



Abre el Ojo N° 18
Huérfanos en la ciudad
abreelajo.com

Edición de AEO: Pedro Medina y Julia Jorge

COMITÉ DE REDACCIÓN

Javier Alejandro, Celso Bravo, Celia Conejero, Virginia de Diego, Ignacio del Toro, Sergio Fernández, Raquel G. Casado, Valentín Garal, Raúl Iglesias, Julia Jorge, Rosa Moreno, Paulina Stephens, Elena Velasco y Víctor Vidal

IED MADRID

Dirección IED Madrid

Riccardo Marzullo

Dirección IED Master

Dario Assante

Dirección IED Design

Iván Vidal

Dirección IED Moda Lab

Isabel Berz

Dirección IED Visual Communication

Javier Noguero

CREATIVIDAD IED MADRID

Dirección de arte

Javier Maseda

Departamento de Creatividad

Javier Maseda, Josina Llera, Thiago Esquivel y

Raquel García Casado

Diseño y maquetación

Raquel García Casado

Portada

“Huevas”, de la serie *Las adicciones de Yuri* de

[Julia Jorge](#)

Distribución en Internet

teenvio de ipdea.com



ÍNDICE

06 // Visiones del diseño

Algunas reflexiones sobre el colectivo de los diseñadores, el papel social del diseño y What Design Can Do 2011 en Ámsterdam

22 // Cocktail 2011

Mezclamos ideas con Natalia Pérez (American Perez), Martin Skibsted (KiBiSi), Pepa Rojo, Lorena Medina y Nelson Martínez (No-Domain), Nelson Ruiz-Acal, Cate Högdahl y Antonio Macarro

62 // Huérfanos en la ciudad

¿Cómo empezar en una nueva ciudad? Aquí te mostramos algunos análisis de nuestro entorno y consejos prácticos para disfrutar Madrid

106 // Clásicos coleccionables

Joana Vasconcelos, Julien Vallée y Al Cap

138 // Ciudades de diseño

Homenaje a Oslo, ciudad asolada por los acontecimientos de este verano, para descubrir un lugar apasionante y punto de encuentro del diseño escandinavo

146 // Universo Moda

Presentamos Coknit Connect, un proyecto especial desarrollado en el IED en colaboración con Zara

154 // Reportajes visuales

Muestra de *Las adicciones de Yuri*, serie fotográfica de Julia Jorge

164 // Ecoconsciencia

Estudio de “los cinco reinos” para entender las variables de las que depende el medio ambiente y cómo nuestra sociedad lo modifica

176 // Para no perderse en la Bienal de Venecia

Algunos consejos en torno a la LIV Biennale para disfrutar lo más importante

194 // Zona de emergencia

Exposición de los nuevos trabajos de Paulina Stephens, Ignacio del Toro, Diana Vernaza, Virginia de Diego, Francisco Javier Martínez, Jorge Albert Lenze y Pilar Bobadilla

206 // Biblioteca IED

Novedades editoriales adquiridas por el IED, fuentes básicas para todo creativo

214 // Infopoint

Agenda cultural del IED Madrid: conferencias, exposiciones, eventos y Zona IEDentity

Huérfanos en la ciudad

Huérfanos de identidad

Estamos en los últimos pasos de una globalización acelerada por los nuevos medios de comunicación y los intereses macroeconómicos. Nos acercamos a ese nivel de cultura llana y homogénea, en el cual solo queda mirar hacia atrás para intentar rescatar las raíces que hacen que nos comprendamos a nosotros mismos y a nuestro entorno, quizá forzando una identidad que ya ha perdido su sentido: explosión-implosión. Mirando la ciudad desde diferentes escalas, vemos cómo la identidad local se diluye en una identidad universal

Javier Alejandro

Katowice, Polonia. 2010
Foto: Ramón Salguero



Svelvik
Alrededor del 10% de los europeos han sido concebidos en una cama de IKEA

ESCALA URBANA

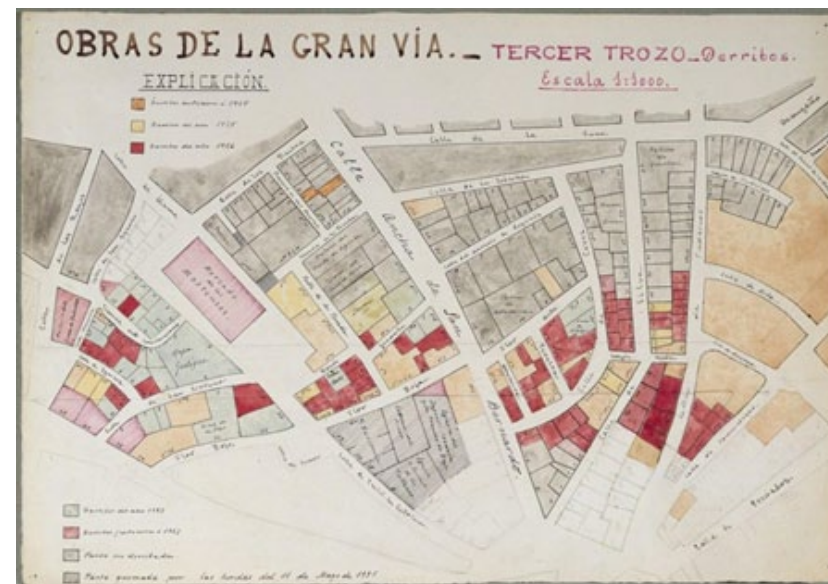
Los ensanches y PAUs amplían los márgenes de la ciudad y, en cierto modo, al ser piezas añadidas, modifican la morfología general de esta, pero no interfieren en sus corazones, en sus centros o *downtowns* como quieren llamarlos últimamente, donde hay una pérdida de identidad a gran escala. Los nuevos recorridos están marcados por los circuitos turísticos y/o comerciales que cambian el latir natural de una ciudad, forzándolo a tomar nuevas derivas. Pongo como ejemplo la Gran Vía de Madrid, proyecto aprobado en 1901, que nace de la necesidad de generar una arteria de comunicación en la ciudad de extremo a extremo. No quiero ni imaginar lo que podía ser para un transportista ir de punta a punta antes de la construcción de esta Gran Vía. Este espacio abierto en la ciudad, hizo que cambiaran los hábitos y movimientos de los ciudadanos, ahora pasear por allí se empieza a parecer a ir por un centro comercial al aire libre como Las Rozas Village. Al hilo de esto, los propios centros comerciales parecen las nuevas ágoras, mientras

que lo que deberían ser ágoras, son plazas duras sin bancos ni sombra que acaban convirtiéndose en esos no-lugares de los que habla Marc Augé.

ESCALA ARQUITECTÓNICA

Cada vez es más común encontrar fachadas con andamios, con aspecto de estar siendo restauradas. Cuando haces un alto en el camino para asomarte y ver dentro, ¿qué encuentras? ¡Sorpresas! Detrás de esa vetusta faz, hay un solar en el que están construyendo un edificio con estructuras, distribución y sistemas constructivos modernos. Menudo juego de ilusionismo. Nosotros pensamos que paseamos por las calles rodeados de arquitectura centenaria y, literalmente, es pura fachada. ¿Qué pensaría Le Corbusier de quien destripa esa “máquina de vivir” y deja solo la carcasa? La taxidermia del inmueble.

Aunque es una opinión que no comparto al 100%, me veo en la obligación de exponerla aquí por ser generalizada: los “edificios de autor” nos invaden, no se integran en el entorno y rompen la



Plano de las edificaciones derribadas como consecuencia de los trabajos de apertura del tercer tramo de la Gran Vía. Imagen bajo licencia Creative Commons

identidad. Debido al pique entre los ayuntamientos por tener el **Nouvel** de más colorines, el **Foster** más grande o el **Calatrava** con más pinchos, las ciudades van haciendo hueco a estos edificios que suelen decir más sobre la genialidad del arquitecto que sobre la identidad autóctona.

ESCALA PEATONAL

Donde crecí los graffitis nos enseñaban la belleza de los colores y las formas, hablaban un lenguaje propio y eran algo cotidiano que enriquecía el entorno. Eran tiempos en los que en el barrio existían fruterías, bodegas, mercerías, panaderías y tiendas de ultramarinos. ULTRA-MARINOS, ¡qué palabra! Cuando era pequeño y veía ese letrero, imaginaba barcos cruzando océanos y tempestades para traer a las calles de Alcorcón productos exóticos que no se encontraban en cualquier tienda. Evidentemente esta idealización era fruto de la inocencia de un niño, pero ahora este tipo de comercio ha mutado y se ha vuelto homogéneo con los trillados carteles rojos de “alimentación”. Las calles cada vez ofertan menos capaci-

dad de ensoñación, pobres churumbeles. Y más con todos los muros de color gris. Las grandes cadenas de comercios hacen que pasear por las principales avenidas de cualquier ciudad sea la misma experiencia. Sota, caballo y rey. La publicidad hace que veamos las mismas caras en los carteles de Soria, Roma o Estambul, anunciando los mismos productos, reforzando patrones de consumo globales.

ESCALA DOMÉSTICA

El modo en el que se decora una casa nunca ha sido una marca de identidad local. Al menos no tan potente como la arquitectura o la vestimenta (cada vez más global), pero se pueden intuir algunos rasgos característicos de la sociedad a través de los objetos domésticos. Los suelos enmoquetados británicos, las tortilleras y molcajetes en México o los cada vez menos habituales porrónes de España, han marcado una especie de identidad íntima, no valorada por su carácter cotidiano, pero que se echa en falta en el otro cuando uno viaja extramuros. Aterrizas en

“Solo algunos países se libran de este efecto de ‘casas globales’ porque el nivel económico de los ciudadanos no hace rentable el desembarco de estas multinacionales”



César Lacalle
Cine Tivoli

un espacio lejano y te encuentras rodeado de los mismos objetos de impronunciable nombre sueco que tienes en casa. Han llegado antes que tú. Solo algunos países se libran de este efecto de “casas globales” porque el nivel económico de los ciudadanos no hace rentable el desembarco de estas multinacionales; aunque todo llegará. Hay un estudio que dice que alrededor del 10% de los europeos han sido concebidos en una cama de IKEA y seguro que este dato va creciendo y se convertirá en tradición familiar: “...hijo mío, tu abuelo y tu abuela me concibieron en una Oppdal, tu madre y yo te concebimos en una Svelvik y esperamos que nos hagas yayos en tu Fjellse...”. Toma ya.

IDENTIDAD

La icónica Gran Vía rompió con una identidad casi rural de Madrid, para después poblarse de cafeterías con nombres como California, Manila o Nebraska y cines parapetados con la cara de **Bogart** o de la **Hayworth**. Un duro palo para la Taberna Manolo o Casa Pepita, pero bueno, era el progreso y logramos asumir esa identidad de cines y cafeterías como nuestra. Ahora cierran los cines y todas las cafeterías se llaman Starbucks y venden “cubos de café”, ¿adoptaremos esa identidad como nuestra o asumiremos que estamos descastados definitivamente?

La dedicatoria de este artículo va para la exvecina perfumería Edouard, que llevaba desde 1941 en el número 58 de la Gran Vía. En los días que estaba escribiendo estas líneas, el establecimiento cerró sus puertas y ya han puesto el cartel de la próxima apertura: una franquicia de fabulosos Dunkin Donuts. •