



Belloch



PASADO Y FUTURO DEL MODELO BARCELONA

Viviana Narotzky, Doctora en Historia del Diseño

Suelo ser bastante reacia a esta idea de que el diseño depende de la industria. Yo creo que la industria depende del diseño pero el diseño no depende de la industria.

Diseñar ciudad y democracia

Dudo que el modelo Barcelona funcionará hoy en día si hubiera que hacer lo que se hizo entonces porque una de las cosas más importantes fue el momento político. Es decir, hubo un consenso popular detrás de lo que hizo el Ayuntamiento de Barcelona a principios de los 80 que es prácticamente imposible conseguir en un contexto que no sea una transición de décadas de un estado fascista a una democracia. Es un momento históricamente difícil de repetir. Y entonces bueno, allá hay una voluntad de apoyar prácticamente lo que sea, una voluntad de cambiar cueste lo que cueste, una confianza en las nuevas clases políticas. En Barcelona hubo ese encaje entre la materialidad del entorno y un momento de cambio social y político. Y entonces entró el diseño y la arquitectura como ejecutores de ese cambio material. Y eso fue, yo creo, lo que le dio la potencia increíble que tuvo en Barcelona. A partir de allí, esa expresión física del cambio, pasa a ser algo que relaciona muy directamente a Barcelona con el diseño porque el diseño ha sido la herramienta que ha permitido visualizar ese cambio más difuso.

La identidad creadora de Barcelona

Creo que asociar Barcelona con potencial creativo es algo muy natural porque ha dado muestras de su capacidad de ser un centro creativo. Por otra parte también creo que ha dado muestras, por desgracia, como de no tener la suficiente confianza en sí misma como para decir bueno, pues que venga quien sea, que haga lo que quiera, todo lo que se hace aquí es nuestro, no necesitamos un "nuestro identitario" que esté relacio-

nado con otras áreas de identidad, ya sean políticas o lingüísticas. La identidad creadora de una ciudad tiene que ser una identidad muy mezclada, que venga de todas las partes, que exprese todo tipo de culturas, esa es la fuerza de la cultura urbana. Y yo creo que Barcelona tiene un poquito de problema con eso. Y allí radica su punto débil.

Yo creo que Barcelona es plural, lo que pasa es que tiene dificultades en aceptarse a sí misma como plural. Es decir, creo que la posibilidad está allí, y la gente está, y la gente viene a Barcelona porque le atrae esa realidad plural de la ciudad. Pero desde esa realidad de calle a la expresión identitaria de una Barcelona creativa hay un momento de filtro y ese filtro es el que crea problemas.

Ciudad escaparate

En este momento Barcelona es una ciudad que está muy abierta a mucha gente, a mucho in-put cultural, pero también está muy pulidita y muy limpia y se ha convertido en un escaparate que está muy controlado. Y el control es como el extremo opuesto a la creatividad. Es decir, si tu controlas todo el rato, no puedes crear. Está muy bien que haya una municipalidad que se preocupa y que hace cosas y piensa y tiene visión. Pero cuando el entorno que se crea es un poquito aséptico, es problemático.

El estilo Barcelona

Si hay algo que define la identidad de Barcelona es que considera que para ser guapo hay que ser moderno. El estilo Barcelona es un estilo sobrio, elegante, que



en principios se basa en sistemas tecnológicos de baja tecnología y que da resultados muy pulidos, muy bonitos, rara vez rompedores, excepto en casos como Mariscal y en momentos históricamente rompedores, pongamos.

La medida de las palabras

El otro día me metí en los archivos de la hemeroteca de La Vanguardia, que ahora están disponibles en su web, abierta al público, y se puede buscar por palabras. Busqué “diseño” en todos los archivos de La Vanguardia desde el 1881 hasta hoy en día. Y el resultado es fascinante porque sale un gráfico en el cual hay una mínima, a penas perceptible incidencia de la palabra alrededor de los años 20, 30, luego durante la guerra civil desaparece por completo, empieza un poquito a finales de los 50, 60 y luego desde el 75 hay una subida espectacular hasta el 92, luego todavía más hasta el 99 y una caída en picado en el 2000. Y ahora en el 2008, la incidencia de la palabra diseño en La Vanguardia es más o menos equivalente a la que era en el 87.

Ciudad abierta

Hay que perder el miedo a conectar con lo de fuera, a dejar entrar, a abrirse a lo que hacen los otros, todo eso nos crece. Y cuanto más, mejor. Y uno tiene que tener la confianza en sí mismo de pensar que es capaz de contribuir a lo que se hace en el mundo, no solo a lo que se hace en la propia ciudad, y que uno es capaz de recibir lo que se hace fuera y convertirlo en algo propio.

Un imán de gente capaz

Por otra parte, la marca Barcelona tiene la inmensa ventaja de que convierte a Barcelona en un imán para gente muy capaz, con mucha voluntad de hacer cosas, generalmente además de industrias creativas, para que venga aquí. Entonces, el segundo paso, que es el que tenemos que dar ahora, es hacer que una vez que han venido, se quieran quedar. Y que no estén aquí un ratito y que intenten hacer cuatro cosas y que luego decidan que se vuelven a Londres porque en Londres, en el fondo, pueden hacer más. Lo que tenemos que conseguir es que en Barcelona puedan hacer tanto como allí. Eso depende de todos, ahí tenemos que estar todos, abriendo puertas, colaborando, dando oportunidades, trabajando con quien quiera que sea que viene y tiene algo interesante que ofrecer.

El nuevo paradigma de(l) diseño

Este es un momento apasionante para el diseño en general, porque estamos viviendo una transformación muy profunda de las tecnologías. Es una revolución tecnológica, tan importante como fue la revolución industrial en el siglo XIX. Y toca los ámbitos que están relacionados con el diseño de una manera absolutamente directa, va al corazón de lo que es la profesión del diseñador. En aspectos como, bueno por supuesto, nuevas tecnologías, prototipos rápidos, printing en tres dimensiones, la nanotecnología... Enfin, que hay toda una serie de paradigmas tecnológicos que están cambiando muy rápido y que están afectando de manera directa a cómo trabaja un diseñador, cómo se piensa la producción industrial, cómo se plantea la relación entre el usuario y el objeto de uso. Y de ahí es de donde tiene que salir el nuevo paradigma.