

M

I SIGLO XXI

Ikko Tanaka

Ikko Tanaka (Nara, 1930-2002) se graduó en el Colegio de Bellas Artes de la ciudad de Kioto. Colaboró al establecimiento del Centro de Diseño de Japón como director de arte. Obtuvo, entre otras distinciones, el Premio de Plata en la Bienal del Cartel Internacional de Varsovia; Premio de Diseño Industrial de Mainichi; Premio de Excelencia de Tokio A.D.C.; Premio del Arte de Mainichi; Premio del Artista Recomendado por el Ministerio de Educación de Japón y el Premio de Oro de Nueva York A.D.C. Realizó exposiciones en diversas ciudades de Japón y en Londres, Nueva York, Los Ángeles y París.

El siglo XXI se encuentra a unos instantes. Sin embargo, los japoneses no habían medido la época en concordancia con el calendario occidental. Los periódicos, las revistas que dan las noticias, ni siquiera yo, imaginábamos que la cultura cambiaría en lapsos de cien años.

A fines del siglo XIX la revolución industrial ejerció una influencia profunda tanto en el pensamiento como en el arte, por lo que evidentemente podría decirse que en este siglo, al igual que el anterior, ocurrirá un suceso drástico que lo marque. Además, un dato curioso es que en el siglo XX cambiaron solamente tres cifras, es decir, de 1899 a 1900 y para este siglo será de cuatro cifras, de 1999 a 2000; seguramente las personas pasarán por un periodo considerable con expectativa e intranquilidad por este cambio. Los seres humanos somos egocéntricos y cuando sufrimos, indudablemente pensamos que el día de mañana será mejor. Si ahora somos felices, generalmente nos invade una inseguridad insoporable de cuando lo dejaremos de ser.

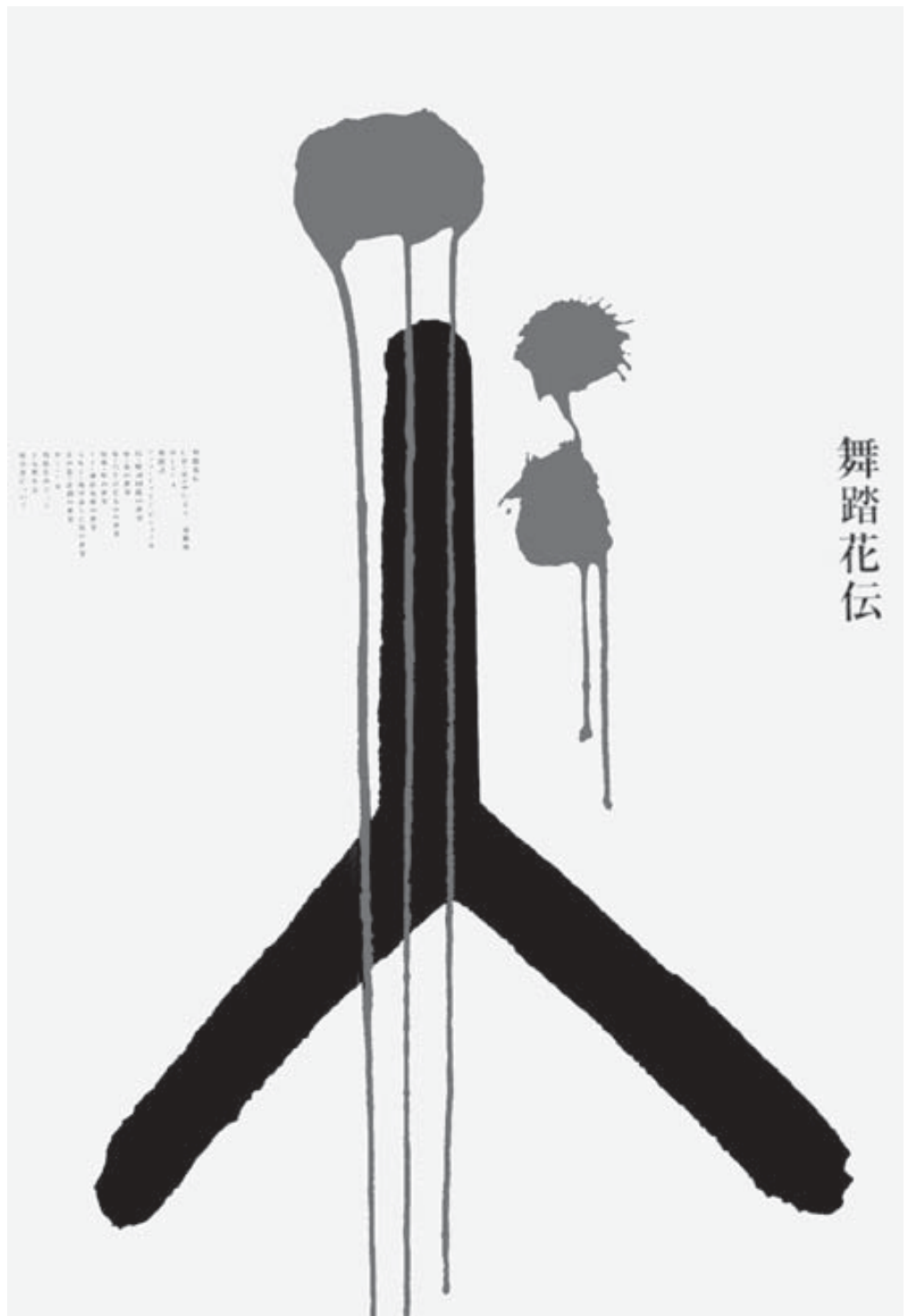
Tal vez no sea necesario ni mencionarlo, pero el Japón actual ya no sufre de la hambruna que se vivió después de la derrota de la Segunda Guerra Mundial. No sé en qué mo-

mento se dio la abundancia de los productos, a tal grado que hay pocas personas que han experimentado la pobreza de ese tiempo. Respecto del punto del consumo hay pocas personas que anhelan todavía más. En comparación con Europa Oriental, África, Camboya, etcétera, que siguen en conflicto, la vida en Japón pareciera el paraíso. Si hay paz, abundancia en la cosecha y además salud no hay nada que pedir. Con la desaparición de pensamientos de oposición, como personas que hemos disfrutado de medio siglo de paz y alegría, considero que no sería extraño que llegara tarde o temprano la tormenta de fin de siglo. Finalmente los japoneses contemporáneos han despertado para poder observar cautelosamente al mundo y dejar de ilustrar el falso sueño de la comodidad de un mundo más práctico que las necesidades.

Sin embargo, a pesar de decir esto hay una inquietud que se acumula y es ardua de controlar. El deterioro del medio ambiente mundial, la reducción de los recursos naturales, la guerra entre etnias, el sida, aun con todo el avance de la medicina es una enfermedad incurable, y dependiendo de lo anterior la no existencia del sexo libre, son problemas que se siguen acumulando. Aunado a esto la represión del deseo consumista que hasta ahora habían experimentado las personas que anteriormente vivían en el socialismo, en el supuesto de que simultáneamente entraran al mundo consumista y a la producción masiva en serie, lo que conduciría a la acelerada devastación de la tierra. El siglo XXI y la realidad del diseño del mismo siglo no pueden pasar por alto los problemas anteriores.

La primera vez que viajé al extranjero fue en 1960. Para un joven que venía de un Japón pobre, la cultura del Estados Unidos de entonces era deslumbrante y brillaba. Las grandes curvas que se dibujan en las autopistas, los edificios altos que emergen en

el cielo azul, los supermercados llenos de mercancías, las secadoras automáticas, las máquinas de autoservicio que tan sólo al introducir una moneda expulsan el artículo, las bolsas individuales de té, ahora son de las cosas cotidianas por las cuales se podrían burlar de mí, pero en ese entonces me impresionaban. Como si quisiera comerme todo aquello, le tomé fotografías. Los muebles casi nuevos tirados en la zona residencial de Nueva York. La fotografía de recuerdo tomada en un cálido ambiente interno, ataviado con una camiseta mientras nevaba, son de las tantas cosas para sorprender a mis amigos a mi retorno a Japón de una civilización futurista.



No obstante, en un momento dado Japón se convirtió de esa manera o tal vez mucho más. Vivimos rodeados de productos prácticos y confortables que estimulan nuestro deseo de consumo. La basura excesiva que se desecha cotidianamente se acumula en el Golfo y en las orillas del mar.

Seguramente mi pensar también tiene que ver con mi edad. Si los años sesenta y setenta son el telón de la época de la ilustración del diseño japonés, los ochenta y noventa el segundo telón, considero que el siglo XXI será el tercer telón. La obra *Las tres hermanas* del escritor ruso Anton Chejov cierra su telón con “hacia Moscú, hacia Moscú”. Sin embargo Moscú ha dejado de ser el símbolo ideal. Los rascacielos de Nueva York y la alta tecnología de Tokio que la vida urbana goza, me parece que al igual que el símbolo ideológico, no se halla dentro del siglo XXI.

Pienso que en el siglo XXI habrá una gran transformación no solamente en diseño sino también en la percepción del consumo. Es decir, sólo los artículos lisos y brillantes son nuevos, si tienen un pequeño rasguño son devueltos y desechados; este estilo de consumo del diseño y la conciencia de la belleza han llegado a su momento crucial.

Los innecesarios cambios de modelo, la moda de acuerdo a las estaciones y temporadas, el desarrollo de nuevos productos que carecen de una creatividad esencial dan la impresión de ser ideas anticuadas. Las circunstancias actuales hacen descubrir la belleza de los productos con buena calidad y duraderos más que los modelos brillantes. Se buscan artículos que sean compatibles con uno, que se aprecie la convivencia en el transcurso del tiempo y que provoque un sentimiento de orgullo e importancia espiritual.

Antiguamente en Japón las tazas rotas eran reparadas con resina; dentro del escenario de las tazas simbolizaba un tesoro en el mundo de la estética *wabi* (belleza de la simplicidad). El presumir una taza rota y reparada requería de una extraordinaria filosofía. Posiblemente existe una antítesis de que el universo no solamente consiste de materia.

Nosotros los diseñadores, y dentro de nuestro campo, también fungimos como la voz de las empresas, además de ser los traductores de la publicidad, y estas son las técnicas que denominan al director de arte. Sin embargo, en la actualidad con sólo esa participación no es posible mover el corazón de las personas. Más bien es necesaria una expresión sin

adornos desde el punto de vista personal que obtenga una fuerte simpatía. A pesar de la demanda de una naturaleza espiritual, la publicidad y el diseño detestan la condimentación exquisita, por lo que cada vez más se fortalecen las tendencias artísticas y sociales.

Por el otro lado, los datos de las computadoras absorben de inmediato los movimientos de los seres humanos. Las transmisiones satelitales hasta los celulares conducen las diversas ondas que vienen y van en el gran cielo. Es aterrador el número de envíos y recepciones. Si el ojo humano captara todas estas ondas, seguramente el cielo de la ciudad en donde vivimos no sería necesariamente transparente.

Aun así el siglo XX fue la era de los automóviles, de los aviones, de los televisores. A pesar de que nos movamos con rapidez o estemos estáticos podemos estar en contacto con las distintas civilizaciones y con la información oportuna. Eso era el modernismo. Los automóviles han destruido el medio ambiente, los aviones de manera apresurada han debilitado la independencia de la cultura, la televisión ha hecho perder la comunicación mutua que caracteriza a los seres humanos.

El siglo XXI no puede evitar la reflexión y la reacción sobre ello. El diseño ha llegado a la era de no poder evitar considerar los tres puntos siguientes: el consumo, el límite de una civilización que usa y desecha, la regeneración del medio ambiente.

Sin embargo, dentro de la extensión del urbanismo moderno que representan los rascacielos no se encuentra la imagen ideal. Más bien las religiones dudosas se apoderan de las almas en ruinas de los seres humanos.

En mi opinión, la problemática del diseño del siglo XXI será reconsiderar y reflexionar sobre los puntos siguientes: la regeneración de la tierra herida, la civilización no occidental, el evitar la concepción continental, la búsqueda y análisis de la comodidad, el intercambio internacional, los conflictos de ideología que surgen del pensamiento de los seres humanos y el renacimiento de la conciencia de la belleza de los artículos que no son lisos y brillantes.

El diseño del siglo XXI inmerso en la diversidad de la tecnología ha llegado al momento decisivo para recapacitar respecto del criterio humano en renovación y la dimensión espiritual. •