Tortosa també
Tortosa també hi és al món del disseny?

Pel que recordo d'altres anys, els articles o col.laboracions del Programa de Festes solien ser al.legories a la Mare de Déu de la Cinta, a Tortosa "Ciutat famosa", o temes d'història relacionats amb la ciutat i els seus personatges més significatius a judici dels qui escrivien. O sigui, temes que —amb tots els respectes— tenien un caire costumbrista o tradicionalista.

Es per això que em quedo una mica tallat davant del paper, quan em disposo a escriure un article sobre el tema "disseny" per al Programa de les Festes de la Cinta.

Els arguments que m'han donat per fer-ho —els qui m'ho han demanat— em semblen vàlids... ¿Per què no escriure sobre coses actuals i útils a un Programa de Festes?, àdhuc al contrari em sembla molt bé, ja que és un vehicle de comunicació, que —almenys durant una setmana—, serà diàriament consultat per la majoria dels ciutadans, i probablement, quan el consultam per fer la programació del dia, o mentre esperam l'hora d'anar a algun indret per participar en l'acte escollit, tot fullejant el Programa de Festes, potser donaran un cop d'ull a l'article que ara estic escrivint.

Si més no, em sembla oportú fer una aportació escrita, com acció complementària a l'exposició "Tortosa també hi és al món del disseny", que romandrà oberta tot el mes de setembre.

Però, tenint en compte el caràcter popular i festiu d'aquesta publicació, intentaré tractar tan sols dels aspectes més generals, deixant de banda les polèmiques sobre funcionalisme, simbolisme, i post-modernisme, que avui per avui, són la base de les discussions entre els especialistes del ram.

Em fa molt respecte teoritzar, prefereixo parlar del que crec que sé, com a conseqüència de les experiències viscudes. Fa més de vint anys que em dedico a l'ofici de dissenyar i seguiexo pensant que aquesta feina és una activitat professional, que té com objectiu el pre-determinar les característiques "formals o estètiques", "funcionals o útils" i "técnico-comercials", d'un futur producte industrial.

La feina de dissenyar consisteix en analitzar primer el problema que es vol resoldre, i en desenvolupar després la documentació necessària —projecte industrial i gràfic—, que servirà per a l'estudi econòmic de viabilitat, la fabricació, la promoció i comercialització del producte dissenyat.

Això ho considero quasi una definició i a la vegada una justificació de l'existència de l'ofici de dissenyador.

L'evolució de la nostra cultura, al llarg del temps, ha estat acompanyada per la producció, en principi artesanal i després industrial, de les coses que es necessitaven per treballar —eines—, i per fer habitables els espais construïts —mobiliari—.

Antigament, els mateixos artesans que feien les coses amb les seues mans o ajudats per eines senzilles, deien quina forma li donarien al producte, d'acord amb l'encàrrec rebut o el seu propi enteniment i experiència, la relació creador/producte i producte era molt íntima i equilibrada. El pensar i fer, ens simultani.

Així mateix, la relació entre la forma i l'estructura de l'objecte, mentre s'anava fent, era directa amb el pensament del responsable de la forma i funcionalitat final. Aquest mètodes de treball va permetre una pausada però constant evolució, tant de les formes com de les funcions, d'una manera coherent i paral.lela a l'evolució cultural, avalada per l'experiència acumulada i controlada pel mateix artesà, que feia a la vegada de dissenyador i fabricant.

Amb l'esdeveniment de la revolució industrial —el segle passat—, es va iniciar la divisió del treball, ja no per oficis, sinó per especialitats, dintre del mateix ofici o per especialitats projectuals o coordinadores de diferents oficis.

L'intent de simplificar em fa deixar coses al tinter. Cal aclarir que durant la llarga història pre-industrial d'havien format especialistes en arquitectura, enginyeria civil i bel.lica, feines que per la seua complexitat i alçada ja necessitaven una sub-divisió, entre els qui projectaven i els qui produien.

Però, fins arribar a la fabricació en sèrie de productes estandaritzats, no va haver-hi la necessitat d'especialistes amb capacitat de projectar productes, basats en diferents tecnologies simultànies i capaços de tenir una àmplia difusió dintre de mercats més amplis.

La producció de grans quantitats d'un mateix producte teòricament serveix per a millorar les prestacions, les qualitats tècniques i reduir el cost, cosa que no sempre succeeix. Però, la nostra societat està organitzada industrialment i comercialment d'aquesta manera i els professionals que participem en la cadena disseny-fabricació-producció-comercialització, hem de procurar aprofitar els avantatges del sistema establert i procurar que els seus defectes i deformacions afecten el menys possible els nostres dissenys.

Els productes industrials, per les seues característiques pròpies o per la seua comercialització i difusió, esdevenen "objectes" d'ús col.lectiu o privat, establint una relació —d'harmonia o de conflicte— entre les seues característiques formals i funcionals, que són la base de la permanent tensió entre els que proposen i els que disposen. O dit d'una altra manera, entre el que cal dir, per millorar la qualitat dels nostres equipaments, i entre el que es decideix que convé fer, per la bona marxa dels negocis, que com ja se sap, no sempre marxen bé. Segons la meua opinió, els negocis no sempre marxen bé perquè es solen prendre les decisions més pensant en el benefici immediat que en la qualitat dels productes i la consolidació d'una imatge empresarial prestigiosa i de confiança.

Jo crec que els dissenyadors hauríem d'estar més preocupats per donar als productes un alt "valor d'ús", o sigui, màxima utilitat i bon aspecte al mínim cost, i també crec que si la majoria d'empresaris pensessen així, d'altra manera els hi aniria.

Però, per l'experiència que tinc, la majoria d'empreses que he conegut —industrials o comercials—, amb les que no sempre m'hi he pogut entendre, estan més interessats pel "valor de canvi", allò que fa que un producte semble més bo del que és, o més car del que costa, aprofitant-se de la ignorància i sobretot de l'afany de presumir per la possessió de coses que aparenten luxe i "bon gust".

El món del disseny està en plena efervescència i és molt polèmic. D'una banda, hi ha una minoria de dissenyadors que projecten productes snobs, escultòrics i simbòlics, enfocats més a la seua capacitat sorprenent i ornamental que a la seua utilitat, i que tenen una bona acollida entre els que volen estar a l'última moda. D'una altra banda, una majoria de dissenyadors amb pocs escrúpols o poca capacitat racionalitzadora, es dediquen a donar "carn a la fera", en complicitat amb les empreses, que els contracten per omplir el mercat de productes plens de falsetats, iniciatives i ornamenta inútils, que tenen com objectiu aparentar el que no són, per satisfer les aspiràncies dels seus compradors, que també volen aparentar el que no són, imitant els que creuen que són, com ells voldrien ser.

Queda, però, al mig d'aquestes dues tendències una petita franja de mercat, on tenen cabuda uns productes que no tenen més pretensions que estar d'acord amb una estètica actual i donar satisfacció a una manera de viure senzilla i pràctica. Són productes als que no els manca res necessari per acomplir la seva funció i no els sobra res que no serveixi. Són productes que els podríem qualificar d'actuals i racionals, amb capacitat d'un simbolisme cultural discret però que no intenten enganyar aparentant el que no són i que generalment són ben acceptats per un sector de públic que vol viure tal com és, sense esperar l'admiració dels badocs, que aspiren a imitar la "jet-set".

El disseny industrial, però, no és un fet aïllat, ja que està compromès al bell mig de la problemàtica industrial i comercial.

Un bon projecte de disseny no és suficient per garantir un bon producte, si el seu esperit no és assumit per les parts industrials, comercial i promocional, simultàniament.

Personalment, tinc una llarga i amarga experiència sobre projectes de disseny objectivament correctes, que han fracassat per una inadequada acció empresarial, ja sigue a nivell de fabricació, no respectant les qualitats tècniques previstes, o a nivell de promoció, desculdant la qualitat o adequació de la imatge gràfica, i també a nivell comercial, al fer-ho d'una manera "barroera", anquilosada o inadequada a les característiques del producte.

Un professional del disseny —si no vol acumular masses disgustos—, a més de preocupar-se de la qualitat dels seus projectes, haurà d'escollir amb molta cura per a qui treballa, o sigue amb mans de quina empresa posa els seus dissenys.

Dissortadament, a l'Estat Espanyol —i la Nació Catalana no n'és una excepció, malgrat el seu tradicional progressisme—, hi ha molt poques empreses mentalitzades i preparades per tenir èxit, dintre d'un sector de mercat assabentat i exigent del que significa un correcte nivell de qualitat de disseny. Això és la causa de les nostres dificultats per competir en igualtat de condicions amb els productes dels estats més desenvolupats. Ens manca rigor i exigència amb la quotidiana superació.

Quan al davant dels nivells de qualitat, que un dissenyador responsable exigeix de l'empresa productora del seu disseny, rep com a resposta que està "carregat de punyetes", o que "no cal filar tan prim", perquè el public no se n'adona, és sinònim que l'empresa està carregada de deutes, per una gestió obsoleta, o que l'empresari està carregat de duros que no vol arriscar en fer evolucionar la seua empresa. L'ostentació econòmica privada d'alguns empresaris per enlluernar els seus amics, contemporània a la precària situació econòmica de les seues empreses, és ben simptomàtica de que la presumpció personal pot més que la responsabilitat empresarial.

Tortosa també...

¿Tortosa —i la seua comarca—, també poden integrar al món exigent i selectiu del disseny? Jo no ho sé. El que sí sé és que de les poques empreses que ho han intentat, quasi cap ha tingut l'encert o la perseverància necessària per assegurar-ho i dels professionals de l'arquitectura i decoració que ho intenten obstinadament amb molts esforços pocs han aconseguit obrir-se camí "contra corrent".

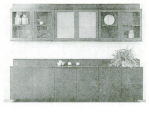
Gairebé tots els productes que es fan a la nostra comarca es podrien millorar amb l'aportació d'una actitud dissenyadora.

Començant per la imatge de Tortosa, com a centre comercial i de serveis, i del conjunt de l'extensa i rica comarca, com un indret privilegiat, amb extraordinàries qualitats geogràfiques, culturals i un potencial no exhaurit a nivell agrícola, industrial, comercial i turístic.

Estic convençut que no seria massa difícil millorar la presentació i promoció dels nostres productes agrícoles, fer més cu ngetitius els productes de les nostres indústries, augmentant el seu nivell tecnològic i actualitza nt la seua estètica, posar al dia l'aspecte i capacitat de servei dels establiments comercials i sobretot mantenint una activitat cultural vitalista i actual, com a suport d'una actitud general, progressista, absolutament necessària per a evolucionar al ritme europeu.

Tortosa també podria esdevenir una ciutat moderna, si els més progressistes del seus ciutadans portessen la iniciativa i no es deixessen acorralar pels conservadurístes recalcitrants.

Tortosa... també podria acabar sent una ciutat antiga i fossilitzada si llastimosament s'imposa el tan corregut "no fer, ni deixar fer".

Tortosa també hi és al món del disseny?... prou que m'agradaria, però... no ho sé, ... no ho sé.

Joan Antoni Blanc i Armengol
Dissenyador Industrial A. D. F. i ADI-FAD