

## Conceptos

### ¿Cómo definiría el papel del diseñador?

Se han escrito muchas definiciones. Hace años participé en un grupo de trabajo: el ICSID Definition & Doctrine Group, que redactó la siguiente definición del diseño: “El diseño industrial interpreta y sirve a aquellas necesidades humanas que pueden ser cubiertas dando forma a productos y servicios. La función de esos productos y servicios es la de ayudar al hombre en el mejor disfrute del entorno que él mismo crea. El diseñador trabaja en el equipo planificador de productos (o puede ser él mismo un planificador de productos), en el que su responsabilidad es determinar formas integradas entre los componentes del servicio, coordinando las exigencias de la técnica, la fabricación, distribución y, especialmente, las del uso por el hombre”. Como toda definición que pretende ser exhaustiva, evitando dejar algo en el tintero, acabó siendo académica y poco útil. Así que para definir el papel del diseñador, prefiero recurrir a una metáfora: “el diseñador es el arquitecto del objeto”.

Todo el mundo sabe lo que es un arquitecto, basta entonces extrapolar ese papel al campo de los objetos para entender lo que es un diseñador. Tanto lo que se construye como lo que se fabrica ha de ser proyectado previamente. Si se trata de un edificio, le corresponderá al arquitecto

proyectarlo de modo que ese edificio convenga a quienes habrán de habitarlo. Si es un producto industrial, será el diseñador quien habrá de proyectarlo de modo que preste un buen servicio a quienes vayan a utilizarlo. La proyección consiste simplemente en imaginar, con todo detalle, cómo debe ser algo antes de que exista físicamente. Diseñar es pues definir las características formales que deben tener los productos de la industria antes de que se produzcan. Éste es el papel del diseñador en la sociedad.

El diseño no es, pues, un estilo. No significa “moderno” o “contemporáneo”. No es un adjetivo calificativo. No puede decirse de una lámpara que es “de diseño”, como a veces leemos u oímos. Nadie diría que una casa es “de arquitectura”. El diseño es una nueva profesión que precisa la sociedad industrial.

### ¿Puede el diseñador resolver todo el proceso creativo?

Depende del tipo de producto de que se trate. Cuando el producto es un objeto de baja complejidad técnica, el diseñador puede resolverlo sin más ayudas. Una vajilla, un destornillador o una silla, por ejemplo, son objetos en los que la utilidad depende sólo de su forma. No precisan de mecanismo alguno. Son, en su mayoría, objetos cotidianos cuyo diseño se resuelve con una geometría simple. Es en este territorio donde el diseño ofrece la plenitud de su capacidad creativa. En esos proyectos, el diseño lo es todo. Cuando se trata de productos más elaborados, que contienen mecanismos complejos, el proceso creativo depende entonces de un equipo multidisciplinar en el que participan los técnicos que cada tipo de producto requiere. Pero así como esos expertos

varían en función del producto de que se trate, el diseñador, en cambio, sigue siendo imprescindible. Su papel será siempre el mismo: *optimizar todo lo que facilita el uso*. La simplicidad y comprensión del manejo de un producto dependen del acierto en su diseño. Ya se trate de un simple exprimidor o de un microscopio, será siempre por su forma externa como el usuario se relacionará con ellos. No basta que un producto funcione bien, quien lo usa ha de tener además la satisfacción de saber manejarlo con soltura. No ha de sentirse ignorante de lo que allí está pasando. Del diseñador depende la comodidad de uso del producto. En el equipo creativo, es quien vela por el bienestar del usuario.

### ¿Qué diferencia existe entre el papel del técnico y el del diseñador?

Ambos participan en el proceso creativo y sus papeles se complementan. Al técnico se le piden soluciones puntuales para problemas operativos o de producción. Las soluciones que propone las halla aplicando los conocimientos que tiene sobre la materia en que es experto. Son soluciones eficaces que tienen en cuenta lo que es factible y, a la vez, el modo en que podrán hacerse en el contexto de su especialidad. Esto limita las soluciones que propone al campo específico que domina. No siempre se apuran las posibilidades que pueda haber en otras áreas o en combinaciones entre ellas. Su enfoque de la problemática no deja de ser un enfoque “vertical”. Cada especialista sabe mucho sobre lo que es posible hacer en su área, pero esto limita su horizonte a lo que sabe que puede hacerse. Es decir, que si sabe que algo

no es posible, ni lo considera. El diseñador, en cambio, tiene una visión totalmente libre de condicionantes previos. No tiene conocimientos específicos en una determinada especialidad lo que le permite contemplar la problemática en su conjunto. Tiene una visión "horizontal", panorámica. Es como un médico generalista que acude al especialista adecuado en cada caso. El diseñador sabe lo que es deseable lograr y lo persigue sin tener en cuenta si existen limitaciones tecnológicas de una u otra especialidad. Las soluciones que propone son a la vez lógicas y atrevidas. Fijan un objetivo claro. Sus propuestas suelen ser además menos complicadas que las de un técnico y lo limitado de sus conocimientos le lleva a basarlas en principios mecánicos y físicos básicos. Al ignorar lo que es posible técnicamente, dispone de la libertad de imaginar soluciones que un técnico descartaría por saberlas imposibles. Es ese grado de no pertinencia lo que moviliza ideas y abre nuevos horizontes. Hay que saber no contentarse con lo que es posible y atreverse a imaginar lo inimaginado hasta entonces. Es así como se acaba haciendo posible lo imposible. El que algo nunca se haya hecho aún no significa que no pueda llegar a hacerse. Por inercia se suelen recorrer caminos transitados, cuando lo nuevo se encuentra yendo por los caminos vetados. El diseño tiene la osadía de proponer lo impensable, ya que es allí, en lo nunca intentado, donde se hallan las auténticas innovaciones. Julio Verne no era un técnico, era una persona informada. Esto le permitió imaginar objetivos, utópicos entonces, pero que estimularon a los investigadores que luego los hicieron posibles. ¿Por qué no soñar con ir a la Luna? ¿O navegar en el mar por debajo del agua? ¿O dar la vuelta al mundo en ochenta días? Todo eso, en esas

fechas, parecía imposible, ningún ingeniero lo imaginaba, precisamente porque sabía que era imposible. El hecho de que alguien, ajeno al mundo científico, lo imaginara abrió los ojos sobre su posibilidad y acabo haciéndolo posible. En cierto modo, antes de que algo exista de un modo real alguien ha de haberlo soñado. Lo que se valora en la creatividad es precisamente esa capacidad de acometer lo desconocido. Es lo que se espera de un creativo. Sea éste un arquitecto, un compositor, un escritor o un diseñador, esperamos de ellos que aporten algo nuevo sin referencia a aquello que ya conocemos y que, a la vez, sintonice con las necesidades y la sensibilidad del contexto sociocultural al que se dirigen. En esto reside el enfoque que el diseño da a su creatividad.

### ¿Cree que todos los diseñadores entienden su papel del mismo modo?

Si bien nadie discute que el papel del diseñador es el de dar forma a los productos de la industria, a la hora de diseñar, no todos lo interpretan según un mismo criterio. Quienes nos iniciamos en esto del diseño hace años queríamos hacer triunfar un cierto modo de entender la creatividad industrial. Existía un espíritu de grupo, había coherencia, incluso coincidencia, en lo que hacíamos unos y otros. Lo que diseñábamos era la expresión de aquello en lo que creíamos y la concretización de esos principios. Entendíamos que el objetivo del diseño era perfeccionar las cosas útiles para que prestaran un mejor y más noble servicio a quien las necesitaba. El diseño era algo más que un medio; también era un fin. El éxito de uno de aquellos productos se entendía como el de unas ideas y

no el de una persona. El éxito lo compartíamos como un éxito común. Era el mismo espíritu que subyacía en las obras racionalistas de la Bauhaus en los años treinta. Eran diseños diferentes de los que proponía el *styling* americano de entonces. Ciertamente ambos diseñaban productos industriales, pero cada cual según su modo de entender el diseño. Las obras de la Bauhaus tenían un cariz netamente socializante. Diseños de pura lógica funcional, despojados de toda significación añadida. Diseños cuya sobriedad permitía fabricarlos con bajo coste para estar así al alcance de un público mayoritario. El *styling* americano, en cambio, no tenía esas preocupaciones. Venía a ser como una exaltación exuberante de la economía liberal capitalista. Su propósito era claro: dotar a sus productos del máximo atractivo para incentivar el consumo. Han pasado años, pero esos diferentes modos de entender el diseño subsisten y se plantean en términos parecidos. También hoy, hay quien privilegia un cierto *styling*, es decir, mimar la apariencia para que el producto resulte más deseable. Algo aceptable siempre que esa atención a la apariencia no interfiera con la buena función del producto. Lo que resulta inadmisibles hoy es que se presentan como “diseños” unos objetos deliberadamente feos y de dudosa utilidad. Obras que vemos sobre todo en revistas y exposiciones, cuyo único propósito es provocar. Objetos creados para llamar la atención a costa de olvidar todo: tanto las exigencias funcionales más básicas, como incluso las estéticas. Objetos que ni son útiles, ni son bellos. Este extraño planteamiento se aleja totalmente de la esencia misma del diseño. Por suerte, son obras que no llegan a arraigar, pues si divierte verlas, no convence usarlas. Pasado un tiempo, el factor chocante decae y pronto se olvidan.

**¿No cree que el diseño atiende demasiado a la estética a costa de la función?**

No siempre. Debido a que son más mediáticos estos diseños estrafalarios que los sensatos, la gente acaba creyendo que el diseño atiende más a la estética que a la función. Aunque los objetos bien diseñados suelen ser bellos, sería un sofisma deducir que diseñar significa sólo “embellecer”. El componente estético es una consecuencia de su buen diseño; no su finalidad primera. La calidad de la función es lo esencial en las cosas útiles. Cuando compras una silla te gusta que sea lo más cómoda posible. Eso es esencial. Lo que el diseño busca es el bienestar del usuario. Un bienestar que depende, en buena parte, de la comodidad de uso que poseen las cosas que utiliza en su vida cotidiana.

**Pero si sólo cuenta la función, en el caso de los productos para un mismo uso, ¿no ocurre que todos coinciden en el diseño?**

No, porque puede resolver la función de maneras diferentes. Siempre existe más de una manera de resolver un problema funcional. Al igual que con la escritura, las cosas pueden decirse de maneras diferentes. Una frase está compuesta por varias palabras, cada una con un significado concreto. Es al elegir las y juntarlas de una determinada manera como su autor expresa lo que quería decir. Pero no es lo mismo decir: “La luna se refleja en el mar y el viento mueve las velas” que decir, como en la *Canción del pirata*, de José de Espronceda: “La luna en el mar riela, en la lona gime el viento...”.

Es todo un arte decir casi lo mismo con más o menos música. Lo mismo ocurre cuando se diseña un objeto que está compuesto por distintas formas elementales. Cada cual con una parcela de la utilidad.

Es al acomodarlas de una determinada manera cuando el objeto cumple su función con más o menos coherencia y armonía. Además, en un diseño, no todo está sujeto a las exigencias de la función. Siempre hay un margen de interpretación que permite al diseñador expresar su sensibilidad. Hay zonas libres en las que el diseñador puede expresar sus preferencias personales, su gusto. Por ejemplo, al diseñar una silla, puede decidir que cada pata tenga una forma distinta, si así le gusta. Siempre, claro está, que ello ni dificulte su uso ni tampoco encarezca su coste. Hay que aceptar todo tipo de interpretaciones estéticas, siempre que no afecten a la función.

En el *hall* de Catalunya Radio, vi una mesa baja de diseño actual, cuyas patas de aluminio tenían formas curvas, algo así como las patas de una araña. Su forma no era fea, ni incómoda, sino complicada. Cabía preguntarse por qué quien la diseñó no había optado por una forma más simple, más discreta, menos agresiva. Esas patas en nada dificultaban la función, simplemente me agredían visualmente. Algo que yo hubiera evitado, pero que era perfectamente aceptable. Cuando al diseñar veo que existen varias posibilidades formales que resuelven un problema funcional, escojo aquella que posea las formas más serenas.

### **Pero no todas las cosas tienen una finalidad práctica...**

Es cierto que no todo lo que nos rodea cumple una función práctica. Este enfoque funcionalista no es aplicable cuando se trata de objetos de carácter decorativo, expresivo o simbólico. Un trofeo, una joya, tienen otra "función". Allí lo expresivo es lo que priva. En cambio, cuando se trata de una silla, un vaso o un ordenador, está claro que los tenemos para que cumplan una función concreta.

Hay además objetos en que se valora más lo que significan que su función. Objetos que al estar *in*, devienen los signos de identidad de un determinado grupo social. Alto o bajo, "pijo" o "cutre", pues los hay de todos los niveles. Objetos en los que el acto de compra, de toma de posesión, ya encandila. En que el placer no lo da usarlos, sino que se vea que se poseen. Son como signos tribales que dicen que formas parte de un grupo con el que te identificas. Son objetos que se tienen por la imagen que dan de quien los posee y no por su utilidad. Bien mirado, ese carácter identificador que poseen es finalmente también una función. Esta condición la adquieren estos productos sin que el diseño lo haya buscado. Al diseñar un producto no se está pendiente de todo lo que puede llegar a significar socialmente, sino de conseguir una máxima utilidad.

**No todo es función, ¿y la belleza estética?  
¿Cómo valora la relación emotiva con los objetos?**

Es cierto que, en un objeto, la función es esencial y el papel del diseño es lograr que esa función se integre en una forma discreta y coherente. Pero parece como si esto

no fuera suficiente. Como si las cosas que utilizamos hubieran de aportar algo más, más emociones. No lo creo, pero como veo que es un tema que os interesa —pues sois varios los que lo habéis planteado— vale la pena estudiarlo algo más.

Veamos. Cuando me hacéis esta pregunta es que dais por sentado que existe esa relación “emotiva” con las cosas. Bien. De entrada diría que, incluso aceptando que en nuestra relación con las cosas haya algo más que la funcionalidad, no creo que se le pueda llamar emoción. Podemos sentir placer o satisfacción..., pero lo de emoción me parece excesivo. Para intentar ver qué tipo de sentimientos puede suscitar nuestra relación con un objeto, vamos a tomar un ejemplo concreto. Pongamos que se trate de una cámara de fotos digital y que sea yo el protagonista. Iré describiendo mis sentimientos a lo largo de mi relación con este objeto para ver de qué índole pueden ser. Lo primero que se me ocurre es que he de sentir la necesidad de este objeto. Si es algo que necesito realmente, no creo que la idea de adquirirlo me produzca emoción alguna. Luego, en el momento de la compra, creo que lo que valoraré serán cuestiones prácticas: píxeles, tamaño de la pantalla, complejidad de manejo, precio, dimensiones. No creo que su estética me haga elegir un aparato que me convenga menos. De modo que, hasta ahora, en cada momento he sido muy pragmático y no veo que haya sentido emoción. Cuando ya poseo la cámara, es posible que sienta el placer de poseerla. Pero ese placer no se lo debo al objeto en sí, a sus formas o a lo que significa, sino al servicio que sé que me prestará. Si me satisface mirarla es porque al verla pienso en lo que ahora podré hacer gracias a ella. Observo que, a lo largo de todo su recorrido, mi relación con ese

objeto, se ha basado en cuestiones prácticas. Ninguna emoción. Creo, incluso, que más adelante cuando la vaya usando y me sirva sin problemas, ya ni me fijaré en ella. La utilizaré como una cosa más de las que me sirven. Cuando las cosas funcionan bien, acabamos por no verlas. Se desvanecen en el entorno. Pulsamos un interruptor sin percatarnos de que existe. Nos sentamos en una silla sin verla. Cogemos un bolígrafo y escribimos sin percatarnos de cómo es. Sólo nos fijamos en las cosas cuando no funcionan. Lo que se les pide a las cosas útiles es que presten su servicio con eficacia y discreción. Nada más. Por todo ello, me reafirmo en que la función es lo esencial en un diseño. Ahora bien, que se privilegie la función al crear un producto no implica que ese producto haya de ser inestético. Tendrá una estética muy expresiva, en nada arbitraria, aquella que facilita la propia función.

### ¿Nunca ha sentido emoción al ver un diseño?

Habitualmente suelo disfrutar viendo el ingenio que encierran muchos diseños ajenos. Hay veces en que la idea que descubro en un diseño es tan nueva y acertada que me quedo maravillado. No es frecuente pero ocurre. Por ejemplo cuando vi la silla BFK o también las vinagreras de Marquina. No podría decir si fue un impacto emocional lo que sentí, pero lo que es seguro es que lo que me encantó no fue su estética, sino lo ingenioso de la solución hallada. Eran unas propuestas que ofrecían unas mejoras importantes en el uso de unos objetos cotidianos. Es esa mejora la que ha de conseguir un buen diseño. Su papel esencial es contribuir a que lo que usamos nos



Sillón BKF, también conocido como *Butterfly Chair*, diseñado por Antonio Bonet, Juan Kurchan y Jorge Ferrari-Hardoy, 1938.



Vinagreras antigoteo diseñadas por Rafael Marquina, 1961.

facilite una mejor calidad de vida. Creo que para emociones puras está el arte en todas sus vertientes. Allí sí que se sienten emociones. No obstante, esa calidad de vida a la que me refiero no sólo la aporta la funcionalidad de las cosas que usamos. También cuenta ese placer intelectual que se siente al apreciar el ingenio que encierra una solución simple y a la vez eficaz. Al diseñar hay que saber interpretar las exigencias de la función, de modo que sintonicen con la sensibilidad de su tiempo y de su gente. Lo que nunca puede hacerse es “desfuncionalizar” un objeto en favor de otros fines. En una sociedad industrial que parece a veces haber perdido el norte, el papel del diseñador es saber retener su esencialidad a las cosas útiles. Es lograr que función y estética se fundan en una máxima simplicidad formal. Resguardando esa bella sencillez que siempre ha tenido lo útil. Proponiendo la sobriedad de una solución ingeniosa como alternativa a la permisividad de lo inútil, de los efectos fáciles, de la sobrecarga que deslumbra y a la vez atolondra. La contención de lo esencial frente a la futilidad de lo superfluo. Es en esa suerte de abstinencia formal donde reside, creo, la belleza de un diseño.

### ¿Cómo define la belleza?

Comprendo que cualquier percepción de la belleza será siempre muy relativa. El *wabi-sabi* japonés, por ejemplo, encuentra la belleza en la imperfección que adquieren las cosas con el uso. Como vemos, los cánones por los que juzgamos lo bello no son los mismos para todos. Dependen de muchos factores adquiridos a lo largo de una vida. Del entorno en que hemos crecido, del paisaje

y las personas que nos han rodeado, de lo que hemos visto y oído. Todo eso conforma y moldea unos criterios. Criterios personales en los que basamos luego nuestra valoración de lo que nos rodea: entre uno mismo y lo demás. A pesar de que existen apreciaciones divergentes sobre lo que es bello, creo que no hace falta recurrir a Platón para apreciar lo mucho que cuenta, al valorar la belleza, la calidad de las formas puras, la simetría, la armonía, la medida, el equilibrio, la perfección, la excelencia. Todos ellos valores indiscutibles que están más allá de los gustos personales y en los que la belleza ha hallado siempre sus recursos. Valores estables que nos vienen de lejos y que ya se observan en los más antiguos abalorios prehistóricos.

### ¿Qué opina de la estética “cutre”?

No me interesa. La brutalidad estética que propone es una manifestación expresiva que toma como único referente lo peor de la realidad inmediata que nos rodea, con toda su crudeza. Supone una aceptación pasiva de los aspectos más negativos de la sociedad. Son obras que hacen tabla rasa del pasado, creadas por quien está más atento a lo que ocurre en el rabioso presente que a conocer lo que nos enseña el pasado. Son fenómenos pasajeros que resurgen de cuando en cuando favorecidos por una sociedad que pide espectáculo. Para que una obra o una idea dejen huella, no pueden ignorar todo el saber pasado. No sé quién dijo que los que olvidan el pasado están condenados a repetir errores, ¡y en eso estamos! La obra de un artista ha de contener el mensaje de los siglos, *porter le message des siècles*, como ha dicho Yehudi Menuhin.

### ¿Un buen diseño también puede ser “chulo”?

Supongo que “chulo” se refiere a los objetos que os caen en gracia porque tienen la estética que se lleva. Tomemos un caso concreto. El teléfono móvil, por ejemplo. Hoy es un accesorio muy corriente del que existen versiones diferentes entre las que elegir. Son modelos cuya función difiere poco entre ellos. El que yo tengo es un modelo de aspecto y funciones simples. No ha sido por su estética que lo he escogido, sino porque he visto que su uso era cómodo. Los números en la pantalla grandes aunque el teléfono es pequeño. Sus formas redondeadas son amables y no molesta cuando se lleva en el bolsillo. Tiene tapa, con lo que no pueden activarse las teclas involuntariamente. Se abre fácilmente y está claro por dónde se abre. En resumen, me va. Es decir, que he privilegiado su función sobre otras cuestiones. Al elegir éste y no otro he expresado algo sobre mi forma de valorar las cosas.

Comprendo que mi teléfono no resulte “chulo” y que algunos prefiráis unos modelos con más prestaciones, con colorido y formas más llamativas. En lo que todos estaremos de acuerdo es que buscamos en prioridad que nuestro teléfono, sea cual sea el modelo, nos permita comunicarnos correctamente. Si unos y otros lo hacen bien, ¡pues por qué no puede ser además “chulo”! que algo sea “chulo” no le impide conservar intacta su utilidad. El problema no está allí. Lo malo es que aquel objeto será “chulo” mientras dure la moda en que se ampara. Luego dejará de gustar. Habrá que sustituirlo, sólo por eso, porque ya no es “chulo” y esto, aunque funcione perfectamente como teléfono. ¡Éste es el problema! Algo que, de entrada, parecía un simple *plus* que



le hacía sintonizar con la estética del momento, resulta que le fija a aquel producto una fecha de caducidad. Eso es lo que se oculta tras lo “chulo”.

Tampoco es cuestión de que haya sólo un tipo de teléfono. No todos hacemos la misma valoración de las cosas. Pero los cambios debieran centrarse en algo menos efímero que las modas. Por ejemplo, adaptados a las capacidades personales y no sólo a los gustos. No precisa lo mismo una persona con poca agudeza visual o poco diestra, que otras con todas sus facultades. Estos serían los factores que debieran influir a la hora de planear la existencia de diferentes modelos.

Los objetos que se amparan en una moda, son como un fuego artificial, ¿cuánto duran en el mercado? Poquísimos. En cambio, lo que perdura más allá de su tiempo suele ser porque ha respondido exactamente a lo que la gente precisa. La selección natural no sólo existe en lo biológico, también existe una selección cultural para las cosas materiales. La razón por la que ciertas cosas han perdurado hasta hoy es que han funcionado bien. Por ejemplo el lápiz octogonal de toda la vida. Se han querido hacer lápices más “chulos”, con otras hechuras y multicolores. Se venden bien un tiempo, pero al poco desaparecen. Mientras, el clásico lápiz negro y amarillo seguirá presente en nuestras mesas de trabajo, aún muchos años cumpliendo. Me decía Alberto Alessi que había observado cómo los productos más “sensoriales” de su catálogo, aquellos de aspecto más lúdico, si bien salían con fuerza, tenían una trayectoria comercial menor que otros más “funcionales”. El atractivo, el factor emocional impacta de entrada pero es a la vez fugaz. La funcionalidad, la practicidad en cambio, no impacta a simple vista pero es lo que hace que un producto perdure. Me pareció

interesante este punto de vista precisamente por venir de quien ha basado su política de empresa en el aspecto “chulo” de sus productos.

### ¿Diseñar no es en realidad rediseñar?

En cierto modo. Es difícil que algo sea del todo nuevo, que no tenga antecedentes. De hecho, lo nuevo siempre ha sido precedido por algo a lo que ha mejorado. Ha sido a base de esas constantes mejoras, a menudo discretas, como las cosas han ido evolucionando a lo largo de la historia ¡y de la prehistoria! En esto, el mundo de lo artificial sigue las mismas pautas evolutivas que ha seguido la materia viva. Lo nuevo replica lo existente a la vez que lo modifica sutilmente. En lo orgánico, ningún retoño es idéntico en todos sus aspectos a sus progenitores. Si bien se les parece, algo hay que le diferencia. En el extremo opuesto, incluso cuando una mutación aporta cambios más importantes, algo se retiene de lo que existía antes. Es difícil, por no decir imposible, partir de la nada. Esos sucesivos cambios son los que han permitido a la materia viva —pero también a las cosas artificiales— ir evolucionando y hallar aquello que resulta más apto y reemplazar con ello el precedente menos apto.

La historia de los objetos, desde las primeras herramientas neolíticas, ha sido un lento proceso de mejoras constantes e ínfimas. Toda nueva obra ha partido de algo que cumplía pero que aún permitía una avanzada. Hasta tal punto ha ocurrido de esta manera que sería posible seguir el “árbol genealógico” de cada uno de los objetos que hoy utilizamos. Siempre encontraríamos

su antecesor. Cada cual ligeramente diferente del anterior, hasta llegar así a las primeras herramientas rudimentarias del Neolítico y del Paleolítico de las que todo partió. Pero incluso esa primera herramienta de filo cortante también fue inspirada a los primeros hombres por los guijarros astillados que les herían. Ellos supieron captar la capacidad de cortar que aquellas piedras astilladas enseñaban y aplicarla en sus herramientas.

El mero hecho de reproducir algo sistemáticamente genera también cambios muy sutiles. El oficio del artesano consistía en reproducir fielmente un objeto que había dado pruebas de su eficacia. Pero cuando observaba algún detalle que podía mejorarse, le parecía natural subsanarlo, sin darle más importancia. Elaboración y mejora eran entonces parte de un mismo proceso. Si ese pequeño cambio demostraba ser mejor, si nadie se quejaba, lo retenía, de lo contrario, lo descartaba. Así, al ir reeditando siempre lo mismo en apariencia, iba aportando pequeños cambios que acabaron transformando y mejorando las cosas que hacía, de un modo insensible pero muy eficaz. Hay que tener la humildad de saber que nuestras obras son siempre un pequeño, ínfimo eslabón en esa cadena evolutiva de las cosas. Lo esencial es que si hay rediseño sea para mejor. La historia de la creatividad humana no ha se ha hecho a base de grandes revoluciones, sino de pequeñas y constantes evoluciones. En este sentido, es cierto que diseñar es muy a menudo rediseñar lo existente.

**¿Se puede mejorar lo que ya está bien resuelto?**

Eso sí, seguro. Son pocas las cosas que no puedan mejorarse en algo. Incluso aquello que parece “que ya está bien resuelto” suele tener algún aspecto susceptible de mejora. A veces esta mejora no se logra cambiando la forma, sino utilizando un nuevo material o una nueva técnica que dotan a lo conocido de unas cualidades que no tenía. Del mismo modo que hay que saber respetar y retener todo el ingenio que encierran las cosas que nos ha legado el pasado, también hay que saber retomarlas para actualizarlas, aplicando los nuevos recursos de los que hoy disponemos. Cuando se estudia el diseño de un objeto del que existen versiones que cumplen perfectamente, de lo que se trata es precisamente de saber identificar en qué aspectos es aún posible perfeccionarlo. Siempre queda algo pendiente que puede mejorarse. Lo primero es descubrirlo, para luego resolverlo. Cojamos por ejemplo el semáforo. Lo tenemos tan asumido que por el hecho de que todos, en todas partes, sean idénticos no parece pueda mejorarse. No es así. Veo un problema importante que todos conocemos y que sigue pendiente de solución. Cada día observamos cómo, apenas pasan al rojo las luces de los peatones, los vehículos parados, que las ven de reojo, suelen arrancar de inmediato sin esperar que pase al verde la luz que les corresponde. Es algo frecuente y que ha provocado más de un accidente entre coches impacientes e incluso peatones atrasados. Esto exige una mejora que consistiría en impedir que los vehículos que están esperando el cambio de semáforo vieran las luces de los peatones. No es muy difícil resolverlo, imagino varias soluciones, pero, como muchos otros casos, el semáforo seguirá esperando que



Grifo monomando Supergrif, 1993.

alguien aporte esa mejora. Estamos rodeados así de muchas cosas que están a la espera de dar ese paso adelante. Otro ejemplo es el grifo monomando. Un dispositivo que parece reunir todas las cualidades de sencillez de uso que puedan requerirse. Pues no, ¡y salta a la vista! Por muy bella que sea su forma, lo que nos indica nos induce a error. En efecto, para la perfecta simetría del conjunto, todos los diseños han situado siempre la palanca de mando en el mismo eje del grifo. Es decir que se encuentra en la posición central, la intermedia que corresponde al agua templada. De modo que, cuando abrimos el grifo, lo que estamos activando no es el agua fría, sino el agua templada. Un dato nada despreciable pues consume agua caliente de forma innecesaria. Es una observación tan lógica que debiera haberse resuelto

ya al diseñar el primer grifo monomando. No ha sido así. Siguiendo con los grifos. Otra manera fácil de mejorarlos sería sujetarlos a la pared frontal y no al propio lavabo, como están en las bañeras y fregaderos. Sería el modo de dejar el lavabo despejado y más limpio, al evitar la suciedad que suele rodear la base del grifo y que resulta engorroso limpiar.

Vemos cómo muchas veces asumimos como inmutables objetos que, aunque muy vistos, tienen aún posibilidades de mejora. Estos leves cambios a mejor son algo que la gente percibe y que inducen a preferir aquellos productos que han logrado superarlos. De este modo, puede decirse que un buen diseño no sólo beneficia al usuario, al facilitarle un mejor servicio, sino también a quien lo realiza, pues un producto que cumple un mejor servicio será siempre preferido a los demás. El éxito de un producto no depende de su atractivo, sino ante todo del buen servicio que presta. Eso es lo que la gente constata cada día al usarlo. Lo de la apariencia, pasado ese “enamoramiento estético” que puede sentirse a primera vista, se olvida en favor de lo que funciona bien. Un grifo que no malgasta agua caliente o que permite limpiar más fácilmente el lavabo será siempre preferido a los otros.

**Entonces, ¿todo está en constante cambio, incluso lo que hemos mejorado será también mejorable?**

Efectivamente. Hemos ser de conscientes de que, por mucho que hayamos mejorado algo, nada de lo que hayamos logrado es definitivo y duradero. Pero, aun así, sabiendo que lo que hacemos es efímero, hemos de tener

el convencimiento de que lo que estamos creando es lo mejor que podíamos hacer, en aquel momento y con aquellos medios. Insisto en que, muchas veces, mejorar algo no significa variarlo sustancialmente, sino darle ese plus que lo perfecciona. A veces, por el contrario, forzar un cambio que afecta a lo sustancial de un objeto puede hacer perder a éste cualidades esenciales. Toda mejora ha de llegar con naturalidad y respeto. Objetos tan arraigados en nuestros hábitos y cotidianeidad —como la silla, el tenedor o cualquier otro utensilio o herramienta doméstica— poseen unas características esenciales de medidas y proporciones que la experiencia de uso ha fijado y que hemos de respetar. No es un capricho que la silla tenga cuatro patas y no tres. Hay cuestiones de estabilidad y equilibrio que no podemos considerar menores. O que el tenedor tenga tres o cuatro púas largas, mejor que dos cortas, la sujeción de los alimentos lo exige así. Son objetos que han alcanzado esa identidad dimensional tras un largo proceso de selección fruto de la experiencia que su fabricación y su uso han proporcionado durante generaciones. Todos ellos partieron de una intención inicial un tanto burda que, poco a poco, fue apurando formas y proporciones hasta alcanzar la equilibrada perfección que hoy poseen. Formas que no es posible alterar sin arriesgarse a que pierdan cualidades. No tengamos a veces la pretensión de hacer “tabla rasa”, de partir de cero, como si quienes nos han precedido hubieran sido ignorantes. Todo lo que perdura durante siglos sigue este proceso de perfeccionamiento que lo hace llegar hasta “un punto de saturación” que define un arquetipo conceptual. Pretender reinventarlo todo no siempre podrá mejorarlo, sino que puede hacerle perder la esencia que el tiempo ha ido definiendo tan

laboriosamente. Hemos de aceptar que hay ciertos arquetipos que no es posible superar. Hay que saber aceptar que en algunas cosas y en lo esencial ya se ha llegado al máximo de lo que aquello podía dar de sí. Los enormes avances tecnológicos que se han producido en este último siglo nos han hecho creer que todo puede cambiar radicalmente. Hay que saber distinguir aquello que es esencial y que podría deteriorarse con un cambio radical. Hay avances que desfiguran y alteran lo que pretendían mejorar. Tenemos el ejemplo de la música concreta o el de la pintura minimalista, que acaban por no ser ni música, ni pintura. Cuando se logran sonidos prescindiendo del pentagrama, ya no se puede hablar de música. Serán sonidos que transmitirán emociones, pero dejan de ser música. Lo mismo ocurre con el cuadro negro de Malevitch o los lienzos unicromos de Klein, plantearon cuestiones estéticas, casi filosóficas. Están hechos con pinturas, pero no son pintura.

Para que las cosas que usamos progresen útilmente, no es cuestión ni de hacerles perder su esencia, ni de alterar sólo su apariencia. Los cambios más consistentes, aquellos que realmente hacen que nuestra vida cotidiana progrese se consiguen mejorando esos pequeños detalles inapreciados que aún tienen los objetos que funcionan bien. Muchas de las cosas que utilizamos normalmente poseen pequeños defectos de uso que hemos asumido, pero que merecen ser superados. Es así, a base de estos constantes e imperceptibles cambios, como las cosas pueden ir acercándose a su perfección.

### ¿Por qué hay cosas que es obvio que precisan ser mejoradas y no se mejoran?

Es una pregunta que todos nos hacemos. No se entiende, por ejemplo, que el celofán de los CD sea tan difícil de abrir. Se trata de un producto de alta tecnología en el que no se ha llegado a cuidar este último detalle. No se comprende. En muchos otros productos más humildes, como el del paquete de arroz, quizá la empresa crea que al diseño no le interesan estos temas. Algo que se comprende cuando vemos que los diseños que muestran las revistas son piezas de mobiliario o de decoración, a veces con formas de lo más estrafalarias. Así que piensan: “Esto del diseño no es para mí”. No entienden que un diseñador podría mejorar su producto por muy modesto que éste sea.

También hay empresarios que no acuden al diseño porque consideran que se bastan a sí mismos y que su producto es perfecto. “Toda la vida lo hemos hecho así, para qué cambiar”, piensan.

### ¿No está ya todo inventado?

No creo que todo esté inventado. Desde las toscas herramientas de piedra hasta hoy, todo ha seguido ese proceso de constante evolución. La piedra pulida fue ya una mejora de la piedra tallada que, en ese entonces, “ya estaba inventada”. Son pocas las cosas que hayan llegado a un estado de tal perfección que sea imposible mejorarlas. Sólo algunos objetos alcanzan ese apogeo en el que nada puede hacerse para mejorarlos. El botón sería uno de ellos. Lo considero un objeto perfecto y

cualquier intento de mejora le hace perder cualidades. Se han intentado crear botones con otras formas: cuadrados, triangulares, ovalados. Ninguno ha logrado mejorar en nada al arquetipo circular con cuatro perforaciones. Puede variarse el tamaño y el material, pero el botón sigue siendo hoy, como hace siglos, ese objeto redondo con cuatro agujeros. Sin embargo, el que el botón sea inmejorable y que siga aún hoy siendo lo que más se usa para abrochar prendas no significa que no pueda hallarse otros modos para esta misma función de cerrar prendas. Las mejoras no se logran intentando trastocar la forma del botón, sino buscando otros modos de atender ese mismo problema funcional. Así han ido apareciendo otros sistemas para abrochar las prendas, como la hebilla, la cremallera o más recientemente el velcro. Como vemos, para esa determinada función, no todo estaba inventado y seguramente aún quedan más cosas por descubrir para un mismo uso.

### ¿Qué diferencia hay entre invento y diseño?

Lo primero sería definir lo que entendemos por “invento”. Creo que es un término que ya no tiene el significado que tuvo en otros tiempos. Hoy llamamos “invento” a un artificio —generalmente mecánico— que si bien ejerce una función, suele ser bastante extraño. A cosas que no son del todo inútiles, pero tampoco las necesitamos. Antes, un inventor era alguien que se interesaba por todo lo que le rodeaba, “bricolando” en solitario en un taller repleto de artefactos extraños y descubriendo maravillas. Como Blaise Pascal inventó la máquina de calcular, Benjamín Franklin el pararrayos o Thomas Edison la bombilla.

Un tipo de personaje que ya no existe. Hoy, en esta época hipertecnificada, ya no es posible trabajar en solitario, ni interesarse por todo. Hoy tenemos investigadores especializados para cada una de las ramas de la ciencia y la tecnología.

Tomado en este sentido, es evidente que un diseñador no es un inventor y que sus diseños no son inventos. Lo cual no quiere decir que en un diseño no pueda proponer soluciones ingeniosas, de aquellas que en otro tiempo hubieran sido un invento. Sin embargo, el papel del diseño no es el de inventar nada. Lo suyo es aprovechar las técnicas y materiales que otros han descubierto y hallarles nuevas aplicaciones. En esa habilidad para recombinar dispositivos conocidos para otro uso reside, a menudo, la esencia del diseño.