

# **DISONANCIAS**

## **NUEVOS TERRITORIOS PARA EL ARTE**

*Roberto Gómez de la Iglesia*

AUTOR: Roberto Gómez de la Iglesia

ADSCRIPCIÓN: Consejero Delegado de Grupo Xabide y Director de DISONANCIAS

TÍTULO: DISONANCIAS: Nuevos territorios para el arte

CORREO ELECTRÓNICO: roberto@grupoxabide.es; www.disonancias.com

RESUMEN: *Disonancias* es una plataforma de mediación e impulso de las relaciones entre empresas, o centros de investigación, y artistas. Parte con el objetivo de estimular la innovación en todas sus vertientes, y de transmitir a la sociedad la importancia de desarrollar entornos creativos. El programa aplica la investigación artística al campo de la innovación empresarial, creando nuevos territorios para el mundo del arte, con unos resultados sorprendentes.

PALABRAS CLAVE: Arte, red de artistas, comunicación.

DISONANCIAS, como plataforma de puesta en relación de artistas con departamentos de I+D+i, pretende contribuir a la diversificación de los procesos de innovación en el mundo de la empresa y las unidades de investigación, y así responder y anticipar las necesidades de la sociedad en su conjunto. Parte de la premisa de que los artistas son por definición investigadores, que pueden contribuir a proponer nuevas y diferentes vías de innovación, introduciendo desviaciones y disonancias en los procesos habituales de pensamiento y actuación, aportando creatividad y metodologías de trabajo, y sirviendo de catalizador a los miembros de un equipo.

En consecuencia, el artista ha pasado de desempeñar el rol que habitualmente se le atribuye socialmente -crear arte-, a cumplir más bien la función de un colaborador externo que se incorpora a un equipo de trabajo, cumpliendo el rol de "experto en creatividad", convirtiéndose así en un profesional especializado. De este modo, a partir de la experiencia y el intercambio generado por la relación con artistas, DISONANCIAS pretende diversificar los procesos de innovación no como un fin en sí mismo, sino como una herramienta para cambiar formas de actuar, actitudes y valores en la sociedad.

Por otro lado, las organizaciones empresariales necesitan responder, cada vez con mayor velocidad, a un mayor grado de exigencia de la ciudadanía, a nuevas necesidades sociales, o a viejas necesidades plasmadas en demandas diferentes o en marcos distintos. Ante la saturación de productos, servicios y mensajes, la atención se centra, además de en su contenido, sobre todo en otras cuestiones diferenciales, integrando factores intangibles y valores como la creatividad, la contextualización cultural, el diseño, la interactividad, la participación y, especialmente, la capacidad de ofrecer experiencias novedosas, personalizadas y memorables.

El mundo de las artes y el de la empresa necesitan, por tanto, nuevos nutrientes, en contenidos y formas, que les ayuden a crear entornos fértiles donde generar nuevas propuestas sociales y nuevos significados compartidos con la ciudadanía.

### **Plataforma permanente de puesta en relación de artistas con empresas**

Tanto en la experiencia pionera de DIVERGENTES 2005 como las ediciones de DISONANCIAS 2006/07 y DISONANCIAS 2007/08 se han desarrollado un total de 30 proyectos de colaboración entre empresas localizadas en el País Vasco y artistas internacionales. A partir de la experiencia acumulada y de la creciente petición por parte de las empresas, el proyecto se ha convertido en una plataforma permanente de puesta en relación de artistas con empresas, a partir de tres tipos de desarrollos: Un marco práctico en donde se posibilitan colaboraciones periódicas entre artistas y entidades como las distintas ediciones de DISONANCIAS y la iniciativa Activa\_DISONANCIAS, que promueve la colaboración entre empresas y artistas internacionales fuera de la convocatoria anual de DISONANCIAS. Además de un marco conceptual sobre prácticas y metodologías de colaboración en torno al vínculo entre arte e innovación, dentro del cual se desarrollan investigaciones que permiten reajustar los programas organizados.

No existe sólo una demanda real por parte de las empresas -necesitan creatividad-, como por parte de los artistas -quieren interactuar con ámbitos más amplios que el estrictamente artísti-



co-, sino que el intercambio es realmente beneficioso para ambas partes, y por extensión para la sociedad. Así, los resultados de los proyectos "disonantes" deben aspirar a ir más allá de su éxito en el mercado o de su aceptación por parte del público, para contribuir a la construcción de una sociedad orientada hacia valores de diversidad, equilibrio, sostenibilidad, responsabilidad social, flexibilidad y espíritu de riesgo.

### **El artista como usuario, crítico o comunicador**

DISONANCIAS privilegia la participación de artistas interdisciplinarios: interesados en trabajar en la interacción entre distintos sistemas sociales y culturales, y en proyectos que favorezcan el trabajo colectivo; o bien de aquellos artistas que utilizan la ciencia o la tecnología como soporte y reflexión en su trabajo.

Los artistas trabajan, de forma individual o colectiva, durante los nueve meses que dura la investigación, con cualquier tipo de soporte y disciplina, sin condición de edad, nacionalidad o lugar de residencia. La selección de artistas se realiza por invitación y/o convocatoria abierta. Posteriormente un jurado, formado por expertos en arte e innovación, hace una primera selección con las propuestas más interesantes, pero es la empresa acogedora quien toma la decisión final.

En los proyectos de investigación, la aportación de los artistas se puede clasificar en tres facetas<sup>1</sup>:

La primera faceta sitúa al artista como usuario. Por el simple hecho de hacer uso de los recursos de la empresa acogedora, los artistas desarrollan una importante función de usuario. El artista se convierte en una especie de "usuario extremo". Algunos experimentan posibilidades infinitas con los materiales, productos o servicios; otros expanden el potencial de aplicaciones desviando su propósito inicial - y lo consiguen porque sus investigaciones suelen empezar en el ámbito artístico, sin ánimo de funcionalidad, y de un modo más bien amplio y horizontal, en oposición a un modo estrecho y vertical. En este caso, se reafirma la capacidad de los artistas de anticipar tendencias, en particular tendencias que tienen que ver con los usos.

El artista como crítico, en su segunda faceta, puede desarrollar desde una crítica del uso de tecnologías o materiales en la empresa con la que colabora, hasta una crítica de la cultura de la empresa. Este punto deriva del hecho que los artistas suelen explorar los contextos de un modo muy amplio, desde las tecnologías que generan contenidos específicos, las motivaciones de las empresas que producen esas tecnologías, el país y la cultura en el que está localizada la empresa. Esta aportación es especialmente bienvenida en el caso de empresas con mucho éxito, en las cuales la crítica permite redefinir objetivos para sus equipos, y motivar sus comportamientos creativos. Cabe subrayar que, por utilizar la empresa acogedora como material de su observación y trabajo, y por cuestionarlo todo dado su escaso conocimiento del entorno en el que se mueven, los artistas actúan a menudo a modo de antropólogos.

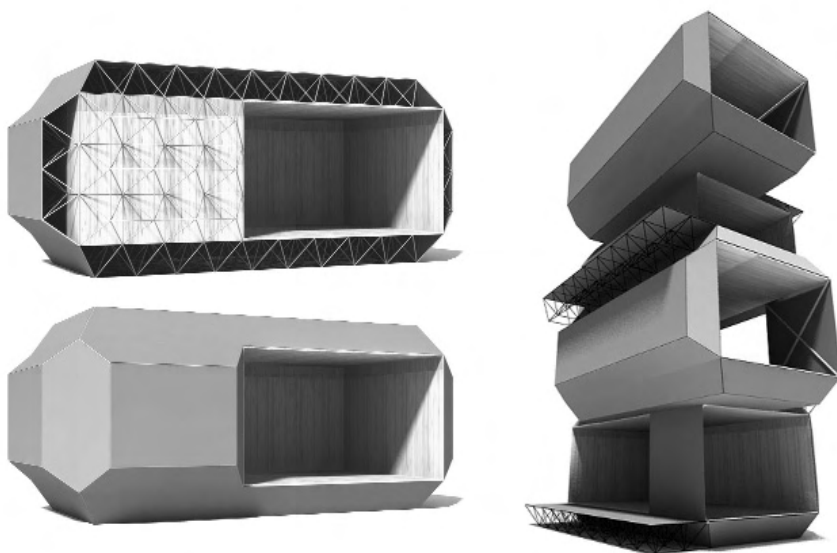
La tercera faceta es la de artista como comunicador. La función crítica antes mencionada puede hacer ver a las empresas acogedoras cómo se les percibe y cómo comunicar sus actividades más allá de su círculo habitual. Por otra parte, el hecho de que la forma en la que se desarrolla el trabajo del artista tenga a menudo un impacto visual importante, y el hecho de que los resultados suelen ser de fácil circulación (con canales propios de distribución ya establecidos), propicia también la función de comunicación.

Sin duda, esas tres facetas se suelen mezclar. Un artista no es sólo un comunicador o un usuario, es también la mezcla de esas funcionalidades de modo que se incrementa el interés de su intervención.

### **Tipología de proyectos de investigación y resultados obtenidos**

Los tipos de investigación susceptibles de ser desarrollados en el marco de DISONANCIAS tienen que ver con: La investigación de conceptos, que están en general relacionados con intereses estratégicos de las empresas/centros de investigación, y que pueden tener desarrollos a día de hoy insospechados. O bien con la ideación de nuevos productos, que corresponde a la voluntad de diversificar las salidas al mercado, proponiendo nuevas posibilidades de producto a clientes o diversificando su propia producción. Como dos últimas tipologías cabe señalar la reinención de formatos, buscando formas innovadores más allá del diseño gráfico o industrial, además de la investigación de procesos y de metodologías de trabajo.

El tipo de resultado, en todos los casos, es un prototipo empresarial, que puede tener cualquier tipo de formato, desde aquellos puramente intangibles (ideas o cambio de actitudes),



hasta los más tradicionalmente tangibles (nuevos productos o servicios).

El corto período de tiempo para desarrollar los proyectos, cuando se trata de una investigación, hace que sean, en la mayoría de los casos, un punto de partida, al partir del cual surgirán, a medio y largo plazo, resultados todavía insospechados, relacionados con nuevos procesos, productos, servicios, métodos, tecnologías o modelos organizativos.

### Algunos proyectos "disonantes"

#### • DAISALUX y AESWAD

Daisalux es una mediana empresa creada en Vitoria-Gasteiz en 1988, dedicada al diseño, fabricación y comercialización de alumbrado de emergencia, equipos centralizados, alumbrado portátil, sistemas de balizamiento, kits de emergencia, luminarias de señalización etc. En ella trabajan 98 profesionales, de los cuales 26 lo hacen en su unidad de I+D+i.

Esta unidad ha trabajado junto al colectivo de artistas AESWAD, radicado en la ciudad sueca de Malmö, en torno al concepto de evacuación multisensorial de edificios.

El proceso de trabajo conjunto comenzó con la sorpresa inicial por parte de la empresa al percibir el alto grado de conocimiento técnico de los artistas (David Cuartielles, proveniente del

arte electrónico, y Björn Wahlström músico y performer, interesado en explorar vías para llevar la expresión performativa artística a procesos de diseño industrial.

Los miembros del colectivo actuaron como mediadores en los procesos de generación de conceptos y nuevos productos, invitando a la empresa a replantear sus lógicas de innovación desde el concepto clave de emergencia, ligado a la idea de "salvar vidas" con su actividad. De alguna forma, esta reflexión que humanizaba el ámbito de negocio de la empresa, ha prestado una nueva dimensión social a la orientación de la I+D+i de la empresa.

El resultado ha sido en primer lugar un replanteamiento global de la I+D+i desarrollada por la empresa en los últimos 7 años -según su director general-, y la generación de un catálogo de ideas de nuevos productos, de tecnologías a aplicar a productos actuales para su enriquecimiento, o a nuevos mercados potenciales, que permite a Daisalux tener campo de I+D+i para los próximos 5 años.

#### •LANIK y RECETAS URBANAS

Constituida en Donostia-San Sebastián en 1977, LANIK, con un equipo de 60 personas, se dedica principalmente al desarrollo de sistemas estructurales desde el diseño hasta la fabricación y el montaje. Trabaja con varios sistemas de patente propia compuestos básicamente por nudos esféricos y barras tubulares atornilladas entre sí que permiten una gran versatilidad de soluciones estructurales para la arquitectura.

Un equipo multidisciplinar compuesto por el director de I+D, el director comercial, el jefe de proyecto de estructuras espaciales, y el director de la empresa ultiman su trabajo de investigación en torno al concepto de arquitectura transformable en colaboración con el equipo de Recetas Urbanas, que liderado por Santiago Cirugeda desarrolla proyectos de subversión en distintos ámbitos de la realidad urbana, desde ocupaciones sistemáticas de espacios públicos con contenedores, hasta la construcción de prótesis en fachadas, patios, cubiertas e incluso en solares.

Partiendo de un análisis profundo de las potencialidades de los productos actuales de LANIK y de la búsqueda de nuevas aplicaciones, hasta hoy insospechadas, de los mismos, el concepto de autoconstrucción ha tomado cuerpo como campo de experimentación del carácter transformable de la arquitectura. Así se concibe un modelo, quizás en el futuro comercializable, de paquete estructural para la autoconstrucción de viviendas de pequeña dimensión. El proceso creativo ha tomado manifestación tangible en prototipos construidos y sometidos a pruebas técnicas y a la reflexión de la opinión pública.

El resultado de la investigación conjunta tiene que ver con un cambio profundo en la perspectiva de la futura aplicabilidad técnica y social de los productos y tecnologías de la empresa, además de haber provocado, esta relación con los artistas, un efecto catalizador para el equipo de trabajo empresarial y un efecto multiplicador de las capacidades creativas internas.

#### •TECNALIA y ANIA BAS



TECNALIA es una corporación tecnológica multidisciplinar, de carácter privado e independiente, integrada por diversos centros tecnológicos cuya misión es aportar valor y riqueza a la sociedad en general y al tejido empresarial en particular, a través de la investigación y la innovación en un contexto internacional.

El equipo de edificación y entorno urbano sostenible, desarrolla actividades en recuperación de suelos, calidad de aire interior, ingeniería acústica, sostenibilidad, tecnologías constructivas innovadoras y ecourbanismo. Dispone de numerosos equipos técnicos, informáticos y experiencia internacional, así como de un laboratorio de creatividad urbana (LA Q), que da acogida técnica a la artista de origen polaco, y asentada en Gran Bretaña, Ania Bas.

Juntos han investigado sobre el modelo de entorno urbano sostenible: una representación de un espacio ciudadano respetuoso con el medio natural y el construido, socialmente vivo y cohesivo, productor de abundancia y de valor, identificado con su lugar y "competitivo" con las relaciones exteriores.

El proceso creativo desarrollado se basa en la aplicación de técnicas de participación activa que han implicado progresivamente en la reflexión a los integrantes de La Q, a un equipo de 30 personas de la unidad de construcción de manera muy directa, y a un gran número de profesionales de TECNALIA, e incluso de sus entornos familiares, propiciando la búsqueda de ideas,

miradas nuevas, creatividad aplicable, en entornos no habituales y, sin embargo, cotidianos.

El resultado es un profundo efecto de dinamización de las capacidades creativas internas y el descubrimiento de la necesidad de lógicas de participación e implicación de agentes diversos en la configuración del pretendido modelo de desarrollo urbano sostenible (utilizando el propio centro de trabajo como campo experimental), que tomará una plasmación conceptual visual para su adaptación y transferencia en los proyectos urbanos concretos desarrollados desde TECNALIA.

### **Red artsactive.net**

DISONANCIAS se ha esforzado en los últimos años en afianzar las relaciones con expertos y programas internacionales dedicados a fomentar la interacción entre el campo de la ciencia, de la innovación, de las artes y todos su profesionales involucrados. Tanto es así, que se ha convertido en la sede de artsactive.net [www.artsactive.net](http://www.artsactive.net), una red internacional de programas de colaboración entre artistas y unidades de investigación en ciencia e industria, que se creó en el año 2005.

En la actualidad cuenta entre sus miembros con organizadores de programas de colaboración en distintos países como Australia, Suiza, Inglaterra, Holanda y Estados Unidos. Además de distintos expertos y consultores: Samuelle Carlson, Bronac Ferran, James Leach (Kings College, Cambridge), Emmanuel Mahé (France Télécom R&D).

### **Edición 2008/09**

En la que será la cuarta edición de Disonancias, ocho entidades con sede en el País Vasco entablarán distintos procesos de colaboración con artistas nacionales e internacionales. A partir de octubre de 2008 y durante un periodo de 9 meses, cada una de las entidades acogerá y colaborará con un artista o colectivo de artistas. El programa se desarrolla, por cuarto año consecutivo, gracias al apoyo del Gobierno Vasco, Spri -Sociedad para la Promoción y Reconversión Industrial-, la Diputación Foral de Álava, la Diputación Foral de Bizkaia, la Diputación foral de Gipuzkoa y la gestión de Grupo Xabide, que cuenta con más de 20 años dedicados a la gestión cultural en este país.

En Catalunya, se pondrá en marcha la plataforma como experiencia piloto, con seis proyectos, que actualmente se encuentran en fase de concreción. Esta primera experiencia de DISONANCIAS en Catalunya responde al interés mostrado por distintos agentes artísticos, culturales y empresariales de la zona. El programa cuenta con el apoyo del Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya y de la agencia de apoyo a la empresa catalana, ACCIÓ, además de la colaboración de 22@ Barcelona y de HANGAR.

### **NOTA**

1. INTERACT, Artists in Industry placements, Evaluation report, january 2007, Dr. Samuelle Carlson, p.27.