



Nombre: D90. Autor: Fredrik Swärd. Año: 1990. Material: hierro fundido. Dimensiones: 22x19,5 cm
Tipología: diseño industrial

D90: LA LECTURA CONTEMPORÁNEA DE LA TRADICIÓN*

Erika Pardo Skoug

El caballo Dalecarlian o el caballo Dala (sueco: *Dalahäst*) es una tradicional estatuilla de madera tallada y pintada de color rojo brillante con detalles en blanco, verde, amarillo y azul procedente de la provincia sueca de Dalarna. En principio fue utilizado sobre todo como juguete para los niños, en la actualidad se ha convertido es un símbolo de Dalarna, así como de Suecia en general.



Su antecedente: el *Dalahäst*

Solían tallarse de forma artesanal a cuchillo con madera procedente de los bosques de los alrededores del lago Siljan. La talla de los caballos Dala como medio de vida se cree que comenzó en el pueblo de Bergkarlås, y se extendió por las zonas accesibles a caballo: los pueblos de Risa, Vattnäs y Nusnäs. Pueblos cuya economía se sustentaba en la fabricación de muebles. Es probable que los restos sobrantes de madera se aprovecharan para la producción de caballos Dala. Hoy en día, cada pueblo diseña sus caballos con estilos individuales representativos del distrito de origen. En Nusnäs son robustos caballos de trabajo, mientras que otros son delgados y en posición vertical con el rostro señorial como el caballo Rättvik. Los diferentes diseños pueden verse en una exposición anual, que se celebra desde el año 2000 en Klockargården en Leksand (Suecia), donde participan más de cuarenta expositores, talladores y pintores de *Dalahäst*.



Modelos originales de los siglos XVIII y XIX / Zona del lago Siljan y alrededores

Las obras de los primeros fabricantes apenas están en circulación, son muy apreciadas y a menudo se transmiten de generación en generación. Son codiciadas por los coleccionistas, y su valor ha aumentado considerablemente en los últimos diez años.

Actualmente Nussnäs es el centro de la producción de caballos Dala con los talleres más famosos: los de Nils y Grannas Olsson. Los caballos realizados en estos talleres comparten el mismo patrón familiar que la mayoría de la gente asocia a los caballos Dala. Aparte de éstos, en ediciones limitadas también hacen caballos de estilo antiguo réplicas de los antiguos modelos que se encuentran en museos de Suecia o en colecciones privadas de familia. Son numerados y firmados, por lo que no pueden confundirse con un caballo original de principios de Dala. Se piensa que el origen del diseño *Dalahäst* se remonta a la imagen del caballo de ocho patas del dios Odín: Sleipnir.



Representaciones de Sleipnir en restos arqueológicos en piedra encontrados al norte de Suecia

Las primeras referencias a los caballos de madera para la venta son de 1623, hace casi 400 años.

El arte de tallar y pintar los caballos se extendió durante el siglo XIX cuando, ante las dificultades económicas, los habitantes de estas regiones empezaron a producirlos convirtiéndolos en un importante artículo de trueque a cambio de artículos para el hogar. Su talla y pintura se transformó así en una industria artesanal de pleno derecho. Las familias rurales dependían de la producción de caballos para su sustento y el arte de su talla y la pintura se transmitía de generación en generación.

En la década de 1930 (especialmente después de la Exposición Universal de París de 1937 y la Feria Mundial de Nueva York de 1939) comenzó la producción en masa de los caballos Dala. Esto marca el comienzo de una nueva era para el *Dalahäst*, la transición de juguete a símbolo nacional y recuerdo popular. Actualmente, el caballo Dalecarlian sigue siendo un artículo hecho a

mano, de madera de pino, y su patrón es de hace unos 150 años. En su elaboración colaboran al menos nueve personas.



Imágenes del archivo del *Moderna Museet* de Estocolmo sobre la Feria Mundial de Nueva York de 1939

Su producción artesanal



Dibujo de la silueta / Recorte a sierra



Lijado a mano / Aplicación del rojo base



Eскурrido / Ornamentación manual / Barnizado

Diseños actuales réplicas de modelos antiguos:



Nisserkopia 1998 / Sannarg 2000 / Grannas 80 años 2002
 Rolander 2002-2003 / Blanka 2005 / Spika 2005-2006
 Ángla 2008 / Tilda 2007 / Flora 2008 Greta 2009 / El caballo de 1939, 2004-2007 / Caballo Vasa 2004-2006

Diseño contemporáneo : D90



Tradicional *Dalahäst* vs. D90 de Fredrik Swärd

El éxito del D90 es la magnífica combinación entre tradición y modernidad. Entre identidad nacional y diseño. Engloba tres de las características que considero esenciales del diseño sueco moderno: inspiración en la naturaleza, simplicidad y materiales de alta calidad. La elección del hierro fundido para su fabricación industrial le imprime contundencia y redonda en los ideales de sobriedad, formas sencillas, texturas lisas y volúmenes sólidos del diseño escandinavo.

El D90 se fabrica en 1990, de ahí su nombre junto a la letra 'D' inicial de la palabra '*Dalahäst*'. Considero que para realizar un análisis crítico de esta pieza de diseño, es fundamental la definición de dos aspectos: el primero, llevado a cabo en la primera parte de este trabajo: una introducción al icono del caballo Dalecarlian. Y en segundo lugar, contextualizar el D90 en la trayectoria del diseño escandinavo.

El término escandinavo suele utilizarse para referirse globalmente a Dinamarca, Finlandia, Islandia, Noruega y Suecia. Los cinco países escandinavos participan de una cultura estética común, resultado de un deseo compartido por lograr un ideal social. Desde su nacimiento en torno a 1920, el diseño escandinavo moderno ha sido sostenido por una actitud moral humanista cuyas raíces se remontan al luteranismo la religión oficial de toda Escandinavia, que enaltece la verdad y la razón y promulga que la salvación se obtiene a través del trabajo en beneficio de todos. Es precisamente esta creencia moral en los imperativos sociales la que ha formado la filosofía a partir de la cual ha evolucionado el diseño escandinavo.

Más que en ningún otro lugar del mundo, los diseñadores escandinavos han sustentado un enfoque democrático del diseño en busca de una sociedad ideal y de mejorar la calidad de vida a través de la tecnología y de productos funcionales y asequibles. Sin duda el mejor ejemplo a todo esto es la empresa Ikea, sin duda, la mejor embajadora del diseño sueco en todo el mundo. La exigencia más importante que tienen los diseñadores de Ikea es adaptar sus creaciones a la distribución de espacios. Por supuesto, tampoco faltan la sencillez, la sobriedad y la orientación funcionalista.

Podemos establecer las bases del resurgimiento de la cultura sueca en general, y del diseño en particular, aproximadamente a finales del siglo XIX. De la gran exposición de Estocolmo de 1930 arrancaríamos uno de los movimientos más interesantes en el campo de la decoración: el funcionalismo. Pero si hay que dar una segunda fecha clave para Suecia, ésta es 1955, año en el que se celebró la exposición de objetos domésticos de Helsingborg, conocida como la 'H55', que se convertiría en una gran influencia para fabricantes y artistas.

La historia del diseño sueco está ligada a la propia Revolución Industrial, al carácter escandinavo y al propio entorno físico: clima frío y grandes bosques vírgenes. La simplicidad de líneas, ya sean curvas o rectas, la falta de estridencias, la utilización de materiales nobles y tecnológicos y, sobre todo, la funcionalidad, rigen el diseño de estos objetos y esta decoración. El D90 es

muestra de inequívoca de todos estos valores.

A principios del siglo XX, uno de los atractivos fundamentales de los objetos domésticos que se creaban en Suecia era su carácter artesanal. Los utensilios y muebles eran objetos únicos, de una armonía y pureza de líneas alejadas de la producción en serie y masificada. Cada ejemplar era único, artesanal, firmado y numerado.

La producción a gran escala comenzaría en los años treinta. Muchos de los artistas que se dieron a conocer en la gran Exposición de 1930 empezaron a adoptar como filosofía la frase "el artista a la industria" para lograr unos "objetos más estéticos de uso cotidiano". La producción textil, la decoración de telas para el hogar y el interiorismo alcanzaron un alto desarrollo, así como la industria automovilística, que también asumió las máximas del diseño sueco (Saab, Volvo).

El ceramista Wilhelm Kåge es un ejemplo fundamental para entender la preocupación por las formas de los utensilios domésticos. Stig Lindberg y Sven Palmqvist son dos de los diseñadores esenciales en la nueva concepción de vajillas, vasos y enseres de cocina.

Los años sesenta y setenta se caracterizan por la búsqueda de la ergonomía. En esta época surgen los conocidos 'sillones huevo', que pronto se asociaron a la cultura pop. También aparece la conciencia social, que favorece la creación de objetos adaptados a discapacitados, así como el interés por la ecología, que determinará las técnicas industriales y los materiales. Pronto, los diseñadores industriales y los artesanos acabaron por disgregarse en dos gremios diferentes.

El racionalismo es necesario para entender el diseño sueco de los últimos años: evitar decoraciones y frivolidades se hizo máxima. De esta época son los trabajos en mobiliario de Johan Hult o los utensilios de cocina de Sigurd Persson.

¿Qué queda hoy de una evolución que arranca en el siglo XIX? Un poco de todo. El arte pop y los objetos rústicos son dos de los elementos indispensables a la hora de decorar una casa al más puro estilo sueco. Los materiales van desde las maderas nobles y mimbres de tonos claros, hasta el metal y los plásticos de color neutro, así como el cristal y el vidrio, todo ello con pureza de formas y limitación de adornos. La estética futurista también es un rasgo característico del diseño sueco de los últimos años. Pero sobre todo, predominan las formas sencillas, la monocromía, las texturas lisas y los volúmenes sólidos.

El D90 es fruto de toda una tradición heredada, con un estilo a caballo —y nunca mejor dicho— entre el clasicismo y el funcionalismo.

TÉCNICAS CLÁSICAS

Armonía
Simplicidad
Representación
Simetría
Convencionalismo
Organización
Dimensionalidad
Coherencia
Pasividad
Unidad

TÉCNICAS FUNCIONALES

Simplicidad
Simetría
Angularidad
Abstracción
Coherencia
Secuencialidad
Unidad
Organización
Economía
Sutilidad
Continuidad
Regularidad
Aguzamiento
Monocromaticidad

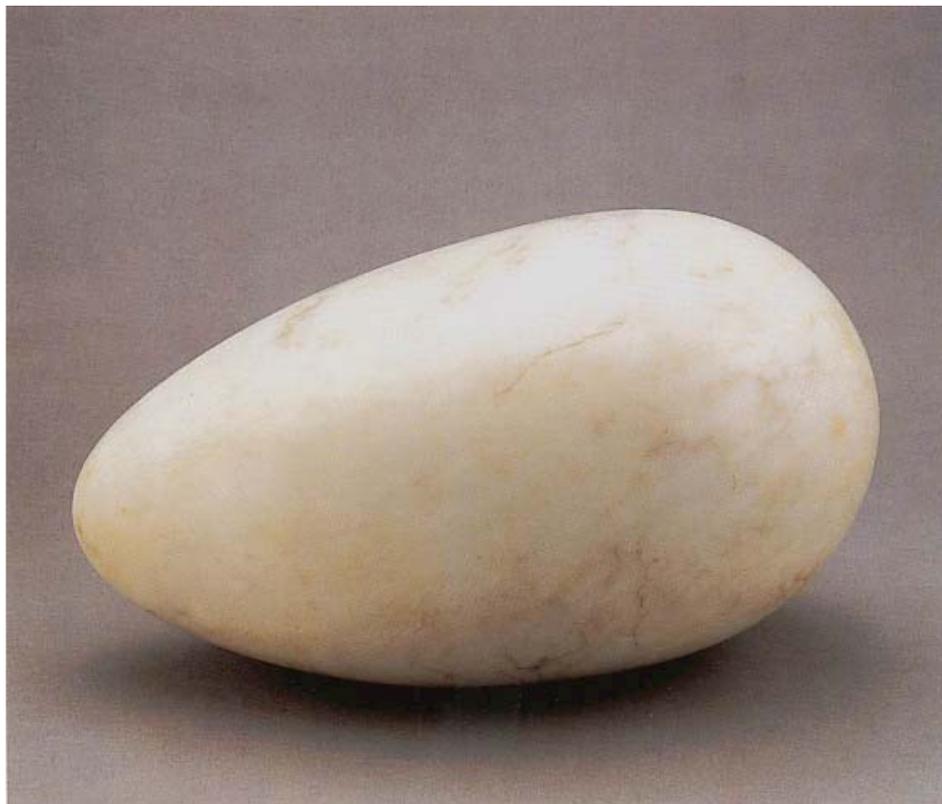
Recursos estilísticos según D.A. Dondis

La simplicidad, simetría, economía y monocromaticidad son las características formales que mejor definen el diseño de Swärd. Como apunté anteriormente, es en la exposición de Estocolmo en 1930 donde arranca el Funcionalismo. Defendido por los pioneros extranjeros, ante todo por Walter Gropius (1883-1969), en Alemania, con la escuela Bauhaus, y Le Corbusier, en Francia, el funcionalismo pretendía ser una arquitectura racional y funcional con un objetivo social, sobre todo en el ámbito de la vivienda.

Los nuevos materiales eran el hormigón, el hierro y el cristal, que eran combinados en cuerpos arquitectónicos 'auténticos' y estaban despojados de las tendencias decorativas de épocas pasadas.

Como bien afirma Dondis: "La diferencia fundamental entre otras aproximaciones estilístico-visuales y el estilo funcional es la búsqueda de belleza en las cualidades temáticas y expresivas de la estructura subyacente básica que hay en cualquier obra visual."

Personalmente, la combinación clasicismo/sobriedad de Fredrik Swärd, me remite a la simplificación extrema de la forma que en su tiempo llevó a cabo Brancusi. De hecho, la influencia de la obra de este artista en los nuevos conceptos de la forma en escultura, pintura y el diseño industrial es reconocida por la crítica de manera unánime. Es esta elegancia y sobriedad la que dota al diseño del D90 de una indudable vigencia por su adaptación a los principios que actualmente vertebran el pensamiento del diseño contemporáneo: signo mínimo, simplificación, atractivo y frescura. Contiene el punto de clasicismo que a menudo permite que los objetos trasciendan a las modas pasajeras.



Sculpture for the blind, Brancusi 1920

El clasicismo en el diseño, sin importar si se trata de una silla, una mesa o un objeto decorativo, implica que la pieza o mueble es tan versátil que podría ser usada así estemos en la década de los cincuenta, en la época actual o dentro de otros cincuenta años. Son artículos atemporales, con líneas limpias, duraderos. Representan la base para la creación de otros productos más cercanos a lo que esté de moda y a las tendencias del año en el que estemos.

La forma minimalista, sencilla, de líneas simples, unicolor y neutral, entrará con más facilidad en cualquier moda, a diferencia de una que sea extravagante en la línea de diseño o el uso de estampados, por ejemplo. Como bien ilustra la imagen de la escultura de Brancusi, el D90 comparte estas características con la escultura abstracta u otras formas más orgánicas como las propuestas por Henry Moore.

Desde un punto de vista iconográfico, y siguiendo la metodología de análisis de cultura visual del profesor D. Juan Antonio Sánchez López podemos afirmar que el D90 es fruto de un proceso de: retroalimentación, remodelación y desacralización del original. Partiendo del tradicional caballo Dalecarlian, se apodera de su forma esencial para posteriormente sufrir un proceso de depuración que consiste básicamente en la eliminación del estampado, ausencia de color y sustitución del material original (la madera) por otro más pesado, contundente y propio del ingente proceso de industrialización que, con origen en los años treinta, experimenta su máximo apogeo durante los años sesenta y setenta en Suecia.

Asimismo, sustituye el carácter artesano y exclusivo del tradicional *Dalahäst*, por la producción industrial. Con 'desacralización' me refiero al proceso de despojar del aura propia del producto hecho a mano, que aún se mantiene en los talleres de caballos de madera tallados y pintados uno a uno de los alrededores del lago Siljan, por la producción industrial en serie.

Siguiendo un paso más allá en el proceso de transformación y desvirtualización del original, podríamos hablar, y aún siguiendo las tesis de J.A. Sánchez López, de la subsiguiente 'desmitificación' del caballo Dalecarlian si analizamos las series realizadas por Ikea a principios del año 2000, introduciendo tres variables que despojan al icono de la elegancia y la sofisticación

del diseño de Swärd: la fabricación a bajo coste, con la peor calidad y con un gusto bastante cuestionable.



Versiones producidas por Ikea, año 2003

Partiendo de la retroalimentación, remodelación, y desacralización llevada a cabo Swärd, degradan el icono del *Dalahäst*, mediante la producción con coste mínimo, eliminando la contundencia y la elegancia de un material como el hierro fundido, para realizar varias series de caballos, volviendo a la fabricación en madera —por su bajo coste, que no por vuelta a la tradición— a los que adornan con lunares, símbolos de teclados de ordenador, crines 'punks', abrigos de lana, tatuajes e incluso *piercings*, entre otros recursos que redundan en la filosofía de la marca: la democratización —cuando no vulgarización— del diseño contemporáneo.

Ciertamente la labor de expansión y difusión del diseño escandinavo de esta marca es indudable, pero a veces, y esto es una opinión personalísima, ese afán por llegar a todo tipo de público le imprime en casos como estas versiones de los caballos, un acento un tanto *kitsch* que traiciona desde la base los ideales de simplicidad que sostienen los pilares del diseño sueco. El D90 sin embargo, es fiel a estos parámetros básicos.

Asimismo, mantiene el espíritu de identidad nacional del original *Dalahäst*, símbolo de la nación sueca. Según Penny Spark, ya desde la primera guerra mundial: *"En 1914 ya era patente la existencia de un sofisticado conocimiento de las formas en las que la cultural material y su diseño podían ser manipulados y utilizados por parte de ciertos grupos, instituciones y países con el fin de crear identidades y comunicarse con una gran número de personas"*.

También podemos aplicar al diseño de Swärd las afirmaciones de Sparke en cuanto a las estrategias que se emplean para relacionar la cultura material con la identidad nacional: *"...eran básicamente duales: o incluían una vuelta a las tradiciones artesanales para aplicarles un tratamiento nuevo a la luz de la inquietudes de la época, o bien daban un salto de fe hacia el futuro y desarrollaban un programa de 'arte para la industria' que proponía formas nuevas e identidades modernas adecuadas a la era de las máquinas. A menudo no obstante, las dos estrategias se solapaban y la separación entre ambas era cada vez menos nítida"*.

Como advierto desde el título de esta crítica, el D90 es una relectura de la tradición —los primeros *Dalahäst* se producen ya en el siglo XVII— adaptada al lenguaje contemporáneo.

Por otro lado, quería hacer hincapié en la formación académica del autor del D90, procedente del campo del Diseño Gráfico. Debemos advertir que en Suecia, el matrimonio entre arte e industria surge en una época asombrosamente temprana. La Sociedad Sueca de Diseño adoptó el papel de una especie de agencia de empleo, poniendo en contacto a fabricantes y artistas: la empresa de cerámica Gustavsberg, ya en 1895 incorporó a su plantilla al diseñador gráfico Wilhem Kåge y algo más tarde el fabricante de vidrio Orrefors contrató a los artistas Simon Gate y Edward Hald. Aunque estos fabricantes eran industriales de las artes aplicadas tradicionales, acometieron un

programa de práctica innovadora que velaba por la estética de sus productos.

Fredrik Swärd, diseñador gráfico y director de FSFORM (Fredrik Swärd Form) se formó en la prestigiosa escuela Beckmans School of Design de Estocolmo, ampliando sus estudios en Maryland y Seúl. Su trabajo se ha centrado en proyectos de identidad visual principalmente relacionados con el arte contemporáneo y la música. Obsesionado por la impronta de la expresión personal en los productos gráficos y el estímulo de los sentidos del espectador, su enfoque de trabajo se basa en cuatro piedras angulares: creaciones individuales y exclusivas, diseño visual de gran potencia, claridad de conceptos y exigencia de la máxima calidad.



Bronshäst a la imagen de los Oscar americanos

Por todo lo dicho hasta ahora, no es de extrañar, que el diseño de Fredrik Swärd se convirtiera en el premio del Festival de Cine de Estocolmo, dado su carácter actual y a la vez coherente con la tradición e identidad del imaginario sueco. El original en hierro fundido se versionó en bronce (el *Bronshästen*), a la imagen por su tono dorado de los Oscar americanos, para los primeros premios del festival y en aluminio (*Aluminiumhästen*) para premiar otras seis categorías. Con sus 7,3 kg. se trata del galardón más pesado de la industria del cine.



Won Kar Wai y Gus Van Sant, entre otros, han sido galardonados con el *Bronshäst*

" Good design is...
 Good design is innovative.
 Good design makes a product useful.
 Good design is aesthetic.
 Good design makes a product understandable.
 Good design is unobtrusive.
 Good design is honest.
 Good design is long-lasting.
 Good design is thorough down to the last detail.
 Good design is environmentally friendly.
 Good design is as little design as possible"

Innovador, estético, discreto, de larga duración... son adjetivos que el diseñador Dieter Rams considera característicos de un buen diseño. Sobre todo me quedo con la máxima: "*Good design is as little design as possible*". Efectivamente, menos es más.

Esta creo que es la clave del D90. Simple, minimalista, elegante, directo, clásico y moderno a la vez.

Hay que recordar que el diseño no es para los diseñadores. Es una forma intencionada de comunicar un mensaje, una idea. Su condición formal lo limita y le obliga a ser estético, atractivo y funcional. Y esto, no es tarea fácil. Recordando términos kantianos podemos afirmar que lo bello es aquello que parece lo natural, sin artificio, lo no premeditado. La mejor 'improvisación' de un actor es aquella que parece no ensayada, la mejor lección de un maestro es aquella que no parece haber sido repetida año tras año, curso tras curso. La innovación y la frescura son valores a tener muy en cuenta a la hora de diseñar.

La combinación de todos estos factores y su traducción formal en un gesto mínimo es el gran desafío del buen diseñador. Efectivamente, menos es más (pero sin que se note).

DONDIS, D.A. *La sintaxis de la imagen*, Gustavo Gili, Barcelona 1976.
HEGELSON, S. / NYBERG, K. *Svenska Former*, Prisma, Estocolmo 2000.
JOHANSSON, I. *Dalahästen från Nusnäs*, Sverigesymbolen. Notdraget, Lidingö 2009.
LARSSON, M. *Dalahästarna och stora världen*, Levande trä 1986.
REFSAL, H. *Art & Technique of Scandinavian Style Woodcarving*, Fox Chapel Publishing, 2004.
SHANES, E. *Constantin Brancusi. Modern Masters Series*, Abbeville Press, New York 1989.
SPARKE, P. *Diseño y Cultura. Una introducción*, Gustavo Gili, Barcelona 2010.

www.dalahorse.info/index.php/Huvudsida
www.grannas.com/
www.nohemslojd.se/
<http://sv.wikipedia.org/wiki/Dalahäst>
http://en.wikipedia.org/wiki/Dalecarlian_horse
www.stockholmfilmfestival.se
www.fsform.se/
<http://designmuseum.org/design/dieter-rams>