



IKASTORRATZA, e-Revista de Didáctica, es una revista en formato digital que publica artículos relacionados con los procesos de enseñanza y aprendizaje, a través de Internet y bajo la licencia Creative Commons.

IKASTORRATZA, e-Revista de Didáctica, es una publicación seriada, gratuita y libre de ser impresa que cada seis meses divulga artículos científicos, propuestas didácticas y artículos de opinión sobre cuestiones relativas al mundo de la didáctica.

IKASTORRATZA, e-Revista de Didáctica, asume como objetivo principal la difusión del conocimiento pedagógico y de metodologías didácticas que favorezca la expansión de prácticas de educativas efectivas.

IKASTORRATZA, e-Revista de Didáctica, es una revista bilingüe, abierta a propuestas de autores y autoras que deseen publicar trabajos inéditos tanto en euskara como en castellano.

IKASTORRATZA. Didaktikarako e-aldizkaria

IKASTORRATZA. e-journal on Didactics

IKASTORRATZA. e-Revista de Didáctica

ISSN: 1988-5911 (Online) Journal homepage: <http://www.ehu.es/ikastorratza/>

Cultura del diseño made in Vitoria (VG): un ensayo pedagógico en Artes Aplicadas

Juan José Pariente Yela

info@idarte.eus / munipariente@gmail.com

To cite this article:

Pariente, J.J. (2019). Cultura del diseño made in Vitoria (VG): un ensayo pedagógico en Artes Aplicadas. *IKASTORRATZA. e-Revista de Didáctica*, 23, 1-35. Retrieved from http://www.ehu.es/ikastorratza/23_alea/1.pdf

To link to this article:

http://www.ehu.es/ikastorratza/23_alea/1.pdf

Published online: 31 December 2019

Cultura del diseño *made in* Vitoria (VG): un ensayo pedagógico en Artes Aplicadas.

Juan José Pariente Yela
I.D arte | Escuela de Arte y Superior de Diseño de Vitoria
info@idarte.eus / munipariente@gmail.com

Resumen

Proponemos un proyecto de motivación pedagógica (consolidando las adquisiciones): valoración de anteriores trabajos colectivos de compañeros (documentación / catalogación patrimonial) con una comprensión cultural del entorno próximo (ciudad). Se ofrece un entramado transversal de hechos/conceptos con relaciones interdisciplinarias alrededor del diseño, entendido como aportación cultural interrelacionada (en modo intemporal). Mediando la creatividad (otra mirada proyectiva), soportada por una reflexión crítica y orientada a una aplicación final (Artes Aplicadas) incluso profesional (integrándola como habilidad). Aportando referentes nacionales e internacionales, que por presencia o ausencia local, ayuden a comprender la propia identidad y con unas conclusiones (y evaluación) que solo se producirán al final, una vez realizado el proceso.

Palabras clave: Artes aplicadas, icono, *made in...*, proyecto formativo, cultura del diseño, *in progress*

Abstract

We propose a pedagogical motivation project (consolidating acquisitions): assessment of previous collective works of colleagues (documentation / heritage cataloguing) with a cultural understanding of the immediate environment (city). It offers a transversal network of facts/concepts with interdisciplinary relations around design, understood as an interrelated cultural contribution (in a timeless way). Mediating creativity (another projective view), supported by a critical reflection and oriented to a final application (Applied Arts) even professional (integrating it as a skill). Contributing national and international referents, that by presence or local absence, help to understand their own identity and with some conclusions (and evaluation) that will only be produced at the end, once the process has been carried out.

Key words: Applied arts, icon, *made in...*, formative project, design culture, *in progress*

1. Presentación del catálogo e implicaciones pedagógicas

Proyecto *in progress*: presentación y apuntes pedagógicos

Contexto: asignatura Cultura del Diseño; en especialidades: Diseño de Interiores y Diseño Gráfico; dentro de la Escuela de Arte y Superior de Diseño de Vitoria-Gasteiz (I.D arte); nivel educativo: Artes Aplicadas (Enseñanzas de Régimen Especial).

Objetivos de este artículo: proponer un proyecto que permita ensayar unas estrategias pedagógicas inductivas que faciliten el acceso desde lo particular (puntual/anecdótico, local, unidisciplinar) a una comprensión general (nacional, internacional, global, crítica/filosófica interdisciplinar), orientada a una conclusiva/terminal aplicación creativa y profesional del arte (de la teoría a la praxis), en el sentido de unos objetivos generales que deberían denominarse fines o principios del sistema educativo.

Potenciamos el uso de algunos verbos para enunciar objetivos de los distintos ámbitos:

- Relacionados con hechos: reconocer (trabajo anterior de otros compañeros), analizar, comparar (este trabajo local en un marco global), interpretar (con orientación creativa e interdisciplinar).

- Relacionados con procedimientos: leer, observar (el entorno próximo y con otra mirada), disecar (profundizar en el análisis, para luego sintetizar/integrar), contrastar (con sentido crítico), manejar (creativamente los diferentes componentes).

- Relacionados con actitudes: disfrutar (imprescindible para una continuidad/proceso en una enseñanza vocacional), concienciar, valorar, criticar (discernimiento con sentido ético), rechazar/aceptar, cooperar (continuidad del trabajo en equipo), cuidar (el patrimonio cultural comprendido), practicar (artes aplicadas como futuro profesional).

Respecto a los objetivos y contenidos conceptuales, los hechos que se observan en el entorno próximo dejan una impronta que estructura conceptualmente un sentido crítico diferenciador, que permite al estudiante tomar sus propias decisiones. Los procedimientos apuntados pretenden potenciar unas habilidades aplicables en el futuro profesional.

En este sentido insistiremos en ciertos procedimientos inductivos en continuidad (de la percepción al conocimiento), partiendo de la mera observación (apuntada por el profesor), vamos a la experimentación en vivo de los hechos culturales, pasando luego a

niveles más conceptuales, utilizando la comparación (mediando la lectura) para alcanzar cierta abstracción y generalización (comparativa local/global). En suma, generamos unas actitudes que permitan posicionarse y reaccionar adecuadamente frente a hechos presentes y futuros (laborales, incluso).

En relación con la disciplina de Artes Aplicadas pretendemos estimular algunos valores, más allá de una intelectualización erudita (escolar): espíritu abierto, curiosidad investigadora, imaginación, creatividad (operativa).

Respecto a la disposición de los contenidos, queremos valorar críticamente el entorno socio-económico-cultural y geográfico, desde la asignatura de Cultura del Diseño (impartida en 2º curso). Nos interesa la interrelación con otras áreas más creativas/aplicadas, particularmente con la asignatura de Proyectos que tiene una disposición horizontal en el currículo (continuidad a lo largo de los 4 cursos). En este sentido surgen términos como globalización o interdisciplinariedad, que implican una apertura de los sentidos del estudiante hacia el objeto/entorno que le rodea, ‘vivenciable’ como un todo común e interrelacionado. En la comunidad educativa parece existir cierto consenso, apoyado por Barberá (1993), sobre el hecho de que se aprenden mejor las cosas cuando se enseñan relacionadas, entrelazadas unas adquisiciones con otras. Él mismo hace referencia al término ‘ciencia integrada’ difundido por la Unesco a partir de 1971, recomendando que deben presentarse los contenidos de manera unitaria e interrelacionados en torno a grandes ejes comunes a diferentes disciplinas. También dice que hay que buscar conceptos ejemplares que puedan crear contenidos de fondo y estructuras de amplio alcance. Así en los ejemplos propuestos en este artículo en sintonía con la pedagogía integral vivenciada de Balcells y Muñoz (1976) nos situamos entre la tradicional concepción docente de los contenidos transversales y la actual tendencia orientada hacia la enseñanza por proyectos. Además, esta concepción que valora la interdisciplinariedad, ya la trabajamos en nuestra tesis, Pariente (2011), donde el diseño (cultura incluida) la arquitectura y la escultura comparten cierta identidad proyectiva. Por otra parte, en el tipo de actividades docentes relacionadas con Artes Aplicadas, además de la expresión escrita (incluso verbal, en la defensa del Proyecto Final de 4º curso), se enfatiza la expresión plástica (especialmente el dibujo) y otras formas de expresión más complejas e incluso combinando varias (estéticas, humanísticas, etc.). Por consiguiente, proponemos tipos de actividades relacionables con la ciudad, acordes con objetivos como: desarrollar la capacidad de

observación, potenciar el pensamiento divergente y creativo, facilitar el establecimiento de comparaciones, desarrollar el sentido crítico.

Para un aprendizaje significativo (que al menos dure de 2º a 4º curso) se recomienda partir del nivel de desarrollo del alumno. Barberá (1993) se apoya en Ausubel para afirmar que el principal factor, el que más influye sobre el aprendizaje, es lo que el alumno sabe. Hay que partir de lo que ya conocemos y tratar de organizar lo nuevo dentro de la propia experiencia, dándole el oportuno sentido. Con las situaciones reales (entorno urbano próximo) que proponemos para que el estudiante experimente, se asegura la funcionalidad de lo aprendido (catalogación documental previa) adquiriendo los conceptos oportunos de forma inducida (con preferencia sobre la manera analógica). Sabemos que aprender significativamente supone la modificación de las estructuras cognitivas del estudiante (conocimientos estrechamente interconexiónados), desequilibrando positivamente los esquemas y sus interrelaciones. Lo que exige que haya cierta aparente contradicción entre lo nuevo y lo ya adquirido, para provocar algún desequilibrio (una sorpresa atractiva), que nunca será tan grande como para impedir la conexión. En un sentido equivalente Gausa, Guallart, Müller, Morales, Porrás, Soriano (2001) en la introducción de su diccionario colectivo nos sorprenden desde el entorno arquitectónico con una cita artística (surrealismo) subrayando que lo importante son las líneas de conexión.

Sobre los principios didácticos asumidos en el programa de la asignatura Cultura del Diseño, dentro del Proyecto Curricular de Centro -con innovaciones / reformas educativas desde la década de los 90 y que Del Val (1983) ya nos empezó a documentar desde los 80-, destacamos la motivación e interés proporcionado por el entorno próximo ('conocido'/desconocido) en sintonía con Rey (1989). La creatividad es un principio intrínseco en Artes Aplicadas, que valora la capacidad de duda y la posibilidad de buscar soluciones que pueden estar en desacuerdo con las soluciones habituales y en sintonía con el pensamiento divergente y la inventiva. El desarrollo de la intuición es un principio asumido que se asocia con los refuerzos de las acciones didácticas mediante la observación de la realidad y visitas tutorizadas.

A nivel docente parece consensuado el uso del humor (otro principio aquí asumido, pero poco reflejado en este artículo) porque mueve la afectividad (potenciando el interés) y podemos incorporarlo a un trabajo de campo en el que puedan surgir sorprendentes asociaciones conceptuales.

La socialización es otro principio que nos interesa, por ello proponemos mantener la colaboración entre las especialidades de Diseño de Interiores y Diseño Gráfico (como mínimo). Para nosotros es fundamental la consolidación de las adquisiciones (trabajo documental previo) como principio didáctico preeminente de este proyecto (en continuidad), dirigido a afianzar los aprendizajes significativos. Finalmente queremos destacar nuestro interés por el principio de globalización e interdisciplinariedad, ya comentado.

La concepción del aprendizaje propugnado se podría denominar constructivista (homenaje a nuestras asignaturas de Construcción e Instalaciones) entendido como intercambio de experiencias internas (teóricas) con el medio cultural (entorno) de modo que se faciliten significados culturales (Cultura del Diseño), construyendo finalmente aprendizajes significativos. Desde la epistemología (o teoría de los conocimientos científicos) nos interesa valorar, en la estructura interna del currículo y la metodología, aquellas tendencias que enfatizan las relaciones interdisciplinares. Así desde la interdisciplinariedad se intentan aprovechar las coincidencias, semejanzas y relaciones entre distintas materias.

La transferencia del aprendizaje (Proyecto de catálogo documental *Made in Vitoria-Gasteiz*) nos guía en este nuevo proyecto, para facilitar la aplicación de lo conocido / aprendido a situaciones y aprendizajes nuevos.

Al final de este artículo aportaremos nuevos referentes pedagógicos (más específicos y aplicables) que faciliten el devenir desde la fase inicial de documentación (que inmediatamente revisaremos someramente), a una potencial aplicación profesional (Artes Aplicadas) utilizando la disciplina del Proyecto (laboral); mediando nuestra estrategia creativa que propone una interpretación interdisciplinar y de la cual ofrecemos algunos ejemplos de relectura cultural híbrida (con entrelazamiento tipo ADN).

Presentación: preexistencia documental

El 25 mayo de 2017 en Artium (Centro-Museo Vasco de Arte Contemporáneo), se presenta el proyecto del Catálogo *Made in Vitoria-Gasteiz*. Lo presenta el profesor de la Escuela de Arte y Superior de Diseño de Vitoria-Gasteiz (I.D arte) Eugenio Villar, responsable de coordinación y realización del catálogo, con los estudiantes de Cultura del diseño (Grado en Diseño de Interiores y Diseño Gráfico). La publicación está dentro del Proyecto Hub Design Gasteiz 2017. El equipo coordinador estaba compuesto por

Gustavo Candal (responsable de Hub Gasteiz), Carlos Hermosilla (diseñador y socio de Ideolab) y Miguel Nogales (profesor y coordinador del proyecto en la Easd/Adge, actual I.D arte)

El catálogo presentaría 40 empresas y 48 productos organizados en 7 grupos temáticos, ordenados alfabéticamente:

- **Automoción y transporte:** ALFARO (avión pionero), BEISTEGUI/BH (bicicletas), CIL (bicicletas), DARRACK ('primer' auto en España), IMOSA (furgoneta DKW), MERCEDES, (furgoneta *Vito*), MICHELIN (neumático 'gigante'), MOVESA (motos).

- **Electrodomésticos y menaje:** ESMALTACIONES SAN IGNACIO (batería cocina), SOLAC (plancha), UFESA (plancha).

- **Energía:** ARATZ (rodets / turbinas Pelton), CEGASA (linternas), GAMESA (aeronáutica), GUASCOR (generador eléctrico), TALLERES SAFT (baterías eléctricas), TIFELL (caldera doméstica).

- **Máquina herramienta y ferretería:** AJURIA / ARANZABAL (m. agrícola), CEVISA (chaflanadoras), EGA MASTER (llave alavesa/inglesa), LANTEK (informática cad / cam), OCARIZ (herrajes), SAGOLA (pistola aerográfica), SIERRAS ALAVESAS (m. madera), SUPER EGO TOOLS (cortatubos), ZAYER (centro de mecanizado).

- **Mobiliario:** ASTABURUAGA (cama sanitaria), IMAT (m. urbano), OFITA (m. oficina), OSCOZ (mesa plegable), SILLA VITORIA (Industria Vitoria del Mueble).

- **Química:** LEA (jabones), TECNASA (anillas lanzamiento piloto combate), TUBOPLAST HISPANIA (envases plásticos).

- **Varios:** AREITIO (cremalleras), FOURNIER (naipes), GOYA (confitería), KAS (bebidas refrescantes), LLAMA GABILONDO (pistolas), VIUDA DE MURUA (campanas).

En el proyecto del Catálogo *Made in Vitoria-Gasteiz* se estableció: Portada. Página legal. Prólogo. Introducción. Catálogo: empresas y productos (textos e imágenes organizados en 7 secciones). Bibliografía. Índice (con posible anexo onomástico).

Presentación: nuestro ensayo

Este texto corresponde a cierta clase (más metafórica que literal) de ensayo (a modo de comentario crítico) sobre posibles interrelaciones entre disciplinas de diseño (industrial / gráfico/ interiores + arquitectura) y que solo afecta al 'Catálogo'. El trabajo de

investigación documental, del plural equipo estudiantil, es más extenso (como el repertorio de ejemplos que enseguida propondremos). A modo de cultura comparada (nueva categorización asimilable a la literatura comparada, por ejemplo), se entremezclan experimentalmente: los personajes, las empresas y los productos locales, con globales referentes históricos del diseño, como contribución (por paralelismo) a una cierta comprensión identitaria *made in /.../VG* (como interrogante a resolver).

Entendemos que aquí solo son posibles unos apuntes ejemplarizantes (fundamentados en los productos más populares/turísticos, *typical Spanish*), alternativos a un imposible análisis semántico detallado de los 48 productos y 40 empresas. Con manifiesto alejamiento de toda búsqueda del nº1 (como los *40 principales* de la Ser) y que en VG debería aludir a los 40 naipes, con el as de oros (nº1/ varios premios).

Utilizamos una codificación tipográfica (y conceptual/creativa) que creemos ayuda a la comprensión del ensayo:

- Citamos en MAYÚSCULA las empresas vitorianas (y productos o personajes) que centran el estudio puntual, para distinguir las fácilmente entre otros referentes heterogéneos que las rodean en esta consideración comparativa; empresas que los estudiantes (y profesor) resaltaron en amarillo en su trabajo.
- Usamos la *cursiva* para los títulos.
- VG es la abreviatura de Vitoria-Gasteiz. Como seudónimo (con doble sentido) de VG utilizamos *Aquí* en cursiva/1ª mayúscula. En la bibliografía lo reflejamos como McGuire (2015) *Aquí*, Barcelona, Ed. Salamandra, y corresponde a un homenaje conceptual (en clave interna/VG) a una obra maestra de la ilustración contemporánea (también Artes Aplicadas) cuya concepción estática/dinámica tiene cierta correspondencia con nuestra estrategia, una mirada constante a lo largo del tiempo desde un mismo lugar (VG). Richard McGuire reitera el mismo rincón de habitación en distintos momentos que abarcan años (siglos y milenios), así el protagonista es el lugar, poéticamente definido como *Aquí*.

Recordamos que los objetivos finales son los propios de Artes Aplicadas: Aplicación de los estudios teóricos a la construcción de un discurso creativo crítico personal, relacionable con las asignaturas de Proyectos a lo largo de los cursos y luego en su vida profesional. Partiendo del interés por la documentación, a modo de juego de rol/investigación (iniciación o introducción), manejando internet pero también en contacto físico con documentación en los archivos apropiados.

2. Referentes del diseño vitoriano (VG)

Vitorianismo y distanciamiento (con riesgos incluidos)

En la búsqueda de una identidad geográfica/cultural de Vitoria confrontada con: Álava, Euskadi, *Spain*, Europa, ‘universo’, /.../ ETB nos aporta desde el aire en *La mirada mágica*, Pangua (2002) una definición de *Vitoria-Gasteiz* / ... / *La ciudad de los anillos*. *Vaya Semanita*, Pausoka (2004) nos obliga a aterrizar con otra mirada (iconoclasta) a la sociedad vasca y reflexiona desde el humor sobre nuestros valores universales (incluyendo la muerte).

En “El *Vitorianismo*. La conciencia histórica de una ciudad”, el catedrático Rivera (1991), nos aporta tópicas generalizaciones: el gracejo andaluz, la chulería bilbaína, la elegancia donostiarra, el casticismo madrileño, y el vitoriano // no es ni alegre, ni triste, ni ingenuo, ni despierto. Por no tener, no tiene ni refrán, a diferencia del alavés: falso y cortés.

Aquí en la definición identitaria se produce un interesante salto conceptual, una deriva de la cantidad a la calidad, desde sus habitantes (250.000 en 2018) a la ciudad misma. Hay una percepción generalizada de que en VG se vive bien. Dos hitos históricos contribuyen a ello: VG Global Green City Award (2019) + VG European, Green Capital (2012) con el Anillo Verde (1993 y 79 km. peatonales/ciclistas, que poéticamente casi llega hasta Álava) y antes, en 1980, VG ‘Gran’ (homofonía con *green*) Capital (política y administrativa) de la C.A. País Vasco. Así el nuevo Parlamento (Erbina/Herrero, 1982) rehabilita el edificio cultural de Pantaleón Iradier (1853). Un año después al amparo de aquella construcción del XIX, nace el Parque/Botánico de la Florida (‘Green nº1’). *Aquí* encontramos dos esculturas de nuestros ilustres Personajes: Manuel Iradier (1854-1911, de Ascacibar, 1957) y Eduardo Dato (1856-1921, de Benlliure, 1925) anecdóticamente asociados a la pistola. Tenemos un producto de diseño industrial que relaciona al explorador del África central (Iradier) y al parlamentario por VG en Madrid (Dato, con la calle principal de VG dedicada) asesinado a tiros en su automóvil, desconocemos si en nuestro auto pionero DARRACK y con nuestra pistola LLAMA.

Desde su aeroplano el Personaje Alfaro ya vio algunos anillos VG (luego grabados en *La mirada mágica* de ETB, Pangua (2002) el 23 junio de 1914 (casi otro solsticio de verano como el 21 junio de 1813 de la Batalla de Vitoria, con monumento turístico en Pza. Virgen Blanca, 1917 de Borrás). Los vio incluso antes que el festivo

Personaje Celedón (1957). En cuanto al Producto ALFARO 1 es *made in VG/Florida* (con taller/fábrica en esa calle, unida al citado parque). Este diseñador de formación en Francia y triunfo en USA (más tarde, diseñador aeronáutico militar) entrelaza (simbólicamente como unos anillos que pueden formar una cadena de producción) 6 especialidades artesanales VG, contenidas en una tela de lino (similar a la del paraguas volador de Celedón) forrando el aeroplano. Dos décadas después ‘otro’ aeródromo VG colabora (cuestionamiento crítico) en el bombardeo de Guernica, que Picasso expuso en París (1937) en el vanguardista Pabellón 2ª República (pre *Made in Spain*) de Sert/Lacasa, con artesanos/diseñadores y artistas, documentado por Puente (2000).

Nuestra sorprendente iniciación armamentística sintoniza con el último de los *101 iconos del diseño español/made in spain*, que Capella (2008) asigna al nacional fusil de asalto Cetme (con referente alemán). Un número imperfecto (100 +1) que desestabiliza, quizás para evidenciar una triste realidad que ojalá no existiese. Aporta datos de exportación de armamento (incluyendo Explosivos Alaveses): a mediados de 2008 se consignan 678,4 millones de euros para ajusticiar, o no, cuestionando entre la estética y la ética, el diseño *made in...*

El Personaje Lucio LASCARAY (nº1 en I+D) le da jabón LEA (también metafórica y críticamente) a una potencial arma blanca, ilustrada por el catedrático Altarriba (2014) en *Yo, asesino/Moi, assassin*, donde matar es un arte. Morteo (2009) minimiza el riesgo de ‘el arma’ (indispensable entrecomillado) con la maquinilla de afeitar de seguridad de King Camp Gillette (USA, 1901). Cierta planteamiento ecológico/anti-consumista critica el paso de aquellas novedosas hojas de seguridad reemplazables, a la maquinilla desechable, con nuevo rediseño bianual y cuestiona una publicidad potenciadora de residuos.

La Empresa SIERRAS ALAVESAS (+VITORIA en publicidad), diseña y manufactura máquinas cortantes, de madera, pero desgraciadamente también de dedos descuidados, el rojo fondo del logotipo parece alertarnos. *Aquí* la Ley de Accidentes Laborales de Dato podría ayudarnos (ver monumento de 1925, Parque Florida).

Los dientes de sierra nos ofrecen un fenómeno fractal (constante a diferentes tamaños), repitiendo la forma a 2 escalas: en la máquina y en la tipología edificatoria fabril, diseñada por la funcional vanguardia arquitectónica (años 20 del XX), cuyo perfil de cubierta en diente de sierra con su apertura vidriada al norte, permite el paso

constante de la luz diurna en toda la jornada laboral, sin molestias del cambiante soleamiento directo.

En otra gráfica de SIERRAS ALAVESAS encontramos alternos anillos blanquiazules, irradiando de la sierra que al cortar el lateral de un tronco podría recordarnos a *La Mirada mágica* de Pangua (2002). Esa ‘almendra’ medieval de VG en *La ciudad de los anillos*, podríamos imaginarla en los anillos entrelazados del producto (repetido) Sierra de Cinta, expuesto en el Artziniega Museoa. Esta maquinaria industrial para la madera pudo estar presuntamente implicada en el asesinato (poético, rematado por Ikea) de la Silla Vitoria (con este nombre visible en el producto). Interesante concepción esta, de un anónimo diseño colectivo intemporal y de múltiples fabricantes artesanales, respaldada por toda una INDUSTRIA VITORIANA DEL MUEBLE. Un conceptual precedente histórico del actual sistema CAD/CAM, como el de LANTEK que integra todo el proceso desde el proyecto a la obra.

Afirma Capella (2008) que los *101 iconos/.../ made in spain* han sido inventados o/y producidos en España, o bien siendo extranjeros han encontrado aquí una especial relevancia o materialización. Carol (1985) nos ayuda a comprender que CAD es Diseño Asistido por Computador y CAM es Manufactura Asistida por Computador, así descubrimos que hay distancia (a muchos niveles/conceptos) entre diseño y manufactura, cuestión (con cuestionamiento) a repreguntar a los distintos *made in...* que vamos a revisar.

Icono local con proyección nacional/internacional y cultura francesa

Otro producto donde aparece Vitoria (escrita en el As de oros /nº1 *made in spain*) es en la Baraja Española de NAIPES FOURNIER, único icono VG en los *101/.../* de Capella (2008). Con cuatro palos semánticos, asociando: los bastos (madera) al pueblo, las espadas a la aristocracia, las copas a la iglesia y los oros a la monarquía, aunque nuestros estudiantes asocian a los comerciantes con el oro (As de oros de 1889 con rostro de Heraclio Fournier, de orígenes franceses). Esta baraja es premiada en París (1889) en la Exposición conmemorativa del primer centenario de la Revolución Francesa y fue asociada históricamente a la vanguardia constructiva en hierro y a su icono, la Torre Eiffel.

Encontramos una correlación de la Ilustración (con mayúscula, la Francesa) de barajas H.F. con el arte (a modo de Diseño Asistido, aún sin Computador/Cad), de la mano de dos profesores/pintores de nuestra Escuela de Artes y Oficios (1923), Soubrier

y Díaz de Olano. En 1925, Olano tiene una histórica exposición homenaje en el Paraninfo de la Escuela de Artes y Oficios. Esta centenaria institución de la Ilustración (realmente asociada a la francesa) con la Real Sociedad Vascongada de Amigos del País fabrican (metafóricamente) la Atenas del Norte (VG), que Lascaray (1974) ilustra. El coetáneo ‘clasicismo’ tiene con la arquitectura de Olaguibel un par de iconos locales dotados de reconocimiento arquitectónico/urbanístico internacional: la Pza. de España (1782-1794) y Los Arquillos (1787-1802) que Cenicacelaya y Larumbe (2005) documentan.

De Begoña (1982) estudia algunas construcciones del estilo del cristal y el hierro (eclecticismo del XIX) en VG. Destacando la desaparecida Pza. de Abastos (Aguirre, 1897) artísticamente reciclada/vaciada por La Plaza de los Fueros (Chillida/ Ganchequi, 1979), documentada por Peña y Sangalli (1999). También el Kiosco de Música en la zona afrancesada (por estilo de jardín) del Parque (Botánico) la Florida (Aguirre 1890). Nos interesa especialmente (por ejemplar contradicción) la Casa/Taller de Heraclio Fournier (1849-1916) que en 1898 Betolaza amplía y unifica con influencia francesa. La rotonda acristalada en esquina (Fueros/Manuel Iradier) usa la innovadora tipología de los miradores acristalados (modélica en la cornisa cantábrica) optimizando el efecto invernadero (deseable en VG). Concepción ya experimentada por el jardinero/arquitecto Paxton (Palacio de Cristal, Londres 1851, Exposición Universal) para aclimatar la botánica traída de las colonias (especialmente), una tipología que Gossel y Leuthauser (1991) relacionarán con los icónicos rascacielos del siglo XX. Recordando *Aquí* las expediciones de Manuel Iradier al África ecuatorial y su estatua (con pistola) en el Parque/Botánico de la Florida (incluso con pionero invernadero/bioclimático).

En el taller H. Fournier de 1898, de convencional cubierta y fachadas provistas de ventanas habituales para vivienda, estas no mejoran (a optimizar) la iluminación del lugar de trabajo. Sobre todo, si las comparamos con las ventanas de diente de sierra de otro referente francés posterior, la modélica Casa/Taller del pintor Ozenfant (1922) en París, sobre la que Boesiger (1982) nos documenta. Allí, Le Corbusier integra la vivienda (1ª planta) con el taller de pintura (2ª planta) dotado de esquina de luz (triedro: 2 paredes y techo) incorporando la tipología fabril del diente de sierra al arte/arquitectura de vanguardia. Este luminoso interior de Le Corbusier (1922) con carpintería metálica, podría asimilarse al de cremalleras AREITIO (1950) con misma carpintería (tipología), aunque aquí con techo plano de hormigón. Fábrica que contrasta

(por directa yuxtaposición) con la anexa Capilla Sagrada Familia (1905) de Betolaza en el parque del Prado VG. Esta, por entorno y volumetría, sería relativamente equiparable a la ermita de romería de San Antonio de la Florida en Madrid, con frescos (+ tumba) de F.Goya. En la Florida VG (parque), V.Goya tiene desde 1935 vanguardista luminosidad laboral (carpintería metálica), en la blanca Gasolinera Goya (Uralde/Alonso). Proeza en hormigón (22 m. de luz) y gráfica de modélica visibilidad con vanguardista esquematización geométrica (chapa roja) que Mozas y Fernández (1995) documentan.

Funcionalidad interdisciplinar: visibilidad y ergonomía

Sobre la visibilidad (como concepto genérico), consideramos tanto el puesto de trabajo como el logo empresarial. Así en las fotos aportadas por los estudiantes se entrevé una evolución: desde el oscuro taller semi-artesanal con triangular cercha de madera (GOYA), a la luminosidad constante de los dientes de sierra en la fábrica (como en IMOSA). También destacamos iluminación satisfactoria utilizando forjado plano de hormigón (en AREITIO y CIL) y grandes ventanales con carpintería metálica. Tipologías que en VG nos ilustran García y Arcediano (1993), arquitectura local de posguerra que también interesó a Guinea y Gonzalo (1964).

Otra contradicción, entre arquitectura y gráfica: fábrica con buena visibilidad (amplios ventanales en el puesto trabajo) pero con logo de errónea esquematización geométrica (seudovanguardia) que impide leer claramente CIL en mayúsculas (¡se lee como Al!). Sin embargo, otro logo ciclista tiene buena legibilidad y diseño contemporáneo: BH, contrasta las letras mayúsculas negras (y en negrita) sobre fondo blanco, con dinamizador subrayado en rojo. Su dinámica se refuerza por la inclinación de letras (cursiva) hacia la derecha, un recurso muy habitual para modernizar/dinamizar otros logos reseñados (LEA y MICHELIN, todo en mayúsculas en el logo).

Comestibles: entre la artesanía y la industria

En varios logos (gráfica) también encontramos una discutible estrategia visual sustractiva (atacando letras) en sintonía con lo dicho para SIERRAS ALAVESAS, pues la circularidad estilística forzada, elimina parte de otras letras. Un diseño gráfico logrado es el de OFITA (todo minúscula como en Bauhaus y HfG Ulm), pero que resulta problemático en GOYA (G 'hiper'mayúscula + resto en minúsculas). En el conocido logo Pirelli, la P envuelve magistralmente, pero la G estirada de GOYA (elipse exageradamente estirada en horizontal) útil para enmarcar CONFITERIA, corta

el resto de letras manuscritas, así casi ilegibles (¿joga?). Finalmente, su rúbrica o subrayado es algo anti-dinámico por su giro hacia la izquierda, en contradicción con el conseguido dinamismo en su caja ilustrada con los danzantes vascos y vascas.

Esta semántica que utiliza la firma/rúbrica, para la expresión artesanal, tiene referentes (también alimentarios) en los *101 iconos /.../* de Capella (2008). Así en Cacaolat (1925, pionero mundial del batido de cacao) la C híper-mayúscula subraya las minúsculas por debajo, pero hacia la derecha, consiguiendo un interesante dinamismo. Aunque históricamente el subrayado más influyente es el logo de Coca... Morteo (2009) y Capella (2008) citan (incluso con parcial subrayado) a Coca-cola (desde 1886, como Estatua de la Libertad de Eiffel y año de fundación de GOYA) cuya icónica identidad corporativa (pionera *made in USA*) queda reforzada por la conocida botella de vidrio (desde 1915). Así, un medicinal jarabe con estriada baya de cacao (con errata documental, pues supuestamente debería ser de coca) se funde con un femenino vestido (habitual lectura semántica) de vidrio transparente (algo verdoso).

La rectangular (más frecuente) caja metálica de vasquitos y nesquitas (¿con cacao africano traído por M. Iradier?) de GOYA, tiene algún referente alimentario *made in spain* / Capella (2008), en la redonda cajita roja metálica (y sonora, pero menos que una campana VIUDA DE MURUA) de las negritas y medicinales (¿) Pastillas Juanola (desde 1906 han vendido 500 millones de unidades). Tampoco GOYA podría competir (en cantidad) con la bolsita de Conguitos de 1961, con logo en minúsculas y también dentro de elipse. Unos cacahuets recubiertos de chocolate con 30 millones de bolsitas vendidas en 40 países del mundo. Toda una aventura alrededor del cacao, equiparable a las realizadas en África por el vitoriano Manuel Iradier y sus dos compañeras exploradoras en sendas expediciones 1874 y 1884, estudiadas en Gutiérrez (2010).

Con cierto humor (e inconsciente racismo, en su época) Capella (2008) nos aporta un sonido relacionado con el cacao. Una pegadiza canción (Dortas/Rizzo) desde 1955: “Yo soy aquel negrito/del África tropical/que cultivando cantaba/ ...” Que se asocia al Cola-Cao, original de 1946 y que vende más de 40 millones de kilos al año. En su logo mezcla mayúsculas y minúsculas. Con la inclinación a la derecha sugiere dinamismo, sintonizando con su deportiva publicidad -a recordar los modélicos pictogramas del diseñador gráfico Otl Aicher, en la olimpiada de Munich 1972, documentados por Aicher (1994) y Elam (2014)-.

Aquí en GOYA danzan tomados de la mano vasquitos y nesquitas (en laterales de

caja metálica), pero artísticamente distantes (por ejemplo) de una vanguardista *La danza* (5 desnudos atemporales y apátridas) de Matisse 1909 –con estudio de Argan (1977)-. Teniendo algún referente más cercano en *La gallina ciega* (Goya, 1789) con círculo de 8 nobles disfrazados de campesinos. En la documentación del Museo Provincial de Álava, De Begoña, Beriaín, y Martínez (1982), podemos ‘re-encontrar el origen’ de la danza de CONFITURAS GOYA, que parece una interpretación, con suelto estilo pictórico, del costumbrismo regionalista de Díaz de Olano (1860-1937, profesor desde 1901 en Escuela Artes y Oficios VG y diseñador de naipes H. Fournier) en *Vuelta de la romería del Calvario* (1903) donde las simétricas montañas laterales, son sustituidas por unos edificios rústico/urbanos. Símil de una tipología edificatoria vasca (algo inventada) de los años 20 del XX, que en VG aportan Correos y Telégrafos de Díaz Tolosana (1922) con aspecto de casa fuerte o torre, características de un País Vasco que revaloriza la arquitectura regionalista. También muy similar a la Escuela de Artes y Oficios (1919-1923, Díaz Tolosana). Similitudes con Ajuria Enea o noble residencia vasca por excelencia, en su actual ocupación política por el Lehendakari (1920, ¿Baeschlin?). Paradójicamente, el mismo Serafín Ajuria de la moderna Trilladora nº1 (1930) convive contradictoriamente con historicistas arquerías en planta baja, amplios aleros, esquinales cilíndricos en los ángulos, rematados como pináculos en cubierta. Morteo (2009) nos resuelve conceptualmente la contradicción de diseño (entre estilos: de producto y arquitectura, ambos vanguardistas) remontándonos al personaje Cyrus Hall McCormick, con su innovadora cosechadora mecánica de 1834, expuesta en la Exposición de Londres 1851 (vanguardista Palacio de Cristal, Paxton), que Teixeira (1992) documenta en relación con otras exposiciones internacionales y nacionales.

Diseño y reciclaje: con KAS como referente VG de diseño integrado

Transformaciones (o reciclajes pre-ecológicos) siempre han existido y Capella (2010) dice que el Velcro (1959) surge del aprendizaje de la naturaleza (entendiendo la biónica como reciclaje conceptual). Es un sistema llamado a acabar con la cremallera (AREITIO, de histórica foto con mano de obra femenina, terminó cerrando) que, a su vez, debía acabar con el botón. Pero todos sobreviven repartiéndose el mercado. Históricamente se han reciclado (reutilización con cambios de uso y estilo) las piedras de anteriores arquitecturas, pero también el metal de estatuas y de campanas en cañones (VIUDA DE MURUA, fabricante VG de campanas semi-industriales). También el techo metálico de cúpula romana se transforma (mediando cierta barbarie artística de

Bernini) en baldaquino papal (Roma: Panteón/San Pedro). El arma se hace bicicleta (pionera Rover Safety, Inglaterra, 1885), incluso el manillar de bicicleta torna vanguardista asiento/mobiliario. Se utiliza aquella tecnología de doblado de tubo metálico para fabricar asientos *cantilever* (relacionados con la Bauhaus alemana, diseñados tanto por Stam, por Breuer o Mies desde mediados de los años 20 del XX). Incluso la bicicleta se manifiesta como obra de arte con Picasso (*Cabeza de toro*, 1944) o Duchamp (*Ready-made: Rueda de bicicleta*, 1913).

La falta de guerras (con interrogante ético) lleva a deslocalizar algunas vecinas industrias que terminan instalándose en VG. Las industrias armeras (Eibar) se reciclan y hacen bicicletas como BH (también Orbea), con la novedosa bicicleta plegable (y otras para alta competición) que también CIL fabrica. KAS las utiliza en la promoción del bitter VG (rojo + etiqueta amarilla y roja), con ciertas deudas icónicas hacia el transparente envase de la gaseosa (*made in spain*) La Casera (Duffo, 1949). Morteo (2009) recuerda el referente italiano, Campari Soda (1932, envase del artista futurista Depero) una poderosa mezcla de bitter y tónica, en cónica botella de vidrio esmerilado, sin etiqueta, pero con inscripción en relieve, exaltando el inconfundible rojo de cochinilla de la bebida misma, un envase tentador. Es modélico nuestro icono total KAS (de escueta denominación comercial ligada a un funcional logo contemporáneo), asociando bebida refrescante y deporte (funcionalidad y semántica vanguardista). Aportando un extra de diseño en su fábrica y oficinas junto al río Zadorra con una modulada arquitectura innovadora (1966 Fargas/Tous y 1973 Marimón) de vistosos paneles prefabricados (entre limón y naranja como sus populares refrescos) y paraboloides (paraguas) soportes de hormigón.

A KAS podríamos encontrarle un cierto paralelismo (a nivel nacional) de lograda identidad corporativa total con Repsol-YPF, que nos aporta una modélica identidad/marca, innovando arquitectura y grafismo (ambas inglesas = *made in spain* con interrogante). En 1997 Foster diseñó para Repsol-YPF las gasolineras con unos paraguas metálicos (envidia de nuestro Celedón) de diferentes alturas en blanco, rojo y naranja, que se suman a la imagen corporativa. Su logotipo de 1986 (Wolff Olins, agencia inglesa) buscó un estilo que mostrase una España moderna, internacional y a la vez muy española, diferente, pero no extravagante. El modélico resultado fue una elipse inclinada, en amarillo y rojo, con irregular banda horizontal azul.

El azúcar para KAS y GOYA podría haber salido de Cuba, para la que nuestro

personaje VG Sebastián Iradier (1809-1865) compuso habaneras (tal vez bailadas por vasquitos y nesquitas). Luego quizás se procesó en La Azucarera Alavesa (Zufiaur, 1998), joya pionera de los edificios industriales de la provincia, de Betolaza 1901 y ahora rodeada por MERCEDES (antes DKW). Lugar que en 1999 se disparó al futuro como EUVE (European Virtual Engineering-Silicon Basque Center) con el reciclaje de Garbizu (Mikel y José Antonio) dando la oportunidad de difusión a las tecnologías locales (especialmente tipo CAD-CAM, desarrolladas por LANTEK) con acceso a instituciones internacionales de Diseño y Desarrollo del Producto.

Mobiliario VG

Aquí cuando se habla de Diseño (con mayúsculas) parece indispensable la referencia a otros PERSONAJES (vitorianos, por adopción cultural) como el diseñador Miguel Ángel Ciganda (Pamplona, 1945) asociado a IMAT del empresario Jesús Guibelalde (Legazpia, 1947), produciendo el banco (metálico) más fotografiado de la Exposición Universal de Sevilla (1992, mítico en diseño). Con la participativa colaboración del sedente Minotauro o *Reflexión* (el popular torero) del escultor navarro Casto Solano. Conjunto (banco/escultura) reciclado en la calle Dato (1994) y que está mirando (de reojo) al icónico símbolo popular de VG (casi nuestra mascota, en competencia con Celedón), *El caminante* (Eguizabal, 1985), en bronce y 3,5 m. que De la Horra (2002) nos documenta.

Nuestro mobiliario VG (en modo intemporal) aporta variadas singularidades:

- desde la integración cooperativa (histórica asimilación cultural) de la Silla Vitoria, respaldada por toda la INDUSTRIA VITORIANA DEL MUEBLE,
- a la cotidiana discreción de un ingenioso sistema flexible en la mesa plegable OSCOZ, pasando por la vistosidad diseñada IMAT y OFITA, y,
- al final, por la mirada mágica (en tanto diseño oculto/discreto) a una sofisticada tecnología, la de la cama clínica articulada ASTABURUAGA, anónima compañera de sufrimientos (mitigados = ergonomía).

Del círculo a los anillos VG

Buscando la identidad (gráfica, incluso) de *made in VG* y quedando pendiente una revisión histórica: *made in England*, *made in Alemania*, *made in Suiza*, *made in Spain*, etc. Ahora damos un salto histórico a la globalización cultural con *made in USA* ¿Japón? (casi una broma a subrayar) asociada a un icono gráfico que interesa a Munari (1973). Redescubrimos con Morteo (2009) un americanismo: durante 2ª Guerra mundial

el paradójico parecido con la bandera japonesa del paquete de cigarrillos Lucky Strike (Raymond Loewy, 1940, American Tobacco). Un gran éxito obtenido por la renovación del diseño del paquete: con nuevo fondo blanco y gran expresividad del logotipo (mayúsculas negrita) inscrito en un círculo rojo. Es un perfecto ejemplo de la idea misma del sueño americano: puro, fuerte, optimista. Proclama la identidad del *American way of life* (o Made in USA) usando un icono gráfico, ya patrimonio de la humanidad (antes japonés).

El círculo/anillo (recordar VG *La ciudad de los anillos*) deviene vicioso, al crear dependencia, y leemos “Las autoridades sanitarias advierten: Fumar mata”, pero ¡legalmente! (ver crítica en *Cuerpos del delito-1*, Altarriba, 2017). Pocos hábitos representan tan bien como el humo las múltiples caras y neurosis de la modernidad. Las grandes tabacaleras se dan cuenta de que las cajetillas pueden ser comercialmente útiles y encargan a los diseñadores (¿estética/ética?) nuevos paquetes concebidos como: auténticos mensajes publicitarios, ahora parcialmente chafados (como veremos con Cobi) con fotos disuasorias (¿).

No debemos olvidar, que el sueño americano y su modo de vida (*made in USA*) ya los adelantó el personaje Henry Ford, con su primer y célebre modelo de automóvil - Ford T- (diseñado por H. Ford en 1908) que siempre se asocia al innovador concepto de cadena de montaje. El *modelo T* fabricado durante 20 años desarrolla una estética alejada de abstractos modelos de belleza; es un producto moderno que no se ha de fabricar para representar algo, sino para prestar un servicio (dijo H.F.). Soluciones espartanas, una razonable comodidad, un solo color (negro) y ninguna renuncia técnica, con máxima simplificación de la mecánica para un fácil mantenimiento, un automóvil al alcance de todos.

En VG tendríamos antes de aquella cadena (con anillos) de montaje, el anillo nº 1 (fundacional de 1181, nuestra muralla o anillo 1º) de toda una histórica cadena de anillos encadenados (ruedas, incluso). Desde los autos DARRACQ, DKW/IMOSA, MERCEDES, a las menores (en minúsculas) ruedas de moto MOVESA, + las mayúsculas ruedas de bicis BEISTEGUI y CIL, hasta la gigante rueda MICHELIN.

Coincidiendo (casi) con el vuelo pionero (1914) del AEROPLANO ALFARO 1, Morteo (2009) subraya otro icono asociado *made in USA*: la Fábrica Ford, Detroit (1913). Introducida en las fábricas de Highland Park, la cadena de montaje revolucionó los sistemas y la organización del trabajo. La Ford, primera factoría de desarrollo

vertical, se ajustaba a las sucesivas fases del trabajo con conexiones mediante raíles, carros y cintas transportadoras, sobre las que se iban agregando los distintos componentes del vehículo. Ford inauguró una política salarial inédita, turnos más breves y mejores salarios (obrero ya comprador y futuro consumidor ¿también encadenado?) organizando la jornada laboral en 3 turnos de 8 horas sin interrupciones y obtuvo un espectacular incremento de la producción.

Años después Chaplin desde el humor cuestionó la cadena de montaje (un genérico industrial) y la dejó en cadena a secas en *Tiempos modernos* (1936) enfrentándose (¿lucha obrera?) al encadenamiento industrial.

Pero el puesto de trabajo donde realmente el usuario se juega la vida es en el de piloto de combate, que en caso de emergencia usa el asiento como salvavidas (ya no es la SILLA VITORIA) tirando de las anillas de lanzamiento (2 enlazadas) de TECNASA. Por eso es indispensable una buena visibilidad, conseguida con la alternancia de amarillo y negro en el anillo que aparece también estilizado y con el mismo color/grosor en las letras mayúsculas del moderno logo.

Otra empresa que trabaja el aire (con sentido poético) y tiene anillos concéntricos multicolores (casi como *La mirada mágica = Vitoria-Gasteiz / ... / La ciudad de los anillos*) en su también vanguardista logo es GAMESA (mayúscula y minúsculas), que SÍ (con mayúscula obligatoria) se proyecta hacia el futuro y parece haber aprendido las olímpicas lecciones del 92, que veremos recogidas por Capella (2008) en sus *101 iconos made in Spain*.

Made in VG: 3 de marzo, un enigma oficial

1919 es una fecha que a nivel internacional articula el final de la 1ª Guerra Mundial y el comienzo de la más conocida escuela vanguardista de artes aplicadas, la Bauhaus. También es cuando en VG se produce el primer asesinato por motivos sociales. Rivera (1991) nos habla de un tiroteo entre obreros huelguistas y esquirols de la fábrica Azucarera, y nos descubre que las pistolas sindicalistas (dice que nutridas de peonaje trashumante), fueron las causantes de tales muertes. Los pistoleros eran sin duda ajenos a la localidad, pues para el *vitorianismo* el mal siempre venía de fuera, aunque las pistolas pudieran ser locales. Como el contemporáneo modelo LLAMA M-82: pistola fabricada en VG desde 1984, con las ventajas de revólver y pistola, con una culata que por su relieve es bastante ergonómica, aunque con ergonomía menos optimizada que en la pistola aerográfica SAGOLA.

Los antecedentes nos remontan hasta los pioneros en USA. Allí tenemos el Revolver Colt de 1835, de Samuel Colt, que en 1847 mecaniza su fábrica, aunque el 80% de los componentes de las armas, idénticos e intercambiables, se producía a mano. El mecanismo automático del disparo de los revólveres (movimiento coordinado del percutor y del tambor) los convirtió en armas muy eficaces, ligeras, rápidas y precisas. Un diseño culturalmente relacionado con la denominada conquista del salvaje Oeste (¿conquista?, ¿salvaje?). En cierta medida un origen conceptual del sueño americano como modo de vida que se ha globalizado posteriormente.

Apunta Rivera (1991) que mientras en Bilbao se celebra el 1º de mayo en 1890, la prensa vitoriana disfruta diciendo que en VG no ha habido asomo de huelga, ni jugera obrera, el trabajador vitoriano es uno de los buenos obreros que hay en España: sufrido, obediente, laborioso y tolerante. Pero algo sucedió el 3 de marzo de 1976 cuando una huelga general reiterada unió a los trabajadores de diversas empresas como CEGASA + ARANZABAL + IMOSA + MICHELIN + ESMALTACIONES + AREITIO + KAS + otras muchas. Como ‘poético homenaje’ se podría decir que el resultado es VIUDAS (DE MURUA, incluso). Quizás también en 1976 el mal en VG venía de fuera. Algo terrible sucedió a la salida/desalojo de la iglesia de San Francisco (1969, Peña Ganchegui, arquitecto que con Chillida construyó la Pza. de los Fueros en 1979) del barrio obrero de nuestra Escuela I.D arte (en Zaramaga, ahora en Betoño). La pregunta sobre qué pistolas causaron los muertos y heridos, sigue en el aire. Por desgracia VG también es conocida internacionalmente por estos acontecimientos/*made in VG*, documentados por Val (2004), ya difundidos por antiguos documentales, reforzados por una reciente película: *Vitoria, 3 de marzo*, de Víctor Cabaco, 2019.

Reflexiones finales (en el aire) con futuro.

La ya desaparecida SILLA VITORIA tiene aún anecdóticos ecos (acuáticos/*green*) con Muebles Zárate. Un personaje/decorador, Zárate (empresario de Muebles Zárate), nos descubre una obra hidráulica del siglo XIII que, aprovechando el río Errekaleor y desviándolo con una presa, crea el Cauce de los Molinos, como documenta Zárate (2015). Contribuye así a la defensa de la muralla Este de Vitoria (1256/2º ensanche medieval), completando la muralla Oeste (1202/ensanche medieval 1º). La obra hidráulica cierra (casi) con un anillo de agua (río Zapardiel y Cauce de los Molinos) las segundas murallas de la ciudad que configuran la denominada almendra medieval. Anillo complementario de las primeras murallas de la fundación (navarra con Sancho *El*

Sabio) en 1181 y que, poéticamente, se completará varios siglos después gracias a la *Mirada mágica* (y aérea, desde helicóptero televisivo, con mortal accidente). Esta serie documental popularizada por ETB redescubre VG como *La ciudad de los Anillos* en DVD, Pangua (2002).

Esta mirada en modo intemporal a ríos ahora invisibles (el Zapardiel bajo calle Diputación) puede ser un referente identitario de VG, con unas carencias (de lo visible y deslumbrante) solo aparentes. Desde otro modelo y conceptual vuelo contemporáneo (eco del pionero ALFARO I de 1914) apreciamos un fuselaje trasero *made in VG*, el de un avión internacional e interdisciplinar. Posible símbolo conclusivo, de una positiva mutación perceptiva de la tradicional no identidad vitoriana (casi invisible en sus productos industriales) ahora vista (asumida y potenciabile) como pluralismo posibilista e integrador. *Aquí* y ahora, en el siglo XXI: *made in VG* se evidencia con proyección internacional, con fuselaje trasero GAMESA, acotado atrás por APU americano y acotado delante con el fuselaje central francés, además de alas japonesas, motores americanos y tren de aterrizaje alemán. La discreción del diseño VG se vincula a un gran proyecto interdisciplinar e internacional, de gran envergadura. Como un 92 (luego comentado) para VG, pero discreto, sin fuegos artificiales, como corresponde a la identidad que descubrimos en la ciudad.

Finalmente, Rivera (1991) en “El *Vitorianismo*. La conciencia histórica de una ciudad”, sienta cátedra concluyendo (entre pasado y presente), que en VG hay un año mágico/clave. Si España saltó a *Spain* en 1992, para VG un cambio radical se dio en 1950, con una industrialización acelerada, aunque tardía. *Aquí/VG* (con último homenaje al ilustrador McGuire (2015) con su mirada constante al mismo rincón a lo largo de la historia) se ha transformado radicalmente, pero ha mantenido los mismos rasgos que en el pasado. Su identidad (en modo intemporal) está acotada (a modo de paréntesis y también fragmento de anillo de la almendra medieval) entre la persistencia (fama de culto) y la resistencia (innovación con dificultades). El *vitorianismo* (fluctuando semánticamente entre minúsculas y mayúsculas) es una constante histórica (en diferentes maneras y épocas) y una conciencia de la ciudad (*intraconciencia*, en palabras de Antonio Rivera) donde los ciertos rasgos históricos persisten (y parece que con proyección de futuro) a modo de adn/dni:

- diversidad de sus habitantes,
- heterogeneidad de culturas (y convivencia pacífica de éstas),

- poco entusiasmo por las grandes ideas (en cambio, con atención a lo tangible), e
- INDEFINICIÓN que destacamos como valor positivo (algo paradójico). Indefinición (con mayúscula, como uno más de nuestros productos y empresas *made in*) de carácter constante (producto de su particular historia), indispensable en una tierra de frontera que a pesar de las dificultades ha demostrado ser capaz de hacer convivir a gentes diversas (la inclusión como valor).

Casi en el cierre del artículo *made in...*, VG se nos abre/descubre con una identidad = indefinición (en modo intemporal), un valor, una potencialidad, naturalmente abierta al pluralismo, donde la ausencia invita a la presencia, un vacío receptivo que diría Oteiza que tiene varias esculturas en VG documentadas por Pelay (1979). Oteiza que, en 1991, movido por el dolor, empuñó una vieja pistola (no sabemos si de nuestra marca LLAMA) para defender (¿) a su anciana amada, hospitalizada (tal vez en una CAMA ASTABURUAGA).

Descubrimos que es posible un enfoque positivo de nuestras carencias VG (incluso de aparentes errores). Morteo (2009) nos anima (VG! como turístico logotipo vegetal/*green* con exclamación, en la Pza. Virgen Blanca), cuando manifiesta que no todos los errores son negativos, los hay que funcionan (y muy bien) como el omnipresente y multicolor *Post-it*. Dos empleados de 3M colaboran casualmente: Art Fry quiere marcar páginas en su libro de himnos religiosos, para ello se le ocurre rescatar del olvido el fracasado invento de Spencer Silver: un pegamento de escasas propiedades adhesivas, y nace la idea del *Post-it*, lanzado al mundo desde *made in England...* y que florece en la primavera de 1981.

El proceso de ensayo (este texto, incluso) y error es una constante en la evolución. Constante que se enfrenta al excluyente y pretencioso proceso de diseño (puede que incluso con el Cad/Cam desarrollado por LANTEK) que se autoproclama infalible porque en teoría su buen diseño resuelve con eficacia el reto planteado. Pero no siempre es así, en el caso *Post-it*, un error durante la búsqueda de un pegamento fuerte y resistente dio origen a un insólito pegamento suave en el que la impermanencia es propiedad.

Finalmente nos consuelan dos ejemplos clásicos (y contrapuestos) de invención por error: la vital Penicilina y el transitorio *Velcro*. En la historia de la humanidad ha habido muchos productivos errores, la clave es ‘otra’ *mirada...*(con entrecorillado) y tal vez incluso *mágica*, como la aportada por ETB desde las alturas (con la objetividad

que aporta el distanciamiento y la panorámica) en el DVD. Pangua (2002) y a ser posible, en diálogo con *La mirada creativa* de Jenny (2013).

3. Referentes del diseño internacional y nacional

Inglaterra: pionera icónica

La mirada puede ser creativa pero también necesariamente comparativa, para aproximarnos a una lúcida valoración de lo propio. Consecuentemente, necesitamos desarrollar ahora nuestros anteriores ‘acentos’ paralelos de la cultura del diseño, contrastando el nivel local con el internacional, sin olvidar el nacional. De acuerdo con el histórico desarrollo de la industrialización urge la referencia inglesa, que ya ‘acentuamos’ al referirnos a la incoherencia estilística/ conceptual de Serafín Ajuria. Entonces comparamos críticamente su historicista residencia (Ajuria Enea, actual icono institucional) con su vanguardista producción industrial de maquinaria agrícola, teniendo como precedente en la coherencia contenedor/contenido a Cyrus Hall McCormick, con su innovadora cosechadora mecánica de 1834, exhibida en la Exposición de Londres 1851, dentro del vanguardista Palacio de Cristal diseñado por Paxton.

La Exposición Universal de Londres inaugurada por la reina Victoria el 7 de junio de 1851, fue la más arrolladora exhibición del poder económico y político de Inglaterra (*made in England*), tal vez en su momento de máximo esplendor colonial, industrial y militar. Más de 15.000 expositores y 200.000 objetos, un avance de la invasión de mercancías y productos que estaba a punto de transformar el escenario mundial. Una torre de Babel de estilos en la que estaba muy lejos de vislumbrarse un claro perfil de la estética de los nuevos tiempos. Esto dejó contrariado al propio organizador, Henry Cole, patrocinador de escuelas de artes aplicadas y uno de los primeros en intuir la necesidad de formar a nuevos profesionales del diseño.

Está consensuado (multitud de estudiosos) que el icono histórico más ejemplarizante del *made in England* es la reforma de London Transportation, Londres, 1933. Ninguna institución simboliza mejor que el metro de Londres la relación de respeto y familiaridad entre los ingleses y el progreso. Proeza de ingeniería (inaugurado en 1863) fue el 1º del mundo, consiguiendo la unificación de todos los sistemas de transporte público en 1933 (subterráneo y superficie). Pick vicepresidente de L.T. en 1920 encontró una sociedad heterogénea, sin una identidad precisa y con obsoletas

infraestructuras, convencido del valor público y social del diseño, inicia un radical programa de renovación. No obstante, conserva el célebre logotipo circular, un anillo rojo y en horizontal UNDERGROUND (diseñado en 1916 por el tipógrafo Johnston, también autor de la famosa tipografía de las estaciones) como identidad corporativa. Holden crea nuevas estaciones amplias y bien iluminadas, modernizando también las antiguas. Pick acompaña la reforma arquitectónica (también ingenieril) con un proyecto de comunicación total, colaborando grandes ilustradores y artistas famosos (Man Ray, etc.) en una extraordinaria campaña de carteles.

Es excepcional la nueva planimetría del metro de Londres (Beck, 1933); un mapa ejemplarizante (envidiable/clarificadora esquematización geométrica) del diseño inglés (*made in* pragmático, anónimo y eficiente) que es una de las primeras obras maestras de la síntesis gráfica moderna, manteniendo también la ya citada moderna (y adelantada) tipografía de Johnston (1916). Con Pick la L.T. se convirtió en el patrón (con mayúsculas) del diseño arquitectónico, gráfico e industrial. Como popular icono rojo (compartido con la paradigmática cabina telefónica) del *made in England* tenemos el autobús Routemaster, diseñado por Scott y Ottoway (1954) cuyo éxito se considera, aún hoy, el mayor obtenido por un vehículo de servicio público.

Pearce (1991) dice que ya en 1948 se describía oficialmente el diseño de Transporte Londinense (L.T.) como esencialmente práctico, impersonal e inglés. No sigue un estilo definido y tiene carácter atemporal. Prioriza una operatividad eficiente y un fácil mantenimiento. Con algunos de estos conceptos se podría identificar nuestro *made in VG* (práctico, impersonal, no sigue un estilo definido). La arquitectura y el equipamiento inglés son simples y funcionales mientras que la cooperación entre los ingenieros, arquitectos y diseñadores ha dado consistencia a todo el diseño. Un envidiable modelo histórico de identidad corporativa, integrando diferentes disciplinas de diseño (incluso manteniendo buenos diseños precedentes), que VG debería envidiar y que, vimos, se aproxima (remotamente) a la empresa KAS.

Alemania: referente en la pedagogía de Artes Aplicadas

Morteo (2009) nos ilustra con otro patrón integrador de diseños, en Alemania (anterior al citado ejemplo inglés en el transporte) y mediando la colaboración de Peter Behrens con la empresa AEG (1907-1910). Tenemos un encargo (envidiable para *Aquí*, pues nunca sucedió algo equiparable *made in VG*) de extraordinaria modernidad, 1907, donde Behrens por su función de asesor artístico es libre de actuar en todos los ámbitos

de la empresa AEG: del diseño de productos al de catálogos, de la publicidad a la arquitectura. Aplica criterios de moderna estandarización a productos AEG, además de una verdadera normalización de la imagen general de la empresa, coordinando toda su comunicación. Lámparas, relojes, hervidores, carteles, instalaciones industriales: la obra de Behrens reescribe la identidad misma de AEG, prefigurando el nuevo papel del diseñador moderno. Un enfoque que marcará a los jóvenes colaboradores de su escuela (con sentido metafórico): Le Corbusier, Mies van der Rohe y especialmente Gropius, quien desarrollará el innovador plan de estudios de la Bauhaus (fundada en 1919) para la formación de los modernos profesionales de las artes aplicadas, conviviendo inicialmente artesanía, diseño e industria.

Algunas contradicciones en el proceso

No obstante, más allá de estos internacionales modelos históricos integradores de diseños (ejemplarizantes para *made in VG*) entre la industria y ('contra') la artesanía, previamente han surgido históricas y creativas contradicciones (inicialmente *made in England*). Observamos que, aunque nacidas de un espíritu romántico y contrario a la industrialización, las propuestas de Arts & Crafts (Inglaterra, 2ª mitad del XIX), con su sencillez, la clara distinción entre elementos funcionales y adornos, finalmente consiguen una sobria racionalidad del mobiliario (que interesa a la tipología de la SILLA VITORIA). Unos criterios que servirían de inspiración para posteriores reflexiones y, como apunta Morteo (2009), convertirían a Morris en un involuntario precursor de las modernas investigaciones llevadas a cabo sobre el diseño.

Suiza: un referente alimentario con diseño geométrico

Tras perder toda referencia natural, la comida se encamina a convertirse en 'semielaborados', abstracciones alimentarias entre la artesanía (apariencia semántica popularmente preferida) y la industria (producción creciente). Suiza es pionera con una nueva concepción en los sistemas de conservación y el uso de una estética racional en la producción industrial alimentaria. Henry Nestlé en 1905 produce leche condensada en tubo (se exprimía y chupaba) similar al envase de pinturas industriales o pastas dentífricas (que TUBOPLAST HISPANIA podría aportar en VG). El chocolate, estrella de la gastronomía suiza, adquiere una forma de geométrica precisión. Ya en 1910 Suchard y Lindt producían tabletas de chocolate divididas en porciones cuadradas y bombones en forma de pequeños cubos. Sin olvidar el prisma triangular (dentado) Toblerone (Suiza, 1908) ejemplar geometría simple para un envoltorio nada corriente,

pero práctico y racional, con lectura semántica múltiple (cordillera alpina o engranaje industrial de chocolate). *Aquí* la geometría llega a la caja metálica (fría, industrial, pero resistente) de vasquitos y nesquitas GOYA (bombón de geometría camuflada por artesanal papel decorativo) se manifiesta pionera de un ecológico reciclaje (como contenedor), aunque en competencia con la olorosa caja (cálida / madera de cedro) de puros Farias (*made in Spain*). Según Capella (2008), sirvió durante muchos años como costurero o lugar para guardar pequeños objetos o cartas (tal vez, incluso naipes). La venta (diseño de interiores) junto con el producto (de geometría industrializada) deviene arte: en el vestíbulo de la tienda de CONFITERIA GOYA en la calle Dato nº20 (Guinea / Apraiz, 1944) reseñada por Mas (1990) hay un auténtico mural pictórico. El fresco circular sobre techo plano de ecléctica inspiración múltiple:

- a modo de ampliación del Tondo Doni de Miguel Ángel (1503);
- cúpula de San Antonio de la Florida de Goya (1798);
- complementado con algún ‘angelito’ inspirado por Rafael Sanzio.

***Spain* edad de oro: 1992**

La innovación *made in Spain* tiene una fecha: 1992 (olimpiada Barcelona + expo Sevilla + Madrid cultural) en que se incorpora a las vanguardias internacionales y genera una identidad propia. Pero esto no sucede (en rasgos generales) con nuestro *made in Vitoria Gasteiz* (VG) donde la cultura del diseño encuentra cierta resistencia (innovación: casi siempre con dificultades). En una revisión comparativa de históricos referentes de vanguardia del diseño nacional e internacional, resulta que es precisamente esa concepción (vanguardista) la que casi no encontramos *Aquí*, en el diseño *made in VG*.

La marca España tiene ciertos iconos (al menos 101...) que Capella (2008) nos muestra (no tenemos espacio para una detallada revisión) y de los que citamos algunos nombres (con capacidad docente en diseño, especialmente el diseño gráfico asociado a la empresa): Iberia, Correos, Toro de Osborne, El Naranjito, La Caixa, Turismo de España, letra Ñ, El país, Zara, El Corte Inglés, TVE.

Si comparamos gráficamente nuestros *made in VG* con estos iconos nacionales e internacionales (¿conocidos *Aquí*?), quizás nos lo debamos tomar deportivamente (olímpicamente, incluso), quizás lo importante es participar (o algo así). El nivel no es comparable.

El gran salto gráfico en los iconos *made in Spain* lo da Cobi, *El simpático perro chafado* (Capella, 2008). Posiblemente esta Mascota del 92 esté en deuda artística y

cultural con Miró. Cobi rompió moldes y abrió artísticas posibilidades futuras, permitió el entrelazamiento de 5 anillos (olímpico concepto, envidiable para los anillos *made in VG*). Un perro postmoderno (mezcla entre Picasso y Snoopy), elegido como mascota para los Juegos Olímpicos de Barcelona 1992 (España ya es *Spain*). Mariscal, el diseñador valenciano (asentado en Barcelona) ganó con una atrevida propuesta: una especie de perro inspirado en Los Garris, personajes muy suyos del mundo del comic *underground*. Fue ganando popularidad con el tiempo y acabó conquistando la simpatía del público. Tal vez fueron su singularidad y ambigüedad lo que en un primer momento desconcertó a la gente, habituada a las relamidas mascotas Disney, con cuya tradición rompió radicalmente.

En VG nunca existió una mascota con esa proyección nacional/internacional, pero esta innovadora concepción del diseño resulta envidiable. Necesitamos esa actitud arriesgada a la hora de concebir proyectos de ámbito local, pero con vocación de futuro.

En el País Vasco, en Tabakalera, Centro Internacional de Cultura Contemporánea de San Sebastián, estudiando su reciente exposición *Orain diseinua! Euskadi eta industria* (2019.10.21 – 2020.02.9) comisariada por Zuaznabar (2019), vemos que aparecen reseñadas 39 empresas/entidades en un catálogo con 107 piezas expuestas, de las cuales 11 piezas (aprox. 10% del conjunto) podrían denominarse *made in VG*, correspondiendo a dos únicas entidades: Museo Fournier de Naipes de Álava y Confituras Goya. Conociendo que el término *Orain* también corresponde a un grupo alavés de la vanguardia artística vasca de los años 60 del siglo XX, en relación con Oteiza, Chillida, Basterretxea, Mendiburu, Arias, Balerdi, Sistiaga, Zumeta (*Gaur* en Guipúzcoa y afín con *Emen* en Vizcaya) ¿soñamos con un homenaje *made in VG*?

4. Conclusiones (*in progress*)

Según Eugenio Villar, Nogales (2017), el proyecto formativo inicial aspira a convertirse en referencia para trabajos posteriores. Este proceso (*in progress*) podría ser continuado por parte de los estudiantes de nuestra Escuela de Artes Aplicadas en años sucesivos y por otros grupos. Lo harían derivando desde la actual documentación historiográfica relativamente aséptica (a mantener y expandir) hasta una fase de creatividad más crítica (que nosotros proponemos). A partir de los ejemplos y de las relaciones interdisciplinares (con dialéctica local/global) presentados en este ensayo, la resultante pedagógica (conclusiva) deseable sería:

- unos estudiantes quizás didácticamente más estimulados;

- una contribución al principio pedagógico de consolidación de las adquisiciones, Barberá (1993).

Como ya hemos anotado al inicio de este artículo, Nogales (2017) profesor, historiador (máster en Biblioteconomía) y coordinador del proyecto en la Escuela (I.D arte) en la *Memoria-Balance del Proyecto Design Gasteiz 2016-17* nos recuerda el contexto inicial, sobre el que se imbrica este artículo, vinculado a la idea de Civic Design: una tendencia contemporánea que, desde los conceptos y métodos del diseño, valora la creatividad como aportación para solucionar problemas sociales y se concreta en el Reto Ciudad (en paralelo con el Reto Empresas).

El Reto Ciudad y el Reto empresa se trataron en sucesivas reuniones de trabajo llevadas a cabo en la Escuela (I.D arte). La última de ellas (18-5-2017) contó con la presencia de la Viceconsejera de Administración y Servicios de Educación, el Director de Recursos del Departamento, el Alcalde de Vitoria, la Teniente de Diputado General, el Presidente y el gerente de la Fundación Vital.

Todo este trabajo se materializó en una presentación y exposición públicas en Artium (25-5-2017) que se concretaron física, y simbólicamente, en uno solo de los objetos recogidos en el catálogo: la denominada Llave alavesa, de la empresa Egamaster. En la Valoración Final de Nogales (2017) sobre los objetivos planteados en el desarrollo del Hub Design Gasteiz, a la luz de los resultados que se han producido y que se van a materializar en la firma de varios convenios con las distintas instituciones de la ciudad, él subraya que el balance fue muy positivo. Una sugerente experiencia pedagógica en Artes Aplicadas que podría ser objeto de un nuevo artículo.

Recordemos el contenido del citado Proyecto de Catálogo, derivado de la investigación y documentación organizada en equipos de estudiantes de Diseño de Interiores y Diseño Gráfico (I.D arte), dirigidos por el profesor Eugenio Villar (historiador y vicepresidente de AVPIOP, Asociación Vasca de Patrimonio Industrial y Obra Pública) en el curso 2016-17 y dentro de la asignatura Cultura del Diseño (2º curso). Utilizaron muchísimas fuentes documentales entre las que destacan, además de Internet:

- la vistosidad inspiradora (para el nuevo catálogo) de *Entrediseños* (1996) Catálogo de la exposición sobre Diseño industrial vasco, editado en Bilbao.
- textos sobre diseño y arqueología industrial entre otros: Azkarate, Ansola (1997); Aldabaldetrecu (2000); Ibáñez, Torrecilla, Zabala (1992).

También investigaron directamente en la Fundación Sancho el Sabio de Vitoria, entre otros archivos municipales y provinciales.

El trabajo se concretó en tres categorías:

- Ficha tipo (un par de páginas): la empresa, el producto (ocasionalmente: el personaje, el edificio, la colección, etc.) y la bibliografía, que en el original aparecen destacados en amarillo y en este artículo aparecen en MAYUSCULAS.
- Documentación iconográfica: imágenes (de 4 a 6) incluyendo fotos, dibujos y logotipos.
- Diseño y maquetación del catálogo: a cargo de los estudiantes de Diseño Gráfico en colaboración con las especialidades de Ilustración y Fotografía.

Este trabajo ya realizado y pendiente de publicación como catálogo ilustrado (con cientos de páginas) podría ser objeto de evaluación, pero no forma parte de los objetivos de este artículo, que intenta relacionar interdisciplinariamente aquellas 40 fichas técnicas, más allá del concepto inicial de inventario histórico. Dotada de una intención pedagógica, nuestra propuesta sería un referente interpretativo para orientar a los/las futuros estudiantes hacia el análisis y la reflexión. Y quizás para establecer relaciones creativas entre datos culturales, que finalmente ellos/ellas puedan sintetizar e integrar en su praxis proyectiva (sucesivas asignaturas de Proyectos hasta 4º curso y Proyecto Final) incluyendo su práctica profesional futura (de las Artes Aplicadas). Creemos que así podemos dar cierta continuidad al objetivo principal del Hub Design Gasteiz, que no era otro que crear nuevos espacios en los que el aprendizaje se pudiera desarrollar de forma más cercana al mundo profesional (en nuestro ensayo, algo más global e interdisciplinar).

Finalmente sugerimos algunas estrategias pedagógicas (en 4 grupos, a modo de post-producción del Catálogo) que pueden incidir positivamente sobre una creatividad reflexiva, crítica e interdisciplinar, indispensable en los/las profesionales futuros del diseño.

1. Ficha analítica/empírica, referenciada por Munari (1983), partiendo de datos objetivos y siempre que sea posible experimentables, en contacto directo con el objeto (utilizando todos los sentidos posibles). En sintonía con los planteamientos de Balcells y Muñoz (1976) donde el concepto pasa a través de la vivencia, utilizando unidades de trabajo directo con el material (madera, agua, etc.). Estableciendo posteriormente una aproximación valorativa multidisciplinar

de ventajas e inconvenientes. A partir de los datos precisados previamente en una ficha tutorial donde figure: nombre, autor, productor, dimensiones, material, peso, tecnología productiva, coste, embalaje, utilidad declarada, funcionalidad, ruido, mantenimiento, ergonomía, acabados, manejabilidad, duración, toxicidad, estética, moda/*styling*, semántica, valor social, esencialidad, precedentes, sostenibilidad, aceptación por parte del público, etc.

2. Investigación, *brief* y especificaciones referenciadas por Rodgers y Milton (2011), valorando ciertos métodos y técnicas en las primeras etapas del proceso de diseño: investigación previa, informe de diseño (*brief*), identificación de las necesidades de los consumidores, especificación del diseño de producto (*PDS*). En sintonía con los rasgos culturales de la posmodernidad que Agirre (2000) valora, cuestionando la epistemología moderna (ya histórica, según las propuestas de Efland, Freedman & Stuhr). Aceptando que los hechos humanos son complejos (según Geertz) y por ello difícilmente abordables para su comprensión desde un único ámbito disciplinar.

3. Mapas conceptuales referenciados por Buzan (1996), para estimular las capacidades creativas mentales, estableciendo relaciones mediante ramificaciones gráficas. Interesándonos también ciertas técnicas propuestas por De Bono (2002) asociadas al pensamiento lateral (como el abanico de conceptos) orientadas a una aplicación del pensamiento creativo. También nos interesa la pedagogía de la creatividad que Fustier (1993) propone para el mundo evolutivo actual, valorando la imaginación o aptitud para llevar a cabo situaciones nuevas e imprevistas. Poniendo también en valor el poder analógico o aptitud para establecer unas relaciones entre los objetos y el mundo, y para perfeccionarlos, acercando los unos a los otros (mediando unos ejercicios prácticos).

4. Metodologías de Creación y Proyecto, referenciadas por Esteve (2001), interesándonos más (para estudiantes de Artes Aplicadas) aquellas que conciben al diseñador como '*caja negra*', capaz de una creación inesperada. Así tenemos: *brainstorming*, sinestesia, desbloqueo mental, etc. En este sentido recopilatorio Eisner (1995) nos aporta una reflexión sobre las diferentes teorías de la educación (particularmente la artística) planteando una visión progresista de las relaciones entre las didácticas generales, diferenciales y específicas. También consideramos la progresista y creativa pedagogía propuesta por Rogers (1982) que concluye en

un reto pedagógico: el de materializar/aplicar un fin teórico (punto final del crecimiento personal), participando en la construcción de una persona creativa cuya conducta específica no es predecible, que evoluciona constantemente, que se descubre en cada momento y consecuentemente puede ser capaz de adaptarse a un mundo *in progres*. Todo ello en sintonía con la afirmación ‘procesos más que sucesos’ manifestada en el texto de Gausa, Guallart, Müller, Morales, Porras, Soriano (2001), en relación con la concepción de la arquitectura y la ciudad en tanto procesos donde se evalúa constantemente la información. Finalmente consideramos que *La mirada creativa* de Jenny (2013) facilita la observación y reformulación de la realidad desde una óptica creativa y artística. En una línea de percepción interdisciplinar que podría sintonizar con la ejemplificación (incompleta) que hemos ensayado en este artículo, relacionando hechos de arquitectura, escultura, diseño de producto y gráfico, personajes, empresas, etc., distantes (y a veces muy cercanos) en el tiempo y en el espacio, vistos desde la Cultura del Diseño.

La evaluación *formativa* (a diferenciar de la evaluación *sumativa* o de rendición de cuentas) que Antúnez (1992) valora dentro del proyecto educativo de centro, nos interesa por su concepción progresiva (procesual) cuando manifiesta que su objeto es el perfeccionamiento de un programa durante el desarrollo del mismo y analiza una secuencia (nuestro proyecto en continuidad). También nos recuerda que entender la evaluación únicamente como medida de resultados en relación a los objetivos obedece actualmente a un enfoque parcial e incompleto. Previamente, en la formulación de objetivos, Antúnez (1992) recomienda incorporar en las programaciones didácticas objetivos y contenidos relacionados con el entorno próximo, y objetivos referidos a las relaciones con entidades, empresas, y administración local (nuestros anteriores: Reto Empresas y Reto Ciudad en I.D arte). En las anotaciones finales el autor afirma que si se construye con rigor y participación, el primer Proyecto requerirá normalmente más de un año escolar de actividad periódica frecuente.

Por otra parte, De Bono (2002) pone en evidencia una paradoja temporal: si se compara con los pocos segundos que requiere la generación de una idea nueva, el proceso de evaluación es lento. Añadiendo que el procedimiento de evaluación no forma parte del pensamiento creativo sino de la capacidad de juzgar y tomar decisiones. Al tiempo que propone algunas consideraciones sobre conceptos en la evaluación: idea

directamente utilizable; una idea buena, pero no ahora; interesante pero impracticable, etc., añade otras consideraciones como: beneficios, factibilidad, recursos, etc. Y también la verificabilidad (siempre que sea posible), que nosotros queremos destacar, por tratarse de un aspecto considerado muy importante en la metodología proyectual de las disciplinas de Diseño. Es la última etapa antes de los dibujos constructivos para producción, después de evaluar positivamente la verificación de los modelos, con máximo de realismo y materialidad.

No obstante, en las disciplinas artísticas la evaluación plantea algunos interrogantes, como los manifestados por Eisner (1995) respecto al crecimiento infantil en arte: ¿se puede evaluar? Recordándonos que la evaluación y el examen no son lo mismo, destacando también la importancia del contexto y proponiendo una ampliación e incluso una ruptura de los límites, dado que, en toda cultura, los objetos aparecen insertados en distintos campos mentales.

Podríamos decir que se trata de unos conceptuales *aprioris* que van progresando en el devenir cultural, empujados por los logros de las vanguardias (progresivamente históricas, con el devenir temporal).

Por último, apuntaremos algunos referentes históricos relacionados con la consolidación de las adquisiciones de las vanguardias (particularmente relacionadas con las Artes Aplicadas), empezando por recordar el centenario de la fundación de la Bauhaus en 1919, que Wick (1986) refiere con un programa para eliminar las fronteras que separan los géneros artísticos y lograr la síntesis del arte, la artesanía y la industria. Otro vanguardista foco cultural y pedagógico coetáneo es el que Colón (2002) estudia en Rusia en los años 20 del XX, sobre todo los Vkhutemas. Incluyendo cierta crítica del arquitecto Melnikov a las tentativas metodológicas de los constructivistas (dominantes), entendiendo que los intentos de sistematización del procedimiento de proyectación llevarían a producir construcciones ‘sin vida’ (entrecomillado en el original). En cierto sentido en sintonía con la metodología de la ‘caja negra’ que antes anotó Esteve (2001).

La consolidación de las adquisiciones culturales y pedagógicas, que venimos proponiendo, requiere que tomemos en consideración el estudio que hace Wingler (1983) de otras históricas escuelas de arte de vanguardia como la Escuela Debschitz-Obrist de Munich, la Escuela de Arte de Frankfurt, la Academia de Breslau o la Escuela Reiman de Berlín. Siempre sin olvidar la panorámica histórica y multicultural de la pedagogía, que realizan Abbagnano y Visalberghi (1992). De la que destacamos la

pedagogía romántica de Fröbel y el juego educativo, interesándonos su demostrada relación con uno de los más conocidos (y populares) arquitectos, Frank Lloyd Wright (1867-1959), y su influencia (pedagógica indirecta) en las vanguardias históricas (particularmente De Stijl).

Referencias

- Abbagnano, N., Visalberghi, A. (1992). *Historia de la pedagogía*. Madrid. Fondo de Cultura Económica.
- Agirre, I. (2000). *Teorías y prácticas en la educación artística*. Pamplona. Universidad Pública de Navarra.
- Aicher, O. (1994). *El mundo como proyecto*. Barcelona. Gustavo Gili.
- Aldabaldetrecu, P. (2000). *Máquinas Y Hombres / Makinak Eta Gizakiak*. Elgoibar. Fundación Museo Máquina-Herramienta.
- Altarriba, A., García, S. (2017). *Cuerpos del delito-1. Por el humo se sabe dónde está el fuego*. Madrid. Dibbuxs.
- Altarriba, A., Keko, (2014). *Yo, asesino*. Barcelona. Norma.
- Antúnez, S. (1992). *El proyecto educativo de centro*. Barcelona. Graó de Serveis Pedagògics.
- Argan, G.C.(1977). *El arte moderno 1770-1970*. Valencia. Fernando Torres.
- Azkarate, M., Ansola, I. (1997). *Diseño industrial: estudio histórico en el País Vasco y Navarra*. Bilbao. Diseinu Zentroa.
- Balcells, J., Muñoz, A. (1976). *Para una pedagogía integral vivenciada. Programa de trabajo*. Madrid. Ciencias de la Educación Preescolar y Especial.
- Barberá, V. (1993). *Cómo elaborar un Proyecto Curricular de Centro. Plantillas de trabajo*. Editorial Escuela Española. Madrid.
- Boesiger, W. (1982). *Le Corbusier*. Barcelona. Gustavo Gili.
- Buzan, T. (1996). *El libro de los mapas mentales*. Urano. Barcelona.
- Capella, J. (2010). *Así nacen las cosas*. Barcelona. Electa.
- Capella, J. (2008). *Made in Spain. 101 iconos del diseño español*. Barcelona. Electa.
- Carol, X., Juan R. (1985). *Diseño asistido por computador*. Barcelona. Fundación BCD.

- Cenicacelaya, J., Larumbe, M^a. –et alt.- (2005). *Olaguibel. El arquitecto de Vitoria*. Vitoria. Colegio Oficial de Arquitectos Vasco Navarro / Álava.
- Colón, L.C. (2002). *Las vanguardias artísticas y la enseñanza en la Rusia de los años 20*. Valladolid. Universidad de Valladolid.
- De Begoña, A. (1982). *Vitoria, aspectos de arquitectura y urbanismo durante los dos últimos siglos*. Vitoria. Caja Provincial de Álava.
- De Begoña, A., Beriaín, M^a. J., Martínez, F. (1982). *Museo de Bellas Artes de Álava / Vitoria-Gasteiz*. Vitoria. Diputación Foral de Álava.
- De Bono, E. (2002). *El pensamiento creativo. El poder del pensamiento lateral para la creación de nuevas ideas*. Barcelona. Paidós.
- De la Horra, A. -Coord.- (2002). *Esculturas en espacios públicos de Vitoria – Gasteiz*. Vitoria. Ayuntamiento Vitoria - Gasteiz.
- Del Val V. (1983). *Memoria del curso 1982 / 83*. Vitoria. Escuela de Artes y Oficios de la Ciudad de Vitoria.
- DVD. Chaplin, Ch. (2004 / 1936). *Tiempos modernos –1936*. Madrid. El País.
- DVD. Pangua, I. (2002). *La mirada mágica - Euskal Herria, Entre el cielo y la tierra 3. La ciudad de los anillos - Vitoria-Gasteiz*. Zooming tv y ETB.
- DVD. Pausoka (2004). *Vaya Semanita*. ETB.
- Eisner, E.W. (1995). *Educación la visión artística*. Barcelona. Paidós.
- Elam, K. (2014). *La geometría del diseño*. Barcelona. Gustavo Gili.
- Esteve, A. (2001). *Creación y Proyecto. El método en diseño y otras artes*. Valencia. Institució Alfons el Magnànim - Diputació de València.
- Fustier, M. (1993). *Pedagogía de la creatividad. Ejercicios prácticos*. Madrid. Index.
- García, J.A., Arcediano, S. (1993). *Vitoria, aspectos de arquitectura y urbanismo durante los dos últimos siglos*. Vitoria. Fundación Caja de Ahorros de Vitoria y Álava.
- Gausa, M., Guallart, V., Müller, W., Morales, J., Porras, F., Soriano, F. (2001). *Diccionario metápolis de la Arquitectura Avanzada*. Barcelona. Actar.
- Gossel, P., Leuthauser G. (1991). *Arquitectura del siglo XX*. Colonia. Taschen.
- Guinea, E., Gonzalo, P. –et alt.- (1964). *Vitoria 1939-1964*. Vitoria. Ayuntamiento de Vitoria.
- Gutiérrez M. (2010). *La aventura del Muni*. Vitoria. Ikusager.

- Ibáñez, M., Torrecilla, M.J., Zabala, M. (1992) *Arqueología industrial en Álava*. Bilbao. Universidad de Deusto. Deiker.
- Jenny P. (2013). *La mirada creativa*. Barcelona. Gustavo Gili.
- Lascaray, I. (1974). *Bicentenario de la Escuela de Artes y Oficios. Actos conmemorativos*. Vitoria. Escuela de Artes y Oficios de la Ciudad de Vitoria.
- Mas, E. (1990). *50 años de arquitectura en Euskadi*. Vitoria. Gobierno Vasco.
- McGuire, R. (2015). *Aquí*. Barcelona. Salamandra.
- Morteo, E. (2009). *Diseño, desde 1850 hasta la actualidad*. Barcelona. Electa.
- Mozas, J., Fernández A. (1995). *Vitoria Gasteiz. Guía de Arquitectura*. Vitoria. Colegio Oficial de Arquitectos Vasco Navarro / Álava.
- Munari, B. (1983). *¿Cómo nacen los objetos? Apuntes para una metodología proyectual*. Barcelona. Gustavo Gili.
- Munari, B. (1973). *El arte como oficio*. Barcelona. Labor.
- Nogales, M. (2017). *Proyecto Design Gasteiz 2016-17. Memoria-Balance*, Vitoria. Escuela de Arte y Superior de Diseño de Vitoria-Gasteiz.
- Pariante, J.J. (2011). *Arquitectura, Diseño, Escultura, Naturaleza: una identidad proyectiva*. Leioa. UPV / EHU.
- Pearce, Ch. (1991). *Diseños clásicos del siglo veinte*. Madrid. Libsa.
- Pelay, M. (1979). *Oteiza. Su vida, su obra, su pensamiento, su palabra*. Bilbao. La Gran Enciclopedia Vasca.
- Peña, R., Sangalli M. (1999). *Luis Peña Ganchegui. Arkitektoa. Arquitecto*. Vitoria. Gobierno Vasco.
- Puente M. (2000). *Pabellones de exposición. 100 años*. Barcelona. Gustavo Gili.
- Rey, J.M., Hidalgo, E., Espinosa, C. (1989). *La motivación en la escuela. Cuestionarios para su análisis*. Málaga. Ágora.
- Rivera, A. (1991). *“El Vitorianismo”. La conciencia histórica de una ciudad*. Vitoria. Diputación Foral de Álava.
- Rodgers, P., Milton A. (2011). *Diseño de producto*. Barcelona. Promopress.
- Rogers, C.R. (1982). *Libertad y creatividad en la educación*. Barcelona. Paidós.
- Teixeira, L. (1992). *Exposiciones universales. El mundo en Sevilla*. Barcelona. Labor.
- Val, A. (2004). *3 de marzo: una lucha inacabada*. Vitoria. Fundación Federico Engels.
- Wingler, H. (1983). *Las escuelas de arte de vanguardia. 1900 / 1933*. Madrid. Taurus.
- Wick, R. (1986). *Pedagogía de la Bauhaus*. Madrid. Alianza Editorial.

- Zárate, I. (2015). *Vitoria... desde sus ríos*. Vitoria. Ignacio González de Zárate.
- Zuaznabar G. (2019). *Orain diseinua! Euskadi eta industria*. San Sebastián. Tabakalera Centro Internacional de Cultura Contemporánea.
- Zufiaur, L. -Dir.- (1998). *1º seminario internacional de arquitectural industrial*. Vitoria. Seminario internacional de arquitectural industrial.