



ALFOMBRA LAS LETRAS DE MARISCAL



LAS TORRES DE ÁVILA



ASIENTOS IROQUA DE JOSEP LLUSCÀ (1991)



LÁMPARA VATICANA DE JOSEP LLUSCÀ (1988)

LA IDENTIDAD DEL DISEÑO CATALÁN

EL DISEÑO CATALÁN ES VISTO, DESDE EL EXTERIOR, COMO UN DISEÑO POÉTICO, ICONOCLASTA, LLENO DE IMAGINACIÓN Y SENTIDO DEL HUMOR, PERO QUE NO OLVIDA LOS IMPERATIVOS FUNCIONALES Y, ADEMÁS, INTEGRA LA INSPIRACIÓN ARTÍSTICA, LA ICONOGRAFÍA DE LOS "COMICS", LOS SIMBOLISMOS ZOOMÓRFICOS, EL VALOR DE LA IMAGEN Y LA DIMENSIÓN COMUNICATIVA.



SILLA, SILLA CON BRAZOS Y TABURETE GAULINO DE ÒSCAR TUSQUETS

DANIEL GIRALT-MIRACLE CRÍTICO DE ARTE

La década de los ochenta supuso una definitiva afirmación del diseño catalán gráfico e industrial. Junto a la arquitectura, especialmente la propiciada por los Juegos Olímpicos de 1992, el diseño se ha transformado en uno de los rasgos identificadores de la personalidad in-

ternacional de Barcelona. Esta realidad no es fruto del azar sino resultado de treinta años de trabajo continuado de una industria y unos profesionales dedicados a la práctica del diseño, entendido siempre como un hecho cultural al servicio de la comunidad. Lo que ha puesto de actualidad el dise-

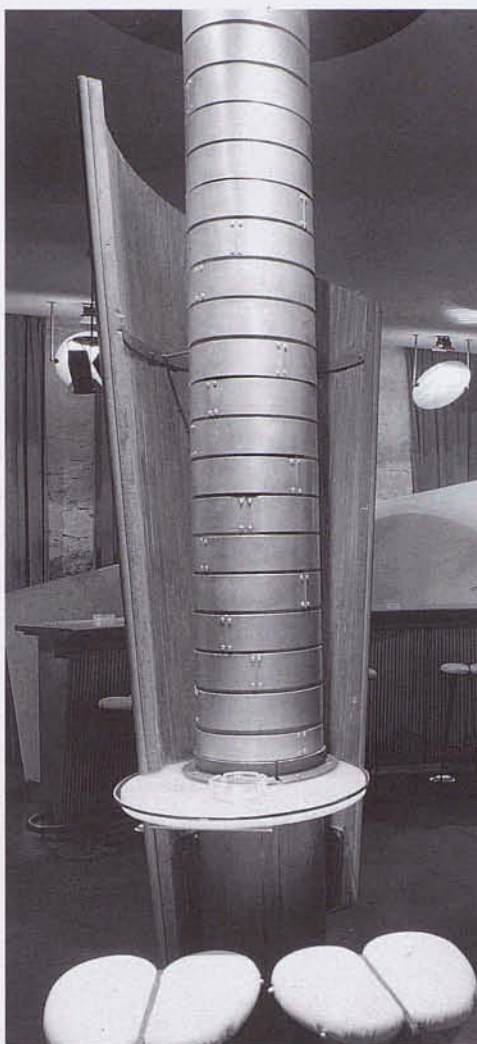
ño catalán en todo el mundo ha sido la exposición *Design in Catalonia* (presentada en Milán, Nueva York, Tokio, Stuttgart...), las revistas y publicaciones italianas, francesas, alemanas y japonesas que le han dedicado monografías o la exposición dedicada a las *Capitales européennes du nouveau design: Barce-*

lona, Milán, París, Düsseldorf presenta recientemente en el Centro de Creación Industrial (C.C.I.) del Centro Georges Pompidou de París. Ante este fenómeno de proyección internacional, surgido de un país de poca demografía, reducida extensión territorial y desarrollo industrial medio como es Cataluña, uno se pregunta cuáles son los rasgos diferenciales que dan personalidad propia a este diseño.

Es indiscutible que nuestro diseño no es sólo un fenómeno del mercado, la industria o el consumo sino que parte de unos antecedentes muy concretos: una desarrollada y generalizada tradición artesana, que cuenta todavía con excelentes hombres de oficio; una red industrial de nivel pequeño y medio, bien equipada e interesada en incorporar las novedades tecnológicas y, sobre todo, una arraigada cultura artística que se refleja en todas las manifestaciones de la vida cotidiana, ya sean públicas o privadas. La adopción del concepto del diseño se ha producido de un modo espontáneo a medida que las artes y los oficios han dejado paso a la penetración de la industria y a las necesidades propias de una sociedad de masa instalada en las ciudades.

Por lo que se refiere a la ciudad de Barcelona, el último gran florecimiento de los oficios de arte y del diseño pre-industrial se produjo en 1890 con el Modernismo —la versión catalana del "Art Nouveau"— cuando arquitectos, decoradores, cartelistas, escenógrafos y ceramistas, entre otros, vivieron uno de los momentos de más euforia artística que ha producido este país, conscientes del hecho de que las artes decorativas comenzaban una nueva era y debían establecer su alianza con la industria para sobrevivir. Gaudí, Domènech i Montaner, Puig i Cadafalch, Masriera, Homar, Apel·les Mestres, Alexandre de Riquer fueron los grandes protagonistas de esta corriente que, posteriormente, se manifestará en las agrupaciones profesionales, especialmente en el FAD (Fomento de las Artes Decorativas), fundado en 1903, que durante la segunda mitad de este siglo impulsará, a través de la ADIFAD (Asociación de Diseñadores Industriales del Fomento de las Artes Decorativas) la difusión del diseño y su mejor conocimiento.

Si en los años setenta nuestros diseñadores y nuestros industriales viajaban al exterior con el propósito de ver, aprender y comprar patentes para pro-



VELVET

ducir a través de su pequeña estructura industrial, a partir de los años ochenta, con un nivel económico más elevado y un desarrollo mucho más asentado, comienza a aparecer una manera catalana de diseñar, que se diferencia de la alemana, la francesa, la escandinava y la norteamericana, revelando cierta proximidad al modelo italiano.

Tanto en el nivel creativo como en el conceptual, el diseño catalán es fruto de una evolución social e industrial estrechamente vinculada a una vida cotidiana austera y práctica, pero marcada siempre por la calidad estética. Los criterios funcionales y los criterios artísticos se interrelacionarán constantemente. Por un lado existirá una escuela más racionalista, de raíz bauhausiana, que antepondrá el esqueleto, la estructura, las líneas de resistencia a cualquier otro componente, siguiendo una tradición procedente del románico y del gótico

locales. Por otro lado, la línea impulsada por las corrientes artísticas, por la fuerza de la forma entendida como un valor autónomo.

Superada la fase del "design povero", característico de los años sesenta, de marcado carácter neoartesanal y materiales nobles, hemos entrado en una fase en la que las nuevas tecnologías y los nuevos materiales se han aliado con un acusado sentido del gusto que intenta compatibilizar lo estético, lo tecnológico y lo comercial.

El diseño de los años ochenta en Cataluña es un diseño de la madurez, creado en libertad y desde la libertad, que mezcla los valores de una personalidad mediterránea con el espíritu de la vanguardia y afronta la competencia internacional sin complejos. Se ha liberado de los purismos que exigían frialdad, neutralidad y predominio de la función sobre la forma, propios del "good design", para actuar de lleno en el denominado "new design".

Quien mejor ha analizado esta transición es el director del C.C.I. de París, François Burkhardt. Según él, este nuevo diseño aparece en unas sociedades más cultas, económicamente más estables, más refinadas en la selección de sus objetos cotidianos, que desean personalizarse a través del diseño y que manifiestan una exigencia especial en las cualidades técnicas, ergonómicas, económicas y funcionales de los productos.

Roto el estándar uniformador que exigía el estilo internacional de raíz racionalista, el nuevo diseño europeo apuesta por las características específicamente nacionales, regionales o metropolitanas, hasta el punto de que se habla más de un diseño napolitano, milanés o florentino que de un diseño italiano.

En conclusión, el diseño catalán es visto, desde el exterior, como un diseño poético, iconoclasta, lleno de imaginación y sentido del humor que, sin olvidar los imperativos funcionales, integra la inspiración procedente del arte (Miró, Dalí, Picasso), la iconografía de los "comics", los simbolismos zoomórficos, el valor de la imagen y la dimensión comunicativa.

Si durante muchas décadas la forma ha estado al servicio de la función, ahora parece que ésta se ha rebelado para adoptar una dimensión más libre, poética e informal, como los modos de vida propios de este final de siglo. ●