



## *Procesos de diseño: Vitra y los autores*

Vitra trabaja con autores independientes: principalmente con diseñadores, pero también con artistas gráficos o arquitectos. Sin embargo, se diferencian de otros creadores por un determinado sello y una visión del mundo que imprimen en cada uno de sus productos. Los creadores al servicio de otros tienen que adaptar su sello al carácter de su cliente.

No se trata de desempeñar el papel de cliente y proveedor. Dos empresas, el diseñador y Vitra, buscan juntas la mejor solución. El cometido de Vitra es ofrecer un entorno estimulante, apoyo técnico, debate conceptual y crítica constructiva. Esto no es garantía de éxito. En ocasiones, un producto no quiere hacerse realidad. Entonces, hay que comenzar de nuevo. El proceso siempre dura mucho más tiempo del deseado. Y a veces el resultado es distinto de lo planeado inicialmente. El producto debe encontrar su ser. Comprender el proceso y canalizarlo cuidadosamente es el arte de la gestión del diseño.

El diseño es un campo muy amplio: del diseño editorial cercano al arte a los servicios de diseño en el marco de una empresa industrial, del objeto de coleccionista al producto cotidiano anónimo, de lo extremo a lo banal pasando por lo razonable. En nuestras manos está distinguir lo extremo y lo razonable: en las colecciones y archivos se ve representado lo extremo, lo que rompe con lo existente, lo que soluciona de forma brillante un aspecto del "problema" porque obvia otros; en breve: la pieza única que atrae la atención. Lo razonable tiene mucha

menos cabida. Se ve absorbido por lo cotidiano, presta sus servicios, hace disfrutar al usuario, pero normalmente no termina en un museo aunque haya contribuido de forma esencial a la evolución de un género.

Pero de repente surge un objeto nuevo de importancia y hasta tal punto razonable que inmediatamente es absorbido y en poco tiempo se convierte en estándar. Se trata de lo tipológicamente nuevo. Y lo tipológicamente nuevo apenas se muestra en los museos, aunque sienta nuevos estándares. Esto tiene que ver con que el objeto no es tan fácil de transmitir y su calidad no es tan fácil de deducir como en el caso de lo rompedoramente nuevo. Sin embargo, normalmente se ha invertido más tiempo, esfuerzos, pruebas, errores y trabajo básico de desarrollo en este nuevo objeto razonable que en la obra sensacional. Y precisamente la introducción de ediciones Vitra en 1987 lo ha demostrado a la perfección: un objeto producido en un par de meses levantaba más expectación que la silla de oficina con una nueva mecánica, nuevos materiales, nueva belleza y nuevo espíritu, cuyo desarrollo había durado años. Los dos conceptos – lo extremo y lo razonable – son importantes para el diseño, pero en el trabajo de Vitra, lo razonable es capital.

En ocasiones, lo razonable también es marcadamente nuevo. Se trata de los momentos estelares del diseño. En toda disciplina, en la literatura, en el cine o en el arte, hay momentos estelares. Algo nuevo surge y desde el primer impulso encuentra su expresión final. Y si se trata de algo nuevo y que marca época, esa expresión marca el camino a seguir durante mucho tiempo. Lo pioneramente nuevo, que nace como una herejía, se convierte en un clásico y sigue siendo de relevancia hasta que surge la siguiente novedad rompedora, que provoca un nuevo cambio de paradigma. Esta novedad no resulta nueva por la novedad en sí, sino que es nueva porque ha establecido un nuevo equilibrio. Esto sucede sobre todo cuando se accede a nuevos materiales y tecnologías. Y el mejor ejemplo de ello es la obra de Charles y Ray Eames.

Vitra trabaja con ciertos diseñadores durante muchos años y con otros de cuando en cuando. El trabajo a lo largo de muchos años es posible y oportuno cuando un diseñador se beneficia de esa relación duradera económicamente y en su propio desarrollo, y Vitra puede desarrollar sus propios temas centrales. Sin embargo, existen diseñadores con un temperamento y una forma de trabajo que no se ajusta a una relación a largo plazo con Vitra, sino que ofrecen resultados en trabajos puntuales. Los ejemplos más importantes son Frank Gehry, Ron Arad o Philippe Starck. También es el caso de los diseñadores y artistas de la Vitra Edition en los años ochenta: Ettore Sottsass, Borek Sipek, Alessandro Mendini, Denis Santachiara, Gaetano Pesce, Richard Artschwager y otros.

Con otros diseñadores acabamos de empezar a colaborar. Hemos obtenido los primeros resultados, pero la relevancia de nuestro trabajo común aún no se puede prever: Christoph Ingenhoven, Alfredo Häberli, Hannes Wettstein, Arik Levy y Greg Lynn. Y también está la nueva Vitra Edition, que entre otros permite presentar a Naoto Fukasawa, Konstantin Grcic, Jürgen Mayer H., Jerszy Seymour o Jurgen Bey.

Cada uno de ellos puede encarnar a su modo lo que constituye la relación entre Vitra y sus autores o diseñadores: la mezcla de espíritu pionero, interés por el estudio, obstinación y "Love Investigation", como Charles Eames llamaba a la interacción de entrega y pasión que llevaba a las soluciones de diseño de éxito.

Rolf Fehlbaum, 2008