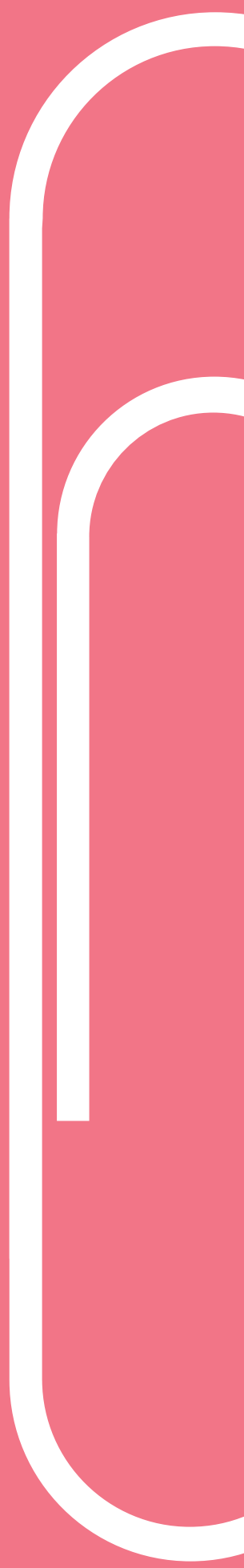
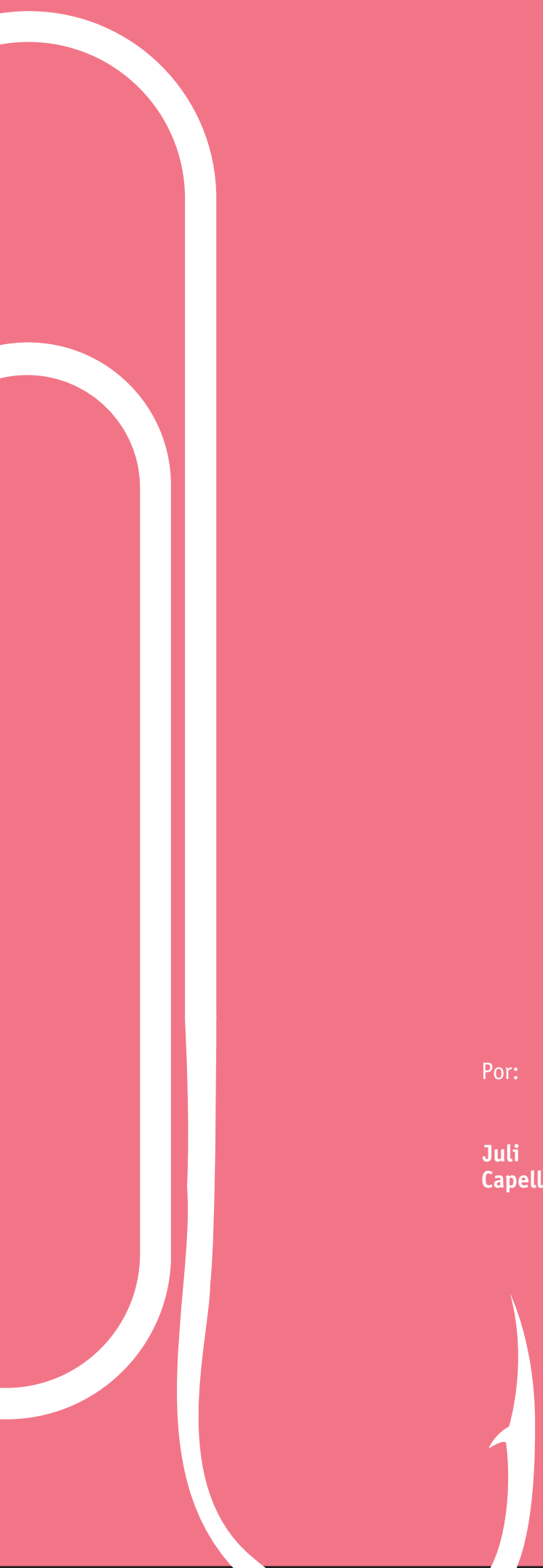


DISEÑO ANÓNIMO





Por:

Juli
Capella

PEQUEÑOS
GRANDES OBJETOS

EL

“EL HUE-
VO
ES UNA FORMA
PERFEC-
TA,
AUNQUE ESTÉ HECHO CON EL
CULO”

Bruno Munari (artista y diseñador)

DISEÑO ANÓNIMO NO EXISTE

TODO DISEÑO TIENE UN AUTOR, pero a menudo lo desconocemos. Los objetos jamás han nacido por generación espontánea, todo lo que no es naturaleza ha estado ideado por alguien. Por mucho que una silla sea de madera, nunca ha crecido de forma natural de un árbol. Por lo tanto el calificativo de anónimo, aplicado al diseño de objetos, no supone la ausencia de creador, sino simplemente el desconocimiento de su identidad. Nunca en la historia de la humanidad nada se ha creado solo.

Si ahora mismo nos fijamos en las cosas que nos rodean, lo más probable es que no sepamos quién las diseñó, ni el ordenador, ni el bolígrafo, ni el reloj, ni los zapatos o las gafas que llevamos puestas todo el día. A lo sumo conocemos la marca de algún producto, pero raramente su autor. Tan solo recordamos el nombre del diseñador de alguna silla o lámpara famosa... Pero si nos referimos al mundo de la música o la pintura sería impensable ese desconocimiento, cada canción está firmada, así como todo cuadro, película o libro. En definitiva los objetos de la vida cotidiana, pasan desapercibidos, son normalmente anónimos con la salvedad de las obras de arte. El diseño se queda entremedio del objeto banal y la pieza artística. También conviene discernir entre invento y diseño. Lo primero es tan solo una ínfima parte de lo segundo.

La temática del diseño anónimo tiene una dilatada tradición por parte del propio sector de la creación que ha ido tomando conciencia de su valor. La gente culta y estudiosa del diseño, valora lo anónimo como positivo. Diversas instituciones, exposiciones y publicaciones han tratado la cuestión del diseño anónimo como una reivindicación de lo humilde y lo desconocido, intentando subsanar una supuesta injusticia. Desde monografías de la revista *Domus* a exposiciones de Vitra o la Triennale. Pero la cuestión lejos de resolverse se expande hacia múltiples ámbitos. Y surge una contradicción, si elevamos el diseño anónimo a la categoría de diseño culto, automáticamente pervertimos su naturaleza humilde, la que nos lo hacía precisamente apetitoso. Si tras una fatigosa investigación desvelamos el origen, el nombre del autor, dejará de ser anónimo para entrar en la galería de los diseños de autor. Aunque nos atraiga lo anónimo como condición mítica, como estudiosos del diseño no podemos reprimir una irremisible tendencia a destaparlo, a clasificarlo y por tanto a "nominarlo", que es en definitiva dominarlo.

El anonimato encierra en sí diversas facetas que conviven en una misma nebulosa. La palabra “anónimo” concentra un rico abanico de significados — positivos y negativos— que varían según las culturas y las lenguas, veamos:

El **anónimo voluntario** nos habla de quien ha decidido ocultarse, quien prefiere no mostrarse al público, está escondido por voluntad propia. Algunos autores firman así sus obras cuando les parecen menores, alimenticias o a lo mejor muy arriesgadas.

El **anónimo olvidado** es aquel que se pierde en la noche de los tiempos, donde se difumina el rastro. Su origen es tan lejano y recóndito que jamás lograremos hallarlo. Nunca sabremos quien diseñó el anzuelo o un botón.

El **anónimo espontáneo** es aquel que de forma inconsciente, no pretende ser conocido, allí donde no importa el autor ni la marca, tan solo la modesta pieza. Corresponde a la autoproducción de más de medio mundo, donde no se presta atención al autor.

El **anónimo revisitado** es aquel que nos sirve de base para el *redesign*, aquel que supone un eslabón a partir del cual seguir trabajando de forma iterativa. Piezas clásicas rediseñadas con nuevos materiales o implementadas en algún sentido.

Todo diseño podría ser anónimo si su autor decidiese no dar la cara, no firmarlo. Pero desde antaño los creadores han preferido ver identificada su obra con su nombre. La industrialización trajo consigo la explosión de patentes y con ello la necesidad de dar autoría a cada nuevo modelo. Tan solo en Estados Unidos se registraron más de 600.000 patentes desde 1836, año de la Patent Act hasta 1900. Cada uno atribuido a una persona que peleaba celosamente por su novedad. Durante las vanguardias y la Bauhaus se reivindicó el carácter estandarizado y por tanto anónimo de la producción, pero paradójicamente fue cuando comenzaron a firmarse las primeras piezas de la historia del diseño. A partir de entonces la firma ha sido considerada un valor creciente tanto intrínseco como añadido, a la hora de generar un objeto.

A finales de la década de los 80 del siglo pasado la firma se convierte incluso en un marchamo estilístico que supuestamente ayuda a promover el diseño más allá de sus propias cualidades. Firmas como Porche, Giugiaro o finalmente by Starck, se convierten además en una garantía comercial. Todas las grandes marcas quieren tener en su catálogo *starcs*, *sottssas*, *fosters* o *morrison*s. Pero a la vez recelan de que la fama del autor supere la de su propia marca.

“UN DISEÑO ANÓNIMO DE UN CONTENDOR DE PÍREX ES TAN BUEN DISEÑO COMO EL JARRÓN DE ALVAR AALTO”

Trence Riley (Exdirector de Architecture and Design, MOMA, New York)

Hay anónimos geniales, otros banales, algunos eternos, la mayoría efímeros... Bruno Munari los señaló y los reinterpretó, Achille Castiglioni los utilizó a menudo como biblioteca inspiradora, Enzo Mari preserva su pureza, Alessandro Mendini los ha manipulado como vehículo de expresión, y Morrison los eleva a la categoría de eternos...

¿Es justo firmar un objeto diseñado y cobrado? En todo caso, ¿tiene algún sentido publicitar a bombo y platillo la autoría? El ansia por firmar, por evidenciar la autoría de un diseño, aun partiendo de premisas justas, adquiere una dimensión exagerada en nuestros días. La inflación estelar y vedetística produce un rechazo. La constante imposición del personalismo, puede provocar una reacción, la necesidad de un espacio de ausencia nominal y de relax. En los objetos más humildes y diminutos podemos valorar virtudes funcionales y estéticas en un territorio donde la firma, no supone un plus valorativo.

He aquí algunos miembros de la familia de objetos cotidianos, aquellos que usamos diariamente y que no nos incordian recordándonos constantemente quién los hizo. Pero todos tuvieron un origen consciente, más o menos remoto. Son precisamente pequeños en tamaño, cabrían en la palma de la mano, pero grandes, enormes en significado y genialidad.

EL CHINCHE, EL CLAVO INDOLORO

Podemos decir que la inventó el viento y la gravedad, el chinche nació para vencer a los elementos como hermano menor y civil del clavo. Apenas unos gramos de hierro con hábiles patas sirven para colocar las cosas allá donde queremos. Tan solo una pequeña herida será la huella de su sádico servicio.





LA PINZA DE LA ROPA, CORTAR EL VUELO

La inventaron los marineros para secar sus ropas atadas en los cabos ondeando al viento. La remataron las mujeres hartas de ver caer su ropa en los arbustos. Una diminuta máquina de agarre que sólo te suelta si le aprietas. Pero a la vez un ingenio primitivo de fuerza, palanca y tensión, arma y resorte que sirve para reinventar cada día el mundo.

LA CREMALLERA,

GUERRA A LOS BOTONES

A finales del siglo XIX a alguien se le ocurrió buscar un sistema de cierre relámpago para cerrar las sacas de correos. Tras un complejo sistema productivo se logró medio siglo después un sistema de ganchos para cerrarlo todo, bolsos, braguetas, fundas y vestidos. ¿Quién no abre y cierra al menos una cremallera al día?





EL ANZUELO,

CRUEL ORGANICIDAD

Nació del desespero que provoca el hambre. Lo ideó un primitivo y le dio una bella forma de interrogante, idóneo para la boca de un pez. No puede ser menos, pero tampoco más, el tiempo no ha conseguido cambiar su singular perfil con diente. Se mantiene impertérrito recordándonos poéticamente que el arma fue el primer invento del hombre. **Qué triste.**



LA TARJETA DE CRÉDITO, LA LLAVE MÁGICA

La inventó alguien con muchísimo dinero que no llevaba dinero encima. Un americano que no quería ensuciarse las manos. Mucho más tarde un francés le puso memoria y ahora se ha convertido en la tarjeta de visita de la sociedad capitalista. Nunca falla, abre todas las puertas.

LA BOLSA DEL TÉ,
INDIVIDUAL CONTAINER



Nació por avaricia, el mercader enviaba las hojas de té en pequeñas bolsas de tela para ahorrarse las cajas metálicas. Y a alguien se le ocurrió ponerlo directamente en infusión. Y lo aprovechó posiblemente un individualista inglés, amante de las proporciones justas. Cada cosa en su sitio y dispuesta para cualquier momento. La dosis unitaria necesaria e identificada. El ahorro de otros instrumentos auxiliares. La papiroflexia aplicada al *packaging*.



EL CLIP,

MENOS, IMPOSIBLE

Tan sólo 15 centímetros de alambre inteligentemente doblados. Lo inventó un científico noruego pero lo patentó un americano justo en el año 1900. Dentro de un siglo seguirá siendo idéntico, y al otro, y al otro. Nunca el minimalismo ofreció tanto por tan poco. Una verdadera mascota para definir el diseño: bueno, bonito y barato.



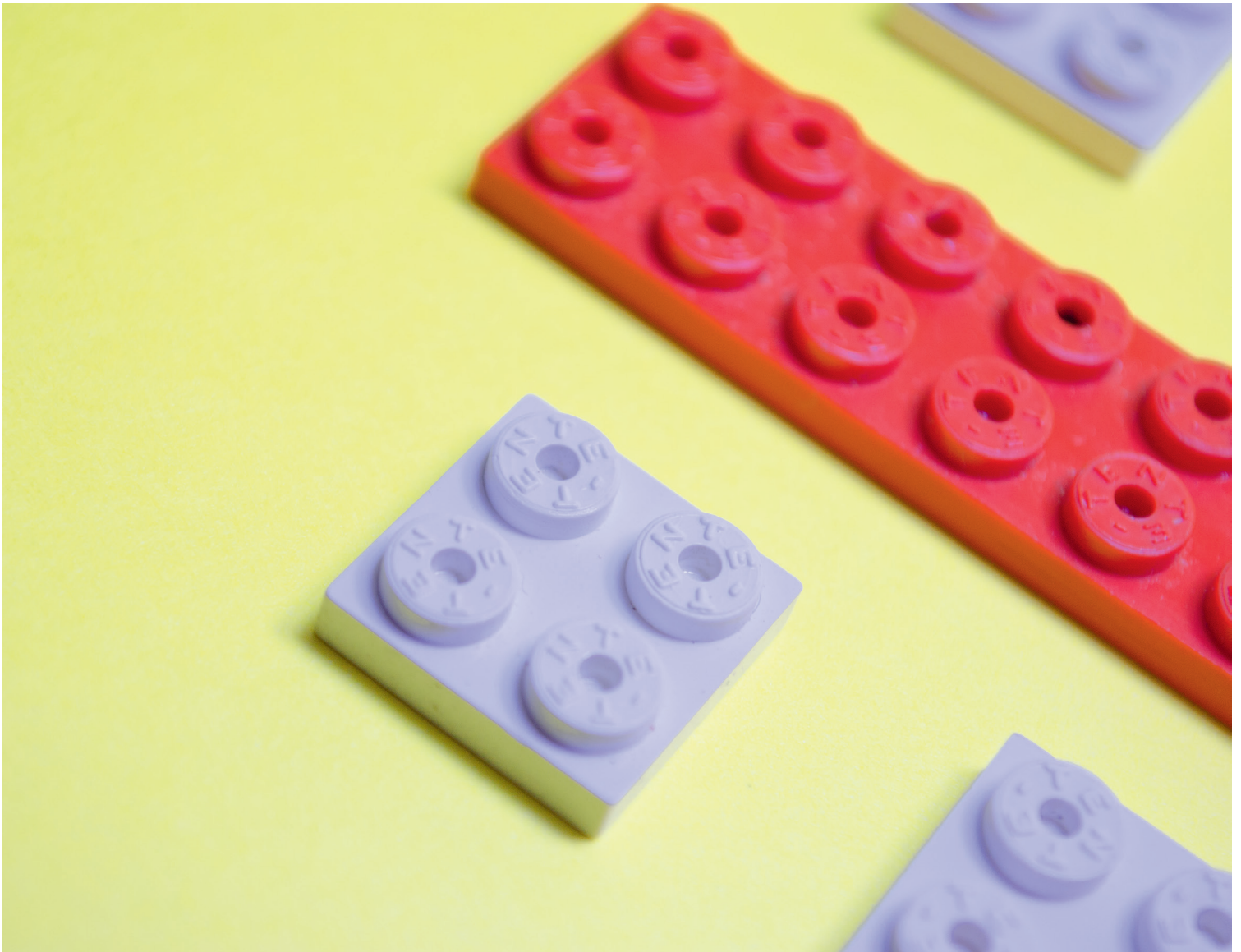
LA CHAPA,
**LA BOTELLA
ES VIRGEN**

Nació matando al corcho para dar fe de virginidad al contenido. Expresa de forma estrelladamente bella la dificultad de dar curvatura a un círculo de metal. Primero cierra y preserva, pero tarde o temprano se abre con desgarro para darnos felicidad. Entonces empieza su nueva vida, se convierte en moneda, medalla, soldado...

TENTE, EL ÁTOMO LÚDICO

Se le ocurrió a un humilde carpintero danés para que los niños pudiesen jugar durante la depresión de su país. Inventó el átomo lúdico. El mínimo común divisor de los juguetes.

El ADN del universo infantil. Cómo lo igual puede crear la diferencia infinita.





LA LLAVE, ¿EN VÍAS DE EXTINCIÓN?

La inventó alguien celoso para defenderse de alguien curioso, y la divulgó la propiedad privada. Desde entonces guarda habitaciones, cofres, vidas, tesoros y miserias. Sus dientes han sido la clave, el ADN, para desvelar el misterio. Durante siglos han colgado sonoramente de nuestras ropas. Ahora, la voz, el tacto y la señal electrónica la están amenazando de muerte.

EL
BOLÍGRAFO,
LA
RUE-
DA
QUE
MAN-
CHA



De pequeño había visto como una canica dejaba su rastro tras pasar por un charco. Y le metió una bola al final de un tubo de tinta. Así ingenió László József Biró el bolígrafo. Más preciso que una pluma y sin manchas, más duradero que un lápiz, imborrable. Funciona igual que los desodorantes de bola o los primeros ratones de ordenador, rodando.