



Fig.-5. Silla CUP de Konstantin Grcic para PLANK en 2008.<sup>9</sup>



Fig.-6. Sillas colección D1 de Stefan Diez para WAGNER en 2018.<sup>10</sup>

La materia como artificio, que se elabora «que se manipula, que se trabaja» con *artificium*. Artificio hecho con arte, pero también arte hecho con artificio, como señala Gillo Dorfles al afirmar que el arte es siempre artificio, incluso en la naturaleza opera a través de la mano del hombre para que se transforme en arte (Dorfles, 1972). Lo que nos encara al binomio

Artificio versus Naturaleza, porque nuestro mundo, lejos de la utópica Arcadia de Virgilio, es artificio. Y como lo plantean algunos de los pensadores que se nutren del concepto de artificio para fundamentar sus discursos en la segunda mitad del SXX, como la explícita manipulación mediática de lo real «artefactualidad» (Derrida, 1998), o el arte de la simulación o pervivencia de las apariencias del mundo (Baudrillard, 2006). Para Costoya en el binomio Naturaleza y Artificio<sup>11</sup>, el concepto de Naturaleza ha sufrido múltiples transformaciones a lo largo de la historia, apreciándose mayor dificultad para su definición en su vinculación a la cultura contemporánea debido fundamentalmente a la radical transformación que ha sufrido en el último siglo (Costoya, 2011).

Lejos del ideario de la modernidad y retomando las claves de la superficialización del objeto a través de las conclusiones a las que llegaba Charlotte Perriand cuando afirmaba que la modernidad perdió parte de sus fundamentos al doblarse a la producción en masa, y por tanto, a poder mirar de nuevo en la tradición el valor de ciertos oficios del pasado, con el objetivo de potenciar la diversidad frente a la homogeneidad de la fabricación intensiva, estableciendo con ello estableciendo la categoría de sobresaliente a producciones pequeñas hechas mejor (Perriand, 1995). En sintonía con esta orientación Ethnicraft aborda el desarrollo de “Ancestors Tabwa” (desde centros de mesa hasta contenedores), colección atemporal, de silueta minimalista, pero con carácter único y distintivo (Fig.- 7). Las distintas referencias de la colección, diferentes productos de madera contemporáneos, se transforman en piezas de arte únicas donde cada patrón es cuidadosamente tallado por los artesanos de la cultura Tabwa de África Central, que inspiran la colección por su afición por los motivos geométricos lineales (Fig.-8).



**Fig.- 7.** Armario Tabwa de Carlos Baladia para Ethnicraft (2018).<sup>12</sup>

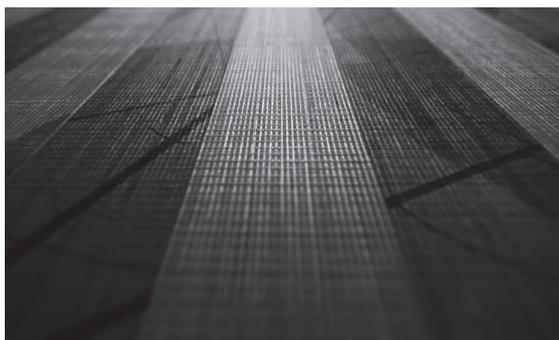
Esta lógica la observamos también de la mano de Marc Sadler, al acometer el diseño de la tarima “Fabrique” para Listone Giordano (2018), cuando afirma “Me encanta el espíritu y la atmósfera evocados por Fabrique, que encajan perfectamente con la idea de las grandes revoluciones industriales: una colección con una fuerte personalidad que le da a la tela de abedul dignidad, rica y preciosa, la gama de colores es hermosa” (Margaritelli, 2018)

**Fig.-8.** Motivos ornamentales geométricos, Armario Tabwa de Carlos Baladia para Ethnicraft (2018).<sup>13</sup>



Fabrique es el resultado de como la fibra de abedul adquiere personalidad y sorprende gracias a los tratamientos de la superficie (cepillado cruzado) (Fig.-9), mostrando una superficie que adquiere profundidad, aumentando el espesor físico y cultural de la materia, alejándose de lo bidimensional del parquet. Para Marc Sadler, “Fabrique” habla de una época de grandes revoluciones donde la tecnología corre raudamente diseñando nuevos estilos de vida, buscando sus propias raíces. Enclavada dentro de Natural Genius de Listone Giordano, representa la cultura milenaria de la madera reinterpretada por la investigación formal y expresiva de las superficies de diseño.

**Fig.-9.** Fabrique de Marc Sadler para Listone Giordano en 2018. Disponible en <https://www.listonegiordano.com/es/natural-genius/colecci%C3%B3n/fabrique>



Evidencias como estas nos permiten posicionarnos frente a la realidad actual del mundo del diseño impactado por las tecnologías Digital Printing Inkjet, y como plantea Diez Medina, al hablar de arteficio nos hace imaginar alguna suerte de complejo procedimiento o ingenioso artilugio encaminado a obtener un efecto concreto. Presupone astucia y habilidad. Pero también podría entenderse con un significado más oscuro: engaño o simulación para encubrir o desfigurar lo natural. Artificioso (que no es artificial, más cercano a la imitación, a algo falso) se entiende a menudo como sinónimo de afectación, algo contrario a lo que se produce con frescura o espontaneidad. (Diez Medina, 2010)

En la naturaleza cabe todo lo que tiene vida, incluso los objetos inanimados, siempre y cuando su origen sea natural. Una piedra es naturaleza, la tecnología digital aún no lo es. Naturaleza es lo que pensamos y sentimos, y también es la materia de los sueños. Cuando la inteligencia artificial sea un hecho plenamente consolidado, es decir, cuando una máquina sea capaz de pensar por sí misma sin intervención humana, entonces una máquina también será naturaleza.

Si Internet, tráfico digital más importante de la sociedad de los flujos (S. Tasma-Anagyros, 1998) es naturaleza, lo será en tanto que lo que navega por la Red es producto de la mente humana, que indudablemente es un producto natural, entonces la Digital Printing Inkjet es la materia de los sueños derivados de esa inteligencia artificial (Villacorta, 2009). Es por ello, que los nuevos mecanismos proyectuales suponen una transformación radical en el objeto de trabajo al centrar su atención en los procesos y no en los materiales que constituyen el objeto, convirtiendo a éste en un “dispositivo que genere fenómenos” y al diseñador en un “gestor que proyecta procesos”.

Desplazar el objeto de trabajo del diseño desde el propio objeto material a procesos inmatriciales de intercambio con el medio, requiere la integración del conocimiento y experiencia de todas aquellas disciplinas especializadas en el estudio de ambos elementos, natural y artificial. Se produce así un desplazamiento horizontal del conocimiento de aquellas disciplinas especializadas en el estudio y preservación del medio, tales como ecología, biología, genética o medicina, y aquellas otras especializadas en la creación de objetos y sistemas artificiales, tales como la arquitectura y el diseño, redescubriendo de este modo la materia como una fuente inagotable de conceptos, procesos y sistemas exportables al proyecto (Costoya, 2011).

### 3. Lo auténtico en la tecnología Digital Printing Inkjet

Qué queremos decir con “auténtico” ¿qué es cierto? ¿Qué es natural? Para Christine Colin hoy en día, tales cuestiones son difíciles de responder sobre ciertos materiales utilizados en el diseño e interiorismo. La gran multiplicidad de adjetivos que refleja el término nos muestra la dificultad de definir lo real, lo verdadero, lo natural y dado que la actual producción industrial engloba aspectos del principio de «autenticidad», es cada vez más difícil comprender su significado, al estar el término atiborrado de connotaciones, referencias y derivados: naturalidad, sinceridad, singularidad; e incluso etnicidad, noción de pertinencia a un grupo, un lugar o una región (Colin, 1994). De la misma forma, para Jean

Pierre Warnier “la apariencia recurrente de una necesidad de autenticidad es la mayor característica de nuestro tiempo. Esto puede significar que hay un sentimiento de retroceso y ansiedad en la cara de un futuro incierto, y quizás un presente que está desgraciadamente falto de referencias reales” (Warnier, 1994, pág. 26).

A finales de los '60, emerge un sentimiento de pérdida de autenticidad, coincidiendo con la aparición de la producción a gran escala (la aparición del “objeto auténtico” en el mercado). El producto auténtico es singular, totalmente personal, y difícil de encontrar. La mercancía es universal, fácilmente reemplazable. La oposición entre lo “auténtico” (natural) y lo “falso” (artificial); el objeto moderno (vendible como mercancía, reemplazable y multiplicable en cantidades infinitas) y el objeto raro (singular y único con sus raíces firmemente ancladas al suelo).

Lo natural es algo inventado, y que en el siglo diecinueve, durante el florecimiento general de sentimientos nacionalistas en Europa adquieren una expansión inusitada. Sobre todo, la autenticidad depende de la imaginación. En este punto, todas las diferentes clases de estrategias se presentan para transformar el objeto anunciado en una ventana o en una tienda en algo que es parte de nuestras vidas. El mobiliario, a diferencia de muchas otras cosas, es solo mercancía durante el periodo de tiempo en que se exhibe para venderse. Tan pronto como se instala en su destino final, con la etiqueta quitada, deja de ser mercancía (Warnier, 1994) Lo natural otorga todo el protagonismo a los materiales, reivindica la grandeza y la gráfica más puras de estos. Son los materiales los que transmiten el mensaje de la firma en esta nueva entrega de la colección: líneas sencillas, intervenciones mínimas y perfiles limpios que se basan directamente en las formas primigenias de la naturaleza y en la vertiente más geológica de ésta. Una superficie bien diseñada es aquella que insinúa, que deja una huella sutil.

### 3.1. Superficies pétreas



**Fig.- 10.** Imágenes de Jet Sequoia F3476 AR Plus® Gloss de la gama TrueScale de FORMICA.<sup>14</sup>

FORMICA con la línea TrueScale, aborda la dimensión de lo auténtico imitando a la naturaleza en todas sus dimensiones a través de las tecnologías Digital Printing Inkjet. En 2017 presentó 20 referencias de piedras dentro de la línea TrueScale, dirigidas al mundo del diseño e interiorismo, argumentando las ventajas de los laminados frente al uso del mármol, granito y maderas naturales (Fig.-10).

En el sitio web de la firma (Formica.com) explica cómo conseguir la naturalidad y autenticidad de la piedra sin los inconvenientes de abastecimiento y mantenimiento de los materiales originales (Fig.-11). Según Renee Hytry Derrington (vicepresidenta de Diseño del grupo), se consiguen piezas únicas y un diseño de gran formato, porque “Los laminados TrueScale transmiten de forma genuina la estética de los materiales de alta gama, como el mármol y el cuarzo, capturando las sutiles variaciones y patrones que se encuentran en los materiales naturales, pero sin sus altos costes de abastecimiento y mantenimiento”<sup>15</sup>

ABET LAMINATI, recurrente con la reflexión de Jean Pierre Warnier sobre la apariencia de autenticidad surgida de la utilización de las tecnologías de Digital Printing Inkjet, de la posibilidad del servicio de personalización de dichos laminados decorativos, a partir de cualquier imagen, gráfica o fotográfica, y su producción en cualquier cantidad en formatos posibles, generando muchas soluciones diferentes, garantizando la máxima flexibilidad en la realización que deriva en un gran impacto estético. Todo ello como respuesta a la necesidad de autenticidad. Esto puede significar que hay un sentimiento de retroceso y ansiedad en la cara de un futuro incierto, y quizás un presente que está desgraciadamente falto de referencias reales.<sup>16</sup>



Fig.- 11. Imágenes de HPL\_2019>2021 y ROCKS\_2019\_2021 de Abet Laminati.<sup>17</sup>

En el caso de la marca TECNOGRAFICA, surgida de la empresa de papeles pintados Wallpapers con amplia experiencia en el manejo de la tecnología Digital Printing Inkjet,

la autenticidad deviene de la singularidad de interpretación de las piedras naturales, tener un tratamiento totalmente personal y difícil de homologar a sus inmediatos competidores. En sus propuestas lo falso (artificial) adquiere un claro valor de auténtico, convirtiéndose en materiales y superficies raras (singulares, únicas y surgidas de las entrañas de la tierra).



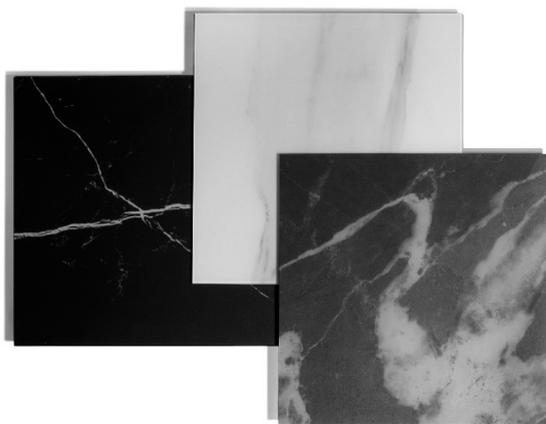
**Fig.- 12.** Imagen referencia DECORA-RESIN de Tecnográfica.<sup>18</sup>

LAGO desarrolla el acabado cGlass que aplicado a muebles como el aparador Plenum de Daniele Lago, juega a la especulación de la autenticidad a través de las tecnologías de impresión digital, mostrando una pieza como un bloque marmóreo. (Fig.-13)



**Fig.- 13.** Imágenes Aparador Plenum de Daniele Lago, para Lago en 2018. Impresión digital sobre vidrio.<sup>19</sup>

Las expresiones matéricas del acabado XGlass nacen de la búsqueda de materiales, que, gracias a la revolución digital, siendo LAGO uno de los primeros en presentar concretamente una aplicación en el mudo del diseño transfiriendo imágenes sobre cristal, y reinterpretando materiales naturales que a través del cristal mate asumen un original efecto vívido y profundo. La primera gama de acabados comprende tres estampados marmóreos que ofrecen diferentes tonalidades y tramas: Calacatta gold, Calacatta Black y Marquina (Fig.-14), otras colecciones de materiales serán presentadas en el futuro cercano, como piedras, metales, tejidos o maderas. XGlass reviste los muebles con efectos monolíticos o dialogando con otros materiales, para dar vida a originales juegos de contraposiciones. El panel XGlass es una idea que regala una emoción que cuando parte de la naturaleza puede preservarla, como por ejemplo en el caso del mármol, donde evitamos las extracciones de los bloques de nuestro amado planeta.



**Fig.- 14.** Imágenes de acabadas XGlass de Daniele Lago, para Lago en 2018. Impresión digital sobre vidrio.<sup>20</sup>

### 3.2. Superficies gráficas

Las reinterpretaciones mediante Digital Printing Inkjet como la realizada por la marca FRITZ HANSEN, 2019 ha sido su primera incursión en la impresión digital. La silueta Ant™ Deco es la primera versión impresa del diseño clásico de Arne Jacobsen que se haya producido. El patrón de silueta se inspira en la forma de la silla y en una obra de arte original producida para Fritz Hansen por la diseñadora danesa, Krista Rosenkilde (n. 1982). El patrón animado fue tallado originalmente en linóleo por la artista e impreso a mano. Luego se escaneó y se imprimió digitalmente en la superficie curva de la silla. Las líneas pequeñas y las marcas de impresión le dan a la impresión un aspecto resistente y hecho a mano y muestran los movimientos del artista y el trabajo manual cuidadoso, manteniendo el diseño transparente y honesto. Las variaciones en la aplicación de la impresión a la silla significan que cada silla Ant™ Deco Silhouette es ligeramente única. (Fig.-15)