

RAQUEL PELTA

Errealitate garaikidea manufacturazten

Autoreak egiten duen azalpen honen arabera egungo kontsumo sistemak, objektuen iraungipenean oinarriturik eta etengabeko eraldaketan dagoen kultura batean txertaturik dagoela, hausnarketa bat behar du, eta hausnarketa horretan diseinua kritikarako lanabes baliagarria da.

“Ez da gehiegikeriaz aritzea diseinugileak konprometituta daudela esatea, zertan eta errealitate garaikidearen manufacturan. Gaur egun diseinua bizi eta arnasten dugu. Etxean, aisialdian, hirian edo kalean baloratzen ditugun esperientzietatik oso gutxi daude diseinuaren alkimia-ukitutik aske. Diseinua zeharo barneratzen dugu, halako moduan non ez ditugun bereizten diseinuak gu mugitzeko, limurtzeko, asaldatzeko eta kitzikatzeko dituen milaka bideak. Erabat naturala da. Horrelaxe dira kontuak¹”.

Rick Poyner-en aipu bat baliatu dut –berau baita azken hamar urte honetan itzal handiena izan duen diseinu-kritikarietako bat–, diseinuaren praktika garaikidea markatzen duten ideietako batzuetan zeharreko ibilbide labur bat abiarazteko.

Abiapuntu gisa, Poynerren hitzek kokatu egiten gaituzte diseinua lanbide baino gehiagotzat hartzen duten diseinugile batzuen kontzientziaren aurrean; izan ere, diseinugile horiek –ez baitira diseinugile guztiak– ikusten dute eduki bat, dena delarik – izan ere, edukia aipatzean ez dira soilik testu batean dagoenari buruz ari, baizik eta baita objektu bakoitzean dagoenari buruz ere–, beti dagoela diseinuak baldintzatuta, hain zuzen diseinuak eduki hori ulertzen, sumatzen edo sentitzen laguntzen digun neurrian.

Inguratzen gaituzten produktu gehienak eskaintzen dituzten prestazioei dagokienez elkarren antzeko samarrak diren unean, bakar-bakarrik haien diseinuak bereizaraz diezazkiguke, kontsumitzaile/erabiltzaile gisa ikusten ditugunean. Hortxe legoke, beraz, diseinuaren benetako boterea, eta botere hori ez da oharkabean galtzen diseinugileentzat, zeren eta dagoeneko ez baitute uste diseinua bide bakarreko harremana denik, ezta bezeroari eskainitako zerbitzu hutsa ere; halatan, “kontenplazioaren kultura berri baten” sorreraren erantzule sentitzen dira –diseinuaren teoria sozial zaharrenekin bat eginez horrenbestez, nahiz helburuetan halako berrikuntza batez orain–, Marcus Field-ek² adierazi moduan britainiar diseinugile aurreratuenei buruz aritzean.

Horregatik, ez da batere harritzekoa Ken Garland³ diseinugile britainiarraren manifestu zaharra atzera argitara atera izana, ezta 1999an teoria zein praktika mailako diseinugile nabarmenenetako batzuek *First Things First Manifesto 2000*⁴ izenpetu izana ere, honetan argi eta garbi adierazten baitzuten soilki eta bakarrik marketingarekin, marken garapenarekin eta publizitatearekin konprometitutako diseinuaren ikuspegiaren aurkako erresistentzia.

Bere ikuspegi utopikoagatik kritika egin bazioten ere, manifestuak duela hiru urte pasatxo kokatu gintuen jarrera-hartze baten aurrean; eta honek gauzak egiteko modu bat adierazten du, zeinean diseinua ez den bakarrik mezuak komunikatzeko modu bat, baizik eta gai intelektual, sozial eta kulturalak esploratzeko bide bat ere bai.

Beharbada horrexegatik azken produktuaren lerratze bat gertatzen ari da, bere egite-prozesuaren indarrez hain zuzen. Hau da, diseinugile gazteen artean gero eta gehiago dira prozesuari azken emaitzari baino balio handiagoa ematen diotenak, eta honek suntsitu egiten du diseinuaren kontzepzio tradizionala, zeren eta honen arabera modu industrialean eta seriean produzitutako objektua bera baitzen, akatsik gabe amaitu eta

merkatuan sartu ostean, diseinugilearen lanbideari bere esangura ematen ziona, eta bide batez artistarengandiko bereizketa ahalbidetzen zuena.

Laurogeita hamarreko hamarkadan zehar sortutako diseinugile belaunaldi berri batentzat, aldiz, diseinua irudikatzeko, adierazteko eta probatzeko prozesu bat da, behin eta berriz errepikatzen dena erantzun onargarri edo asegarria lortu arte. Hauxe da, esate baterako, Ole Lund eta Jan Nielsen daniarrek edo Tomato talde britainiar ospetsuak pentsatzen dutena.

Halaz, aipatu lehenen arabera “baliteke diseinua arte ez izatea, baina diseinura artistaren pasioaz hurbildu behar da, argia haztamuka bilatuz ezkutuan dagoena aurkitu arte. Diseinua ezagutza eta kreaizio prozesu bat da. Gure kreaizio estrategia eta estetikak hausnarketa pendular eta adierazpen prozesu bat dira⁵.”

Bigarrenek diotenaren arabera, prozesua bidaia baten antzekoa da: kontua mugitzea da, bilatuz, inplikatur, norbera eraldatur. Ez da puntu finko bateranzko bidaia lineal bat, baizik eta zirkulu baten barneko bidaia bat, bidean sortzen diren aukerekin mapa bat esploratzen eta marrazten duena. Gu hemen gaude, oraindik ez gaude hor edo han: hauxe da dagoena, nora goaz? Une honetatik hurrengora goaz, erdigunetik periferiara, eta hasi ginen tokira itzuliko gara, eta berriro hasten gara aurkitzen, gogoratzen, erakusten, aurkitzen...

Prozesuak bizirik segitzen du. Gizatiar egiten gaitu, pentsatzen, jarduten, atzera pentsatzen, onartzen edo arbuiatzen dugularik. Gure ideiak gure metodoetan aplikatu beharra daukagu. Pertsonak gara, ideia da prozesua, ekintza da prozesua⁶”.

Eta Tomatok aipatzen duen bidaia horretan, eraikitzen ari den eta bertan aurrera egin ahala itxura hartzen doan mapa baten antzera hedatzen da lana. Baina mapa hau irekia da, itzulgarria, etengabeko aldaketa jasan dezake, eta artelan bat balitz bezala har daiteke, ekintza politiko gisa edo hausnarketa gisa eraikitako artelantzat; ez da lurraldea kopiatzera mugatzen; oso bestela, errealitate berri bat sortzen ahalegintzen da mapa zehatz edo abstraktu bat emanez, eta mapa honek beronek ere bere burua baliogabetzen du, eta beste bat iradoki.

Halatan, arte kontzeptuarean gertatu zen moduan, lana ekintza/idea da, prozesua da berez; eta erabilitako prozedurak, egiaz, prozesu horren errekonozimendua dira.

Eta lana –objektua, komunikaziorako pieza, etab– prozesuaren ebidentzia (prozesuaren prozesua) delako ideia hori, lanak bere burua erakusten duen eta berarekin batera diren prozesuei buruzko informazioa ematen duelako ideia hori, dagoeneko hainbat artefaktu ematen ari da, zeinetan gauzatu arte objektu horrek igaro dituen estadio edo maila desberdinak jarrai daitezkeen. Horregatik –eta normalean masa-merkatu baten barruan ari ez den diseinu bati buruz ari garela beti–, eraikitzeko unean segitu dituzten pausoak erakusten dizkiguten produktuak aurki ditzakegu orain, akatsak eta sortutako zalantzak ere barne hartuta.

Objektua jada ez da berez existitzen, baizik eta objektua egiteko ekintzarekiko erreferentzian beti, eta sortua izan den testuinguru kultural eta filosofikoaz itxuratua beti. Proiektatu duen pertsonaren gudu kreaizailearen isla jaso behar duen objektu bat da, eta giza adimenean eta beronen kontrolatik at dagoena erakutsi behar du. Gudu kreaizaile horretan, gainera, borroka bat gertatu da propioa, pertsonala denaren eta inorena ez denaren, hots, kanpo munduaren artean; eta diseinuan zail da borroka hau bideratzen, zeren eta diziplina hau beti-beti egon baita azken erabiltzaile baten existentziak baldintzatuta, industri produkzioarako ezinbestekoa den eta diseinugilearen ahotsaren desagerpena zekarren prozesu teknologiko batez baldintzatuta bezalaxe.

Hauxe zen, era berean, diseinuaren ezaugarria, bide batez artetik edo eskulangintzatik bereizteko balio izan duena. Eta horretantxe sartzen da mugei eta mugak hausteari buruzko hausnarketa, zeren eta berau baita bere presentziaren eta autore gisa duten eginkizunaren neutraltasunaren gainean hainbat zalantza duen diseinugile belaunaldi baten kezketako bat; izan ere, diseinugile horien ustez ezinezkoa da ikuspegi pertsonal bat ez izatea, are gutxiago bezeroen artean asko eta asko direnean bere produktu edo zerbitzurako ikuspegi partikular bat, are izen-abizenak dituen ikuspegi bat, erosten dutenak.

Itzul gaitezen, bada, diseinuaren prozesu-kontzepziora, ezen ikuspegi horretatik artefaktuak dira emaitza, bere forman prozesu hori guztia sumatzen den artefaktuak, alegia. Objektuetan proiektu-esperientzia sartzeko ahalegina egiten da, baita gero izango den erabiltzailearen esperientzia ere. Objektuetan unea azpimarratzen da, eta hau trantsizio egoeran erakusten diren irudi eta objektuetan gauzatzen da, eta irakurle-ikusle-erabiltzaileari igorri orain ikusten edo erabiltzen ari den hori, hurrengoan, beharbada desberdina izango den sententzia, hain zuzen behin betiko biribilduta ez dagoen produktu bat delako, eta erabiltzailearen beraren esku-hartzea beharko duelako osotasuna lortzeko.

Eta materialen bikaintasunean oinarritutako diseinuaren aurrean, lehengai pobre, simple, ekologiko, birziklagarri eta birziklatuetara jotzen da, eta hauek, erabili ahala hartzen dute forma. Elkarrekintza bilatzen da, erabiltzaileak prozesu ireki horri atzera hel eta bere ekintzaz jarraipena eman diezaion bilatzen delako, horrenbestez bizitza emango baitie teknika eta teknologia ospatu nahi ez dituzten artefaktu batzuei; izan ere, artefaktu hauek galderak planteatu nahi dituzte, ez edonolako galderak ordea, ez baitute galdetzen *nola egiten duzu?* edo antzekorik, baizik eta *nola sentitzen zara?*

Zenbaitek, ideia hauetan guztietan, halako profesionaltasun falta bat sumatu du, “denak balio du” horren justifikazio bat edo ikuspegi erromantikoegi bat bestela⁷, baina, teknologiak akabera perfektuak ahalbidetzen dituen une honetan, borondate eta jarrera baten adierazpena dira, diseinugile askorentzat kritikoa den egoera baten aurrean, kritikoa baita halaber, diseinuaren esparrutik kanpo, gizartearen eta kulturaren eremuan ere.

Dena komertzioan sartzeko modukoa edo komertzioan sartua den munduaren aurrean, diseinugile batzuek ahalegina egiten dute tentsio bat egoki bideratzeko, alde batetik baitira gehienetan beharrezkoa ez den objektu-produkzio mugagabe bat eta honek sortzen dituen arazo ekologikoak, eta bestetik erabiltzailearen eta teknologiaren arteko bitartekari gisa diseinugileak berak gizartean bete ohi duen lana.

Horregatik, bere egiten duten jarrera hori, seguruenik, laurogeita hamarreko hamarkadan dagoeneko abiatutako ikuspegi kritiko baten ondorioa da, ezen orduan Tibor Kalman eta Karrie Jacobs⁸ diseinugileek, beste batzuen artean, azpimarratu zuten jendeak jada ez dituela objektuak duten funtzionalitateagatik erosten, baizik eta norbera zer den definitzeko; izan ere, pertsona batzuentzat artefaktu horiek bere ideologi esparru osoa dira, filosofia edo erlijio suerte bat, inolaz ere.

Enpresa handiek mendean hartua duten munduan, Kalman eta Jacobsen iritziz diseinugileak borroka egin behar du kultura korporatiboaren eta kultura errealaren arteko oreka lortzeko, eta ahalegin horretantxe izan dezake zeresana, zeren eta diseinuak, toki orotan dagoenean, kultura erreal hori blaitzen baitu.

Eta toki guztietan dagoelako eta kulturaren bere eragina izan dezakeelako, estilotik gutxiengo eta edukitik gehixeko eduki beharko luke. Egungo objektu-sisteman, eta beti diseinugile berrien ikuspegitik, modu bakarra izango litzateke objektuek esanguraren bat lortzeko, eta denbora askoan zehar nagusiki estiloa eskatzen zuen

produktibitate baten terminoetan bideratutako truke-harremanen barnean balio bat izateko. Diseinugileak kultura eragin nahi badu, gauzen barnera jo behar du, prozesuetara, horietantxe baitautza esangura eta balioa.

Balio duen gauza bakarra azken emaitza den gizarte batean, saltzen ez denaren aldeko errebindikazioa egitea –horrelako gauzak ditugu zirriborroak, maketak... amaitu gabea– modu alternatibo bat da bere merkantzia-izaera hutsetik neurri batean behintzat askatu nahian dabilen diseinua ikusteko, arteak duela hainbat hamarkada egin nahi izan zuen bezala.

Idea hauek guztiak eztabaidatzeko modukoak izan daitezke, baina dena delarik egungo sistema, etengabe eraldatzen ari den gizarte eta kultura batean gertatzen den objektuen zaharkitzean oinarritua, hausnarketa baten beharrean dago, eta diseinua ikusteko modu hau kritikarako lanabes erabilgarria izan daiteke.

Eta testu hau hasteko aipu bat erabili dudanez, Gillian Crampton-en beste batez amaitu nahi dut. Aipu honek, izan ere, oso ongi laburbiltzen du diseinugileen lana zein izan litekeen, ez soilik une hauetan, baita etorkizunean ere: “Diseinugileen ardura izango da esanguraren alde egitea funtzioaren gainetik; pertsonen alde egitea teknologiaren gainetik”⁹.

RAQUEL PELTA disienuaren historialaria da. Madrilen bizi da.
OHARRAK ETA ERREFERENTZIAK

¹ POYNOR, R. “First things first, a brief history”, *Adbusters*, 27. zk., 1999ko udazkena. Non jasoa: BIERUT, M.; DRENTTEL, W.; HELLER, S. *Looking Closer* 4, New York: Allworth Press, 2002, 6. or.

² FIELD, M. “From Luddites to love. A brief history of design”. Non jasoa: *Lost and found* erakusketaren katalogoa, London: The British Council, 1999, 48-61. orr.

³ Ken Garland-ek 1964an manifestu bat argitaratu zuen, “First Things First” izenburuaz; honen 400 kopia banatu ziren. Besteak beste une hartako profesional nabarmenen artean zeuden Anthony Froshaug eta Edward Wright-ek izenpetuak oso oihartzun handia izan zuen.

⁴ Diseinugile horien artean aipatu beharrekoak dira Jonathan Barnbrook, Nick Bell, Andrew Blauvelt, Hans Bockting, Irma Boom, Sheila Levrant de Bretteville, Max Bruinsma, etab.

⁵ Bartzelonako Escola Elisavan 2003ko martxoaren 27an eskainitako hitzaldia.

⁶ TOMATO *Process; a tomato project*, London: Thames and Hudson Ltd., 1996, o.g.

⁷ Diseinuaren ikuspegi horrek kezka handia eragiten die, bereziki, profesional anonimoagoei, diseinua ulertzeko modu hau jorratzen dutenak elite bat balira bezala ikusten baitituzte, hain maila altura iritsi direlarik horrelako denbora pasa “artistikoetan” aritzeko aukera duen elitetzat alegia. Artista tradizionalenek ere ez dituzte oso ongi ikusten, berea izan duten esparruan beste batzuk sartu balira bezala hartzen dituzte-eta jarrerok.

⁸ Ikusi YELAVICH, S. (ed.): *The edge of the Millennium. An International Critique of Architecture, Urban Planning, Product and Communication Design*, New York: Whitney Library of Design, 1993.

⁹ CULLEN, M-ek aipatua. “Future Teach”, non: STEVEN, S. (ed.): *The education of a graphic designer*, New York: Allworth Press, 1998, 31. or.