

Mercats de vell, els nous museus de disseny

Sovint, comprem i regalem objectes que ens són presentats com a obres mestres del disseny i la tecnologia. Sovint, també, oblidem i arraconem aquests objectes al cap de poc temps, perquè en realitat no ens resolen gran cosa ni ens fan la vida més fàcil.

I sovint, també, anem als museus per observar obres mestres de l'art i del disseny. I la manera en què ens són exposats els objectes fan que els percebem com a símbols sagrats.

No sospitem, però, que hi ha dissenys de tota la vida, que fa segles o mil·lennis que funcionen, desafiant la revolució tecnològica i les més prestigioses escoles de disseny. Es tracta d'objectes arraconats, aparentment obsolets, veritables baules perdudes de l'evolució humana. El seu lloc és sovint el mercat dels diumenges, el dels trastos vells, i el preu no supera mai els 100 euros. Alguns, però, ocupen espais privilegiats a les corresponents seccions de disseny dels museus més prestigiosos del món, com el Museu d'Art Modern de Nova York (MoMA).

Proposo de sortir al carrer, un dia de fira, i redescobrir la història de l'enginy humà.

Un dels objectes més comuns que hi trobareu viu un cert *revival* en plàstic. Es tracta de la fantàstica font portàtil anomenada sífó.

Dos grans invents s'amaguen rere el sífó. D'una banda, l'aigua de Seltz, o la possibilitat de produir industrialment aigua carbonatada, el que condueix a la majoria de refrescos coneguts avui dia, i de l'altra, el disseny d'una ampolla capaç de convertir-se en font, valent-se de la pressió del gas.

Els principis de la fabricació artificial d'aigua mineral van ser establerts per Bergmann i Duchanoy el 1780. Al 1830, Barruel i Vernaunt crearen un aparell que podia regular la pressió del gas i produir aigua de Seltz en quantitats industrials. Hernann-Lachapelle i

Els populars mercadets que cada diumenge omplen les places del país estan farcits d'objectes i estris que ja formen part de la nostra vida. Elements quotidians, esdevinguts peces de col·lecció.

Glover, Mondolot i Guéret, perfeccionaren aquest aparell de producció contínua reduint-lo a un sistema poc voluminós. El disseny actual es va fixar a mitjan anys vint del segle passat.

Parlem ara d'un altre gran invent: la maquineta d'a-faitar. El jove emprenedor nord-americà King Camp Gillette (1855-1932) fundà la seva empresa l'any 1901 després d'haver patentat la primera maquineta d'a-

faitar amb una fulla d'un sol ús e dues plaques. Fins aleshores, la gent tenia una navalla que calia afilar sovint que exigia certes habilitats i riscos, o visitar freqüentment el barber. A partir d'aquest moment, els talls serien més profunds, i la fulla, recanviable, ja tant, sempre estaria esmolada. Es tracta del primer objecte produït a escala mundial, dissenyat per poder usar i llençar.

El model patentat es començà a fabricar, amb poques modificacions, l'any 1903, i durant la Primera Guerra Mundial es calcula que Gillette subministrà a l'exèrcit nord-americà 3,5 milions de maquinetes i 36 milions de

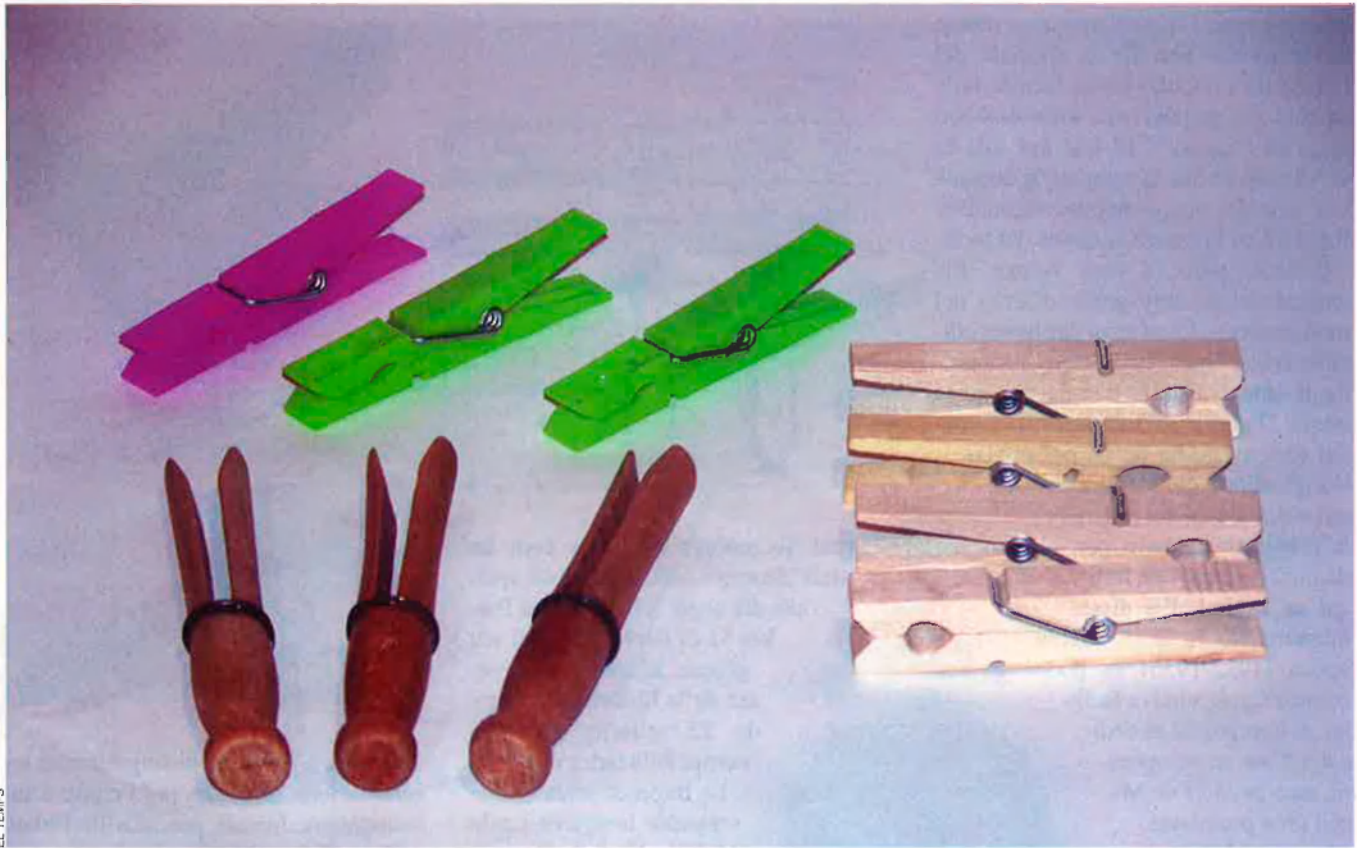
fulles. Investigacions contínues han perfeccionat aquest objecte fins a produir el sistema Sensor (1990), que presentava fines fulles munides sobre un recanvi giratori de plàstic, o el seu darrer producte, el Mach 3 de tripla fulla. Tant les fulles com les maquinetes originals es troben avui als nostres mercats de brocanters. I per als amants del nou de tripla fulla sempre hi ha imitacions de la primera Gillette, com la maquineta de la *Sierkultur*.

Però si el que ens interessa és un disseny que no ja de tota la vida, sinó que és gairebé etern, el cànitr s'enduen el premi.

El cànitr més afortunat que es conserva al Museu del Càntir d'Argentina data de 1600 abans de Crist. En canvi, la primera definició filològica de cànitr apareixerà el 1611 de la nostra època. En el seu diccionari filològic, Sebastián Covarrubias descriu el cànitr *botija* com un "*vaso de tierra ventrioso con la boca y el cuello angosto*".

Al 1994, els professors Gabriel Pintor i José Ignacio Zubizarreta





EL TEMPS

reta descobriren la “teoria del càntir”, una sèrie d’equacions que explicaven el perquè, a una temperatura constant exterior de quaranta graus, un càntir amb tres litres d’aigua baixava la seva temperatura fins a tretze graus mentre perdia lleugeres quantitats de líquid. El límit, però, se situa a partir de les set hores i mitja, quan el recipient ja ha perdut una sisena part del seu contingut. De fet, es tracta d’un genial mecanisme per refredar l’aigua gràcies a la lenta evaporació d’aquesta mateixa.

I una altra revelació: hi ha qui creu que la tecnologia punta és cosa dels militars. Mentida. Els ordes religiosos sempre han estat dipositaris d’un saber no tan sols místic, ans també pràctic. Tota religió es basa en la supervivència dels seus acòlits, però també a permetre una millor atenció als propis principis. I això es dona en un grau superlatiu en una secta que avui dia gairebé ha desaparegut.

L’any 1774 arribà a Nova York un nou grup de religiosos utòpics, els shakers, liderats per la “mare” Ann Lee. Aquesta secta es ramificà i augmentà en nombre durant 75 anys i a mitjan segle XIX havia aconseguit uns 150.000 prac-

ticants a tot Amèrica. Les normes dels shakers comportaven una estricta igualtat de sexes i un celibat no menys estricte, per tant, l’expansió d’aquesta secta mitjançant la sola conversió va representar la seva decadència i progressiva desaparició. Els shakers no refusaven les innovacions, fet que els diferenciava marcadament de grups més conservadors, com els amish. Tenien un notable enginy que els va permetre inventar una gran quantitat d’objectes, tan comuns avui que podem pensar que sempre han existit: la pinça d’estendre la roba, per exemple, l’escombra plana (que escombra millor que la tradicional rodona) i la rentadora. En resum, els aparells mecànics que estalviaven treball permetien alliberar l’ànima i deixaven més temps lliure per a l’oració. Els shakers foren els primers americans que establiren un vincle explícit entre la devoció religiosa i la tecnologia.

I un altre producte nascut als EUA, que n’és fins i tot emblema, és la Coca-cola. El color negre d’aquest xarop l’ha vist el món sencer. La seva ampolla —en

disseny anterior als anys vuitanta— és objecte d’un col·leccionisme gairebé fetitxista. I és que es tracta, a més a més, de la primera ampolla dissenyada per a cecs.

L’ampolla de Coca-cola neix arran d’un concurs proposat pels embotelladors i la companyia a diversos fabricants de vidre, l’any 1916. La companyia pretenia unificar les ampolles de vidre i distingir-se de les imitacions que li sorgien pertot arreu, des del moment de la seva aparició comercial l’any 1886. Alexander Samuelson de la Root Glass Company guanyà el disseny i l’ampolla contornejada tan característica de Coca-cola s’ha convertit fins als nostres dies en una de les icones més famoses i reconegudes del món. Malgrat tot, la llegenda atribueix la inspiració del disseny a un error d’un ajudant de Samuelson, Earl Dean, que va confondre un dels ingredients que compon el refresc. Buscant la inspiració per fer-ne el disseny, va consultar els ingredients a l’*Enciclopèdia Britànica* i quedà fascinat pel contorn del fruit del cacau. Realitzà un primer esbós sense



adonar-se que l'ingredient que realment havia format part de la fórmula del refresc més popular havia estat la fulla de coca –en anglès, *coca* sona semblant a *cocoa* (“cacau”). El que tan sols és verificable és que la companyia demanà una ampolla que es pogués reconèixer fins i tot en la foscor, a través del tacte.

Tornem, però, a casa nostra. Els amants del disseny gràfic d'arreu del món coneixen Catalunya per haver editat la revista més cosmopolita i formalment atractiva de la dècada dels anys trenta: *D'ací i d'allà*. Qualsevol història del disseny gràfic no en pot obviar l'originalitat i qualitat, basades en

atrevides maquetes en què la fotografia manava per damunt del text, i un relligat en espiral. Els disset números de la seva tercera època (1932-1936) es poden comprar amb relativa facilitat, si exceptuem el dedicat a l'art contemporani, amb *pochoir* de Miró i preu prohibitiu.

I, per acabar, un producte fetitxista: la ploma. Eina d'escriptura indiscutible fins que, a mitjan anys cinquanta del segle XX, irrompé el bolígraf, és encara emprada per signar documents en ocasions especials, i col·leccionada per amants de gratar la pell del paper.

Considerat pel Museu d'Art Modern de Nova York (MoMA) i l'Ins-

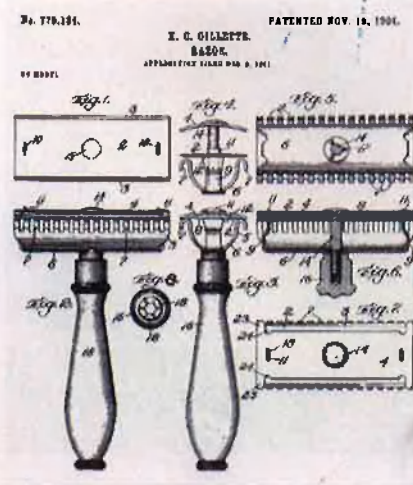


EL TEMPS

titut Tecnològic d'Illinois com un dels dissenys industrials més receixits del segle XX, la ploma Parker 51 és també, dins del seu gènere, el model més venut de la història, amb més de 12 milions d'unitats comptabilitzades el 1953.

La llegenda situa el dissenyador hongarès Lazlo Moholy-Nagy en l'origen de les formes de la 51. Professor de la mítica escola Bauhaus, a Alemanya, es veié forçat a emigrar davant l'avanç del nazisme. En instal·lar-se a Chicago, fou ajudat per l'alumne Robert Brownjohn en el desenvolupament d'una ploma que seguís la filosofia d'obsolescència artificial.

Al mateix temps que el disseny avantguardista



en forma d'avió, cal distingir també innovacions aportades per l'equip d'investigadors format per Marlin Bak Milton Pickus i Galen Saylor: la t. Superchrome, que s'assecava ràpidament per absorció –fins a aleshores principal problema de les plomes–, dipòsit de Lucite –un plàstic resistent a la corrosió del crom de la tinta, emprada a les torretes dels avions de combat el plomí carenat.

Acabat el seu desenvolupament el 1939, amb unes despeses astronòmiques d'investigació –12.000 dòlars– la ploma fou batejada en honor al 51è aniversari de la fundació de la companyia

Ricard M.

CINES BABEL
Fra Lluís Colomer, 4 Acc. - València

CRASH

de Paul Haggis

Si presents aquesta butlleta tindràs el següent preu especial:

Si ets subscriptor d'EL TEMPS :
4,40 € De dilluns a dijous
i 6€ cap de setmana.

La compra a través d'aquest butlletí de pagament.

Si ets lector d'EL TEMPS:
5,60€ de dilluns a dijous