleza estética del fenómeno diseño por ser éste un terreno “resbaladizo”. El discurso sobre el diseño se fue apartando progresivamente de la reflexión estética para dar paso a lo que podría llamarse el miedo de los diseñadores a la estética, tanto si ésta consistía en un componente fundamental de la calidad de un diseño, como una disciplina que podía ayudar a comprender y explicar esta calidad. Entonces, no tiene nada de raro que el esteticismo sea utilizado por muchos sólo en su sentido más peyorativo.

GS: ¿En qué momento surge la idea del “arte-objeto”?

AC: En la década de los años ochenta, cuando el diseño dejó de ser una actividad oculta tras las bambalinas de la producción y saltó al escenario, la artisticidad de los objetos, fuera ésta un simple argumento discursivo, fuera el vocabulario expresivo de un objeto que llamaba la atención por su extravagancia hermética, ofreció a los medios un argumento perfectamente adaptado a su modalidad comunicativa. Cualquiera que fuera el tipo de espectacularidad formal de una propuesta del diseño, se volvía inmediatamente comprensible si se explicaba comparándola con el arte, el cual, a su vez, aportaba un tipo de argumentación que, aunque también incomprensible, estaba ya plenamente aceptada por el gran público. Mediante esta operación, el diseño no se incorporó aún al arte y su mundo, y mucho menos a la institución del gran arte, pero lo que sí consiguió fue emerger en la realidad cotidiana, salir a la luz pública y hacerse un hueco en la cultura de masas. Con todo, el público nunca acabó de creerse eso de la artisticidad del diseño y a falta de una palabra más adecuada, desde entonces llama “objetos de diseño”, o peor aún “arte-objeto”, a esos objetos “útiles pero no tanto y no sólo”, es decir, los que no se corresponden con el lenguaje estándar de los objetos de uso porque exhiben la propuesta estética que conllevan. Con todo, si alguna vez los “objetos de diseño” son considerados verdaderas “obras de arte”, lo que habrá cambiado a fondo es el mundo del arte.

GS: Para algunos teóricos—como Peter Dormer—el diseño es el “arte popular” de nuestro tiempo...

AC: Ni qué decir, el arte popular ha sido una cuestión de primera magnitud para el siglo XX. Cuando se buscaban argumentos de diferenciación respecto a unas artes plásticas concebidas como expresión del Gran Arte, parecía, y así se afirmó muchas veces, que el diseño era el arte popular propio de la época moderna. Ya en los años sesenta, cuando se volvió a considerar el tema de la función social del arte, el diseño fue presentado como arte popular de la época, realizándose así aquella vieja sugerencia de William Morris según la cual era totalmente necesario un género de arte que sirviera de mediación entre el público y la investigación vanguardista del gran arte. En efecto, al reivindicar para sí la categoría de arte popular, el diseño marcaba distancias con respecto a una cultura de masas cuyos productos, elaborados industrialmente, no parecían ni serios, ni auténticos, ni buenos. Era la época en que se denunciaba la banalidad de la sociedad de consumo y la pobreza de la cultura de masas frente a una alta cultura que parecía la única verdadera siguiendo con la estructura clasista de la cultura heredada del siglo anterior.

GS: El movimiento moderno proponía una estética *sui generis* ¿en la actualidad es posible seguir con este canon?, ¿hay algo que lo sustituya?

AC: En efecto, con su utopía estética y su canon cerrado, el movimiento moderno ofreció al diseño la confianza en sí mismo que da la seguridad de estar indefectiblemente contribuyendo al progreso social y cultural, de ser un verdadero factor civilizador. Con la crisis del movimiento moderno, la falacia de su utopía estética quedó a la vista de todos y la balanza se inclinó del lado de las admoniciones más pesimistas. Pocos son, por tanto, los puntos de apoyo que le quedaron al diseño para demostrar su valía como fenómeno estético de fuerte peso cultural. Necesitaba de una teoría estética que pudiera responder por él en dos frentes: por un lado, ante la práctica del *styling* y todo lo que olera a ornamento y función decorativa, es decir, lo superfluo y superficial por naturaleza, que acaba siempre desembocando en lo artificioso; por el otro, en tanto que arte popular, frente a una desculturalizada, frívola y banal cultura de masas construida con base en productos de la

industria cultural. Como resultado: el diseño se encuentra todavía huérfano de una teoría estética que explique su naturaleza y que lo haga, en el sentido amplio, al menos en un sentido tan amplio como ha hecho la filosofía del arte con el arte.

GS: La pregunta no es ya ¿qué es diseño?, sino ¿cuándo algo es diseño?

AC: Poder contestar a esa pregunta supone aceptar que se ha dado una transformación a profundidad en el “mundo del diseño”, de manera que sea posible su institucionalización fuera del contexto que venía siendo habitual y más reivindicado por los propios diseñadores, como la realidad económica y el universo doméstico sin ir más lejos. Al fenómeno de la dilatación de lo visual se le ha llamado “estetización del mundo”, “estetización difusa” o, también, “estetización de lo cotidiano”, y como tal, se le ha considerado uno de los rasgos que mejor definen la sociedad en el último cambio de siglo. Para el diseño y su cultura, la cuestión ahora es dilucidar en qué medida estamos otra vez ante el principio de “lo feo no se vende”, o si más bien por apariencia estética se entienden ya aspectos mucho más complejos que las manifestaciones culturales con las que habían estado siempre asociadas a la dimensión estética verdadera. Esa es otra de las cuestiones que debería afrontar una estética del diseño. En el momento que la estética deja de ser un atributo y una competencia del mundo representado para convertirse en algo propio del mundo construido, aspectos como la relación entre arte y técnica, o entre arte y ciencia, cambian totalmente de sentido.

GS: A raíz de la llamada estetización de la vida cotidiana ¿podemos decir que el arte ha muerto a manos del diseño?

AC: En lo que concierne específicamente al diseño, esa posible estetización de la vida cotidiana constituye, al menos en la teoría, la realización de su antiguo ideal civilizador. Por lo tanto, probablemente sea únicamente a partir del diseño desde donde se pueden aportar instrumentos teóricos lo suficientemente sólidos como para rechazar una aproximación que, por lo pronto, no parece muy veraz objetivamente considerada. La cultura del diseño se enfrenta pues, a una de las peores paradojas de

su historia: que “el mundo se haya estetizado, que todo haya sido transformado en arte” no ha supuesto ni mucho menos que el mundo sea más hermoso; por el contrario, una mirada hacia muchos lugares del campo y de la ciudad demuestran el grado de deterioro sufrido por barrios, paisajes y establecimientos en las últimas décadas. Si el arte no ha muerto en lo que concierne a la estética como disciplina, el fenómeno de la estetización de la cotidianidad pone totalmente en entredicho el núcleo fundacional de la estética derivada de la vieja distinción heredada de Kant y la estética de corte romántico, según la cual la experiencia estética y el arte eran los únicos espacios que le quedaban al hombre moderno para refugiarse del mundo práctico y sus intereses, fueran estos comerciales, utilitarios o simplemente humanos, como el compromiso político. De este modo, en el momento en que la dimensión estética, o simbólica, entra a formar parte integrante de la vida de todos los días, el arte pierde su cualidad de rareza, su carácter especial fundamentado en la estética, y su aura se encuentra esparcida por todas partes. No es una postura muy comprensible con respecto al diseño y su futuro: en efecto, ese tipo de consideraciones siempre ponen en duda la posibilidad del diseño de desempeñar una acción cultural seria e importante, por el hecho de que su acción se ejerce en el plano de la mercancía y, por lo tanto, del objeto “banal” y comercial. Incluso se deja totalmente de lado su antigua aspiración a poder ejercer de mediación entre el público y el verdadero “gran arte”. Ante el peligro de una posible banalización de la estética, al volverse cotidiana, el discurso sobre el arte y todo su aparato ha preferido guarecerse en un mundo todavía más restringido, si cabe, que antes.

GS: ¿Es real esta banalidad? ¿No será que, como en el mundo del arte, también en la vida cotidiana hay objetos mejores y peores? ¿Si la estética, en tanto que experiencia humana, se independiza respecto al arte, se vuelve irremisiblemente frívola y banal? ¿Es posible una estética que se dedique a comprender la experiencia estética sin más, tal como tiene lugar en la vida cotidiana?

AC: Semejantes reflexiones son interesantes para poner en relieve en qué medida se ha invertido la cuestión que nos ocupa, a saber, la relación del diseño con el arte. Nada mejor para resumirlo que recoger las terribles palabras de

un crítico tomadas de una publicación digital: “El diseño se ha convertido en el vehículo estético de masas: frente a eso, el arte opera como resistencia (...) Pensar el arte es resistir al diseño en cuanto vehículo favorito de la industria”.¹ Sin embargo, no hay ningún motivo para concluir que la cotidianidad de lo estético redunde necesariamente en la banalización de la estética, en un empobrecimiento de la experiencia estética, como se ha dicho tan a menudo. Visto desde la perspectiva del diseño, la estetización de la cotidianidad, si es que verdaderamente se ha conseguido, constituye más bien un logro que un fracaso. De hecho, la voluntad de mejorar la calidad estética del paisaje cotidiano figuraba desde siempre entre los ideales del diseño, antes, durante y después del movimiento moderno. Es más, como apuntaba Fulvio Carmagnola, la presentación intencional y voluntariamente estética de las mercancías tiene en el fondo un aspecto muy positivo: indica que una sociedad ha superado el umbral de la necesidad y que utiliza las cosas con las que vive para la satisfacción de otras muchas exigencias humanas. De este modo, la mercancía supera su naturaleza instrumental para transfigurarse y convertirse en otra cosa.² La gran novedad del momento actual estriba precisamente en el hecho de que, para “transfigurarse”, al diseño ya no le hace falta convertirse en una obra de arte. El buen diseño dispone de criterios suficientes para ejercer su función sin más, en su propio círculo y con sus propias reglas de calidad. A pesar de las apariencias, el gran mérito del diseño surgido en los años ochenta, cuando el paisaje iba poblándose de esos incomprensibles “objetos de diseño”, fue precisamente poner en relieve la naturaleza estética del diseño, aunque fuera mediante la espectacularidad desmesurada de unas propuestas hechas únicamente en términos de estilo.

GS: Por último, ¿qué nos depara el futuro del diseño en cuanto a apreciación estética de la cotidianidad?

AC: En la segunda década de este siglo, sólo un diseño muy consciente de su dimensión estética y del valor de

1. “Pensar el arte”, en <http://a-r-cTwo/v1.2jorgeo2.es.htm> (Consultado el 28/02/2018).

2. Fulvio Carmagnola, *Luoghi de la qualità*, Domus Academy Edizioni, Milán, 1991, p. 13.

esa función podrá participar activamente dando su propia interpretación de los nuevos problemas que la evolución histórica va planteando a medida que se produce. Por su parte, la estética como disciplina ha abierto ya una primera puerta para concluir el giro que había experimentado a raíz de la incorporación de las conclusiones de la semiótica en la comprensión de su objeto y sus valores. Desde entonces, algunos estudiosos han empezado a tener muy en cuenta ese peculiar papel que la estética está desempeñando en el desarrollo de la sociedad. Su objetivo será el estudio de esas cualidades estéticas tan especiales que los objetos creados por el diseño han debido demostrar que tienen para poder instalarse en el imaginario popular como iconos de una experiencia cultural común, tal como reconoce la historiografía del diseño. Ahora bien, no cabe duda de que, para llevar a cabo esa nueva labor, la reflexión estética deberá abandonar el legado kantiano y superar las distintas dicotomías que la componen, en especial, la que separa el universo del arte y el universo de lo cotidiano, en favor de otras estéticas en las que el énfasis recaiga en la variedad de experiencias estéticas que un ser humano normal y corriente es capaz de tener por el simple hecho de vivir.

GS: Gracias Anna por la claridad de tus pensamientos...

AC: Gracias a ti, Gabriel...

Febrero de 2018.



Anna Calvera y Gabriel Simón. Fuente: Archivo personal del autor.