

*En diálogo con Peter Saville:
La música, el diseño y los
escenarios de la posmodernidad*

Seminario:

*Crítica y Hermenéutica de los
productos culturales*

Profesor:

MELE, Jorge

Alumna:

ALMEIDA, Marta

Maestría en Diseño Comunicacional (diCom)

—Segundo año

*Facultad de Arquitectura, Diseño
y Urbanismo, Universidad
de Buenos Aires (FADU/UBA)*

—septiembre 22, 2009

[info@martaalmeida.com]

En diálogo con Peter Saville: La música, el diseño y los escenarios de la posmodernidad

Indice:

- *Aprendiendo de Manchester* / 01
- *Música y revival* / 04
- *Restricciones para mirar hacia atrás* / 09
- *El diseño después del revival* / 11
- *Bibliografía* / 15

Aprendiendo de Manchester

1. Estos músicos ingleses (en su mayoría) y norteamericanos, muchos de los cuales siguen activos en la actualidad, irrumpieron en la escena musical de los años setenta y principios de los ochenta, inspirados por el pop y la música punk.

2. Parte de las ideas planteadas en este trabajo fueron desarrolladas en un texto preliminar publicado en el Suplemento *dni. Revista de Diseño Nacional e Internacional*, del Diario *Clarín*, publicado en mayo de 2008.



La Factory a fines de los años setenta. Tony Wilson (ideólogo de la movida post-punk de Manchester) y Peter Saville (izquierda) en la puerta del Factory Club.

3. Se trata de un clima de época, inspirado por la Bienal de Arte y Arquitectura de Venecia celebrada en 1980, llamada *La presenza del passato*, que instaló “la vuelta del pasado” como un problema estético. Su impronta se extendió durante gran parte de los años ochenta en el discurso de la producción artística como contrapartida o “venganza” contra las utopías de la vanguardia moderna. Lo que intentaban retomar estos arquitectos de la *Strada Novissima* era aquel pasado que la modernidad había enterrado y que había definido a la producción cultural desde principios del siglo XX. Desde aquella Bienal, se desplegó una reflexión que apuntaba a “reinventar” la arquitectura o a reflejar los cambios que experimentan las ciudades y la vida cotidiana de las personas.

Manchester se abrió culturalmente en el siglo XVIII con la Revolución Industrial, convirtiéndose desde entonces, en una de las zonas más industrializadas del mundo. Así llegaban la máquina a vapor, la primera línea férrea que conectaba la ciudad con Liverpool y que inauguraba, en 1830, el primer servicio de pasajeros del mundo. Mientras se establecía una inmensa comunidad universitaria (una de las más grandes de Europa) –que luego tendría su correlato en la explosión de la cultura rock de los años ochenta un siglo después–, se publicaba en 1821, el primer diario británico de izquierda, *The Guardian*, para muchos el mejor de Europa. Manchester, además albergó la producción en serie del primer Ford-T construido fuera de los Estados Unidos en los incipientes años del siglo XX. Estas experiencias de la modernidad sucedieron al compás de la temprana industrialización que, finalmente, necesitó del desarrollo obligado de muchos ámbitos del diseño industrial, gráfico y arquitectónico.

En la historia reciente de la ciudad, Manchester asistió a su segunda revolución cultural en la década del ochenta cuando irrumpía la *New wave* aglutinando las tendencias más originales de la escena musical mundial. La visibilidad que alcanzó este movimiento empezó en un viejo almacén conocido como la Factory, luego devenido en un interesante laboratorio musical, The Hacienda. Cada noche se presentaban allí las bandas que de a poco comenzaban a dejar el estilo punk para aventurarse a una estética más *indie*, de la mano del diseñador británico Peter Saville (1955), autor de las legendarias tapas de los discos de Joy Division, New Order y Happy Mondays (habitués de la primera época de la mítica factoría) hasta las de Pulp, Suede y Peter Gabriel para continuar la larga lista de músicos que también incluye a Patti Smith, Roxy Music y Wham!¹

Después de casi treinta años, la obra de Peter Saville sigue vigente. Fiel a su ciudad, Saville vive y trabaja en Manchester como director creativo para los diseñadores de moda Yohji Yamamoto, Christian Dior y Stella McCartney además de haber elaborado estrategias de comunicación para Givenchy, Mandarina Duck, White Chapel Gallery de Londres y el Centro Georges Pompidou de París.²

Su trabajo es original como el primer día cuando era un joven diseñador en 1978 y definió, tempranamente, al diseño en un punto ambiguo entre el lenguaje gráfico y el arte para volver al discurso historicista, de fácil decodificación. Éste era el contexto de Manchester, a fines de los años setenta, un escenario propicio para el despliegue de una cultura de la imagen dominada por los niveles de consumo de la cultura rock de recuperación vernacular. Por estos años, la arquitectura y el diseño se apartan de las lógicas revolucionarias, revulsivas de la vanguardias heroicas y dan lugar al mercado, especialmente al discográfico. En estos años, la escena del arte y del diseño asume que la gran utopía moderna, el gran macro proyecto y sus grandes relatos, no se había producido.³ A partir de ahora, los artistas, arquitectos y diseñadores son demandados por la audiencia, hacia un nivel de decodificación mayor de los elementos del arte.



PETER SAVILLE: *Game Over* y *Killer In Drag*, avisos publicitarios para Yohji Yamamoto, 1991-92. Dirección de arte de Peter Saville. Las nociones de estilo y la dimensión escenográfica planteadas por Saville son características en la serie de publicidades para Yamamoto.

4. El *branding* de ciudades o “Marca país”, se extendió como fenómeno de diseño desde la década del noventa como un síntoma más de la globalización. Actualmente, muchas naciones han optado por ver a los estados nacionales como empresas que deben posicionarse, a través del diseño, en un mercado global. Uno de los primeros diseños de marca país fue el que realizó el inglés Wolff Olins para Alemania en 1999.

La Revolución Industrial inauguró una nueva concepción en materia de ciudades. A partir de ella, las ciudades modernas sufrieron transformaciones veloces articuladas en una nueva dinámica de urbanidad. Durante los últimos años, las más importantes capitales europeas (y algunas latinoamericanas) han tenido que desarrollar una imagen institucional para exaltar lo mejor de ellas a través de un concepto de diseño.⁴ Desde 2004, la imagen institucional de Manchester –que hoy es la segunda ciudad de Gran Bretaña– es parte del trabajo diario de Peter Saville, que ha pensado en su ciudad más que nadie, y más allá de sus dos trillados atributos: la tradición de la Revolución, por un lado; y la popularidad mundial que le ha dado el Manchester United, por el otro. Para Saville, en la última década, Londres se ha convertido en un puente entre Europa y los Estados Unidos mientras que Manchester se transformó en la ciudad más fuerte de la isla. Al trabajar sobre la fachada visible de la ciudad, Saville entiende que Manchester debe enfrentarse a una pregunta crucial sobre cuál es, por fin, su característica más sobresaliente: el fútbol o la revolución.

PETER SAVILLE: identidad visual para Manchester, iniciada en 2004 por el Estudio Peter Saville Associates.

Tipografía con reminiscencias pop, como un elemento icónico distintivo y traducible en términos de la cultura de la imagen abonada por la TV y la estética *night-club*.





PETER SAVILLE: *Game Over* y *This Was Tomorrow*, avisos publicitarios para Yohji Yamamoto, 1991-92. Dirección de arte de Peter Saville.

5. Los conceptos y testimonios presentados en esta monografía fueron tomados de una entrevista telefónica realizada a Peter Saville por la autora junto a la periodista Carolina Muzi, en abril de 2008. Durante la conversación, Saville recorrió su filosofía del arte, del diseño, de la cultura y de la comunicación. Peter Saville es un diseñador emblemático de la denominada época posmoderna. Como veremos a continuación, su planteo se basa en la necesidad de llevar el potencial comunicacional a la imagen para que sea reconocible por un usuario en cualquier contexto. Se trata de un trabajo desinhibido, de revalorización del sentido de la apariencia que lo acerca, incluso, al kitsch.

Saville considera que Manchester debe transitar su propio Renacimiento como lo hizo Bilbao con el Museo Guggenheim y para ello, la consigna de la nueva imagen de la ciudad será: “Manchester es una ciudad moderna y original”. Saville está convencido de que Manchester debe ser vista más allá de su larga historia de industrialización y para él que sea moderna y original será, en el futuro, su razón de existencia. Además, sostiene que la ciudad debe volver a nacer de una manera diferente, renovada y debe estar en sintonía con sus diseños más audaces. Como identificador visual propuso una operación estética sobre la letra “M”, optando por el estilo pop, de estructura liviana, translúcida, construida a partir de filamentos coloridos que recuerdan los carteles de neón: “El proyecto para la identidad visual de Manchester me permite expresar mi propia idea sobre la ciudad como un concepto independiente”, afirma Saville.⁵

PETER SAVILLE: afiche para el aniversario del primer año de The Hacienda (inaugurada en 1982), lugar de culto para la música de Manchester hasta su cierre en 1997.



Música y revival

El desarrollo de la identidad visual de la ciudad de Manchester permite entender el pensamiento de Saville que apela a una cultura local, de raigambre pop sedimentada por el rock, específica de Manchester, donde aflora sin timidez lo que la modernidad había reprimido: el estilo, el ornamento y la dimensión escenográfica. Para profundizar sobre el trabajo de Saville, comenzaremos por el historiador británico Rick Poynor que considera a Saville un referente del diseño posmoderno porque su enfoque es un ejemplo claro de la apropiación característica del mundo del arte, en la que el trabajo de los artistas anteriores es asimilado y recontextualizado por los nuevos. Esta operación también caracteriza a sus contemporáneos, el británico Neville Brody y la norteamericana Paula Scher.



1



2

KRAFTWERK (1): que en alemán significa “central energética” es un grupo musical de vanguardia, pionero en el desarrollo de la música electrónica formado en 1970.

NEVILLE BRODY (2): doble página de la revista *The Face*, N° 23, sobre el grupo de música alemán Kraftwerk (Reino Unido, 1982).

EL LISSITZKY (3/4): ilustración “La historia de dos cuadrados”, de 1922; y composición tipográfica de 1923.

RODCHENKO (5): fotomontaje de 1924 para una editorial de Moscú en donde Lilya Brik, musa del poeta Vladimir Mayakovsky, grita “¡libros!”.

APROPIACIONES (6): comparación entre la pieza de Brody y de Rodchenko. Además de este ejemplo, son evidentes las citas morfológicas, tipográficas y cromáticas que realiza Brody de las vanguardias del siglo XX.



3/4



5



6



PAULA SCHER Y TERRY KOPPEL (7): *Great Beginnings*, ilustración para un folleto promocional (Estados Unidos, 1984).

APROPIACIONES (8): El Lissitzky, autor de la "Composición tipográfica", de 1923.

APROPIACIONES (10): cartel de Paula Scher para los relojes Swatch (Estados Unidos, 1986). Este trabajo es una clara referencia a la tradición, en este caso Scher toma el diseño suizo, emblemático de los años treinta.

A la izquierda (9), vemos el cartel original de Herbert Matter (1907-1984), referente del fotomontaje, discípulo de Le Corbusier, autor de este cartel de promoción para la oficina Nacional de Turismo de Suiza (Suiza, 1934).



Como hemos visto en estos ejemplos, en ambos casos, tanto Brody como Scher, vuelven al pasado pero sólo como una cuestión estilística y no como una reflexión antropológica o sociocultural.

Finalmente, el posmodernismo no se puede desprender de la propia idea de modernidad, en otras palabras, la posmodernidad en su negación contiene la idea de modernidad en sí misma. En este diálogo gráfico estricto con los ejemplos más emblemáticos de la modernidad y de la vanguardia europea, Herbert Matter, El Lissitzky, Rodchenco, Kurt Schwitters, Futurismo o Dadá, el discurso posmoderno es crítico de la modernidad pero finalmente termina trivializado.

Si bien el debate entre lo que significa ser moderno o posmoderno –iniciado por Lyotard en 1979–, aún no ha terminado, vale la pena encuadrar a

6. Lyotard, Baudrillard y Lipovetsky (como los referentes centrales para pensar la posmodernidad) han explicado cómo el gran elitismo de las vanguardias constructivas y su hipercriticismo habían marginado al público de sus posibilidades de recepción. Precisamente, Lipovetsky hablará de la estrategia de la ilusión y de la apariencia, que opera en la posmodernidad para lograr una recepción efectiva.

7. El diseño para la industria discográfica es considerado una especialidad en sí misma. En este sentido, se ajusta a las necesidades comunicacionales de las bandas de música y por lo general incluye el diseño de logotipos, identificadores visuales y, en especial, el diseño de la tapa del disco, como la pieza más representativa. Además de los folletos interiores que contienen la información adicional, letras de música, información legal y fotografías de la banda. La historia del diseño para la industria discográfica comenzó en 1939 cuando el diseñador Alex Steinweiss (Brooklyn, 1917), inventó la portada ilustrada para discos. A partir de allí, vendrían los casos paradigmáticos como el de *Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band* (1967, EMI), de los Beatles, diseñado de Peter Blake. En nuestro país, Alejandro Ros (Tucumán, 1964) ha sido uno de los diseñadores gráficos más reconocidos en este campo, con diseños para los discos de Alberto Spinetta, Soda Stereo y Juana Molina, entre otros.



JOY DIVISION: banda post-punk inglesa, formada en Manchester en 1976 y disuelta en 1980 luego del suicidio de su líder Ian Curtis. [Joy Division, 1979. © Paul Slattey / Retna Ltd., fotografía tomada de Internet]

estos diseñadores gráficos actuales en esta vertiente manifestada en toda la producción cultural (que no escapa al diseño) de los últimos años.⁶ Mientras el pensamiento moderno es un pensamiento de profundidad, de construcción, de esencias, de proyecto político de emancipación; el proyecto posmoderno es un proyecto de superficie. Este enfoque pertenece a un tiempo de apertura hacia una nueva época, la posmoderna, el término que fue utilizado en arquitectura por primera vez, cuando el teórico Charles Jencks denominó las propuestas que Robert Venturi había incluido en el manifiesto *Aprendiendo de Las Vegas*, de 1972 (Venturi, Izenour, Scott Brown, 2004).

Como explica Poyner, en el posmodernismo se eliminan las jerarquías entre la cultura alta y la baja. Ambas se ubican en una situación de igualdad y la desaparición de las antiguas fronteras da paso a nuevas formas de tipo híbridas. Sobre éstos fenómenos mixtos, Saville comenta que hoy una revista de moda, por ejemplo, puede ser considerada como un “edificio”, porque concentra todo tipo de información, arquitectura, artes, diseño y fotografía. Campos diversos conviven y comparten un universo común: “Para mí, lo interdisciplinario era algo evidente, era una preocupación desde que estaba en la escuela de arte, en 1974. Con el tiempo, descubrí cómo se daban las relaciones entre las diferentes disciplinas, algo que, finalmente, fue lo más interesante para mi trabajo” (Almeida, Muzi, 2008).

Saville tuvo una importante participación en la industria discográfica de Manchester de finales de los setenta y muchos de sus hallazgos gráficos fueron cristalizados luego en las generaciones posteriores.⁷ Durante la conversación telefónica, Saville repasó con entusiasmo sus comienzos como diseñador: “La mayor influencia que recibí cuando era joven fue la gran movida generada por Roxy Music. Cuando estaba en el colegio sabía todo sobre ellos y me parecían los más originales de la escena de la música pop, justamente porque cruzaban las disciplinas, el *fashion design* con el arte, o el cine con la fotografía. Por aquellos años, ésto era la cultura *indie*, de la independencia. Siempre comprendí que estos campos sensibles eran una experiencia de la totalidad. Afortunadamente, los diseñadores actuales entienden estos cruces y trabajan constantemente con profesionales de otras disciplinas... ¡Gracias a Dios, por fin ocurrió!”

Los comienzos de Saville se dieron junto a una ya mítica banda de punk rock, Joy Division. La tapa del disco *Closer* (1980) –el segundo álbum de la banda–, podría ser la segunda parte de la escena que Jacques Louis David dejó congelada en el cuadro *La muerte de Marat* (1793). En esta portada (figura 12), Saville se apropia de la atmósfera neoclásica de David utilizando, incluso, un *revival* tipográfico que podría estar inspirado en las letras que sostienen el bloque de mármol donde está recostado el poeta de la Revolución francesa que, en el cuadro, acaba de ser asesinado. En el escenario trágico de la tapa de *Closer* se pueden ver cuatro figuras que velan a un muerto, vestido con las mismas túnicas del poeta francés. De esta manera, Saville eterniza la figura de otro poeta de su tiempo, el líder de Joy Division, Ian Curtis, quien dos meses antes del lanzamiento del disco se quitaba la vida.

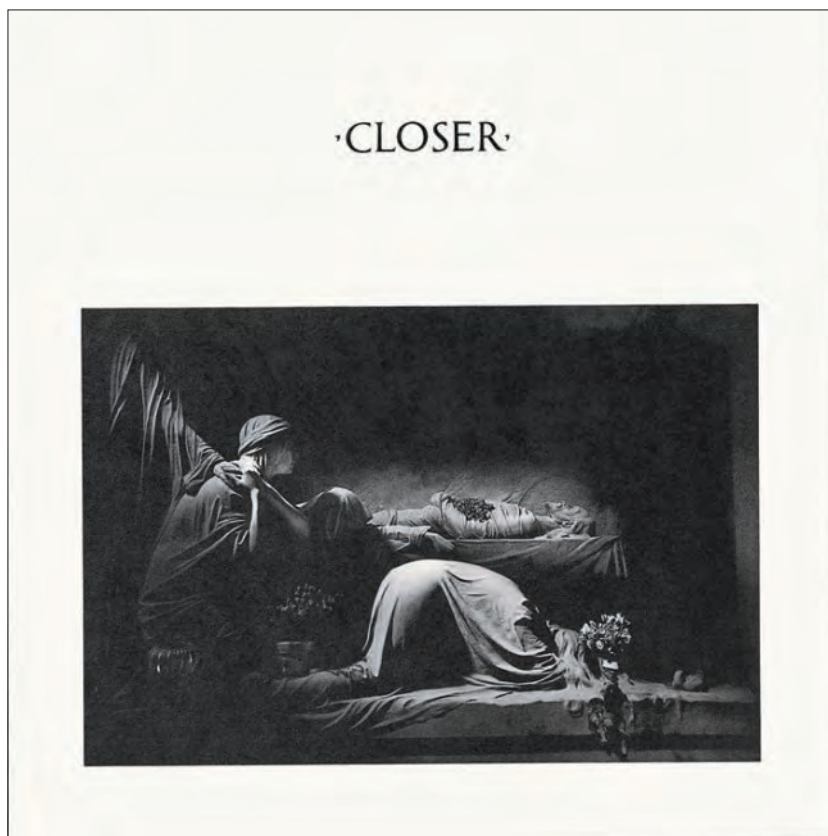
Estas decisiones estéticas –historicismo más *revival*– inauguraron un estilo inédito en la historia del rock que, por primera vez, necesitaba de un público educado estéticamente que pudiera descifrar las citas permanentes que Saville le jugaba a la historia del arte. A partir de estos trabajos, entre 1980 y 1990, Saville dijo haber encontrado un valor esencial que le permitió cambiar su manera de “leer” el mundo. Sin olvidar la mención a la extraordinaria oportunidad que le dio la Factory más el momento privilegiado que le tocó vivir, cuando todavía era posible, en el contexto discográfico, cierta circulación independiente fuera del mandato comercial.



11

JACQUES-LOUIS DAVID (11): *La muerte de Marat*, óleo sobre lienzo de 1793.

PETER SAVILLE (12): tapa del disco *Closer* de Joy Division, Factory Records (Reino Unido, 1980).



12

Como vemos en Saville, al igual que sus contemporáneos Brody y Scher, el posmodernismo en gráfica manifiesta lo que la modernidad había reprimido: estilo, ornamento, escenografía (atributos vinculados a la teoría de la mimesis del campo de la producción artística). El posmodernismo se enlaza con un discurso historicista, hasta casi absolutista de la monumentalidad que recurre al pasado y a ciertos estilemas de las culturas vernáculas. Su ruptura con el pensamiento moderno es posibilitar una exacerbación del pluralismo estilístico que deviene en kistch generalizado. Hay un interés por establecer continuidades históricas y no tanto rupturas. Otros ejemplos realizados por Saville, también originados en la industria discográfica, permiten ver estas operaciones de apropiación formal, en este caso de atmósfera dadá.

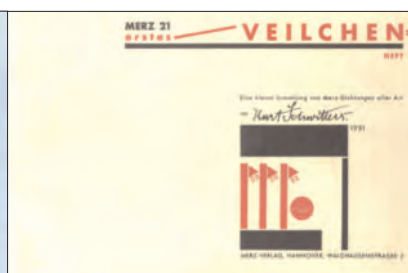
En estos ejemplos, se pueden ver mecanismos similares a los de Scher y de Brody donde, sin tapujos, se vuelve al estilo constructivo de los años veinte.

PETER SAVILLE (13): tapa del disco *Movement* de New Order, Factory Records (Reino Unido, 1981).

KURT SCHWITTERS (14): *Merz, N° 21: Das veilchen* (La violeta), 1931. Schwitters fue fundador del Dadá Hannover.



13



14

En claro síntoma de “apropiación” los diseñadores de la época, declaran: “El pasado está siendo saqueado por el pop [...] para construir un universo sin fisuras, imposible de fragmentar. [...] Remodeladas a nuestra imagen y semejanza y reducidas a la trivialidad, las lecciones de la historia se ignoran” (Poynor, 2003: 77). Como habían proclamado Venturi y Scott Brown, años atrás, hay un corrimiento de la pureza de la arquitectura moderna y de la arquitectura de síntesis que se arroja sin culpa al estilo. Hay un corrimiento crucial que conlleva la crítica al avance de los medios modernos, es decir “algo se ganó pero también algo se perdió”. Como señala Benjamin, algo de la pérdida de la experiencia directa dada por el contacto entre el artesano y los materiales, a fuerza de ganar en multiplicidades (lo que lleva a la tan citada “pérdida del aura”). Una expansión multiplicada de los aspectos que tienen que ver con el hecho de que un objeto sea reproducido. Se revisa la historia y ésta deja de ser anatemizada como había sido en Bauhaus o en el pensamiento moderno de Le Corbusier.

Restricciones para mirar hacia atrás

8. New Order es el grupo de rock formado en 1980, sucesor de Joy Division, luego de la muerte de su líder.

En cierta forma, si Venturi trabaja con la cultura pop, con la expresividad de Las Vegas, el arquitecto italiano Aldo Rossi hace una operación similar pero con la arquitectura clásica y la iconicidad clásica en una dimensión esencial, implementando un modo de trabajo en donde los lenguajes y las formas arquitectónicas se reapropian de códigos que habían sido superados por la producción moderna. Así como Venturi “aprende” de las Vegas para tomar significaciones, Saville “vuelve” a Manchester como el escenario privilegiado y testigo de la explosión cultural musical post-punk, de comienzos de los ochenta. Venturi inscripto en la cultura pop de un lugar determinado y Rossi, evocando a la figura de Giorgio de Chirico, recuerdan al Peter Saville de las tapas de New Order.⁸

PETER SAVILLE (15): tapa del disco *Thieves Like Us*, New Order, Factory Records (Reino Unido, 1984).

ALDO ROSSI (1931-1997), (16): Cementerio de San Cataldo de Modena, construido entre 1971-84, que evoca la atmósfera del pintor italiano Giorgio de Chirico.

GIORGIO DE CHIRICO (1888-1978), (17): pintura surrealista, *Misterio y melancolía de una calle*, 1914.



15



16

17

9. Testimonio de Peter Saville registrado en Rick Poynor, *Design Without Boundaries; Visual Communication in Transition*, Booth-Clibborn Editions, Londres, 1998. Citado en: Poynor, 2003, p. 78.

10. Tibor Kalman, J. Abbott Miller y Karrier Jacobs, en: Peter Hall y Michael Beirut (eds.), *Tibor Kalman: Perverse Optimist*, Booth-Clibborn Editions, Londres, 1998. Ibidem, p. 79.

Sin bien Saville se regodea en el proceso de apropiación (con una baja mediación en términos de la cita textual) sus obras no pueden considerarse estrictamente un plagio, justamente por las nuevas asociaciones que el objeto gráfico deja en evidencia: “El trabajo de artistas anteriores es asimilado y recontextualizado por los artistas contemporáneos” (Poynor, 2003: 78). Si los modernos se habían preocupado por ser contemporáneos, los posmodernos producen un desfase y una mirada hacia atrás para recuperar estilo y códigos. Sin embargo, algunos de sus contemporáneos repudiaron las formas de apropiación posmoderna, en especial en los casos de Paula Scher (como en su cita explícita a Herbert Matter) y de Peter Saville (y su cita evidente a Chirico). En una oportunidad Saville explicó cuál era su postura frente a la cita, señalando que para él “era mejor citar literalmente al Futurismo que parodiarlo inadecuadamente, como un enfoque más honesto [...]. Era tan literal y obvio que nunca se me pasó por la cabeza que alguien pensara que yo era el autor original de esas obras”.⁹

En los años ochenta, el *retro* ya era un estilo dominante. La ecléctica habilidad para readaptar la forma histórica (Futurista, Constructivista, De Stijl, Bauhaus y la modernidad pictórica) en Scher y Saville, constituían, ya, un argumento para sus clientes y detractores. Esta manera de diseñar, conllevó críticas duras como las de Tibor Kalman (fundador de la revolucionaria revista *Colors*, de Benetton y el diseñador de la banda Talking Heads), que aseguraba lo siguiente: “Los diseñadores abusan de la historia cuando la utilizan como vía rápida, como una manera de dar legitimidad instantánea a su obra y lograr el éxito comercial [...]. La alusión histórica y la copia directa han sido sustitutos baratos de la falta de ideas”.¹⁰ Siguiendo a Poynor, para Kalman se trataba de una “modernidad falsa”, como una especie de parásito en donde se ignoraba la política de fondo. Incluso, Kalman explica el problema profundo que implicaban estas operaciones “de apropiación” y de cita, en especial, qué pasaba cuando estas asociaciones entre el diseño historicista y la política conservadora, esa falsa modernidad, eran funcionales al “conservadurismo dominante de la era Reagan” (entre 1980 y 1985).

Precisamente, los ejemplos que tomó Kalman para disparar su crítica eran aquellos anuncios de los relojes Swatch de Paula Scher. Como explica Poynor, la reinterpretación de Scher “no es ni una parodia (no hay sátira) ni un pastiche (tampoco se trata de una imagen nueva al estilo de Matter)”. Pero establece una diferencia entre Saville y Scher, indicando que la diseñadora “no intenta establecer una tercera vía, en términos de tema”. En Saville, el uso futurista es una metáfora, justamente de la relación entre “el futuro y el rock electrónico” de New Order. A diferencia de Saville, Scher recrea sólo la fidelidad de los motivos suizos por un uso fetichista de las formas, sólo para la venta de relojes (Poynor, 2003: 81). Sin duda, estos cuestionamientos al posmodernismo introducidos por Kalman ponen la mira crítica en un eclecticismo que no conlleva una reformulación de base.

El diseño después del revival

11. La hermenéutica es considerada la escuela de pensamiento opuesta al positivismo. Heidegger considera que la hermenéutica es una forma de situarse en el mundo, donde “existir es comprender”. Su enfoque hermenéutico de la *facticidad* se identifica con una filosofía que identifica a la verdad con una interpretación históricamente situada (esta perspectiva también es considerada por Hans-Georg Gadamer).

Para una crítica y una hermenéutica de los productos culturales del escenario actual –a caballo de la modernidad y de la posmodernidad–, situemos la última etapa de la obra de Saville (todavía un referente del diseño internacional), en el marco de la modernización global. El traumático ingreso al siglo XXI demanda una interpretación históricamente situada¹¹ para comprender cómo han sido las tensiones, las rupturas y las continuidades que generan líneas de acción y de pensamiento, que sin neutralidades han ido tejiendo la permanente intencionalidad del discurso, como hemos visto a lo largo del seminario. Para adentrarnos en las lógicas y gramáticas “post-posmodernas” circunscritas al escenario contemporáneo de los primeros años del siglo XXI, volvemos a Saville, en especial a un objeto que le causa especial curiosidad: el reproductor de música Apple (iPod).

El iPod diseñado en 2001 por el inglés Jonathan Ive es un viraje decisivo, afirma Saville. Para él “este nuevo dispositivo introduce un gran cambio a nivel estético. Otras máquinas de uso doméstico, incluso los automóviles, comenzarán a alterar su forma a partir del iPod. Es como aquel mundo nuevo que inauguró Dieter Rams con el diseño de Braun. El iPod será una marca, no sólo para el diseño, sino para la historia de la cultura en general” (Almeida, Muzi, 2008).

La ya clásica comparación entre la Radio Pocket Braun T3, diseñada por Dieter Rams en 1960, y el Apple iPod de Jonathan Ive, presentado en octubre de 2001. ¿Se trata de una apropiación posmoderna en el campo del diseño industrial?



Al finalizar la conversación telefónica, Saville volvió al tema del mercado para definirlo como un lugar peligroso, que genera confusión. Esta falta de norte, también conlleva un retroceso para la emancipación del diseño. De alguna manera, en su testimonio Saville señala cómo, a través del mercado, se volvió a una vieja confusión sobre un tema que estaba superado por la modernidad: la distinción entre arte y diseño. Una tensión que había sido resuelta por el modernismo, en aquella proclama sobre la *buena forma* o “la forma sigue a la función”, con ribetes de abstracción purista. Saville, insiste en que a las galerías y a los grandes museos, no les importa decir la verdad: “en el mercado del

arte se pueden vender objetos que valgan millones y que además generen tendencia (algo de esto ocurrió con mi trabajo en Factory). Pero las piezas de diseño aunque cuesten mucho dinero no son exactamente una obra de arte y mientras más cotizan pueden transformarse en ‘espejitos de colores’ ... No hay que pagar fortunas para justificar el ‘arte’”.

Precisamente para Saville, los espejismos del mercado se solucionan con lo que denomina “un diseño independiente”, la síntesis entre “locura y decisión”. En este par, Saville observa el atributo esencial de la independencia, que entiende como una actitud lanzada por fuera del circuito económico. Artistas plásticos como Demian Hirst, Jeff Koons o Andy Warhol, cineastas como David Lynch, el par de arquitectos suizos Herzog & The Meuron –quienes recientemente diseñaron el Estadio Nacional para las Olimpiadas de Beijing–, más John Galliano –como el referente del diseño de moda– o el original diseñador industrial australiano Marc Newson, dan con el perfil de un tipo de filosofía que Saville considera comprometida con su tiempo: “todos ellos son buenos ejemplos de lo que significa un pensamiento independiente, alejado del imperativo comercial”. Sin embargo, Saville advierte que es difícil ser independiente y alienta a ejercer la libertad aunque sea en los mínimos espacios que nos deja la sociedad. “Muchas personas, diseñadores o artistas tienen ideas brillantes pero, generalmente, no las llevan a la práctica. ¡Pero Warhol sí lo hizo! y este gesto iniciado por él, ubicó al arte de hoy en lo que fue el rock and roll de las décadas pasadas, un lugar donde la gente podía decir *fuck you!*” (Ibídem, 2008).

En la actualidad, Peter Saville ya está alejado de la escena musical pero fiel a su naturaleza en permanente *revival*, sigue escuchando la música del pasado en su auto camino a la oficina, las viejas bandas de juventud de la década del setenta, su favorita Kraftwerk, además de intercalar con la música clásica que escucha en la radio mientras diseña, en la ciudad de Manchester.



18



19



20

PETER SAVILLE: (18) *This is Hardcore* (Pulp, 1998); (19) *Filmstar* (Suede, 1997); (20) *Power, Corruption & Lies* (New Order, 1983).

En estas tapas se ven las apropiaciones de la cultura pop, la artificialidad de una muñeca de plástico, las tipografías de neón, una escena figurativa de flores naturalistas, como parte de las piezas del repertorio ecléctico, por momentos kitsch, de la estética posmoderna.

Tapa del libro *Peter Saville Estate*, publicado en 2007 (página 13).



Bibliografía

- BENJAMIN, Walter, “La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica” en: *Discursos interrumpidos*, Buenos Aires, Planeta Agostini, 1994.
- BENJAMIN, Walter, “Experiencia y pobreza”, en: *Discursos interrumpidos*, Buenos Aires, Planeta Agostini, 1994.
- BERGER, John, *Modos de ver*, Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 2002.
- DE MICHELI, Mario, *Las vanguardias artísticas del siglo XX*, Madrid, Alianza Editorial, 2002.
- HEIDEGGER, Martín, “La época de la imagen del mundo”, en: *Caminos del bosque*, Madrid, Alianza, 1996.
- KING, Emili (ed.), *Designed by Peter Saville*, Nueva York, Princeton Architectural Press, 2003.
- POYNOR, Rick, *No más normas, Diseño gráfico posmoderno*, Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 2003.
- VENTURI, Robert, Izenour, Steven, Scott Brown, Denise, *Aprendiendo de Las Vegas*, Barcelona, Editorial Gustavo Gili, Colección GG Reprints, 2004.
- WELLMER, Albrecht, *Sobre la dialéctica de modernidad y postmodernidad. La crítica de la razón después de Adorno*, Madrid, Visor, 1993.
- WILLIAMS, Raymond, *La política del modernismo. Contra los nuevos conformistas*, Manantial, Buenos Aires, 1997.

Internet:

- Alex Steinweiss: Cretator of the Album Cover
<http://www.alexsteinweiss.com/>
- Saville/Parris/Wakefield
<http://www.saville-associates.com/>
- New Order (Grupo británico de música)
<http://www.neworderonline.com/>

Crédito de las imágenes:

Las imágenes fueron tomadas de *No más normas, Diseño gráfico posmoderno* de Rick Poynor y enviadas, gentilmente, por el Estudio de Peter Saville (Peter Saville Associates).

Películas de referencia:

- *24 Hour Party People* (2002), de Michael Winterbottom.
- *Control* (2007), de Anton Corbijn.