

# El Diseño como factor de agregación social – Proyectos Guaraná Power y Ph5 Lamp -Superflex

*Da Cunha, Ana*

*Secretaria del Estado de la Educación, SEE,  
San Pablo, Brazil  
(anadacunha@gmail.com)*

## Abstract

This article aims to point out the industrial design as a factor of social cohesion through the practices of contemporary artists' collective Superflex, Denmark. Based on relational aesthetics advocated by French researcher Nicolas Bourriaud the group plans through their projects, build the art through social exchanges. For that act in specific contexts in order to embody their projects. Thus, the artistic collective Superflex, Denmark, deployed in small communities in Thailand and Brazil, the project Supercopy. Among the projects that fall under the proposal are Supercopy Guarana Power, proposed in Brazil and PH5 Lamp, proposed in Thailand. Guarana Power involves the production of a guarana soft drink that can compete with a famous drink guarana produced by multinationals. PH5 Lamp already implies the use of Thai households, a copy of a lamp made by the famous designer Poul Henningsen in 1958. The lamp, which is known to be part of most homes Danish middle-class time is taken up by the Thai and used as a means of lighting the homes supplied with biogas energy systems. (The construction of small biogas plants are also part actions of Superflex). There was, therefore, that these actions of Superflex, industrial design has played a social aggregation thanks to the ideals of relational aesthetics. For the production of such products, both the Brazilian and the Thais learned about design, aesthetics and manufacturing products. Through the lessons learned were able to create objects with marketing and aesthetic values. The objects produced emerged after exchanges, discussions and negotiations between the public and artists.

**Keywords:** Contemporary art, Design, Relational Aesthetics, Webs, Collaborative Art

## 1. Introducción

El crecimiento vertiginoso de los medios de comunicación con el apoyo de la tecnología han cambiado las formas de relacionarse, pensar, crear y socializar. Las utopías modernistas del progreso y el individualismo fueron substituidas por el colectivismo comunitario proporcionado por un nuevo modelo de sociedad derivado de la descentralización prevista por los medios de la tecnología que desarrollaron nuevas formas de agregación social. En contraste con las divergencias y la absorción generadas por las redes informáticas, la demanda de relaciones sociales basadas en la identidad similar ahora se torna necesaria. Los grupos se unen por las similitudes en el mundo contemporáneo, a fin de compararse con la formación de las primitivas religiones tribales, grupos, comunidades y otros. Así, la búsqueda de la identidad, se encuentra ahora en la era de la información como el factor principal de la organización en la sociedad contemporánea. (CASTELLS 2003). La valoración de los encuentros que permiten las uniones por identidad también afecta a lo artístico y se convierte en una de las formas de la producción del arte contemporáneo. Entre ellos podemos mencionar la llamada estética relacional propuesta por el filósofo francés Nicolas Bourriaud, desde principios de los noventa.

La estética de Bourriaud se basa en la formación artística que tiene como objetivo reflexionar y construir el arte a través de intercambio social mediante el cual se corporifica el trabajo. Las obras del arte se basan en acuerdos de colaboración en las que se modifican las relaciones de derecho de autor y la intención es crear mundos posibles que se basan en determinados contextos y realidades. Otra cuestión importante a considerar, es el hecho de que la producción de carácter relacional no tiene intención crítica o política. Toda producción artística que tenga como base los ideales relacionales busca alcanzar niveles más bajos, pero eficaces, de crear modos de vida posibles y constructivos dentro de las realidades particulares de cada grupo de acción.

Basado en la premisa de la estética relacional, el colectivo artístico Superflex, Dinamarca, implantó en pequeñas comunidades de Tailandia y Brasil, el proyecto Supercopy. El proyecto abarca una serie de debates que van desde la cuestión de la autoría, la propiedad de los bienes estéticos a la producción, hasta la comercialización de productos competitivos. Entre las propuestas que se incluyen en el Supercopy se encuentran Guaraná Power, Brasil, y PH5 Lamp, Tailandia. Guaraná Power implica la producción de una bebida de guaraná que pueda competir con una famosa bebida de guaraná producida por las multinacionales. PH5 lamp propone la utilización, por familias pobres tailandesas, de una copia de una lámpara realizada por el famoso diseñador Poul Henningsen, en 1958. La lámpara, que es conocida por encontrarse en la mayoría de los hogares daneses de clase media, es reproducida por los tailandeses y utilizada como medio de iluminación en los hogares que poseen sistemas de energía por biogás. (La construcción de pequeñas fábricas de energía de biogás es también parte de las acciones de Superflex).

Se observó que en estas acciones de Superflex, el diseño industrial ha desempeñado una función de agregación social, gracias a los ideales de la estética relacional. Para la producción de dichos productos, tanto los brasileños como los tailandeses aprendieron sobre el diseño, la estética y la fabricación de los mismos. A través de las lecciones aprendidas fueron capaces de crear objetos con atributos para comercialización y valores estéticos. Los objetos producidos surgieron después de los intercambios, debates y negociaciones entre la población y los artistas. Así pues, la intención es mostrar el carácter de agregación social que el diseño industrial adquirió en las prácticas del Superflex, a través del proyecto Supercopy.

## 2. Identidad y la sociedad en red

Para Manuel Castells en su obra “La Sociedad en la Red” de

1999, el sistema informacional es responsable por un cambio drástico en la sociedad, de la misma manera como ocurrió con la economía y la tecnología. La característica principal del cambio social es la fragmentación de los movimientos sociales. En la era de la información, los movimientos sociales son impregnados de efemeridad y de objetivos únicos. De esta forma, las personas en la sociedad de la información tienden a formar grupos que promueven identidades primarias como etnias, territoriales, religiosas, nacionales.

Las personas ya no se organizan a partir de sus actividades en común, sino a través de lo que creen ser o de lo que son. El investigador argumenta que la busca de la identidad en la formación de la sociedad es la única manera de encontrar un significado a través de una historicidad que ocurre mediante el desmantelamiento de las organizaciones, del adelgazamiento de movimientos sociales importantes, de la decadencia de las instituciones y de las expresiones culturales fulminantes.

Según el pensador, el nuevo modelo de sociedad en la formación, que tiene como base el desarrollo tecnológico, acarrea en un cierto “poder liberador de la identidad”, sin que sea necesaria una individualización o una “captura por el fundamentalismo” (CASTELLS 2003). Adicionalmente, el autor cree que todos los cambios propuestos por el nuevo orden mundial, aparentemente caótico, pueden servir para la comprensión de su interrelación, más allá de posibilitar una visión de que todos los elementos de composición de este mundo en formación son afines. “La búsqueda de la identidad es tan poderosa como la transformación económica y tecnológica en el registro de la nueva historia” (idem).

Castells observa que, en vez de por los atributos tecnológicos, la sociedad en red es primeramente caracterizada por la prevaeciente busca de la identidad, que acaba por tornarse el principal factor organizacional de la sociedad de la información.

El autor caracteriza la identidad como un proceso en el cual un agente de la sociedad encuentra significado tomando como aliciente un factor o un conjunto de factores culturales (CASTELLS 2003)

### 3. Estética relacional

El postulado fundamental de la estética relacional es calcar la obra de arte en el ámbito de las relaciones humanas. Las propuestas artísticas son construidas por medio de la comunión de conceptos en común. Para los artistas relacionales no existe ningún modelo predeterminado de la estética o ninguna temática o iconografía que los identifique. Cada trabajo posee su característica individual y es construido de temas, problemáticas y estéticas particulares. El objetivo mayor de los artistas que utilizan los preceptos relacionales para sus objetivos artísticos es el de actuar en el mismo horizonte teórico y práctico que se constituyó a partir de las esferas de las relaciones humanas. Para Bourriaud, las obras exponen maneras de intercambio social, la interactividad a través de la experimentación estética propuesta por la mirada y por el proceso comunicacional en su dimensión concreta de la herramienta que posibilita unir individuos y grupos humanos. Según el filósofo, las prácticas artísticas definen sus modos de actuación a través de las influencias con el medio que nos rodea, de forma no despreciativa. Así ocurrió con el arte pop y con el arte minimalista cuando la producción en masa rodeó las producciones de la época. Por tanto, se debe entender que las obras producidas a partir de los años 90 transforman “lo que mira” en un interlocutor directo de la obra. De esta forma, las producciones de los años 90 tienen una ligación directa con los medios de comunicación y son las que pasan más cerca de la producción en arte de los años 60. En esta época, la crisis que asolaba la economía daba pocas oportunidades para la construcción de obras dispendiosas, por tanto, era necesario considerar maneras más baratas y experimentales de producción

en arte. Coincidentemente, la contemporaneidad también es asolada por las crisis económicas. De esa manera se puede entender porqué el arte contemporáneo tiene como referencia el arte de los años 60.

Por tanto, es necesario resaltar que, por más que se asemejen en parte las producciones de esa década, el arte relacional se preocupa con el camino de la práctica artística del análisis del presente. El arte relacional no es de ninguna manera una tentativa de la resurrección de un movimiento artístico. Al contrario de la producción de los años 80, que ponen en evidencia la visualidad de los medios, como las obras de Jeff Koons, Richard Prince y Jenny Holzer, los artistas de la década de los 90 reviven la inmediatez de la plástica y la preferencia al trato y el contrato.

Los artistas de hoy no utilizan la interactividad y la intersubjetividad como artificios de moda, ni como una parte tradicional de la práctica artística. Para los artistas relacionales las prácticas interactivas son un punto de inicio y final que hacen parte de la construcción de la obra artística. Para Bourriaud todas las manifestaciones artísticas producen espacio-tiempo relacionales, experimentaciones entre humanos que se liberan de las obligaciones de los ideales de la comunicación en masa. Lo relacional produce esquemas sociales alternativos, moldes críticos de las construcciones de las relaciones amistosas. (BOURRIAUD 2006)

Las acciones artísticas relacionales son calçadas en el desarrollo del pensamiento artístico a través de la creación de intersticios sociales en los cuales nuevas “posibilidades de vida” son desarrolladas y se revelan posibles. Es la estética de la conciliación. Desarrollan sus prácticas a través de la creación de mundos posibles con los aspectos más próximos de la realidad cotidiana, son realizadas con los vecinos, con los que se cree ser más urgente inventar relaciones.

El arte relacional no pretende progresar a través de los conflictos y de los opuestos, característicos del pensamiento moderno, en el que proliferan ideas de oposición. La práctica artística de hoy pretende desarrollarse a partir del progreso de las relaciones entre unidades diferentes a través de la conciliación de ideales opuestos. Pretende construir alianzas y “modus vivendi que posibiliten relaciones sociales más justas, modos de vida más densos, combinaciones de existencia múltiples y fecundas” (BOURRIAUD 2006).

## 4. Superflex – Diseño y agregación social

### 4.1. Superflex

Formado en 1993, el Superflex se tornó conocido internacionalmente en los últimos 5 años como artistas relacionales advenidos de la ola escandinava de arte contemporáneo del inicio de la década de los 90. Actúan como una empresa de diseño en favor del arte.

El objetivo del grupo es actuar como una fundación neutra en el ámbito artístico, estableciendo redes de creación que trabajan fuera del mundo del arte, en nombre del arte. El lema principal del colectivo dinamarqués es “hacer que las cosas acontezcan”. A partir de ese lema, el Superflex concentra sus acciones en los arraigos sociales y fomentan discusiones e intercambios.

El trabajo del colectivo es realizado en el límite entre el contexto y arte. Desafía, así, el papel real del artista en la sociedad contemporánea, por medio de la práctica compleja que congrega comercio, estructuras socioeconómicas y el hacer artístico. Están entre las vetas críticas del grupo cuestiones como el encaje político y la lucha por la libertad de expresión, crítica a los derechos de autor, suplemento de energía en el mundo, monopolio de las grandes corporaciones económicas, condiciones de auto organización productiva, etc. Sin embargo, la

crítica institucional propuesta por los artistas dinamarqueses no se vuelca para la dificultad de producción o a lo que es contemplado o no como arte. El grupo reivindica una actuación que evidencie las relaciones poderosas de los medios de comunicación sobre el público. No es necesariamente contra los modelos globalizados y el comercio, pero defiende un balance entre los monopolios, pequeños productores y estructuras económicas vigentes.

Todos los proyectos están basados en la complejidad y en la diversidad de la sociedad e invitan a las personas a participar de las acciones de forma concreta. Las propuestas son determinadas de acuerdo con cada contexto y son escogidas a través del análisis social y de las situaciones locales específicas. En estas acciones son investigados los procesos comunicativos en los que varios socios – individuos o grupos - entran en escena con intereses personales fuertes y particulares.

Para alcanzar sus objetivos, el colectivo dinamarqués interviene de forma cultural concreta en sus propuestas, mediándose por los intereses particulares de cada grupo. Por medio de sus proyectos, crean modos de pensar, actuar, discursar e imaginar, y usan su habilidad estética como compromiso social.

### 4.2. Guaraná Power – Poder para los Granjeros del Amazonas

*Guaraná Power* es un refresco producido por Superflex y por los Granjeros de Maués, Amazonas, Brasil, a través del proyecto también de nombre *Guaraná Power*.

El referido proyecto surgió a través de una residencia que los integrantes del colectivo dinamarqués realizaron en la ciudad amazónica junto con pequeños granjeros brasileños, productores de semillas de guaraná. Después de un periodo de estancia en la ciudad, famosa por la producción del refresco guaraná, el Superflex percibió que la comunidad de estos humildes agricultores había sido perjudicada en sus negocios. Cuando una

multinacional ostentó el monopolio de la compra de materia prima y de la producción del refresco de guaraná, los plantadores de semillas se vieron obligados a venderlas por precios irrisorios. El precio bajo arruinó a los productores locales.

Después de esa constatación el Superflex decidió asociarse con el NIFCA (Nordic Institute for Contemporary Art) y el Gobierno de Amazonas, para la realización del proyecto *Guaraná Power*. La propuesta tomó cuerpo a través de grupos de trabajo educativos que enseñaban a los granjeros nociones de producción, tercerización y distribución del refresco Guaraná. En los encuentros entre los productores y el colectivo dinamarqués fueron departidas clases de diseño industrial, marketing, estética y arte.

El grupo dinamarqués por ser famoso en desafiar también las leyes de la propiedad intelectual y de autoría, como dicho, pregonan la libre copia de productos y bienes intelectuales. En el encuentro con la comunidad de Maués el Superflex llevó a los productores ejemplos de productos copiados como camisas de “*Lacoste*”, pantalones “*Calvin Klein*” que no tienen la intención de ser súper copias del “original” pero declararse réplicas competitivas con las que están en el mercado. En la clase de Marketing exploraron a respecto de estrategias de mercado que pueden ser útiles en la distribución de los productos. Los artistas a respecto de eso demandaron a la cooperativa que hiciera prototipos caseros de productos que podrían ser competitivos en el mercado con los productos semejantes patentados por las multinacionales.

Los productores presentaron entonces prototipo en tres versiones: *Pepsim*, para competir con la *Pepsi*, o *Maués Café* para competir con *Nescafé* y el chocolate *Maués Bars* para competir con *Mars Bars*.

Los conocimientos de marketing, diseño industrial y estética, adquiridos por los agricultores, posibilitaron la creación de un refresco de guaraná, copio del vendido por la multinacional. Además del refresco, los amazonenses produjeron una campaña publicitaria completa que involucró la confección de pósters y videos promocionales.

#### **4.3. Ph5 Lamp – idea luminosa para las casa tailandesas**

En 2003 Superflex llevó el proyecto PH5 Lamp a la ciudad de Bangkok, Tailandia. La acción tenía como objetivo llevar lo mejor del diseño dinamarqués para que los distritos rurales tailandeses tuviesen mejor calidad de iluminación. Para eso, escogió el modelo de lámpara concebido por uno de los mayores diseñadores dinamarqués llamado PH5 Lamp. Concebida por Poul Henningsen en 1958, la lámpara se hizo famosa por ocupar la mayoría de las casa de clase medio de Dinamarca. La lámpara PH5 Lamp se compone de un sistema sofisticado de reflectores que permite un distribución especialmente simétrica de la luz. Con esas características se tornó ideal para el uso doméstico. El sistema de iluminación se hizo tan famoso que fue declarado el mejor objeto de diseño del siglo pasado.

En el Proyecto PH5 Lamp Superflex transformó la conocida lámpara dinamarquesa en un sistema de biogas (la concepción de plantas de biogas fue enseñada a los tailandeses por Superflex en el proyecto *Supergas*) e los instaló en las casas rurales de Bangkok. El biogas es un tipo de gas metano obtenido a través de las heces animales utilizado por los moradores de las áreas remotas.

Como este proyecto Superflex pudo cuestionar, a través de la modificación de un objeto consagrado, las leyes de autoría y de propiedad de los bienes culturales e intelectuales. Además de eso, permitió a la población tailandesa el acceso a bienes estéticos, así como algunos conocimientos de la historia del diseño.

De esta forma la intención del Superflex, más allá de iluminar las

casa tailandesas, era la de llevar a la población el conocimiento.

## 5. Conclusión

Al observar los proyectos de Superflex se puede percibir que los objetivos principales del colectivo, así como defender la estética relacional, son los de crear espacios negociadores cuyo principal potencial de cambiar sea favorable para desarrollar discusiones. Inventar formar de estar junto, crear situaciones de intercambio de opinión, permitir interferencia del desconocido, de lo inesperado. Y, a través de esas proposiciones, crear encuentros que contribuyan a el desarrollo del pensamiento artístico. (BOURRIAUD 2006)

La característica principal de las obras relacionales, incluyendo el Guaraná Power y Ph5 Lamp, es la de crear obrar de su tiempo. Obras que invitan al futuro, al contrario de aquellas que se fundamentan en la representación y nos remontan al pasado – como los representantes modernistas. La importancia de las obras del colectivo dinamarqués, como defiende Bourriaud en su estética, reside en el hecho de hacer las cosas acontecer por medio de la unión de personas y del intercambio de idea provenientes de las propuestas artísticas. En un mundo donde, según el pensador francés, los discursos son estandarizados y las conversaciones se resumen a la elección de qué productos comprar, existe la necesidad de encuentro, de identificación con el otro, por medio de acciones, referencias y discursos individuales.

Observamos que cuando el Superflex propone el proyecto Guaraná Power y el Ph5 Lamp su objetivo mayor es el de promover cambios sociales entre los granjeros de Maués. A través de sus acciones basadas en el diseño (característica específica de esos proyectos) el Superflex se preocupa sobre todo de las relaciones en red que son proporcionadas en cada propuesta. Esas relaciones en red pueden proporcionar vínculos

comunitarios que son formados por semejanzas de la realidad. En el caso de los proyectos propuestos en el Amazonas y en la Tailandia las personas son unidas de forma comunitaria, ya que el proyecto reúne individuos en una discusión particularizada, en un contexto específico, que no tendría sentido en otra realidad.

La cuestión primitiva y doméstica que involucra la formación de comunidades puede ser reforzada según preceptos de la Sociedad en Red de Manuel Castells. Para este pensador, los bienes de información generan nuevos modos de canales comunicacionales, modelan la vida y simultáneamente son modelados por ella. Como ya fue dicho, la descentralización proporcionada por los medios de comunicación tecnológicos es responsable por fragmentar movimientos sociales caracterizándolos como efímeros, locales y de objeto único. Sin embargo, de acuerdo con Castells, en contraposición a esta dispersión provocada por los cambios tecnológicos las personas en la sociedad en red tienden a juntarse en defensa de identidades semejantes que se comparan a los grupos religiosos, territoriales y étnicos. Para el pensador “en un mundo de flujos globales de riqueza, poder e imágenes la busca de la identidad, colectiva o individual, atribuida o construida se torna base de significado social.” (CASTELLS 2003)

Los cambios sociales, proporcionados por el proyecto de Superflex en el Amazonas y en Tailandia, siguen una lógica de busca de identidad justamente porque son instaladas en situaciones particulares, en las que decisiones tomadas e intercambios realizados apenas se tornan posibles por medio del proceso de identificación. En las acciones del Superflex si nao se sabe el mínimo a respecto de una determinada realidad, no es posible que existan acciones constructivas que contribuyan para la corporización del proyecto artístico propuestos.

De esta forma, lo más importante de toda esa discusión es

aportar para que surjan manifestaciones artísticas que hoy proporcionan, según Rosa Martínez, “emociones, cambios de discurso, generosidad y negociación entre individuos” (MARTINEZ 2006). Siendo así, en la calle, la empresa o en Internet, nos interesa observar esas relaciones enriquecedoras que los procesos relacionales posibilitan, bien como “la interacción de las subjetividades” que, para Martínez, “es fundamental para la producción de nuevas formas de sociabilidad”.

Por tanto, se debe recordar las palabras de Bourriaud que explicitan su prioridad en la realización de encuentros por encima de cualquier tecnología o institución. Para el filósofo, antes de cualquier cosa: “Rescatar la idea del pluralismo, para la cultura contemporánea descendiente de la modernidad, significa inventar modos de estar juntos y formas de interacción que adelanten la inevitabilidad de las familias, de los guetos de facilidades tecnológicas y de las instituciones colectivas existentes” (BOURRIAUD 2006).

## 6. Notas

1. Las citas de Rosa Martínez fueron extraídas de texto de divulgación de la Bienal del Arte de Sao Paulo realizada en 2006. Disponible en: <[http://www.coresprimarias.com.br/ed\\_4/seminario\\_trocas\\_p.php](http://www.coresprimarias.com.br/ed_4/seminario_trocas_p.php)>

## 7. Agradecimientos

Sinceros agradecimientos al Ministério de la Cultura del Gobierno de Brazil y a Juan Manuel Garcia

## 8. Referencias

### 8.1. Libros:

BOURRIAUD, Nicolas (2006). Estética Relacional. Buenos Aires: ed. Adriana Hidalgo

CASTELLS, Manuel (2003) A sociedade em rede São Paulo: Paz e Terra

MAFFESOLI, Michel (1995) A contemplação do mundo (1995). Porto Alegre: Artes e Ofícios, 1995

### 8.2. Comunicaciones a Congresos:

DA CUNHA, Ana (2009) - “A arte social no meio digital: uma releitura da estética relacional nos casos Superflex e De Geuzen” - <[http://www.fav.ufg.br/8art/programacao\\_geral.html](http://www.fav.ufg.br/8art/programacao_geral.html)>

DA CUNHA, Ana (2008) - “Arte Colaborativa X Cibercultura - A visão dos coletivos Superflex e De geuzen a respeito da linguagem digital” <<http://www.cencib.org/simposioabciber/anais/paineis/arte-digital/>>

### 8.3. Recursos electrónicos:

JOHANSSON, Troels Degn. (2007) Staging Collaborative Relations: Superflex’ Art for the Internet. < [http://www.superflex.net/text/articles/visualising\\_relations.shtml](http://www.superflex.net/text/articles/visualising_relations.shtml)>

SUPERFLEX, Superflex (2009) < <http://www.superflex.net/index.shtml> >