

La creatividad alternativa

Hacer nombres implica pecar por omisión, de todos modos y aun corriendo el riesgo del error involuntario, mencionaré algunos de los ejemplos que podrían englobarse dentro de este "movimiento" de diseño de autogestión:



Diana Cabeza. Contenedor Arturito frente y contrafrente. Las propuestas de esta diseñadora conjugan armónicamente diseño y factibilidad, con el agregado de otorgarle a toda su producción un tinte localista -tanto en sus materiales como en los usos y las imágenes- que los hace aún más atractivos.



Marisa Sciorra, Telma Bellotti y Adriana Ghirardo -bajo el nombre de Escenográfico Stores- se ocupan de un tema bastante desatendido en nuestro medio como es el de las cortinas y ofrecen la opción de un objeto totalmente

artesanal, de calidad, realizado sobre pedido expreso de cliente o arquitecto acorde con la decoración del ámbito.

Este trabajo sobre varillas de madera lo han extendido también a otros objetos, con muy buen resultado.

La crisis ha actuado, otra vez, como un tamiz duro y cruel. En el entretiem po de sus embates hacemos el recuento, de cuántos somos, cuántos quedamos, qué queda. A la vista, muy poco; escarbando, una película superficial, un residuo de lava todavía caliente que algunos han encontrado puede actuar de humus fértil donde apoyar su creatividad. En esta Argentina dolorosamente frenada, tabicada, cerrada de caminos al futuro, todavía existe algún resquicio no inspeccionado, una franja de opciones no explorada.

Una parte de los profesionales dedicados a la arquitectura ha debido escoger, o ha elegido otras vías para canalizar sus ansias de diseño. Me refiero a los que han optado por convertirse en sus propios mecenas, en sus propios empresarios, financistas, diseñadores y comerciantes y se han volcado a la elaboración de objetos de buen diseño.

Se mueven en forma independiente y, hasta el momento, no parecen organizarse más que sobre la base de sus amistades personales con otros diseñadores, acompañándose en forma solidaria; no tienen más de treinta o cuarenta años y se los puede considerar como una tipología de profesional desconocida. Poseen una visión de la realidad descarnada -ni melancólica ni maníaca -; conocen su oficio, aman el diseño pero no desdeñan "contaminarse" con problemáticas comerciales o de mercado, discutir técnicas, financiaciones o cuestiones publicitarias. Se los ve algo fuera de la cáscara de pureza proyectual ortodoxa y se los percibe metidos en todas las instancias que implican producir diseño.

Esta combinatoria atípica de diseñador/empresario/financista/productor, etcétera, los convierte en un modelo de profesional apto para enfrentar una realidad cambiante, insegura, llena de dificultades diarias, con una visión muy particular tanto de la Argentina como de sus productos. Se los encuentra poco inclinados al chauvinismo o al fanatismo extranjerizante, críticos por igual de una visión gardeliana de la Argentina inmortalizada en la pizzería casi homónima, como de la otra, maquillada *for export* en los pretenciosos *shoppings*.

Quizás el cambio mismo no sea atribuible a estos profesionales y sea tan solo esta crisis paralizante la que engendre los propios anticuerpos para desvestir mitos idiotas, enterrar discusiones fútiles o desarmar modelos estereotipados. De todos modos son ellos quienes han tomado la iniciativa y los que nos permiten vislumbrar la posibilidad concreta de dicho cambio, a través de su producción. En razón de lo prohibitivo, por caro y complicado, de obtener materiales importados, o

o el diseño de autogestión

producir con tecnologías más avanzadas, los diseñadores se ven forzados a producir con lo poco, o mucho que hay aquí, con una mano de obra artesanal – a veces entumecida por la copia de modelos– y con costos que, solo en algunos casos, resultan verdaderamente competitivos. Así, los productos son casi siempre semiindustriales –o semiartesanales, según se mire–, poseen una excelente terminación y están elaborados con materiales de fácil consecución en el lugar de origen.

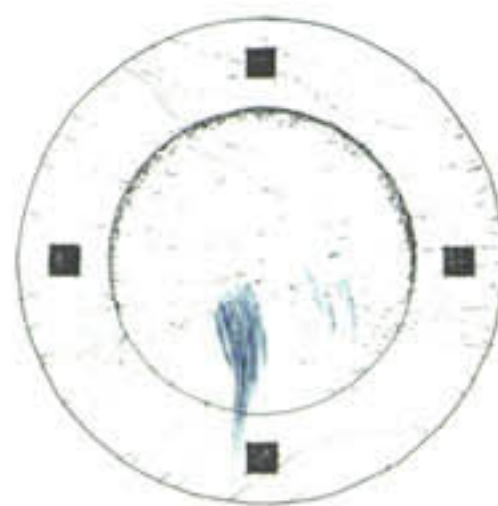
Por las ansias del diseñador de poder diseñar –pues por ello y no por otra razón es que ha engendrado este infernal andamiaje– es que, en la mayoría de los casos las series son de tirada limitada. Este modo de producción eleva el costo, lo que a su vez implica que estos diseños solo puedan venderse a un determinado sector de personas de alto poder adquisitivo, quienes a su vez, determinan una corrección en el diseño. Este *feedback*, ágil y casi inmediato, redundando en el producto que así se ajusta, con precisión, al momento y a las necesidades del mercado.

En los resultados puede leerse una interesante combinación de diseños de vanguardia elaborados con técnicas tradicionales; todavía no puede saberse si por una decisión a priori o por las dificultades antes enunciadas pero, de todos modos, es saludable que así ocurra. Los objetos poseen un riquísimo matiz local, y expresan la particular problemática a la que nos enfrentamos: países con capacidad intelectual para aceptar la modernidad, pero instrumentalmente atrasados para producir objetos “modernos”. Esta particular coyuntura parece servir para evitar algunos errores y encontrar, pausadamente, otro modelo profesional y de producción que se asimile más a nuestra realidad.

Sin recubrimientos, sin ocultar la pobreza ni explotarla como una disculpa para no hacer; con lo que somos o podemos ser; sin la omnipotencia de los años 60, ni la desazón de los 80, quizá pueda intentarse un camino sin mediocridad, en el cual se aliente la inteligencia en todas sus manifestaciones, donde pueda separarse la paja del trigo, donde nadie consuma *Wiener Schnitzel* por simples milanesas.

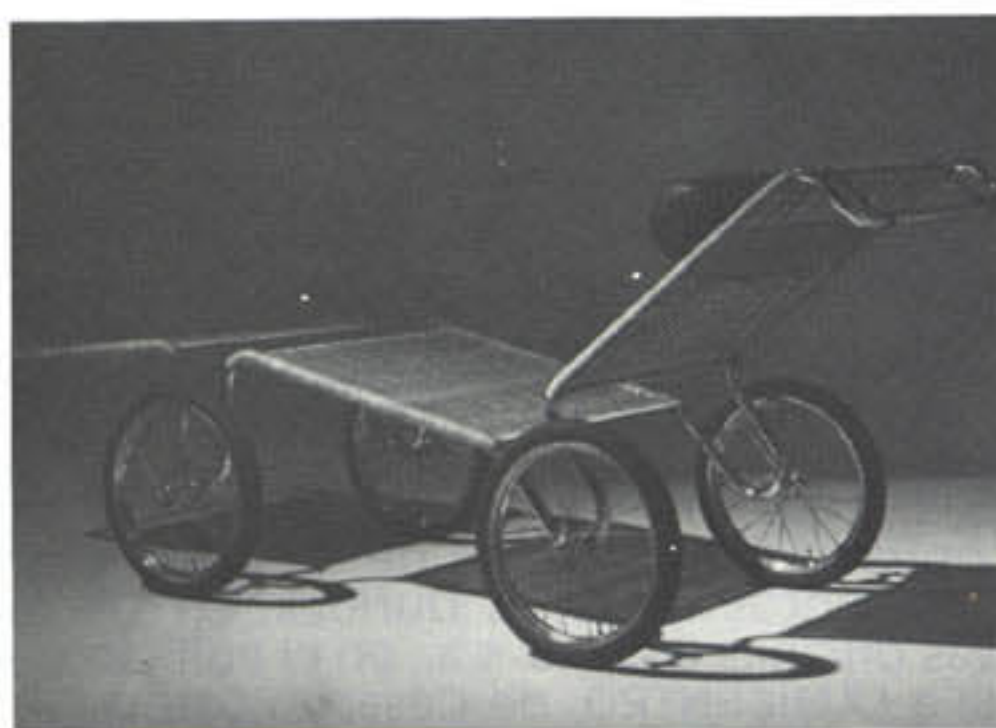
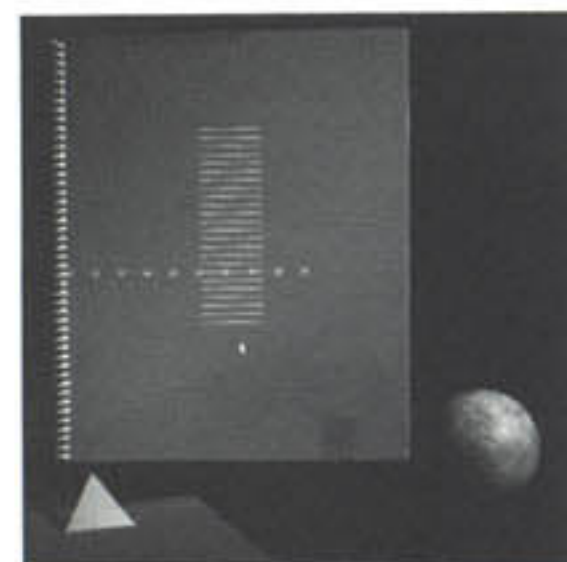
Aun en una realidad teñida de autoritarismo y pobreza, con empresarios dispuestos a ganancias salvajes y profesionales a punto de descender en el escalafón social, existe gente dispuesta a producir, que tiene la capacidad de vislumbrar caminos de apertura; argentinos que apuestan a quedarse.

Quedamos pocos, contemos cuántos somos, cuántos quedan y afrontemos el desafío. *Miriam Chandler, arq.*



Melhem-Bazan-Vukojicic.
Abiertas a todas las corrientes de diseño, incorporan a través de su "realismo práctico" las condiciones del lugar donde producen, logrando objetos de gran calidad estética e interesante factibilidad.

Puerto Gráfica aplica su sensibilidad y creatividad en un espacio poco transitado a nivel comercial, como es el de la papelería y complementos de escritorio. La expresión gráfica colabora en la construcción de la imagen que ya posea o pretenda cada individuo o cada empresa de sí.



Aróstegui, Camblong, Falconi. Mucho más abiertos a las influencias foráneas pero igualmente capaces de producir un objeto de excelencia, los Aróstegui sobresalen por el cuidado

puesto en los detalles y las terminaciones, hecho que hace de sus muebles un producto con posibilidades de competir en el exterior.