



De lo normal y lo supranormal

"They said I'd never make it to Normal. They were wrong." (Me dijeron que nunca llegaría a Normal. Se equivocaron.) Bob Dylan en un concierto en Normal, Illinois, 1999.

Sin duda, con su proyecto "Super Normal", Jasper Morrison y Naoto Fukasawa se adentraban en terreno incierto. Y es que ni lo "normal" ni lo "sobrenatural" como conceptos pueden definirse claramente en el sentido de convención científica. Aunque, desde el punto de vista etimológico, lo normal implique la norma y lo normativo, nuestras ideas de normalidad, de cosas y procesos normales son todo lo contrario de algo normativo. Y es precisamente lo difuso del concepto lo que utilizaron Morrison y Fukasawa con sus exposiciones homónimas celebradas en Tokio y Londres. Cada uno de los objetos cotidianos reconocidos por ellos como "supranormales" se convierten en prueba, en alegato de otra cosa, un diseño prudente y cuidadoso más allá de la emoción y la mascarada moderna: un clip, un cubo de plástico, una silla. Los dos autores hay recopilado unos 200 objetos y los presentan en bloques y columnas blancos. Así, cada exponente puede desplegar toda su efectividad por su forma, color y material, y entrar en diálogo con el resto de objetos que acoge la exposición. En palabras de Naoto Fukasawa: "Durante la elección sorprendentemente no hubo la más mínima discrepancia entre nosotros. Discutimos sobre todo por lo que se admitiría y lo que no, con el objetivo de que la exposición "Super Normal" fuera comprensible para el público en general".

Aquí se hace patente un parentesco entre lo supranormal y lo arquetípico, resultado de un largo proceso de representación histórica del producto hasta que en la génesis del objeto, que dura entre cien o mil años, se da forma a la imagen que todos tenemos en la cabeza cuando oímos o leemos la palabra "silla". La Plywood Chair de Morrison de 1988, producida por Vitra, se acerca sin duda al arquetipo de silla. Y, sin embargo, si la observamos detenidamente aparecen las diferencias: el suave recorrido del respaldo, la decidida ostentación de los tornillos de cruz sencillos y aplanados, la sorprendente ligereza de la silla y, finalmente, la simplicidad total en su concepción, que resulta patente en la parte inferior del asiento. Estas características distinguen la silla del objeto de asiento arquetípico, que en cierto modo no es más que un pictograma tridimensional. Lo mismo sucede con el taburete "Déjà-vu" de Naoto Fukasawa para Magis, cuya forma y proporciones tienen una sencillez casi arquitectónica. Aquí también el objeto está caracterizado por el material elegido, en este caso el aluminio, con su ligereza y las reflexiones que produce. Este taburete me hizo pensar inconscientemente en la obra "Rabbit" de Jeff Koons, en la que el artista americano convirtió un conejito hinchable en una escultura cromada.

También Fukasawa traslada una forma existente que hasta el momento se ha asociado exclusivamente con un determinado material (la madera) a un objeto supranormal a través de una nueva y original elección del material. Y precisamente aquí queda patente la diferencia entre el producto normal y el supranormal: lo supranormal remite a lo normal – en el sentido de una cita estética formal – sin ser "normal", es decir, utilizando formas, materiales o técnicas de producción ya conocidas. Y es precisamente esta distancia consciente que el objeto supranormal mantiene respecto a sus precursores lo que puede considerarse el signo sutil. El hervidor de Morrison para Rowenta muestra en sus formas poco más que una jarra electrificada: la conocemos bien por nuestros encuentros diarios con jarras o por las naturalezas muertas de Morandi; podemos manejarla intuitivamente y su belleza asociada a la supranormalidad nos permite perdonar sus debilidades técnicas. (Rowenta fue tan descuidada en su producción que ni el proceso de conexión ni el de desconexión automática presentan esa evidencia con la que otros ejemplares mucho más desagradables de este género siempre están adornados).

En este proyecto aprendemos que el repertorio de signos conocidos en las formas tanto occidentales como asiáticas puede convertirse en guía para las actuales y futuras generaciones de diseñadores, si no provoca la adaptación superficial de las apariencias de sus acciones. Esto no tiene nada que ver con una representación que mira hacia atrás. Más bien, Jasper Morrison expresa abiertamente la "pérdida de inocencia" que separa a los diseñadores actuales de los artesanos y artistas de los siglos pasados. Aquellos objetos manufacturados

de uso cotidiano – un cucharón, un hacha, una silla – carecían de la intención de expresar de forma especial una personalidad o una época, ni distinguirse de los productos de la competencia o de los plagios. Sin embargo, tanto Morrison como Fukasawa trabajan para distintas multinacionales sin cuyas posibilidades de producción y distribución el diseño industrial sería impensable. Sin duda alguna, ambos conocen los mecanismos de mercado, las estrategias de marketing y las condiciones de producción actuales: ni siquiera el diseño supranormal puede ser ajeno ni mostrar sentimentalismos, sino que debe posicionarse conscientemente ante la situación actual del mercado; de lo contrario, su efecto será nulo. No obstante, lo supranormal no puede sostenerse mediante trucos baratos o gestos exaltados, sino siguiendo el camino de formas y detalles estudiados que permitan reconocer el conocimiento de las tradiciones y los predecesores en la historia del diseño. Junto a formas anónimas, como el pelador suizo Rex o un simple maletín de plástico, encontramos clásicos del diseño, como el reloj de pared de Max Bill para Junghans, el sistema de estantes 606 de Dieter Rams o el Wecker Optic de Colombo, de 1970. Con productos de Newson, Grcic, Van Severen o los hermanos Bouroullec también está representada la generación de Morrison y Fukasawa. Así, no se trata de una feria del “diseño cotidiano”, como a menudo responden los ingenieros, y tampoco de una explicación de una determinada década del diseño ni de un lenguaje formal típico de un país, ni tienen importancia la actualidad, exclusividad o valor de los productos. Por así decirlo, el fenómeno de lo supranormal va más allá del tiempo y del espacio, el pasado y el presente del diseño de productos apuntan igualmente a un futuro que hace mucho que comenzó. Y evidentemente ninguno de los dos trata de estudios ni de modelos utópicos: lo supranormal ya está ahí, existe en el aquí y ahora, es real y accesible. Sólo tenemos que abrir los ojos: Fukasawa y Morrison nos los hacen visibles.

Justo 30 años antes de la primera exposición “Super Normal” en la galería Axis de Tokio, se celebró en la Mathildenhöhe de Darmstadt, uno de los centros del Modernismo alemán, la exposición “Das gewöhnliche Design” (el diseño cotidiano). Friedrich Friedl y Gerd Ohlhauser presentaron ruedas de bicicleta, tacos, pañuelos, abrebotellas, archivadores y pinzas de la ropa en las aulas de la Escuela Técnica de Diseño de la ciudad. Los hogares de la República Federal de Alemania de los años setenta se convirtieron en objeto de estudio. Bazon Brock, catedrático de Estética en Wuppertal, pronunció el discurso inaugural. Entre otras cosas, dijo: “Debemos analizar y comprender el mundo cotidiano actual como si de la vida diaria de una sociedad histórica se tratara. Por ejemplo, la de Pompeya hacia el año 79 antes de Cristo, cuando el Vesubio sepultó la ciudad para siempre, conservándola para nosotros”. A primera vista, la exposición programática de 110 objetos, que se rebelaba contra la preponderancia y la presencia generalizada del Modernismo en Darmstadt, tuvo un efecto precursor para el proyecto “Super Normal”. Sin embargo, una mirada más a fondo muestra sobre todo la

banalidad del mundo de los objetos: casi ningún producto de la exposición costaba más de tres a cinco marcos (unos dos euros); no sin ironía y doble sentido se presentaban tapones de bañera, platos de papel, lapiceros y botellines de cerveza en vitrinas, frente a los ricos y floreados muebles y lámparas modernistas, con sus formas leves y sus gestos exaltados. El lugar y el momento de la exposición (Darmstadt en 1976) tenían un papel determinante, mientras que la presentación "Super Normal" de Fukasawa y Morrison tiene el mismo significado y la misma fuerza expresiva en cualquier país del mundo occidental, y su contenido tiene la misma validez en el tiempo que cualquiera de los productos elegidos.

Así que, ¿por qué precisamente hoy es necesario hacer patente lo supranormal? Para responder a esta pregunta basta visitar un par de centros comerciales, supermercados, ferias y sitios web, basta una mirada rápida a una revista de estilo o a cualquier libro de fotografías: lo aparentemente pseudomoderno y espectacular hace mucho que pertenece a la normalidad en el mundo del diseño: características superfluas, elipses, abovedados dinámicos, orificios y pinturas efectistas dominan la imagen del diseño actual. Esto es aplicable tanto a la mayoría de vehículos (tanto en el interior como en el exterior) como a artículos deportivos, aparatos de música, relojes o muebles. Por no hablar del diseño de envases y envoltorios. Por el contrario, Fukasawa diseñó hace unos años un envase de pie en amarillo luminoso para un zumo de plátano en el que los bordes ligeramente marrones hacían pensar en el propio plátano sin imitar su típica curva. Mientras tanto, su saliente podía abrirse con los mismos movimientos de mano necesarios para pelar un plátano. ¿No sería genial que alguna vez un diseño así se convirtiese en algo normal?

Gerrit Terstiege

Gerrit Terstiege Es redactor jefe de la revista de diseño form y, desde 2003, miembro de la junta directiva de la Deutsche Gesellschaft für Design-Theorie und -Forschung (sociedad alemana para la teoría y la investigación del diseño). Fue autor del Handelsblatt, profesor en las escuelas superiores de diseño de Karlsruhe, Basilea y Zúrich, y profesor suplente de Historia del diseño y los medios en la Escuela Técnica Superior de Maguncia.

Este texto fue publicado por primera vez en 2007 en el libro "Super Normal – Sensations of the Ordinary" por Lars Müller Publishers. ISBN 978-3-03778-106-7

www.lars-mueller-publishers.com