

UNA REVISIÓN DEL DISEÑO Y LA ARQUITECTURA A TRAVÉS DE LOS ARTEFACTOS

LAURA GONZÁLEZ DÍEZ
design@ceu.es

B de Bauhaus.
Un diccionario del mundo moderno
Deyan Sudjic
Traductor: Guillem Usandizaga
Editorial: Turner
ISBN: 978-84-16142-06-4
Categoría: Arte, diseño, cultura
AÑO 2014; 356 páginas

Deyan Sudjic
B de Bauhaus
silla, auténtico, coche,
logo, coleccionismo,
diseño, xerox, viena,
expo, moda, función,
habitat, identidad,
cocina, kaplicky, arte,
museo, ornamento,
película, gusto,
qwerty, sottsass,
youtube, manifiesto.
Un diccionario del mundo moderno
T
TURNER NOEMA

A de auténtico, B de Bauhaus, C de coche, D de diseño... son algunos de los 39 pequeños ensayos que podemos encontrar en este libro en los que Deyan Sudjic, arquitecto de formación y actual director del Design Museum de Londres, aborda en riguroso orden alfabético realidades tan diversas como el diseño, la moda, el arte, la arquitectura, la comunicación, la tecnología o el cine, ofreciendo una sofisticada visión de la vida moderna entremezclada con numerosas referencias personales que conectan estas disciplinas.

En este recorrido, los lectores pueden determinar su propio orden de lectura, pasando de un ensayo a otro según sus inquietudes, sin que ésta tenga que ser lineal. Así, de la M de museo puede saltar a la F de función y de ésta a la L de logo sin que el libro pierda un ápice de su sentido.

La obra, más que un diccionario al uso, es un análisis personal del mundo que nos rodea en el que el autor narra con entusiasmo y subjetividad sus experiencias y pensamientos en torno al diseño, llegando a afirmar que “el diseño ayudará a crear mejores objetos y una sociedad más consciente”. El libro responde a una intención clara por parte de Sudjic de “hacer accesibles el diseño y la arquitectura más allá del gremio”, por ello trata de acercar al lector a objetos de uso cotidiano, que van desde una silla o un teclado a una cremallera, pasando por los coches que –según el autor– siempre han fascinado a los diseñadores y considera que “examinar de cerca un coche nos dice mucho sobre nuestra manera de vivir, sobre cómo hacemos las cosas y sobre nosotros mis-

mos. No es arte, pero es el mayor logro del diseño, el artefacto que reúne más concentración de talento diseñador por centímetro cuadrado”.

Especialmente interesante es el ensayo que se ofrece en ‘C de cremallera’, donde el autor expone que “una manera provechosa de acercarse al diseño es centrarse en lo corriente y anónimo en lugar de en lo artístico y autorreflexivo” y hace un homenaje a objetos simples, humildes y universales como el clip o la cremallera, los cuales “parecen haber eliminado lo superfluo y son resultado de un proceso de mejora continua que, por evolución darwiniana, han alcanzado la máxima economía de medios”, la funcionalidad, en definitiva, aspecto este último al que dedica otro de los ensayos.

Merece resaltar también el capítulo ‘D de diseño’, donde se pregunta por la aparición de esta disciplina y señala al respecto que “fue la fabricación en serie la que exigió la aparición de un individuo con un nuevo papel, al que se acabó llamando diseñador, un individuo que no era el productor físico de un objeto, del mismo modo que un arquitecto no es un albañil”. Aborda la figura del diseñador como el realizador del prototipo, del boceto o diseño que representa al objeto antes de que exista y como el profesional al que se pedía, y se pide, que haga comprensible los objetos, que los equiepe con señales que comuniquen al usuario su función y la manera de utilizarlos. En este ensayo, el autor recoge también la relación entre “ejecutar” y “diseñar”, y señala que mientras que la primera está íntimamente relacionada con la técnica, el diseño trata –o debería tratar– de ideas. Para Sudjic, otro objetivo del diseño puede consistir en “hacer que los objetos resulten más atractivos para que se vendan más, conseguir que parezcan innovadores y deseables”, pero también puede servir para crear una sensación de identidad y, por supuesto, para transmitir un mensaje. No obstante, expresa su opinión sobre que cada vez más, uno de los papeles principales del diseño es el de contribuir a crear una experiencia en el usuario, lo que entroncaría con el denominado “diseño emocional”.

Aporta, además, reflexiones tan interesantes como que “los significados de un objeto a veces van más allá de la intención del diseñador” o que uno de los puntos de interés del diseño es su mutabilidad. Reproduciendo sus propias palabras, “el diseño sigue cambiando y eso es lo que lo hace importante”.

Las diferencias entre el diseño y el arte, el diseñador y el artista, son abordadas en el ensayo siguiente: ‘D de diseño artístico’. En él, el autor señala que “el diseño se ha definido más a menudo por lo que no es que por lo que es”. Y dice que “ante todo, una cosa que no es el diseño es arte”, a pesar de que en algunos momentos de la historia se le ha denominado arte comercial o arte decorativo. Para Sudjic, “en el fondo, se entiende que el diseño es útil, y por lo tanto hay que darle menos importancia que a una obra de arte, que está

libre de utilidad”. Considera que esta es una “tensión que trae sin cuidado a la mayoría de los artistas, pero los diseñadores y aquellos que se sienten atraídos por el diseño siempre intentan explorar la frontera que les separa del arte”. No obstante, afirma que “los artistas y los diseñadores se observan con cautela, intrigados y desconfiados, celosos y displicentes los unos de los otros”. A esta reflexión sobre donde está la frontera entre el diseño y el arte suma otra realidad, la de la artesanía.

La trilogía sobre el diseño se cierra con ‘D de diseño crítico’ donde, a partir de sus opiniones reflejadas en los dos ensayos anteriores señala que el diseñador “debe interrogarse sobre su finalidad”. Incidiendo en esta idea considera que el diseño puede ser un interesante método para hacer preguntas, pero también para hacernos pensar; el diseño tiene que cuestionarse cual es su lugar en la sociedad. Tiene que tener un espíritu crítico y preguntarse, como ya hiciera Víctor Papanek, “si el trabajo del diseñador consiste en colaborar en proyectos socialmente útiles o en ayudar a los clientes a vender bienes de consumo con un precio excesivo a gente que no los necesita ni se los puede permitir”.

Al hilo de este sentido crítico del diseño resulta destacable el ensayo titulado ‘M de museo’, donde Sudjic reflexiona con acidez sobre el papel actual de estas instituciones, que se han convertido en muchos casos en “lugares cuya misión principal ya no es conservar objetos valiosos”. Considera que se han convertido en focos de ocio, renovación urbana y espectáculo, más bien en reclamos turísticos donde el éxito se mide por el tamaño y el número de visitantes. En este apartado resulta de gran interés su punto de vista –y el de otras autoridades– sobre el Guggenheim.

Junto a todas estas apreciaciones y reflexiones, podemos encontrarnos a lo largo del libro con personajes heterogéneos que en muchos casos se entrecruzan. Desde diseñadores de referencia como Dieter Rams, Ettore Sottsass o Terence Conran, arquitectos como Adolf Loos, Jan Kaplicky o Rem Koolhaas, cineastas como Alfred Hitchcock, Peter Greenaway o King Vidor, pasando por marcas como Habitat, Ikea o Kodak.

Con ‘V de Viena’, ‘X de Xerox’ e ‘Y de YouTube’, el libro finaliza erigiéndose en una oda a la autenticidad, aspecto al que dedica el primero de los ensayos, en un mundo cada vez más virtual y superficial. Esta obra se presenta como una herramienta necesaria para comprender la cultura contemporánea. Sudjic no dejará indiferente al lector con su visión atrevida y apasionada del mundo actual dando una lección magistral sobre diseño, arquitectura, objetos y consumo en el siglo XXI.