

# 23 plec

estiu 2003

informatiu d'Eina

Passeig Santa Eulàlia 25  
08017 Barcelona  
Tel. 93 203 09 23  
Fax 93 280 05 54  
info@eina.edu  
www.eina.edu

Fet a Eina: PFC de juliol 2002-03. L. Pérez i K. Van Steen  
Museu imaginari: *Llum de carbur* de Joan Miró  
Biblioteca: Peter Bil'ak i *Dot Dot Dot*  
Converses del Plec: Actualitat de la gestió del disseny

## Editorial

### Precarietat cultural

Sens dubte, la notícia que més espai ha ocupat en les seccions de cultura dels mitjans de comunicació a l'inici d'aquest estiu ha estat l'intens conflicte laboral que ha portat a la cancel·lació de l'edició d'enguany del Festival d'Avinyó. El fet que el causant de la cancel·lació d'una de les manifestacions més tradicionals i prestigioses del circuit europeu de cites culturals estivals hagi estat la vaga dels treballadors en protesta per les condicions contractuals imposades pel caràcter eventual del festival, ens porta a afegir un quart tret als tres que, a l'editorial del Plec 4 (maig de 2001), bastien l'esbós d'una definició del festivalisme com a tendència dominant en la gestió cultural actual. Així, a la *intensitat*, l'*aparatositat* del continent i la tendència a la *uniformització* caldrà afegir-hi la *precarietat* com a peça clau del model i, si més no, així sembla indicar-ho el cas d'Avinyó, també com el seu taló d'Aquil·les.

Ara bé, és la precarització un tret específic del festivalisme o bé podem ampliar-ne l'abast al conjunt de la política cultural d'avui dia? La precarització de les relacions laborals forma part del procés de desmantellament d'un model social que a l'Europa de la segona meitat del segle XX havia tingut, com un dels ideals més preuats, la plena ocupació i l'estabilitat garantida per la seguretat d'una feina, així com d'una família, per a tota la vida. Tant el que s'ha anomenat el postfordisme com, directament, la desindustrialització d'Europa, han conduït a un creixent descrèdit dels valors de l'estabilitat i a la seva gradual substitució per les promeses de dinamisme i creativitat que es desprenien d'un nou ideal, el de la flexibilitat. Si bé la cara fosca de l'estabilitat era la rutina i l'estandardització, el preu que cal pagar per obtenir els avantatges de la flexibilització és acceptar el risc que es presenta en forma de precarietat generalitzada.

Quan Adorno i Horkheimer, ja fa més de 50 anys, van posar en circulació el concepte d'indústria cultural poc s'imaginaven que una expressió que ells utilitzaven per desacreditar Hollywood, el jazz i la programació de les emissores de ràdio fes fortuna fins al punt de convertir la recerca d'una eficàcia mesurada a partir de criteris empresarials en l'objectiu compartit pels diferents àmbits de la cultura. Uns àmbits que, de fet, volien ser realment considerats com a indústria i definir amb claredat els seus nínxols com a nínxols de mercat. Bona part dels intel·lectuals crítics que, en la línia d'Adorno i Horkheimer, han seguit dimonitzant la indústria cultural ho han fet des de l'anunci de les desgràcies que ens arribarien per la creixent uniformització dels productes culturals globals, sovint oblidant que produccions idèntiques poden rebre recepcions i usos molt diferenciats en funció de la indústria pròpia dels destinataris. Recentment, però, el problema sembla ser un altre: més que els productes culturals cada cop més similars entre si, és la seva curta vida allò que genera inquietud. Tot sembla indicar que l'ansietat per quadrar el balanç i presentar un compte de beneficis seductor per als inversors, juntament amb l'ús intensiu d'un màrqueting útil per detectar els desitjos i les necessitats del futur immediat però del tot ineficac per fer prediccions temporalment més agosarades, està portant a la profusió de productes de temporada que dibuixen un panorama d'un cert fast-food cultural.

Segueix a la pàgina 2



A la franja vermella detall del projecte Tipomania de Katrien Van Steen. Veure pàgina 5

#### Consell Editorial

Antoni Marí  
Oriol Pibernat  
Octavi Rofes  
Mercè Valeri  
Xavier Vallverdú

#### Col·laboradors No.23

Jordi Aguilar  
Gorka Aizpurua  
Ricard Badia  
Ariadna Fàbregas  
Elisabet Juan  
Maria Maggi  
Javier Nieto  
Laura Pérez  
Albert Ràfols-Casmada  
Miriam Suso  
Katrien Van Steen

#### Disseny Gràfic

Gemma Terol

Imprès a  
CEGE  
Ciutat d'Asunción 42

Paper Cyclus Ofset  
90 grs. de Torraspaper

Dip. Leg.: B-9844-2001

Aquesta tendència es pot veure agreujada en un moment en què les administracions públiques també s'emmirallen en criteris de gestió empresarial i les ansietats que se'n desprenen es veuen intensificades pels ritmes i terminis del calendari electoral. Tot plegat dibuixa un escenari on es fa difícil imaginar polítiques culturals de llarga durada en què els riscos que calgui assumir siguin els derivats de la innovació, l'experimentació i la recerca d'alternatives. En canvi, sembla com si el risc que les administracions accepten assumir sigui el del desgast d'unes receptes en algun moment reeixides i que, a força de fer-ne rèpliques, tendeixen a l'esgotament. Potser al sorollós malestar dels treballadors de l'espectacle a França, cal sumar-hi dues manifestacions silencioses: d'una banda, l'angoixa dels creadors que veuen limitat el seu camp d'actuació per la precarietat intel·lectual i l'exigència en negatiu de productors, editors i comissaris i, d'altra banda, l'avoriment d'uns destinataris que veuen limitada la possibilitat de satisfer el seu desig de consum cultural no només per una oferta globalitzada sinó també per una oferta de temporada, amb data de caducitat al dors.

Un exemple prou eloqüent d'aquesta precarietat el tenim en el procés de transformació del gestor cultural en programador. A mesura que s'ha anat escurçant la capacitat de projectar polítiques culturals a mitjà o llarg termini, la gestió ha anat esdevenint una pràctica tecnocràtica, com més va més autònoma d'uns continguts i objectius que no arriben a formular-se. Si en un principi es tractava de gestionar uns recursos organitzatius, humans i financers per assolir fites d'una certa ambició, ara, en canvi, es tracta d'assegurar que les caselles del calendari estiguin ocupades amb una activitat o altra sense que importi gaire la seva naturalesa. El "programador" ja s'ha desinteressat completament dels objectius finals i, encara més, pot fer la seva feina sense que aquests objectius hagin existit mai. Aquest camí sense tornada culmina quan la programació també es desentén dels recursos i es limita a garantir una densitat d'esdeveniments distribuïda en el calendari i en els espais disponibles.

La transformació de la gestió en programació es manifesta molt clarament en el funcionament d'alguns centres culturals. Els cen-

tres culturals que van néixer amb l'aspiració de ser vivers de noves propostes actuen ara com a entitats dedicades a "acollir" i a difondre iniciatives diverses que presenten com a produccions pròpies. En aquest model de gestió, la preocupació per la qualitat de les propostes i per la seva capacitat d'incidència queda relegada. L'èxit es mesura per la quantitat d'esdeveniments programats, per la quantitat d'espais utilitzats, per la quantitat de col·laboradors implicats, per la quantitat de presència mediàtica i, finalment, per la quantitat de públic convocat. Amb aquest creixement aparent, no tan sols es renuncia a generar iniciatives per especialitzar-se en la difusió, sinó que amb el paper ordenador i concentrador que exerceixen els centres culturals pot ser un sistema de vampirització de les energies pròpies d'un teixit cultural més horitzontal i heterogeni. A la llarga, aquesta uniformització d'espais, formats i recursos de difusió no és gratuïta: obliga a una relació de fidelitat dels productors culturals independents amb les institucions, genera un clientelisme de serveis que compromet la realització de les iniciatives i estableix unes condicions de treball per sempre precàries.

Els efectes de la precarietat cultural arriben, també, al món de l'ensenyament. Però hi ha un factor que actua de fre i esmorteïx l'impacte directe d'aquest efecte. El món de l'ensenyament està obligat, per principi, a pensar en terminis més dilatats que el del festivalisme dominant. La durada de la carrera, els canvis en els plans d'estudis, les previsions de transformació dels mitjans d'intercanvi cultural i laboral, etc., demanen uns altres ritmes i un establiment d'objectius i fites que van més enllà de les conjuntures particulars. En el camp de l'art i del disseny, no hi ha dubte que aquest fet explica la discreció mediàtica en la qual se situen les escoles i, sovint, certa dificultat d'entesa amb el món de la gestió cultural que, cada cop més, exigeix uns resultats immediats, televisibles i susceptibles d'inauguració i banderoles al carrer, uns resultats que, des del punt de vista educatiu, són sovint irrellevants, a no ser que es prenguin com a pràctiques de supervivència en entorns dominats per la precarietat cultural.

## Museu imaginari

### Llum de carbur de Joan Miró Albert Ràfols-Casamada

Albert Ràfols-Casamada, actual president de la Fundació Eina, proposa incorporar al Museu imaginari l'obra *Natura morta II (Llum de Carbur)* de Joan Miró. En aquesta obra de transició, Miró manté part del detallisme obsessiu de *La Masia* de 1921 i s'endinsa en noves recerques expressives que el portaran, el mateix any 1923, a *Terra Llaurada*.



He escollit aquesta obra de Joan Miró de l'any 1923 com a exemple del que podríem dir-ne "realisme abstracte". Es tracta d'un quadre de 38 x 46 cm, és a dir, d'un format bastant reduït, acuradament treballat. Cromàticament i estructuralment és d'una gran sobrietat. El contrast dominant s'estableix al fons, segurament la superfície d'una taula, entre una forma geomètrica trapezoidal de tonalitat més lluminosa, d'un ocre rogent, i el fons pròpiament dit, d'un gris verdós. Tant l'una com l'altra són superfícies de color totalment planes. Sobre aquest fons apareixen les figures superposades sense projectar cap mena d'ombra. Són tres objectes; el més fàcilment identificable és el llum de carbur que dona títol al quadre. El seu protagonisme és indubtable, a la qual cosa ajuda el tractament volumètric amb un discret clarobscur. Els altres dos objectes fan d'acompanyants i atrauen l'atenció cap al llum. L'element de l'esquerra, minuciosament treballat, estableix una mena de contrapunt en el diàleg entre els altres dos. Els tres elements determinen un triangle que se superposa a la forma trapezoidal que es constitueix com a base de la composició. És un Miró allunyat dels signes més característics del seu repertori més conegut. Però la intensitat i el rigor d'aquesta obra crec que la fa digna de pertànyer a aquest museu imaginari.

## Breu

### Gorka Aizpurua guanya el concurs de la mascota de la nova línia de metro.



El Departament de Política Territorial i Obres Públiques va convocar un concurs entre els estudiants de les escoles de disseny de Catalunya per trobar la mascota de la Línia 9. El jurat estava integrat per representants de les federacions d'associacions de veïns de Badalona i L'Hospitalet de Llobregat, el president del FAD Juli Capella, publicistes, dissenyadors i dos represen-

tants de la Generalitat. S'hi van presentar 52 candidatures que optaven a dos primers premis. Finalment, les dues candidatures guanyadores són obra del mateix dissenyador, Gorka Aizpurua, estudiant d'Eina, Escola de Disseny i Art. El jurat ha valorat la idea d'unió de les persones dels dos extrems de la línia, el Besòs i el Llobregat, i el seu aspecte modern i innovador.



## Actualitat de la gestió del disseny: entre potenciar la innovació i minimitzar el risc

Jordi Aguilar, Ricard Badia, Elisabet Juan, Javier Nieto.

Seguint amb la sèrie iniciada en el número vint-i-u del Plec amb l'objectiu de fomentar un debat sobre la situació actual de diferents sectors del disseny, la conversa d'aquest mes ha reunit a Jordi Aguilar (JA), Professor d'Estratègia i gestió del disseny; Ricard Badia (RB), professor de Disseny Editorial; Elisabet Juan (E), professora de Direcció i gestió del disseny; i Javier Nieto (JN), Professor d'Estratègia i gestió del disseny. La conversa, de la qual reprodueix un fragment ha estat moderada i transcrita per Oriol Pibernat (OP) i Octavi Rofes (OR).

**JA** És molt difícil trobar la convergència entre disseny i gestió empresarial. ¿Des d'on es pot abastar aquesta doble vessant?

**JN** Sovint es confon *design management* amb *design and management* i no haurien de ser el mateix. No es pot entendre el disseny com un servei a l'empresa, al contrari s'ha de considerar el disseny com un element constituït tant de la indústria com dels serveis.

**OP** Si les escoles de disseny formen professionals per treballar al servei de l'empresa i les escoles empresarials no més formen executius per ocupar càrrecs en empreses preexistents, es planteja un problema: qui forma emprenedors?

**EJ** Potser des de les escoles no es fa prou pressió a favor de la iniciativa, tenen massa prestigi els perfils tecnocràtics. Si més no, això és veritat pel que fa als estudis d'empresarials.

**JA** El nom ja ho diu tot: escoles d'administració d'empresa, no de creació d'empresa.

**JN** Si, sembla com si la figura realment important fos la de l'assessor, quan en realitat l'assessor és una figura sempre conservadora; la posició de l'assessor és molt clara. Un assessor dient: "Jo no ho faria" deixa de tenir problemes. El grau de compromís que es demana a un assessor és massa baix.

**RB** Això forma part d'una cultura empresarial que penalitza el risc per evitar l'error, l'angoixa per evitar l'error, que està socialment sancionat, dificulta que s'adoptin actituds emprenedores.

**OP** Així sembla que hi ha dues maneres de gestionar el disseny: gestionar-lo únicament amb l'objectiu d'evitar l'error i adoptant fórmules estereotipades o gestionar-lo per tal que aportí innovació, acceptant el risc de l'error.

**OR** En aquest sentit, sovint es diu de l'estudiant de disseny que no té una actitud prou "realista", en el sentit que li costa adaptar-se a les demandes del client. Però jo més aviat veig el contrari. Veig que es promou, des del *management* i des del professionalisme, una actitud acomodaticia i molt poc emprenedora.

**JN** Projectar és precisament mesurar el risc. I potser allò que passa és que sovint els estudiants ho obliden. El disseny s'ha de fer des d'una reflexió aprofundida sobre la font del valor.

**JA** Tornant a la idea de *design and management* és interessant observar com les societats entre un soci dissenyador i un soci format a una escola de negocis han acabat tenint problemes. La causa és que per a algú format en una escola de negocis, el disseny no deixa de ser una cosa massa estranya i el mateix passa amb la gestió: vista amb els ulls d'un dissenyador també és difícil que s'acabi d'entendre el seu paper i què pot realment aportar.

**JN** Jo tinc molt clar que un gestor incompetent en temes de disseny és simplement un gestor incompetent, un gestor que tampoc té clara la cadena de valor. Evidentment és molt difícil avaluar els efectes d'una determinada estratègia de disseny sobre el consum, les tècniques convencionals de mesura no serveixen, cal tenir un olfacte especial. El disseny està relacionat amb els intangibles i, com altres intangibles, es fa difícil mesurar resultats en termes quantitativus.

**OR** I les dificultats per a aquesta avaluació estan relacionades amb el fet que no existeixi una crítica del disseny consolidada i amb uns canals estables?

**JN** Efectivament, la crisi de la crítica està estretament lligada amb la crisi de la gestió. La manca de crítica del disseny demostra que no hi ha cap-citat per al coneixement abstracte del valor.

**OP** Segurament és a causa d'aquesta dificultat que les correccions de projectes o productes, sigui a les escoles, en els jurats de concursos o en les relacions amb els clients, són un exemple de l'absència de paràmetres de crítica. L'estudiant o el dissenyador veu la crítica externa com una censura al seu projecte, però, d'altra banda, el client tendeix a pensar que, en aquest camp, tot és opinable i fins i tot arbitrari. Per desfer aquest malentès, les escoles de disseny tenen un paper important.

**RB** Però tampoc haurien de deixar de banda la formació en temes empresarials que potenciar la capacitat en estratègia o en coneixement del mercat, de manera que aquests coneixements influeixin sobre altres assignatures.

**EJ** En aquest sentit, és important no oblidar quina és l'estructura empresarial local, dominada per petites empreses generalment orientades al mercat interior. El món del disseny també presenta el mateix panorama: estudis petits amb moltes dificultats o amb poca voluntat per plantejar-se

arribar a tenir una estructura que els permeti integrar-se en els circuits internacionals. És a dir, en el camp del disseny tenim un potencial creatiu important, però un estructura empresarial débil.

**OR** ¿I com s'explica que els joves dissenyadors optin per integrar-se o per formar estudis petits i que hi hagi un cert rebuig per treballar en agències o estudis grans?

**RB** Potser perquè pensen que en una estructura gran el projecte serà menys "seu", perdrà autoria i control sobre el resultat final. Com deia abans l'Oriol, el problema és que la correcció, o les aportacions dels altres, es veu com una censura. No s'entén que aquests processos poden enriquir el projecte.

**OP** Però també passa sovint que el fet d'integrar-te dins d'una gran estructura comporta una renúncia real per evitar no haver ser víctima de la paradoxa: "et contracto perquè tens idees pròpies i t'acomio perquè aquestes no són les meves idees".

**JA** Està clar que dins d'un estudi gran el projecte dona més voltes i cal reconèixer que això, mal plantejat, pot produir una tendència a l'empobriment, a eliminar les idees més innovadores, a buscar resultats que eliminin riscos i siguin acceptats sense problemes. Però no ha de ser sempre així. Si s'aconsegueix una dinàmica fluida de comunicació entre els agents que hi participen, el projecte sol sortir-ne enriquit.

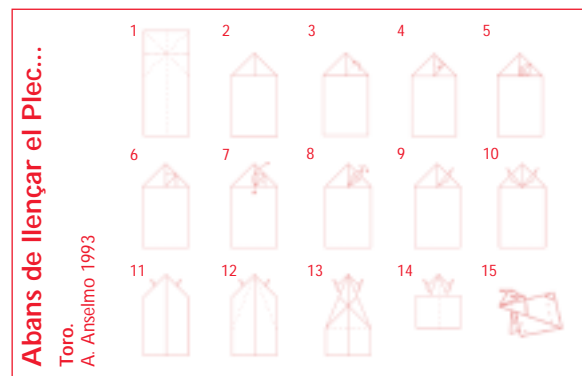
### Breu

#### Recordant a Maria Antònia Pelauzy Viñals

A principis del mes de juliol d'enquany va morir Maria Antònia Pelauzy, persona activa i polifacètica que va impulsar i col·laborar en diversos projectes culturals entre els quals es troba Eina. Maria Antònia Pelauzy pot ser recordada per múltiples raons culturals, polítiques i personals, ja que sense renunciar a la discreció va contribuir a teixir una trama de relacions i complicitats entre idees i persones molt diverses.

A Eina hi va ser present com a professora en els moments de fundació de l'escola l'any 1967. Més tard, va impartir classes al seminari "El cicle costumista", durant el curs 1979-80, i a "El disseny i la moda" durant el curs 1988-1989. Com a especialista i difusora de la cultura popular, Maria Antònia Pelauzy va publicar articles i llibres i, de manera destacada, va ser l'ànima de *Popular*, una botiga del carrer Montcada avui desapareguda. *Popular* als anys setanta va ser més que un lloc de compravenda d'artesanaria. Espai per a curiosos i conversadors en general, per amants del casc antic de Barcelona (quan era desconegut fins i tot pels mateixos barcelonins) o per apassionats en la cultura material dels pobles, *Popular* va multiplicar l'interès per les artesanies, l'etnografia i el disseny popular.

No obstant, el mèrit de Maria Antònia Pelauzy no consisteix tan sols a impulsar aquest redescobriments de la cultura popular sinó a saber-lo relacionar amb altres col·lectius i interessos amb els quals també estava estretament vinculada. El món del disseny i de l'art n'és un ja que, a banda de les seves col·laboracions amb Eina, també va participar activament en el Foment de les Arts Decoratives. El seu activisme cultural s'ha deixat sentir així mateix en el camp del teatre i de les activitats parateatral. Maria Antònia Pelauzy, que havia participat en els primers passos del teatre independent català, va col·laborar estretament en els últims anys amb els projectes de l'Espai Brossa i la Fundació Joan Brossa.

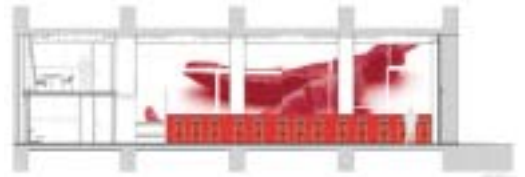
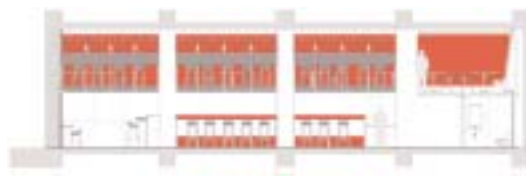


### Chilli, bar de tapas Laura Pérez

Chilli és un Projecte Fi de Carrera de l'itinerari de Disseny d'Interiors de la estudiant Laura Pérez tutoritzat pels professors Antoni de Moragas i Ramon Pintó. El projecte ha estat presentat a la convocatòria de Juliol de 2003 i el tribunal format per Ínigo Correa, José Emilio Hernández Cros i Cristina Subias, li ha atorgat la qualificació d'Excel·lent.

Chilli es un proyecto de bar de tapas situado en los bajos de un edificio de oficinas en Via Augusta esquina con la calle Bosch. Consta de planta baja y altillo, aprovechando la doble altura que me ofrecia el local para así aumentar la superficie hasta 225 m<sup>2</sup> y conseguir una capacidad para 75-100 comensales. El local se caracteriza por una linealidad muy marcada a consecuencia de su estructura basada en pilares de 70 x 70 cm, con los que se intenta romper con los desplazamientos de unos bloques independientes que están tanto en la planta baja como en el altillo. Esta idea de rotura-franja no sólo se ve reflejada en planta sino que también en sección, ya que se aprovecha la verticalidad de los pilares para romper la visión continua del altillo, la planta baja y también en el falso techo. En la planta baja tenemos la entrada, que se realiza por la fachada principal, la zona de trabajo (cocina/almacén, zona de preparación de tapas y el bar), servicios y barras para comensales. Mientras en el altillo encontramos un módulo de servicio y una zona para comer, con la opción de mesas o barras. El acceso al altillo se realiza a partir de un cuerpo de escaleras en la planta baja que hace de puente, al unir dos ambientes distintos, uno de comida rápida (como consecuencia del mobiliario, barras-taburetes) y otro más relajado, íntimo. Las dos plantas están unificadas por los materiales (hormigón

fratasado, madera laminada, placas de cartón-yeso, pintura plástica, madera multicapa...) pero también por el mobiliario. Tanto la utilización de materiales, de colores como imágenes intenta romper con la idea tradicional de "Bar de Tapas".



### Biblioteca

#### Peter Bil'ak i Dot Dot Dot

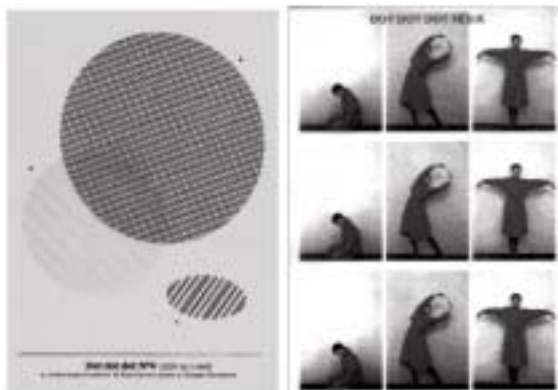
El passat 23 d'abril, en el transcurs de la sessió inaugural del curs avançat de tipografia De la Creació de la lletra a la maquetació que coordina Enric Jardí, Peter Bil'ak va definir el dissenyador gràfic principalment com un lector i va presentar el conjunt del seu treball com un seguit d'exercicis de lectura. Aquesta definició no ens ha d'estranyar si tenim en compte que procedeix d'algú que, al marge de tenir un influent estudi de disseny gràfic i creació tipogràfica i de ser professor del prestigiós curs de postgrau de tipografia de la KABK de la Haia, als Països Baixos, ocupa també un lloc a la nostra biblioteca. Efectivament, el podem trobar com a coeditor, juntament amb Stuart Bailey, de la revista de disseny gràfic i cultura visual *Dot Dot Dot*.

*Dot Dot Dot* és una publicació independent, de periodicitat semestral, que es proposa com a objectiu ocupar el buit existent entre les revistes promocionals o de tendències i les publicacions que es regeixen per criteris i formats acadèmics. Aquest rebuig a la immediatesa de la moda d'una banda, i a la fredor de l'academisme de l'altra, fa de *Dot Dot Dot* un projecte singular amb una línia editorial prou marcada perquè els possibles col·laboradors tinguin una raó per publicar-hi en lloc de fer-ho en qualsevol altra revista.

A més d'editor, també podem trobar Bil'ak com a autor de diferents articles entre la col·lecció completa de *Dot Dot Dot* que es pot consultar a la biblioteca. Així, al número 1 Bil'ak signa un



Peter Bil'ak durant la seva conferència a Eina i cobertes dels números 4 i 6 de *Dot Dot Dot*



collage d'homenatge a la revista *Hard Werken*, que es va publicar a Rotterdam durant les dècades dels 70 i 80 i que s'ha convertit en un referent de les publicacions alternatives europees. Al número 2 es reproduïx un dels textos més coneguts de Bil'ak, "Underdesign, oversign and redesign", que havia estat la seva contribució a la 18a biennial de Disseny gràfic de Brno. Al número 3 Bil'ak presenta "Stereotypes on the street", una anàlisi de les variants nacionals en els pictogrames que representen figures humanes en els senyals de tràfic de diferents estats europeus, la sorprenent diversitat que es pot trobar en un element aparentment estandarditzat porta a una reflexió sobre com l'increment de la llegibilitat a través de la uniformització va associat a una pèrdua de riquesa en l'experiència. Al número 4, el tema de la diversitat cultural és tractat de nou a "Some Thoughts on Milan Kundera and Translation", un article sobre el sentit de la traducció en l'obra de Milan Kundera. I, finalment, al número 6, el darrer que fins ara ens ha arribat, hi trobem una breu però eloqüent crítica a l'ús del pastitx en tipografia a "History of a New Font". És evident que la lectura d'aquests articles permet fer un bon retrat d'un dissenyador per a qui el text és alguna cosa més que una taca de tinta.

**Tipomanía** Katrien Van Steen

Tipomanía és un Projecte Fi de Carrera de l'itinerari de Disseny Gràfic de la estudiant Katrien Van Steen tutoritzat pel professor Pere Alvaro i Alex Gifreu. El projecte ha estat presentat a la convocatòria de Juliol de 2003 i el tribunal format per, David Espluga, Pilar Gorritz i Nicolas Rosales, li ha atorgat la qualificació d'Excel·lent.

La Mina... Puede parecer un barrio como cualquier otro de Barcelona pero, desde la primera visita, se percibe una sensación diferente, extraña. Sé que todos los barrios de la ciudad tienen alguna característica propia, aun así, me pareció que La Mina, es todavía más diferente. Cuando visito el barrio, me siento observada. Parece que notan enseguida que no soy de La Mina. Es una sensación que ningún otro barrio de Barcelona me produce. La Mina tiene, de alguna manera, el carácter de un cierto gueto: existe una separación entre la gente de La Mina y la gente del exterior. Esta separación tiene su raíz histórica. En los años 60, principios de los 70, en la playa, justo donde se sitúa actualmente el Forum 2004, existía un barrio de barracas y caravanas. Se llamó, el Camp de la Bota. En estas barracas vivía una mayoría de gente andaluza y una minoría de familias gitanas. Conoci a una persona que nació allí. Me explicó que nadie entraba en el barrio: ni policía, ni gente del exterior. Era una época de vida difícil y de enorme pobreza. En los años 70, el Ayuntamiento de Sant Adrià del Besòs decidió el traslado de la gente del Camp de la Bota a unos edificios construidos en la zona que hoy conocemos como La Mina. Allí es donde empezaron los problemas de verdad. Los ocupantes de los nuevos pisos no solamente fueron la gente del Camp de la Bota, sino también otras familias barraquistas de otras zonas de Barcelona: Can Tunis, La Perona, Montjuic, la zona del hospital de San Pablo, etc. La población actual de La Mina cuenta con unas 16.000 personas, el 35% son gitanos. Desde entonces, el barrio ha conocido muchas etapas conflictivas: problemas de delincuencia, de drogas, de basura por todas partes, de falta de civismo, de carreras de coches nocturnas, etc. A mi modo de entender, muchos de estos problemas surgieron por la convivencia de las familias gitanas con las no gitanas (payos). Tienen su propia ley que regula y domina con fuerza la vida tribal. No importan ahora los detalles de la vida de gitanos y payos; lo que sí realmente importa es la convivencia entre estas dos estructuras.

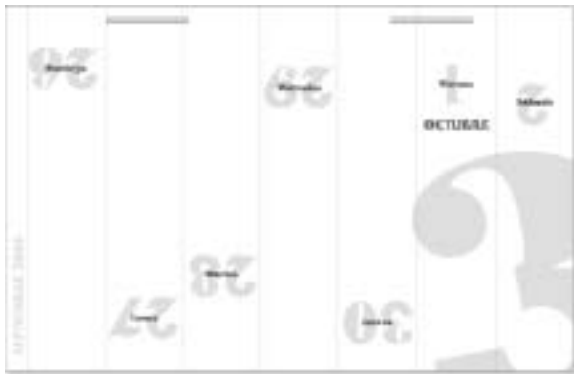


En la Mina existe una tercera estructura que no es propiamente ni una ni otra. La Mina tiene ese doble carácter: es una estructura social nacida de la superposición de dos estructuras diferentes. En su libro Culturas Híbridas, Néstor García Canclini habla de procesos de hibridación. Su definición es: "Entiendo por hibridación procesos socioculturales en los que estructuras o prácticas discretas que existían en forma separada, se combinan para generar nuevas estructuras, objetos y prácticas." La palabra híbrido se utilizó inicialmente con referencia a la biología: cuando una especie nace de dos padres genéticamente diferentes se habla de un híbrido. En teoría, un híbrido podría ser un jirafante, como especie nacida de una jirafa y de un elefante. García Canclini nos explica cómo el término se extendió a otros campos como la lingüística, la música, la informática, etc. En el mundo del automóvil, por ejemplo, se habla de un coche híbrido cuando el mismo vehículo sirve para circular por tierra y para navegar sobre el agua. En el mundo de la informática un híbrido es, por ejemplo, un programa o una aplicación que se puede utilizar tanto para PC como para Mac. En el caso de la lingüística se utiliza la palabra Spanglish para indicar el idioma que se produce al cruzar el spanish y el english.

Para mi proyecto, elegí como punto de partida el carácter híbrido de la Mina. No es un barrio que pertenezca a los gitanos, ni tampoco a los payos. Las leyes que dominan son simultáneamente las gitanas y las que rigen en la ciudad de Barcelona. Las costumbres son de ambos lados. Existen muchos y variados problemas. No sé la solución. No creo que se trate de integrar la Mina al resto de Barcelona porque a mí me parece que la integración tiene su precio: adaptarse al sistema significa perder la identidad. O ¿hay esperanza de que algún día Barcelona se deje atraer por otros sistemas? Tengo mis dudas.

Empecé con la idea de hacer un libro sobre La Mina. Obviamente quería diseñar un libro híbrido. ¿Qué es realmente un libro híbrido? Un buen ejemplo es el boogazine de ACTAR –un híbrido obtenido de un libro y una revista (book / magazine). Decidí entonces crear un híbrido con un libro y un catálogo de tipografías. El producto se puede leer como un libro pero, al mismo tiempo, se trata de un catálogo de tipografías híbridas. Hay varias maneras de clasificar una tipografía como híbrida. Una manera es la creación de una letra cortando y pegando trozos de dos o más tipografías ya existentes. O combinar una familia serif con un palo seco en una tipografía, o mezclar una familia rounded con una de palo seco, etc. Finalmente, decidí yo misma crear una tipografía híbrida. Decidí combinar dos tipografías contrastadas: una es la 'DIN' (la más estandarizada en Alemania) y la otra es la 'Boulevard', una familia poco conocida. Las curvas finas de la 'Boulevard' contrastan con los palos gruesos y rectos de 'Din'. Se llama 'Minetype': mi tipografía y la tipografía de la Mina. Cada capítulo de mi libro/catálogo presenta una de estas tipografías utilizando textos sobre La Mina... Pero aquí no se acaba el proyecto. Tenía la idea de crear un híbrido entre un libro y algún otro objeto. Pensaba en una lámpara: un libro que da luz y una lámpara que se puede leer... Una buena idea, pero finalmente me pareció bastante lamentable crear un objeto tan sofisticado y, en consecuencia, caro, fuera del alcance de la gente de La Mina. Finalmente, decidí crear un híbrido entre un libro/catálogo y un calendario. El producto es relativamente barato: se utiliza una sola tinta y la encuadernación requiere solamente unos enganches sencillos. Para las tapas escogí un material de construcción barata: la madera falsa, pegada sobre un trozo de cartón. El objeto se puede leer por un lado como un libro y por el otro lado como un calendario.

Mi proyecto se define como un libro/catálogo/calendario. Sé que he creado un producto ambiguo. Pero, para este proyecto, no me importa la ambigüedad. He creado un híbrido tan complejo y tan ambiguo como la Mina misma.



## Homenatge a Achille Castiglioni Ariadna Fàbregas, Maria Maggi i Miriam Suso

Dins la programació *Bticino Design, col·loquis i mostres a l'entorn del producte*, comissariat per Joan Abelló Juanpere, el passat 12 de juny es va inaugurar la instal·lació *A Castiglioni* a la Galeria FAD. D'aquesta instal·lació en són autores les estudiants de l'itinerari de Disseny de Producte Ariadna Fàbregas i Maria Maggi, junt amb Miriam Suso de l'itinerari de Disseny Gràfic. El muntatge va ser coordinat per Lluís Cuatrecasas, professor de *Tècniques de representació*. Reproduïm un fragment de la memòria del projecte



Achille Castiglioni (1918-2002), arquitecte i dissenyador industrial, va col·laborar en diverses ocasions amb l'empresa *Bticino* com a dissenyador dels seus estands. Amb motiu d'aquesta col·laboració *Bticino* ha proposat com a punt de partida del muntatge l'homenatge a aquest gran creatiu del segle XX.

Tenint en comte la doble vessant del treball de Castiglioni, com a dissenyador d'espais i com a dissenyador industrial, però centrant-nos, sobretot,

Finalment, la llum és utilitzada per a delimitar recorreguts i subespais, però també per a suggerir diferents atmosferes, punts de tensió i textures.

Hem volgut fer una al·legoria a la creativitat de Castiglioni construint un gran volum que, com impulsat per la seva llum interior, sembla que estigui creixent i vagi envaint l'espai que ocupa. L'organicitat de la forma resultant contrasta amb la rigidesa geomètrica de les peces que han servit d'elements constructius bàsics.

El volum i la seva relació amb l'espai s'ha articulat fent ús del llenguatge de Castiglioni. S'ha partit de formes geomètriques que, funcionant com a mòduls, construeixen un volum escultòric. S'esdevé, d'aquesta manera, un canvi d'escala i, per tant, un canvi en la percepció de l'espai on s'ubica la peça.

Fem referència d'una forma més directa al treball de Castiglioni exposant una sèrie de plànols de l'autor. Aquests són els plànols d'algunes de les peces més emblemàtiques del seu exercici com a dissenyador industrial, però també d'alguns estands que Castiglioni va fer per *Bticino*. Els plànols s'apliquen sobre el vidre, prenen com a fons el color taronja de la peça i estableixen una relació entre l'original i la nova forma creada a partir de l'aplicació d'un mateix procés de treball. El taronja, que és un dels colors corporatius de l'empresa *Bticino*, serveix de punt d'unió entre l'empresa i el dissenyador.

en la seva manera de tractar l'espai, ens hem apropiat del seu llenguatge reinterpretant-lo i adaptant-lo a les característiques del nostre projecte.

D'una banda, Castiglioni transforma la percepció de l'espai a través de la creació de noves perspectives, canvis de nivell i canvis d'escala. De l'altra, crea composicions quasi escultòriques mitjançant la unió de diferents objectes o fent ús de la repetició modular.



## Festa Fi de Curs 2002-2003 "Perdona... faig tard"

Amb el nom "Perdona... faig tard!" es va realitzar la festa fi de curs 2002-2003 el dijous 26 de juny. Aquest any, l'abillament de la festa tenia per motiu els coneguts contes de Lewis Carroll *Alicia al país de les meravelles* i *Alicia a través de l'espill*. Les instal·lacions es basaven en el concepte general elaborat per Verònica Navarro, guanyadora d'un concurs entre alumnes que havia estat organitzat per aquests mitjançant la comissió de delegats. En la concreció i realització també hi van participar alumnes de l'assignatura de *Disseny de Jardins* del professor Manel Colominas. A la festa s'hi trobaven referències al servei de te, als fongs, a les cartes, als escacs entre d'al-

tres motius del món d'Alicia i es va comptar amb l'actuació del mag Hausson i d'alumnes dj's pel que fa a la música.



# TETENAL

spectra<sup>jet</sup>

### Papers ink jet

- Acabat mat per imprimir dues cares
- Acabat mat una cara brillant a l'altra
- Acabats brillant mat d'alt gramatge
- Papers de barba de tela
- Formats A4, A3, A3+ A2

Premis: Dima, Ipa, Color Foto, test Sieger, Computer Bild i Foto-Masters, entre d'altres.

Tel. 93 877 62 20  
e-mail: [at.clientes@tetenal.es](mailto:at.clientes@tetenal.es)  
[www.tetenal.com](http://www.tetenal.com)

Identidad corporativa  
packaging  
publicaciones institucionales  
i empresariales

# JMGARROFÉ DISSENY

Nipols, 237 - 08013 Barcelona  
Teléfono 93 208 98 98  
Fax 93 208 15 31  
E-Mail [jmg@garrofe.com](mailto:jmg@garrofe.com)

# EPSON®

<http://www.epson.es>

