



## *Coleccionar y comunicar: el Museo del Diseño de Vitra*

Imaginemos que Volkswagen abriera un museo sobre el diseño del automóvil. Un museo que pudiera apoyarse en el archivo recopilado por Henry Ford, Pierre Boulanger y Harley Earl, y cuya colección abarcara los modelos más representativos de la historia del automóvil de los últimos años en tres continentes, además de una selección de los mejores ejemplos de diseño inteligente de motores jamás realizados. O preguntémosnos por la probabilidad de que Chanel llevara a cabo algo similar en el mundo de la moda sin limitarse a sus propias colecciones; o que Boeing hiciera algo comparable en el ámbito de la aeronáutica. Esto nos da una idea del trabajo que Rolf Fehlbaum como fundador y Alexander von Vegesack como director del Vitra Design Museum han llevado a cabo en los últimos veinte años. Evidentemente, ni Volkswagen ni Chanel, a pesar de sus generosos y múltiples compromisos culturales, se han planteado nunca algo así. E incluso si existiera la idea, los conflictos de intereses y objetivos plantearían demasiados problemas como para arriesgarse.

Una empresa menos consciente de su propia valía como Vitra, o mejor dicho, una empresa que no se dejara guiar hasta tal punto por la curiosidad, estaría demasiado preocupada por la cuestión de por qué invertir tanto tiempo y esfuerzos en honrar un legado que podría considerarse como competencia económica. Sin embargo, la curiosidad y el olfato para el diseño de Fehlbaum, una curiosidad y una pasión que contagia a su propia empresa a través de sus

productos, ha hecho que Vitra cuente con una de las colecciones más importantes de diseño del siglo XX en todo el mundo: una colección que es todo lo contrario a un simple museo de empresa, sino un lugar que abre nuevas perspectivas y muestra lo que el diseño puede ser en el mundo actual. Es cierto que existen numerosas colecciones de diseño en todo el mundo. Una de las más antiguas es la del Victoria & Albert Museum en Londres, con la que nació la idea del coleccionismo de diseño en 1850. No se trataba tanto de entretener al público como de educarlo y, sobre todo, de preparar material de comparación científico que, según la convicción del gobierno británico, permitiera a sus fabricantes crear mejores productos que pudieran destacarse frente a los importadores de ultramar. A este museo le siguió una oleada de instituciones similares, como el Museum für Angewandte Kunst (MAK) de Viena o la Neue Sammlung de Munich. Con el tiempo, el Victoria & Albert Museum sufrió un profundo cambio. Su continua ampliación llevó a un cuestionamiento de los objetivos originales, convirtiéndose en un museo de artes decorativas, en el que pitilleras o diseños de Rafael se mezclaban con colecciones de objetos del amplio espectro de tesoros de la colonia británica que llenaban salas y salas sin orden aparente. Hoy en día es un museo que comunica mucho pero que, evidentemente, no ofrece una idea clara de lo que el diseño puede ofrecer a un fabricante actual. En los años veinte tomó el relevo el Museum of Modern Art de Nueva York, donde el diseño industrial se abrió paso en la colección debido a su significado estético para el arte. La definición de diseño era en este caso distinta; pero resultó ser tan influyente como el Victoria & Albert Museum en su época y también animó a numerosas instituciones a adoptarla. Sin embargo, el precio que se pagó por la entrada del diseño en el museo de arte fue que se presentó como si de arte se tratara: como esculturas de gran tamaño en salas neutras de color blanco, sin comunicar nada sobre el contexto o los procesos correspondientes.

Las colecciones de Vitra se construyeron a partir de estos dos planteamientos: se ha aprendido de ellos y se ha ido un paso más allá. La empresa cuenta con un historial único de éxito en la fabricación y concepción de tipologías de mobiliario. El estudio de las colecciones tiene en este caso un papel primordial, y precisamente de una forma que habría convencido a los fundadores del Victoria & Albert Museum. A principios de los años ochenta, cuando el Vitra Design Museum aún no había sido construido, era posible pasear por las oficinas de Vitra situadas directamente junto a las naves de producción y encontrar entre los escritorios piezas gastadas y descoloridas que habían sobrevivido a su heroica era de la modernidad. Constituían una invitación a hacer las cosas mejor, eran más obras de las que aprender que trofeos para una empresa creativa. Y esta colección aún existe, en el centro de las instalaciones de producción de la empresa, a modo de enciclopedia que se puede consultar en todo momento. Refleja además la visión del mundo de Fehlbauer, según la cual el diseño industrial ofrece una mirada determinante al estado del mundo actual, en el que lo material y lo espiritual desempeñan un papel igualmente importante. Naturalmente, una colección como

la del Museum of Modern Art de Nueva York o del Centre Pompidou en París presenta mucha mayor diversidad. Vitra no colecciona ordenadores o automóviles, lavadoras, helicópteros o armas de fuego, ni tampoco moda. Su principal interés son los muebles en el contexto de la arquitectura y el interiorismo. Y a excepción de unas pocas piezas clásicas que muestran las posibilidades de innovación de la producción en serie, estilísticamente se centra en los clásicos contemporáneos y sus herederos directos. No obstante, dentro del área elegida de la modernidad – que ahora también incluye la iluminación – la colección de Vitra presenta una abundancia sin parangón.

Cuando Ray Eames murió, no había ningún museo en Estados Unidos que contase con los medios necesarios para comprar el archivo completo del que había sido el estudio de diseño más brillante del mundo alrededor de los años cincuenta. Vitra encontró los medios y la forma de hacerlo. Y gracias a sus esfuerzos, la empresa fue tachada durante mucho tiempo de indeseable intruso que expoliaba una parte del legado cultural americano de valor incalculable. Cuando los papeles de Barragán amenazaban en convertirse en polvo en México, se salvaron gracias a Vitra. La colección abarca como es lógico obras de Sottsass y Memphis, pero también de Panton, Kuramata, Aalto y Arad, Pesce y Colombo. Se remonta a los primeros tiempos de la producción industrial y, con la obra de Thonet, aún más atrás.

La colección nació cuando Fehlbaum compró una silla diseñada y fabricada por el gran ingeniero y diseñador francés Jean Prouvé. Lo que fascinó a Fehlbaum de esta silla fue que encarnaba una combinación de refinada técnica de acabado y sensibilidad estética. La colección adquirió su forma actual cuando Fehlbaum conoció a Alexander von Vegesack. Tras algún tiempo dedicado al teatro y a la elaboración de exposiciones, von Vegesack llamó a la puerta de Billy Wilder para conocer su colección de diseño Bauhaus. A lo largo de los años, von Vegesack se había hecho con una estimable colección propia, fundamentada sobre ese tipo de sabiduría que no se adquiere con los estudios académicos, sino a través de una observación viva de la evolución en la producción y las técnicas que llama la atención de la mirada aguda del coleccionista. Fehlbaum compró a von Vegesack su colección de muebles de madera moldeada y acero tubular. Como Fehlbaum confiesa, no tenía una estrategia clara de la dirección que debía seguir la colección. Disfrutaba viendo a dónde le llevaban los acontecimientos.

Ninguna colección puede ser objetiva. La propia naturaleza del coleccionismo exige una serie de decisiones. La principal decisión es el tipo de objetos que se coleccionará. Otra, en qué piezas concretas se concentrará el coleccionista. Estas decisiones revelan inevitablemente la personalidad que esconde una colección. A Fehlbaum le seduce la forma en que están construidas las cosas. De pie junto a la instalación de producción de Vitra, se entusiasma al

hablar de la magia del momento en que un disco de goma se coloca entre el metal doblado de una pata de silla y la superficie de fibra de vidrio del asiento para unirlos. Igualmente puede apasionarse por el significado cultural de la silla y por su potencial de reflejar un momento artístico o un hito social. Tiene el gusto universal e internamente lógico que marca la elección de cada objeto que formará parte de la colección. Y en gran medida es ese gusto el que hace que la colección resulte tan impresionante.

Originalmente no estaba previsto construir un museo para presentar la colección. Fehlbaum había considerado comprar una villa para albergarla. Sin embargo, durante la gran ampliación del Campus de Vitra en Weil am Rhein, surgió la oportunidad de construir un edificio independiente para la colección. A través de Claes Oldenburg, a quien Fehlbaum había encargado una escultura para el 70 cumpleaños de su padre, conoció por casualidad a Frank Gehry. Fehlbaum ya había pedido a Gehry que se planteara diseñar algún mueble para Vitra, pero aún no había conseguido arrancarle una respuesta. La respuesta tardía de Gehry fue la fábrica con el museo adjunto, o viceversa.

El museo y la colección han evolucionado por dos caminos claramente separados dentro de la estrategia global Vitra. La colección permite a Vitra adoptar una posición clave en la escena museística internacional, conservando el legado histórico de los pioneros del diseño y agrupando las obras más nuevas de los diseñadores contemporáneos. No obstante, la colección no se limita a los estantes. Gracias a las exposiciones temáticas y monográficas que fomentan el debate público sobre arquitectura y diseño, el papel del Vitra Design Museum tampoco es desdeñable como productor de exposiciones. El museo ha logrado convertirse en una voz gestora y crítica, algo tan importante como la adquisición y la conservación de los objetos.

El pequeño y discreto edificio de Gehry (un preludio sorprendente al periodo de iconos arquitectónicos que constituyen sus obras posteriores) es hoy en día una plataforma de lo más eficaz para el programa de exposiciones de Vitra, y no sólo el escaparate y depósito de la propia colección. Con unas dimensiones modestas y con medios limitados, Gehry consiguió una serie característica de espacios que constituyen la antítesis a la flexibilidad neutra y desnuda, aunque ofreciendo un marco inconfundible para las exposiciones que en ellos se celebren. El edificio es la cara pública de Vitra, su programa cultural visible y un lugar capaz de hablar sobre el diseño.

Lo que hace del Vitra Museum algo tan inconfundible es la mezcla de pasión y proporción con la que Fehlbaum esbozó los parámetros para la colección y su fría insistencia en que fuera autosuficiente. Una tenacidad que hizo que el ingenio de von Vegesack se hiciera realidad

a la perfección. Entre otros, permitió el nacimiento de la serie de miniaturas, los minúsculos modelos a escala de sillas clásicas fabricadas en un taller específico para ellas y que se venden tan bien que mantienen el museo de los modelos originales. Y ha determinado la política expositiva del museo, que apuesta por las exposiciones fáciles de transportar para permitir la colaboración con casas tradicionales de todo el mundo.

El trabajo con los archivos de Barragán y Eames ha permitido al museo presentar nombres establecidos y arrojar nueva luz sobre ellos e incluso, en ciertos casos, resarcir a los olvidados dándoles la atención apropiada. También ha demostrado hasta qué punto ciertos archivos podrían tener un futuro. Pero la colección tiene otro cometido. Actualmente es demasiado grande para poder mostrarse en su totalidad de forma permanente. En los aparentemente infinitos estantes de los depósitos del museo se conservan las piezas con el máximo cuidado. Constituyen la base de las exposiciones en el Vitra Design Museum, pero también están disponibles para su préstamo a otras instituciones. La importancia y, admitámoslo, el valor de estas piezas ha aumentado drásticamente desde la apertura del museo. La explosión del mercado de objetos de diseño ha hecho que la colección de Vitra hoy no pudiera construirse de esta forma ni siquiera con inversiones económicas masivas.

Aunque la situación en el caso del diseño no es tan extrema como la del mercado del arte, donde los precios de las nuevas obras han alcanzado precios inalcanzables para la mayoría de museos de bellas artes, también aquí los precios han aumentado ostensiblemente. Prouvé ya se ha convertido en uno de los antiguos maestros. Se trata de un cambio de categoría poco tranquilizador para una serie de objetos que fueron ideados precisamente como todo lo contrario. La base ideal del diseño moderno está en la producción en masa, que posibilitó la perfección de los diseños en grandes series y previó una democratización gracias a la producción industrial, ya que las masas ahora podían disponer de productos contemporáneos de calidad que antes sólo estaban disponibles para unos pocos.

La colección de Vitra logra la cuadratura del círculo. Muestra el discurrir de la innovación técnica y el desarrollo de la fabricación industrial. Al mismo tiempo indica la intensidad estética del diseño y lo que tiene que ofrecer a los museos de bellas artes. Por último son los dos aspectos del museo, sus colecciones y sus exposiciones, lo que le proporcionan la fuerza necesaria para convertir el diseño en un tema que atrae la atención sobre áreas de importancia para él, examina los logros e innovaciones existentes y contribuye a alcanzar otros nuevos.

Deyan Sudjic, 2008

Deyan Sudjic estudió Arquitectura en la University of Edinburgh y es director del Design Museum de Londres, anteriormente fue redactor de "Domus" y "Blueprint". Fue director de la Bienal de Arquitectura de Venecia en 2002 y del programa de arquitectura y diseño de la ciudad de Glasgow. Su último libro, "The Edifice Complex: How the rich and powerful shape the world", apareció en 2005.