

TRIBUNA

Humo con diseño

LOS ESFUERZOS
para situar Barcelona
en el mundo del diseño
dan poco resultado

MODEST GUINJOAN - 03:46 horas - 14/05/2004

Barcelona es una ciudad impresionante en muchos aspectos. En el curso vital de esta concentración urbana y humana, se celebran grandes eventos y se hacen notables

esfuerzos por proyectar la ciudad hacia fuera, en un ejercicio de sana autoestima que no siempre se corresponde con la realidad. Porque al lado de realizaciones prácticas, la ciudad también está bastante dada a la imagen, la estética, el humo y sinónimos, que nadie duda de que sean necesarios, pero que creo que debieran tener una base sobre la que descansar.

El más sonado de los eventos de nuestra historia reciente fue los Juegos Olímpicos, que dejaron una gran transformación urbana y un posicionamiento privilegiado en el ámbito turístico y congresual. El Fòrum parece que reforzará la imagen mundial de Barcelona, y habrá servido para transformar la parte de la ciudad que tenía el cartel de "pendiente".

En una línea argumental cercana al maquillaje, se intenta situar a Barcelona en la punta de lanza del diseño industrial. Es cierto que fue pionera mundial allá por 1775, cuando se inauguró la Escola de Llotja, para atender las necesidades de diseño de la industria textil (también por aquellas fechas se introduce el término "design" en Inglaterra por parte de Henry Cole, quien, preocupado por la fealdad de los objetos en serie, intenta alinear arte con manufactura). Pero los esfuerzos para posicionarla en el concierto mundial del diseño muestran pocos resultados, al menos en el ámbito industrial.

No dudo que la ciudad tiene un atractivo contenido de diseño arquitectónico y urbano, resultado de actuaciones públicas y reforzado por proyectos privados. En cambio, soy escéptico acerca del papel que tiene en el nexo diseño-industria, a pesar del año del Diseño del 2003 y por más esfuerzos que hacen instituciones de todo tipo por transmitir la imagen de que somos buenos en este tema. Incluso la atracción de inversiones extranjeras en centros de diseño creo que tiene más que ver con el clima que con un caldo de cultivo propicio del sector. Como en la moda, seguramente hay buenos diseñadores y somos capaces de organizar desfiles que son una fiesta, pero hay mucho humo.

En este caso se comete el error de confundir el instrumento con el fin, que es tener productos y servicios bien diseñados y por tanto competitivos. Que se lo digan a los italianos, que tienen prestigio de diseño porque se ve y se nota en sus productos, no porque ellos lo digan. Justo en un momento en que un estudio del Design Council de Londres realizado sobre empresas británicas que cotizan en bolsa ha puesto de manifiesto que entre 1994 y 2003 aquellas que invirtieron en diseño han tenido una evolución de su cotización en bolsa de un 200% superior al resto de los valores del FTSE.

De los eventos de Barcelona al final sale a relucir lo que de veras hay

detrás, que es lo que queda. Asimismo, en diseño el prestigio se obtiene por realizaciones prácticas, no simplemente afirmando que diseñamos bien. Como santo Tomás, hay que ver y tocar, más aún en un entorno de competencia feroz.

MODEST GUINJOAN, Consulting Barcelona y UPF

LA VANGUARDIA, el diario más vendido en Catalunya Control OJD-WWW
Copyright La Vanguardia Ediciones S.L. y Iniciativas Digital Media S.L. All Rights
Reserved Aviso Legal