

CÉSAR MANRIQUE: DISEÑOS PARA LANZAROTE

Violeta Izquierdo



«El ser humano se desarrolla a través de la cristalización de todas sus experiencias. Nuestro actual sistema educativo contradice este axioma al promover la especialización.

En lugar de ampliar nuestro campo de acción, como se vio forzado a hacer el hombre primitivo, quien debía aunar en una sola persona al cazador, artesano, constructor y médico, nos dedicamos exclusivamente a una única y específica actividad, dejando de lado otras aptitudes.

El futuro necesita del hombre integral. La enseñanza especializada no puede ser abandonada ahora, en momentos en que la producción descansa sobre una base económica; pero no debe iniciarse tan temprano ni ser llevada tan lejos como para malograr al individuo.

Sólo hombres dotados de claridad en el sentir y de sobriedad intelectual serán capaces de adaptarse a exigencias complejas y de dominar a la vida en su integridad»¹.

Así se expresaba Moholy-Nagy en 1972 para hacer frente a la excesiva especialización del hombre actual y más concretamente del artista.

En las épocas históricas de las artes aplicadas, por ejemplo en el Renacimiento, el artista trabajaba a menudo según la lógica de la convergencia entre pintura, escultura y arquitectura, produciendo conjuntamente obras de arte, de arquitectura y de decoración, pasando de la pintura al fresco al mueble; de la estatua al tabernáculo; de la fachada al centro de mesa. Pero aquéllos eran otros tiempos, era el espejismo de la síntesis de las artes.

El fenómeno era de carácter sintético, mientras que en los tiempos modernos es difícil encontrar un autor que se ocupe a la vez de dos o más disciplinas y cuando lo hace no posee un sentido globalizador como antaño, sino que más bien se rige por la idea de fragmento y de lo ecléctico.

El concepto de especialización, introducido en la época industrial, anuló para siempre el espejismo de la unidad de las artes visuales.

Lanzarote dio al arte en pleno siglo XX uno de los últimos ejemplos de artista renacentista: César Manrique. En él sí que existió síntesis de las artes y una visión totalizadora en sus creaciones.

1. MOHOLY-NAGY, László: *La nueva visión y reseña de un artista*, Buenos Aires, Ediciones Infinito, 1972, pp. 16 y ss.

Pero esta opinión no es aceptada aún en sí misma, por quienes imbuidos por el espíritu del siglo (la especialización), consideran que la profesión del hombre viene marcada por una enseñanza previa en una materia concreta. Por tanto, Manrique no sería arquitecto por carecer de titulación específica, ni urbanista, ni diseñador por la misma razón.

No pretendo entrar aquí a rebatir tales argumentos, ni crear polémica al respecto. Pero sí me gustaría constatar como el ejercicio de una disciplina o actividad —y más las artísticas—, no depende en ocasiones de la enseñanza sistematizada.

César Manrique no sería un diseñador al uso, pero sí poseía el talento necesario para practicarlo. Quisiera, pues, elaborar de una forma razonablemente coherente el encontrado caudal de imágenes, impulsos, ideas y motivaciones que generan sus producciones.

Una necesaria toma de conciencia, de una realidad artística existente, pero todavía informada —quizás por su disparidad—, me han hecho decidirme a presentar en estas notas privadas un primer esbozo de estructuración de un panorama demasiado informe para estudiar, pero en donde parecen adivinarse unas características propias y personales.

Si entendemos el término «DISEÑO» en su acepción más amplia, puede decirse que hay diseño detrás de toda actividad humana. En términos generales, un proceso de diseño no es sino el acto de proyectar cualquier tipo de acción con el propósito de conseguir un fin determinado. Así, se habla de diseñar estrategias, espacios, objetos, incluso modas.

A falta de otro término más adecuado, hemos de aceptar el de «diseño», a sabiendas que no existe unanimidad en cuanto a la definición del mismo. Desde los que piensan que el diseño es la forma estética exterior, hasta los que creen que el diseño sería más bien el proceso y las técnicas empleadas para la consecución de esa forma.

Si el diseño es la creación imaginativa de posibles formas o de ambientes, que se crean para alcanzar ciertos objetivos y se completan con las instrucciones para realizarlos, el diseño lo practica mucha gente y de muy diferentes maneras. Algunas de éstas son modernas, otras bastante antiguas, y cada una adecuada a una situación particular.

Si definir el diseño ofrece dificultad, expresar con palabras quién es el diseñador, también entraña compromiso.

Tradicionalmente fueron los artesanos quienes, según la demanda de sus conciudadanos, creaban y producían objetos y elementos para cada necesidad. Cuando por razones de estilo, o por categoría social, los objetos debían ser diferentes a los ordinarios y poseer especiales cualidades estéticas, se reclamaba a los artistas, que no eran sino artesanos que destacaban por su especial habilidad y destreza en el oficio.

Con la llegada de la era industrial fueron los técnicos los que, a partir de modelos tradicionales, trataron de producirlos por procedimientos mecánicos.

Técnicos y artistas caminaban disociados en los albores de la producción mecánica.

Filósofos y teóricos profesionales se ocuparon entonces del problema, se superó el período intuicionista, característico del ocaso del romanticismo, en el que el diseño era considerado como algo que todos somos capaces de ejercer de manera intuitiva como una serie de reflexiones que se pueden dar a intervalos y sobre la marcha.

Estos teóricos profesionales y nos referimos a Alexander Jones, Guillo Dorfles, Bruno Munari, etc., plantean el problema metodológico del diseño desde perspectivas rigurosas que parten de la teoría del conocimiento de la psicología, de la lingüística... y no de ese coqueteo fácil con las ideas que los antiguos diseñadores tenían con su trabajo.

La explosión demográfica, el desarrollo económico obliga a manejar la posibilidad de potenciar un diseño industrial (producir objetos a gran escala). Ya no bastaría el talento personal para satisfacer los encargos de diseño, sino que se haría necesario unos métodos de producción que se escapan a la creación manual del artista.

Por esta razón, aparecen las escuelas de diseño, en las que se capacita profesionalmente a una serie de sujetos «normales» para esta tarea apremiante. Aparecen escuelas como las de Vuktemas en la URSS, creada en 1918, y la célebre Bauhaus o Escuela de Weimar de Artes y Oficios, creada en 1919 y dirigida por Walter Gropuis.

Las necesidades de estas escuelas las obligan a desarrollar técnicas pedagógicas que, independientemente del talento personal, al ser aplicadas, capacitan al estudiante en un nivel de eficiencia aceptable, para producir los instrumentos que la sociedad requiere a través de la industria, mediatizada a su vez en función de la ideología propia de cada escuela.

«Nuestra intención es formar un nuevo tipo de artista creador, capaz de comprender cualquier género de necesidad: no porque sea un prodigio, sino porque sepa aproximarse a las exigencias humanas según un método preciso»².

Estas palabras formuladas por Walter Gropuis son lo suficiente clarificadoras por sí mismas y explican bien lo que queremos constatar, el paso de considerar el diseño como algo natural, inherente al ser humano, a su establecimiento como disciplina aprendida, y de nuevo crear categoría profesional para una actividad que tradicionalmente ejercía toda persona con cualidades para ello.

2. MUNARI, Bruno: *El arte como oficio*, Barcelona, Labor, 1976, pág. 23.

Hoy día existe el diseñador como tal, mezcla de técnico y artista, imaginativo y creador. Es una profesión nueva, tan nueva que las Escuelas de Diseño siguen siendo contadísimas. Los diseñadores se han ido formando en Escuelas de Arquitectura, Bellas Artes y profesiones artísticas.

Los límites del técnico serían diseñar las partes internas, mientras que las del artista serían las partes externas, es decir, su apariencia y función, que no son otros que los factores humanos del diseño.

Pero más que profundizar en este aspecto, es decir, en la división de funciones a la hora de diseñar, nos interesa en el presente trabajo, ver la participación del artista en el campo del diseño, porque a pesar de que el arte y los artistas han caminado bastante al margen de los objetos de uso y otros aspectos vitales, hay ejemplos que rompen esta regla y demuestran que la cooperación y la mutua interrelación son posibles y muy positivas. Esta participación garantiza con su presencia la buena forma que debía revestir cualquier objeto de uso y la pretensión de confeccionar objetos bellos además de funcionales.

Rietveld, Voisey, Van de Velde, Aalto, Ponti o Le Corbusier, siendo conocidos como excelentes arquitectos, también dedicaron parte de su labor a la creación de muebles, relojes, teteras, fuentes y hasta estampados para telas.

Entre los pintores, Tatlin diseñaba sus utensilios domésticos y, a veces, su propio vestuario; Matisse no sólo pintó y decoró la iglesia dominicana de Notre Dame de Rosaire en Vence, sino que también diseñó ornamentos para los oficios litúrgicos; Picasso y Dalí, por citar algunos más próximos, han creado joyas, carteles, escenografías para teatros, incluso modelos para vestidos.

César Manrique fue más allá en cuanto a la variedad y cantidad de objetos producidos por su imaginación.

Su formación en este campo nada tiene que ver con un aprendizaje sistemático de técnicas y procesos en una escuela específica, y poco tiene que ver tampoco con la imagen de diseñador racional que trabaja a partir de una secuencia de ciclos y pasos analíticos, sintéticos y de valoración, hasta llegar a la identificación de la mejor de las soluciones posibles.

Él era un hombre intuitivo, con una gran capacidad para producir ideas sobre la marcha. Cada propuesta de solución se calibraba al instante, la valoración racional de las ideas intuitivas era tan rápida, que en él la intuición y la razón se hallaban en perfecta ósmosis. Pero esto no quitaba para que en ocasiones se adoptaran rectificaciones parciales, cuando se apreciara que se podían perfeccionar las prestaciones previstas.

Las ideas creativas y su capacidad para producirlas se adaptaban siempre al objetivo propuesto, unas desencadenaban a las otras. Todo bajo la visión pertinente e integradora del conjunto.

No podemos abordar el trabajo de diseño realizado por Manrique desde un punto de vista teorizante, clasificador o excesivamente técnico, porque sabemos que tanto su trabajo como su personalidad se escapan a rígidos encasillamientos.

Partiendo de la premisa de que su discurso «ideativo» proviene del pensar intuitivo y del subconsciente, nos acercaremos a su producción, ahora sí, estableciendo una elemental ordenación práctica, por motivos obvios de análisis y comprensión.

1. DISEÑO DEL MEDIO AMBIENTE O DEL ENTORNO

El Medio Ambiente hace referencia al medio físico en el que el hombre vive y se desenvuelve, y a la serie de circunstancias que influye positiva y negativamente en su temperamento y carácter.

El entorno, mientras estuvo unido a las leyes de la Naturaleza, permaneció en armonía perfecta con el hombre y sus obras; pero la civilización de la máquina quebró estas relaciones, arremetiendo contra él, y dejando al hombre la tarea de buscar la solución a sus problemas biológicos y afectivos.

El diseño del hábitat trata de crear las condiciones biológicas y psicológicas adecuadas en las que la vida humana se desarrolle de forma más adaptada, cómoda y confortable posible.

Se confunde a menudo Ambiente y Decoración. Todo lo que es bonito, exterior, artificial, se refiere a la decoración. Ambiente, por el contrario, es el bienestar íntimo, el acuerdo profundo, orgánico entre el hombre y su entorno. Todo ambiente sugiere un estilo de vida, «psicoanaliza» la personalidad del ocupante. También ocurre que los lugares imponen ciertas directivas, obligan a respetar o poner de relieve sus particularidades.

El diseñador debe encontrar el equilibrio entre estas motivaciones internas (ambiente) y externas (decoración), para crear un marco en que, física y psíquicamente sea agradable vivir. El diseño se ocupa de la arquitectura del espacio vital, poniendo las condiciones elementales y en lo posible las ideales, dentro de las limitaciones de tipo económico o urbanístico a que se ve sometido.

Kevin Lynch en su libro «*La planificación del sitio*»³ estableció siete criterios sensoriales para la planificación del Medio Ambiente:

1. Confort: el clima, el ruido, la contaminación y la aportación visual son quizás los factores más importantes. El ámbito de lo aceptable tiene una base que es en parte biológica y en parte cultural y va a variar para

3. LYNCH, Kevin: *Planificación del sitio*, Barcelona, Gustavo Gili, 1980, pp. 197-198.

las distintas personas con actividades distintas. Pero en cualquier grupo de ellos habrá amplias áreas de acuerdo en cómo establecer lo que es desagradable o lo intolerable.

2. Diversidad: debe ser posible una diversidad adecuada de sensaciones y de medios ambientales, la posibilidad de ambiente que el hombre prefiere en cualquier momento, gusto por la variedad y el cambio.
3. El apoyo a la conducta: el ambiente sensorial debería de apoyar la acción que la gente quiere encajar en él. Parece obvio, pero, a veces, se le niega.
4. La identidad: los lugares deberían tener una identidad de percepción clara, reorganizable, memorizable, viva, que atraiga la atención, diferenciándose de otros lugares.
5. La legibilidad espacial y temporal: estas partes identificables deben estar organizadas de forma que un simple observador pueda relacionarlas unas con otras y pueda entender su estructura en el tiempo y en el espacio. Ésta no es una regla universal, ya que hay ocasiones en que es deseable ocultar algunas partes del medio misteriosa o ambiguamente.
6. El significado: el medio ambiente debe ser percibido lleno de significado, sus partes visibles no sólo se deben relacionar unas con otras en el tiempo y en el espacio, sino que también se deben relacionar con otros aspectos de la vida, actividad funcional, valores humanos, aspiraciones, etc.
7. Desarrollo individual: el papel que el medio ambiente juega en el desarrollo emocional y físico del individuo, especialmente durante la infancia.

Para crear estos ambientes equilibrados y armónicos con el hombre, Manrique echa mano de un manual que todavía no ha pasado de moda, y que podemos profetizar que nunca pasará, es el libro de la naturaleza; se dirige a ella para extraer sugerencias, ideas y especialmente para hacerse eco de sus recursos. De esta manera, en los ambientes creados por él nunca faltarán el agua, las plantas, árboles, rocas, es decir, aquello que es consustancial a la vida. Tampoco faltarán alusiones a las tradiciones arquitectónicas y culturales del lugar en que se asientan las construcciones (Fig. 1).

De esta manera no habrá disociación biológica ni cultural, haciendo posible la pretendida función original de crear un hábitat agradable y humano.

No descuidaba tampoco los detalles y, consciente de la importancia del adorno para crear el marco adecuado que satisfaga de forma completa todas las facetas de la personalidad, los distribuye por los diferentes espacios siguiendo en ocasiones criterios práctico-funcionales y otras puramente estéticos.

Una silla, una mesa o una lámpara son objetos impersonales hasta que cada cual, en la medida de sus posibilidades, de sus gustos, o basado en sistemas tradicionales de decoración, los elige y dispone rodeándolos de otros

elementos superfluos o inútiles, que son los que originan ese matiz ya personalizado de las habitaciones y que junto a factores de carácter plástico —colores, texturas, contrastes o armonías— compondrán el ambiente ideal, a la medida de los moradores, en cada estancia particular y en el ámbito total.

En los espacios arquitectónicos en los que Manrique intervino nada quedaba al azar, además de ofrecer la idea original del proyecto (objetivos: mirador, parque marítimo, museo...), el diseño general para elaboración de planos (que luego realizaría el equipo técnico), y ambientación adecuada, revisaba una por una aquellas partes que darían relevancia y personalidad a la obra y sobre las que recaería el peso del conjunto.

Sentía debilidad por cuatro elementos constructivos: PUERTAS, ESCALERAS, VENTANAS Y CHIMENEAS.

PUERTAS, consideradas el punto de transición entre el exterior y el interior, es una distinción territorial objeto de atención por parte del artista. Destacaremos dos magníficos ejemplos de éstas para ilustrar nuestras palabras.

- Puerta de entrada a la Fundación César Manrique de Tahíche: La sencillez de este acceso no evidencia el preciosismo y la complejidad de la edificación interior. Recoge aquí las influencias recibidas tras su viaje a México en 1967, donde tuvo ocasión de conocer una elegante zona residencial de la capital, llamada «El Pedregal», construida sobre lava volcánica. Con algunas ideas adquiridas en este viaje y aprovechando la similitud de condiciones del suelo lanzaroteño, las trasladó a la isla, como hará con otros elementos de culturas distintas.
- Puerta de entrada al Jardín de Cactus en Guatiza: El contexto del conjunto marca la línea escogida. Estupenda puerta de rejería, cuyo labrado no es otro que el motivo referencial del espacio, el cactus, que se repite por enrejados de ventanas y barandillas (Fig. 2).
- Puerta de entrada a las Bodegas El Grifo: Con técnica similar a la anterior.

ESCALERAS, para él poseían connotaciones de ceremonia y coreografía, su atractivo era tanto en el sentido de su contemplación como en el desplazamiento a través de ellas.

Nunca repetía estos elementos para salvar desniveles, evitando el convencionalismo, lo resolvía siempre de forma original y diferente.

Escaleras de caracol:

- En el Mirador del Río.
- En el Jardín de Cactus.
- En el Castillo de San José.

Escalinatas, terrazas, se recreaba en ellas; nunca pasar de un plano a otro sin magnificar esa vía.

VENTANAS, éstas sirven para algo más que para que la luz y el aire penetren por ellas. El modo cómo se coloquen en un muro afecta a nuestra comprensión de toda la casa, confirmando y contribuyendo a dar sentido al orden establecido. Las ventanas fueron utilizadas por Manrique para interrelacionar el mundo exterior con el interior del habitáculo. El ejemplo mejor conocido es la ventana de lo que en su día fue estudio del artista en la casa de Tahíche (hoy Fundación). La lava penetra en raudal hacia el interior creando esa conexión perfecta entre el espacio privado y el exterior.

CHIMENEAS, de procedencia dispar, legado de los portugueses o aquéllas de cubierta bulbosa que imitan formas bizantinas, han logrado identificarse tanto con el aire y las edificaciones de la isla que hoy difícilmente podríamos disociarlas de lo que es la arquitectura tradicional lanzaroteña.

La mayoría de los diseños del medio ambiente son adaptaciones graduales de soluciones utilizadas ya antes, especialmente aquellas que se han utilizado lo bastante a menudo como para haberse convertido en estereotipos: el paseo marítimo, el jardín trasero, los parques con arbolado, etc. Nuestra cabeza está llena de estas formas conocidas y de los tipos de actividades a las que generalmente van asociadas. Gente que no se llama a sí misma diseñadora las utiliza repetidamente para imaginarse y decidirse sobre formas ambientales, haciendo mínimas variaciones, para encajarlas en situaciones corrientes.

Los diseñadores reconocidos utilizan igualmente este método frecuentemente: revisar publicaciones antiguas y actuales para buscar soluciones, se añaden nuevos reajustes para mejorar su funcionamiento y esos modelos antiguos son la base de nuevas formas.

«Allí donde se han difundido extensamente estereotipos apropiados se encuentra uno con magníficos paisajes regionales, creados por mentalidades diferentes pero armónicamente combinadas con la forma de vida del sitio»⁴.

«Incluso los diseñadores más innovadores utilizan estereotipos. El uso automático de soluciones previamente utilizadas y el automático respeto a la innovación son irracionales»⁵.

«Se deben crear archivos de estereotipos, hacer inventarios de formas, de sus resultados, y cambiar estos datos según va aumentando la experiencia»⁶.

Y esto es lo que hizo Manrique en su libro «Lanzarote, arquitectura inédita», recorrido fotográfico por la arquitectura tradicional lanzaroteña, creando unas bases y puntos de referencia para una planificación urbanística posterior, que no estuviera reñida con su pasado y que tomara como referencia esa riqueza cultural.

4. *Opus cit.*, nota 3, pág. 232.

5. *Idem.*

6. *Idem.*

Diseñar un espacio, como hemos señalado, viene marcado por la creación de un ambiente adecuado, por la consecución de un estilo arquitectónico a través de sus elementos, pero además incluye muchos más detalles hechos por el hombre. Su número se nos hace aparente cuando intentamos catalogar el mobiliario existente en ese ámbito: rejas, bancos, señales, signos, postes de luz, cubos de basura, papeleras, lámparas, sillas, mesas, ceniceros, etc. Es curioso que la simple lista da sensación de desorden y de desarmonía, un sentimiento bastante contrario al evocado al mencionar casa, árbol o agua.

El mundo familiar del detalle afecta a la apariencia del conjunto, y esto es algo que Manrique sabía muy bien. Cuando concebía una obra, pensaba en sus más mínimos detalles que no dejaba al arbitrio posterior, para él todo era importante, farolas, barandillas, puertas, papeleras, bancos, textura del suelo, tipos de plantas, forma del bordillo, hasta la piedra colocada en el fondo de la piscina con su apariencia casual (Fig. 3).

Es interesante destacar que para decorar un espacio con todos estos detalles Manrique nunca recurría a una tienda para comprarlos, sino que él mismo se encargaba de crearlos a partir de todo aquello que le sugiriese algo, caso de las boyas de barcos para hacer lámparas o de abrevaderos o destiladeras para maceteros.

Observamos como pasa Manrique en el diseño ambiental de lo general a lo particular, sin obviar nada en el proceso, de ahí que los espacios creados sean magníficos ejemplos de percepción global. Un diseño basado en la captación completa de las necesidades del entorno y que originó el mejor de los resultados.

Para terminar con el diseño ambiental, debemos adjudicar a Manrique un último mérito: la implicación del pueblo lanzaroteño en el proceso de reconversión de la isla.

La participación del usuario es muy difícil en donde se diseñan sistemas a gran escala, pero cuando los sitios son relativamente pequeños parece más fácil.

Manrique era consciente de que no bastaba con crear espacios bellos o ambientes bien diseñados si la conciencia ciudadana no era capaz de asumirlos como suyos y respetarlos como tales, trasladando esta preocupación a los ámbitos privados de cada cual. Sin esta premisa la situación no pasaría de una sucesión de ambientes aislados.

Para evitar esta dispersión intentó pasar información sobre la cuestión (planificación urbanística de la isla ante el boom turístico), a una audiencia más amplia, para preparar una discusión pública y para cambiar la mentalidad pasiva de las gentes ante el intrusismo devastador que el fenómeno turístico creaba.

Haciendo un proceso de diseño explícito, penetrable a no profesionales, con normas elementales perfectamente legibles a cualquier persona, hizo con-

cebir una arquitectura isleña típica, que todos reconocieron como propia, configurando la personalidad e idiosincrasia de lo que hoy es Lanzarote.

Casi todo Lanzarote (no olvidemos algunas de las grandes espinas de Manrique como Arrecife y Puerto del Carmen) es hoy ejemplo de ese espíritu ambiental asumido, salpicado de obras maestras, espacios íntegros de buen diseño: Jameos del Agua, Jardín del Cactus, Fundación César Manrique, Mirador del Río...

Una vez abordado el diseño ambiental en toda su extensión, pasaremos a señalar otros campos del diseño en los que el artista trabaja, permítaseme, dada la complejidad, mostrarlos estableciendo ciertas categorías de intervención adecuadas a unos fines concretos.

2. DISEÑOS PICTÓRICOS PARA COCHES

Es sabido que Manrique fue en esencia pintor y como tal fue reclamado en 1991 por la casa BMW para participar en el proyecto ART CARS, consistente en dar una impronta artística determinada a la carrocería de un automóvil, creando así la encarnación del coche artístico.

«Una relación entre dos mundos diferentes —el mundo de la técnica y el mundo del arte—, para establecer un enlace entre la inteligencia técnica y la artística, para reducir trabas, para producir comprensión y para evolucionar posibilidades de inspiración mutua»⁷.

«Tuve la idea de crear un coche BMW dando la impresión de deslizar por el espacio sin resistencia alguna. Trataba de integrar en un solo objeto la idea de velocidad y aerodinámica por el medio del concepto estético»⁸.

Estas creaciones con 18 años de antigüedad cuentan con otros ejemplos de artistas tan importantes como Alexander Calder, Frank Stella, Roy Lichtenstein, Andy Warhol, Robert Rauschenberg entre los americanos. Ernst Fuchs (el único europeo antes de Manrique), representante del Realismo Fantástico. Los australianos Michael Jagamara Nelson y Ken Done.

El citado Alexander Calder fue requerido también por la compañía aérea Braniff para remodelar el aspecto visual de sus aviones, pintándolos con colores muy brillantes y convertirlos así en obras de arte voladoras. Esto es consustancial con la calidad esencial de su trabajo, caracterizado por un mágico equilibrio al que el simple aire transforma en emoción significativa y significativa.

7. Diario de Avisos: «César Manrique puso su sello a un BMW», 20 de julio de 1991.

8. *Idem*.

Un antecedente estaba en la simultaneidad cubista y futurista, ya en 1935, en los Rotoreliefs de Marcel Duchamp, incluso en el *Desnudo bajando una escalera* y más tarde en la obra del húngaro Moholy-Nagy. Sin embargo, es Víctor Vasarély quien ha sabido combinar más personalmente la abstracción con el movimiento, un camino de la abstracción en el que los aspectos cinéticos tienen la misma relevancia que la línea, la forma o el color, motivados seguramente por su dedicación a investigaciones gráficas.

Él mismo señaló que no se trataba de mover continuamente los cuadros o los objetos, sino de expresar una concepción de la plástica con el movimiento, como guía y directriz.

Círculos, cuadrados, tonos, líneas, variaciones constantes nos remiten al movimiento inmanente de los objetos en el espacio, por la relación de unas fuerzas dinámicas para con otras. Se trata de fuerzas dinámicas abstractas, que configuran el movimiento de la atmósfera, o la penetración dinámica del espacio.

También la casa Seat le encargó a Manrique un diseño pictórico para la carrocería de una serie limitada del modelo Seat Ibiza (1980). Regalo que la casa Seat ofrecía a las personalidades más destacadas del año, en la III Edición de los Destacados.

Manrique unió Ibiza y Lanzarote en un diseño de formas y colores. El rojo y negro volcánico y lanzaroteño, y el verde, azul y blanco ibicenco. Distribuidos en armónicas llamaradas de luz en el exterior, y geométricas figuras en el interior, otorgando una nueva dimensión al espacio.

Vemos cómo un objeto industrial por excelencia como es el coche se convierte en una pieza de museo, gracias a la intervención del artista. El toque artístico puede conferir a los objetos un carácter distinto, personal y menos rutinario.

3. DISEÑOS COMERCIALES

Hay objetos comerciales accesibles a todas las economías. La industria produce infinidad de estas muestras, que a menudo consumimos sin reparar en ellas, quizás por la familiaridad o quizás por la insipidez de sus diseños. Manrique sabía que muchos de los enclaves turísticos de la isla necesitaban de medios de sustentación económica propios. Para ello y siguiendo fiel a una estética propia creó toda una serie de objetos que va desde los sobres de azúcar, saquitos para el gofio, cajas de cerillas, llaveros, bolígrafos, hasta camisetas con dibujos de máscaras negroides de clara influencia picassiana.

Pero si el diseño comercial es una necesidad imperiosa en nuestros días, y es difícil escapar a él, para Manrique fue tan sólo una faceta más.

4. DISEÑO ARTESANAL

Fiel a sus principios de contar siempre con la tradición, el artista se sintió muy vinculado a la cerámica como medio de reafirmar sus raíces culturales. Desde su estancia en Madrid por los años cincuenta y sesenta hacía cerámicas que colocaba como decoración de su casa. Un trabajo totalmente manual, sin intervención alguna de la máquina y ajeno a la estandarización y la repetitividad (Fig. 4).

El proyecto artesanal más ambicioso presentado por Manrique fue la colección «Lanzarote de muebles y complementos en exclusiva para Artespaña», en el cual se incluían no sólo el mobiliario sino complementos decorativos y diseño de textiles.

La renovación del mobiliario moderno, encarnado en la recuperación artesana por un lado y por otro en la renovación original y abierta. Estos elementos que se habían distanciado del arte en épocas anteriores pasan así a manifestarse como hechos expresivos.

Un mueble-escultura, por ejemplo, es una presencia decorativa, pero es también un objeto artístico que enriquece la cotidianeidad humana.

Algo muy parecido ocurre con el renacimiento del arte del vidrio, de la cerámica y de la tapicería, cuyas nuevas y audaces formas han traído hasta nuestros días unas muestras que tienen su raíz en la mejor tradición europea.

Los muebles que presentó Manrique estaban ejecutados en maderas naturales, partiendo de elementos del mobiliario autóctono como la tradicional destiladera. En las sillas y otras piezas de la colección se aprecian a veces recuerdos del estilo Chippendale, que dejó huella particular en la isla.

Las vajillas de cerámica vidriada de color blanco, decoradas a mano con dibujos en tonos verdes o tejas. Están inspiradas en la alfarería isleña y adornadas con pintaderas, fiel reflejo de los sellos étnicos utilizados por las primitivas comunidades. Otros objetos cerámicos encuentran un eco en las chimeneas lanzaroteñas (bases de lámparas).

Para las telas se recrea en la flor de Hibiscus, sobre fondos claros, una fantasía cromática que se ajusta a la moda de los textiles.

Las alfombras han sido realizadas en telares manuales, sus grecas con motivos de pintaderas, quieren reflejar la línea campesina que identifica a todos los elementos de la colección.

En general, todo el conjunto es el reflejo de una mirada en la tradición lanzaroteña.

Dentro del diseño artesanal podríamos incluir Las Máscaras, cuyo fin no era otro que el decorativo; recordando la exposición individual de 1986 en la galería El Aljibe de Lanzarote, con el nombre de «Máscaras y caretas sobre temas africanos».

Sin olvidar la exposición de «Objetos nuevos de Navidad», en el estudio que César Manrique tenía en Madrid, en 1959, en la que participaron también Maud Westerdahl, Pablo Serrano y Fernando Mignoni. O la colección de joyas en cuarzo rosa que diseñara para una firma madrileña en 1989.

5. DISEÑO TEXTIL

Las razones del mismo en Manrique responden a aspectos diversos. Unas veces han dominado la intención de utilidad y servicio como cuando crea los uniformes para el restaurante del Diablo en Timanfaya, o de la Fundación César Manrique; otras veces como respuesta a eventos de carácter social, donde es necesario crear símbolos que recuerden un evento particular como «Las banderas del cosmos», creadas en 1985, con motivo de la inauguración de los observatorios del Instituto de Astrofísica de Canarias en el Roque de los Muchachos de La Palma (Fig. 5).

«La idea de inaugurar los observatorios astrofísicos en las cumbres de la hermosa isla de La Palma con banderas de planetas y satélites desconocidos, diseñados como motivos imaginados dentro de los parámetros de la mecánica celeste, me pareció que sería darle al acto de la inauguración un nuevo símbolo refrescante, concepto internacionalista a nivel cósmico y no caer en un provincialismo terrícola»⁹.

«En este comienzo de la era espacial las banderas deberían dejar de ser localistas, diferenciadoras y creadoras de competitividad guerrera. Con las banderas del cosmos se podría comenzar con un sentido más bello y poético, como símbolo de conocimiento de otros lugares, sin tratar de diferenciarse por oídos gratuitos e irracionales, o por orgullos racistas elementales, el ser humano es de la misma especie en todo el planeta tierra»¹⁰.

Así se expresaba Manrique en el discurso inaugurativo del centro y explicaba lo que entendía por estas banderas del cosmos. Éstas se encuentran hoy repartidas entre personalidades políticas y en el patrimonio de la Fundación.

- Bocetos para estampados de tapicerías, como la exposición celebrada en Madrid en 1955 para la casa Gastón y Daniela. Organizada por Willi Wakonigg para conseguir la aportación de los artistas a la fabricación de estampados españoles. La participación fue notable, recordemos entre otros a Paredes Jardiell, que obtuvo el primer premio con «Banderrillero», Feito, Sota (2.º y 3.º, respectivamente), Canogar, Mignoni

9. CÉSAR MANRIQUE: *Fauna atlántica. Banderas del Cosmos*, Mallorca, La Capella de la Misericordia, 1986.

10. *Idem*.

y César Manrique, entre otros tantos. Manrique recibió un premio por su tela «Sandías».

- Las velas para barcos son otros de los diseños creados por él, cuya inspiración proviene esta vez del mundo marino.
- Diseños para camisetas con máscaras negroides de clara influencia picassiana.
- Diseños para pañuelos (Fig. 6).

Este mismo año, hace apenas un mes, ha visto la luz el diseño que Manrique donó para realizar un tapiz al taller municipal de Santa Cruz de Tenerife. El tapiz ha sido confeccionado con la técnica conocida como *gobelino alto lis** y tiene unas dimensiones de dos por tres metros. La lana, de primera calidad, ha sido tratada para su envejecimiento y los colores utilizados en la reproducción del diseño han sido el ocre, rojo, negro, grises, crudo, mezclas de tonalidades posteriores y teñidos puntuales.

El artista puso mucho interés en esta realización y ayudó en la interpretación de la gama de colores, los brochazos, las transparencias, las degradaciones a la autora material de la obra.

6. DISEÑO GRÁFICO

Estamos ante un amplio movimiento de arte funcional y de consumo, que no sólo se manifiesta en las expresiones anteriores sino que cuenta con un abanico de ramificaciones que cada vez aumenta un poco más su campo de penetración. Un ejemplo que nos asalta a diario desde todas las ciudades es la publicidad.

Las plasmaciones de la publicidad son muy extensas y alcanzan desde la subliminalidad erótica hasta la simple información sobre productos. Partiendo de la utilización de elementos de muy diversa procedencia, su difusión y expansión masivas están teniendo consecuencias muy complejas para el arte. Por lo pronto, una influencia directa sobre la retina del artista modificando sus actitudes y proporcionándole informaciones sobre el mundo recibe los datos, los codifica en su interior y los emite posteriormente sobre el mundo mismo.

La publicidad es un arte que nos ha inundado por completo, integrándose como un elemento más en nuestra vida. A los componentes artísticos se incorporan simbolismos, luces, plásticos, fotografía, cinetismo, elementos topográficos, cine y dibujos animados, entre otros, sistemáticamente aplicados por las vanguardias a lo largo de todo el siglo XX. La recurrencia a los hallazgos

* *Gobelino*, tapiz fabricado en la manufactura francesa del mismo nombre fundada en París por Enrique IV en 1601.

de los artistas ha sido permanente y constante (dadaísmo, surrealismo, cubismo, expresionismo, pop-art...), que se encuentran ya plenamente inmersos, participantes activos, en la penetración popular y masiva del modo y los métodos publicitarios.

Si como hemos visto, los objetos funcionales han sido creados con un propósito muy determinado, casi siempre relacionados con una utilidad práctica o decorativa, en el diseño gráfico o de la comunicación hay una intencionalidad comunicativa, de transmitir significados o mensajes, informaciones y conocimientos entre emisores y receptores humanos. Un cartel, un logotipo, un folleto, han sido creados expresamente para comunicar, es decir, para poner en conexión una fuente emisora de información y un polo receptor por medio de transferencia de un mensaje. Es un proceso que implica la percepción y, eventualmente, la comprensión y la integración psicológica del contenido del mensaje.

La comunicación visual es universal e internacional. Ignora los límites del idioma, el vocabulario de la gramática y puede ser percibida por el analfabeto tan bien como por el hombre culto. El lenguaje visual puede transmitir hechos e ideas con un margen más amplio y más profundo que casi cualquier otro medio de comunicación.

En el diseño gráfico intervienen diversos entes de cuya acertada conjunción dependerá la eficacia pretendida. Son éstos: los soportes (es la base sobre la que se disponen los elementos o signos visuales, como el papel o la cartulina); los signos gráficos (son las letras, los colores, las líneas, las texturas, los tonos o los espacios vacíos); el mensaje (es el motivo y justificación del diseño); y la forma de ordenar todos los elementos en juego, es decir, el modo de estructurar, disponer y organizar todo el conjunto.

Manrique interesado siempre por las nuevas formas de expresión, bien sean carteles, logotipos o cualquier otro diseño, los dota de calidades gráficas y decorativas de excepcional calidad, buscando ese difícil punto de equilibrio entre la forma y el contenido, la presencia de colores sorprendentes y de todo aquello que pueda atrapar e imantar la voracidad insaciable de los ojos humanos, con ello consigue que el lenguaje del cartel, por ejemplo, penetre en la sensibilidad y la mentalidad de las grandes masas, inconscientes consumidoras de arte vanguardista, enlazado con su tradición inmediata y sus referentes más notables (volcán, palmera, sol, mar) que nada tiene que ver con la abstracción matérica.

EL CARTEL es la muestra publicitaria de un acontecimiento a realizarse. En él se busca a menudo lo imprevisto, lo sorprendente, el impacto para causar un efecto rápido en el receptor del mensaje. Pero no hay que olvidar el lenguaje artístico dentro de él. Manrique además de transmitir una idea, quería captar la mirada del espectador, conjugando la publicidad con el arte.

En 1985 creó el cartel anunciador del «Carnaval-85», según palabras del artista representa «una máscara que sin antifaz ni careta tiene algo de carna-

valesco... llamativo, impactante y con concepto de temporalidad»¹¹. De este cartel se hicieron 50 xilografías (técnica escogida debido a la extraordinaria complejidad de colorido que tenía el original), y varias pruebas de autor en la Escuela de Artes Gráficas, bajo la dirección de Alfonso Mateus, que fueron firmadas por César Manrique para su venta.

Realiza este mismo año un proyecto importante para la promoción turística de Canarias con la presentación del anagrama y cartel publicitario de las islas en la Península. Para el primero reunía el sol, la palmera y las piedras de lava, una manera directa de decir «Esto es Canarias», para el segundo, la idea era semejante pero destacando lo más relevante de cada una de las siete islas.

En 1989 creó su primer cartel anunciador del Festival Internacional de Cine Ecológico y de la Naturaleza de Canarias, que se celebró en el Puerto de la Cruz.

Autor también del cartel del «Congreso Internacional de Prensa y Medio Ambiente», celebrado en Lanzarote.

El segundo cartel para el festival de cine ecológico es de 1990, en el que veíamos dos secciones bien diferenciadas, en la parte inferior el mar con una muestra de la fauna que vive bajo sus aguas y en el cuerpo superior palmeras, vegetación, el volcán y una gran luna llena de fondo.

En 1991, «Luna llena» fue el título escogido por Manrique para dar nombre al tercer cartel del cine. La técnica utilizada fue el collage**. Sobre una luna llena en fondo negro, aparecen insectos de vivos colores posados en una especie de fósil vegetal que cruza el cuadro verticalmente. Pensaba que este cartel era el más poético de los tres.

FOLLETOS de propaganda turística es algo que ya hizo desde muy temprano de iniciar su carrera artística, allá por 1952 ofreció su primer folleto para promocionar a la isla.

— Plano guía de Puerto del Carmen.

PORTADAS DE LIBROS Y REVISTAS.

Debido al interés que Manrique siempre mostró por el desarrollo y promoción de su isla, su carácter abierto y espontáneo, participaba con entusiasmo en las diferentes propuestas, pareciendo tener recursos para cada situación, como cuando se le sugirió la idea de dar personalidad a la colección de libros infantiles «Biblioteca infantil canaria» se mostró generosamente partícipe. La obra de autores tan importantes como Pedro García Cabrera, Ángel Guerra y José Viera y Clavijo, aparecen enmarcados en el talento de César Manrique***.

11. Diario de Avisos, 8 de septiembre de 1984.

** Collage, pegar trozos de papel impreso, tela u otras materias sobre un cuadro, combi-nándolas con partes pintadas.

*** Las carpetas originales se guardan en la Fundación C.M.

- 1989, dibujos realizados para la revista «*Monigote*» del centro de profesores de Lanzarote.
- Portadas de libros: «*Escrito en el fuego*», «*Hecho en el fuego*»...

SÍMBOLOS Y LOGOTIPOS. En la práctica ambos conceptos se confunden; en parte, quizá, por aparecer en la mayoría de los casos el uno junto al otro. Pese a ello, y aún desempeñando idéntica función de signo, se conciben como realidades independientes y de uso también individual. Una definición aproximada sería la siguiente.

El símbolo es una imagen gráfica que se utiliza en lugar del nombre de la empresa y que tiene como finalidad, además de representarla, contener y clasificar el objeto de su competencia si ello fuera necesario.

El logotipo es una manera de presentar el nombre mediante un tipo de letra particular, unos espacios estudiados o una disposición global característica que permite obtener una forma definitiva y visualmente interesante.

Un ejemplo de fusión de estos dos elementos es el «logotipo turístico de Lanzarote», su última creación de 1992.

El discurso que había redactado para leer el Día Mundial del Turismo con motivo de la presentación oficial del logotipo de la isla decía:

«Cuando se me planteó una imagen unitaria y sintética para promocionar visualmente la isla de Lanzarote, se me agolparon impresiones que desde la infancia han alimentado mi alma: la luminosidad potente del sol, la luna dibujándose en la transparencia de las noches y, sobre todo, el color y las texturas volcánicas. Durante mi trayectoria artística la sustancia de su naturaleza ha permanecido inalterable en mi memoria alumbrando el espíritu de mi obra, tan estrechamente ligada a este territorio. Son elementos esenciales de Lanzarote, que he querido recoger como motivos básicos del imagotipo: el sol, la luna y el volcán arrojando fuego. Juntos desde ahora se convertirán en el signo que identifique nuestra isla»¹².

Esta imagen con las letras inferiores dispuestas de peculiar manera (logotipo) estará presente en aquellas publicaciones que tengan como fin promocionar Lanzarote, es decir, en toda la señalética que sirve de indicador y guía turística, en todo el material de reclamo publicitario, en marquesinas, indicadores electrónicos, aviones, guaguas, servicios de información del aeropuerto, etc.

El emblema pretende dotar a la isla de una imagen uniforme, fácilmente reconocible y asimilable por todas aquellas personas que la visiten.

12. *Diario de Avisos*: «Lanzarote presenta su nueva imagen», Santa Cruz de Tenerife, 9 de octubre de 1992.

- Otro ejemplo de símbolo es el de la Fundación César Manrique, distintivo que va intrínsecamente unido a ella. Formará parte de toda la trama organizativa de la entidad, apareciendo en los membretes de sobres, encabezamientos de papel de correspondencia, incluida en folletos o reproducida en anuncios de prensa, por citar algunas.
- Diversos logotipos para eventos deportivos desarrollados en Canarias.
- Logotipo para un sello conmemorativo de la apertura del Centro Astrofísico de La Palma (1985).
- Logotipos para enclaves turísticos de la isla de Lanzarote (Casa Museo del Campesino, Restaurante del Diablo, El Jardín del Cactus, Mirador del Río, Jameos del Agua...).

Hemos visto que existen múltiples apartados de la actividad humana próximos a la acción e influencia de las leyes y principios que orientan la acción de diseñar, y que responden al nombre de «diseño».

Es hoy tendencia generalizada considerar el objeto de diseño desde el punto de vista realista, atendiendo conjuntamente a todos sus aspectos; no descuidando ni los derivados de la forma ni los de la función.

Nos encontramos en una época en la que el arte toma un papel creciente en la vida del hombre moderno, esta situación determina la previsión de una enorme demanda de la plástica, que está llamada a colmar dos vacíos progresivamente abiertos. Uno de ellos, en la preparación de la producción, en el diseño, que corresponde al papel constructivo del arte. El otro, en la comunicación, en la circulación de las formas-ideas.

Estamos en todo caso ante una actividad de múltiples ramificaciones, donde el arte y la vida van enlazados, a caballo de los nuevos descubrimientos.

Manrique fue capaz de tener en cuenta estas condiciones al conseguir integrar el arte en el entorno cotidiano, al codificar conjuntos de ambientes de existencia o al conseguir formas estilísticas partiendo de un objeto u otra referencia. Su capacidad de artista le llevó a crear un mundo sintetizado y consciente de sí mismo, un mundo en el que los deseos y las necesidades prácticas se conjugan con el de los sueños y la fantasía, es decir, una representación convincente de la totalidad de la experiencia.

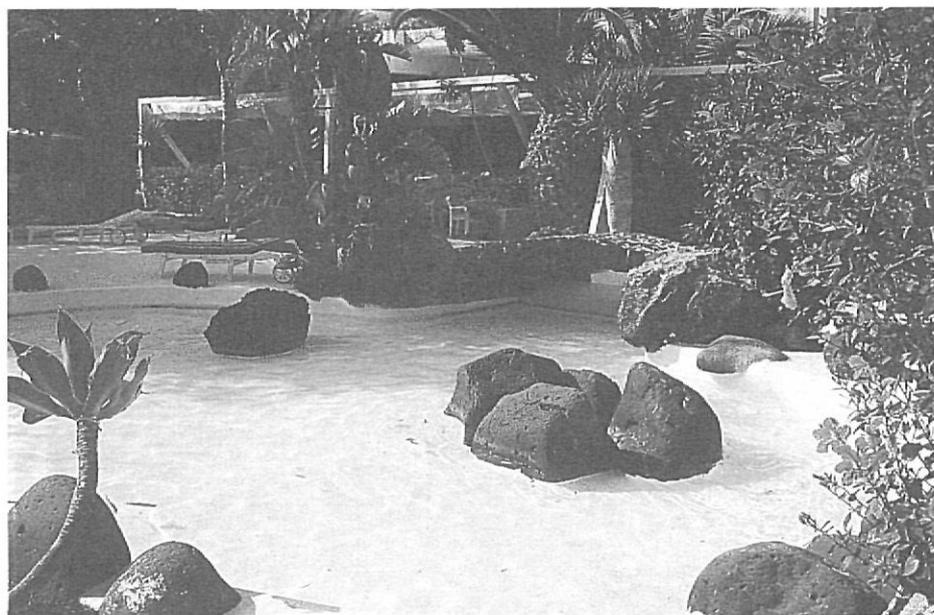


Figura n.º 1. Diseño de ambientes.

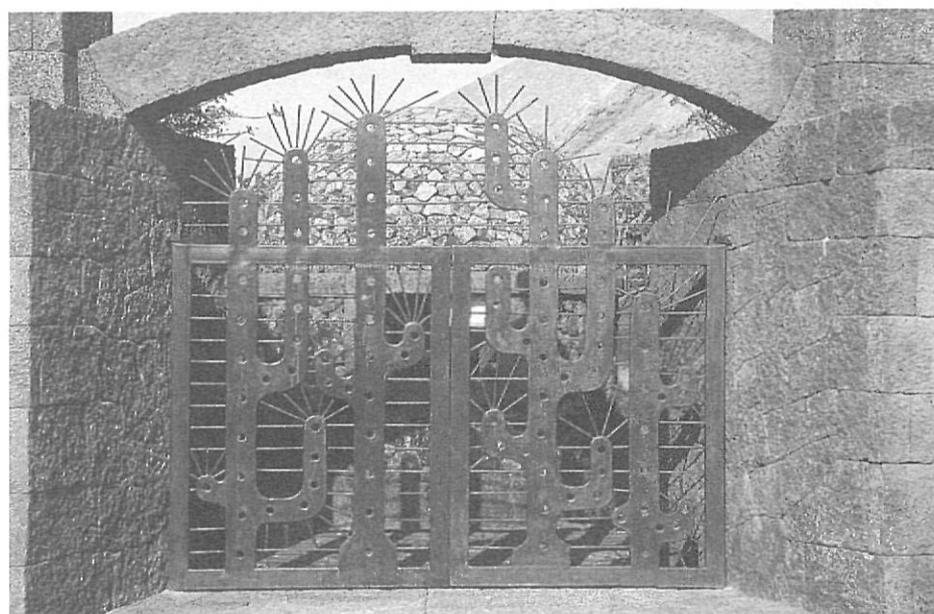


Figura n.º 2. Puerta: "Jardín de Cactus"



Figura n.º 3. Lámpara y papelera.

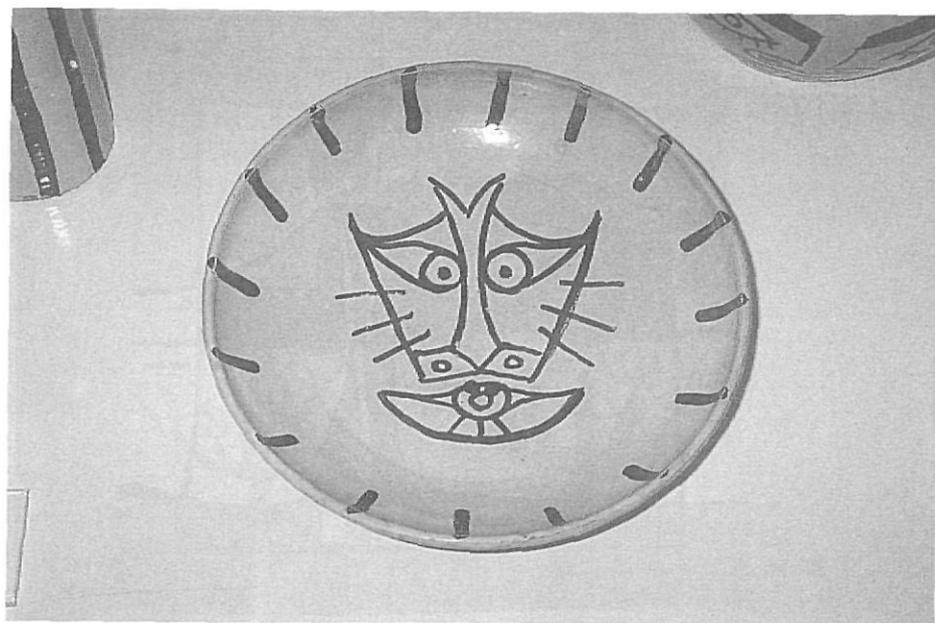


Figura n.º 4. Artesanía.

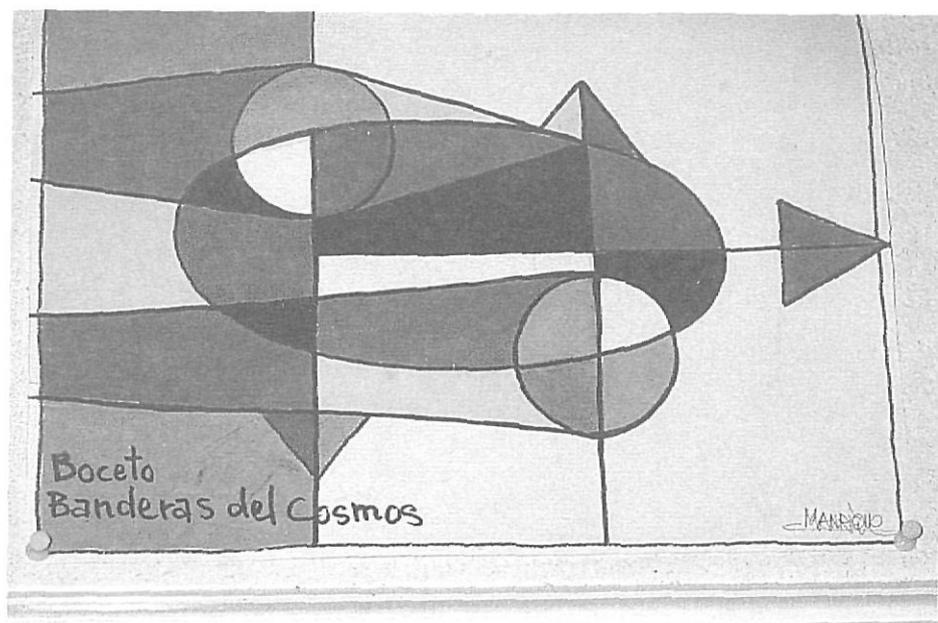


Figura n.º 5. Bandera del Cosmos.

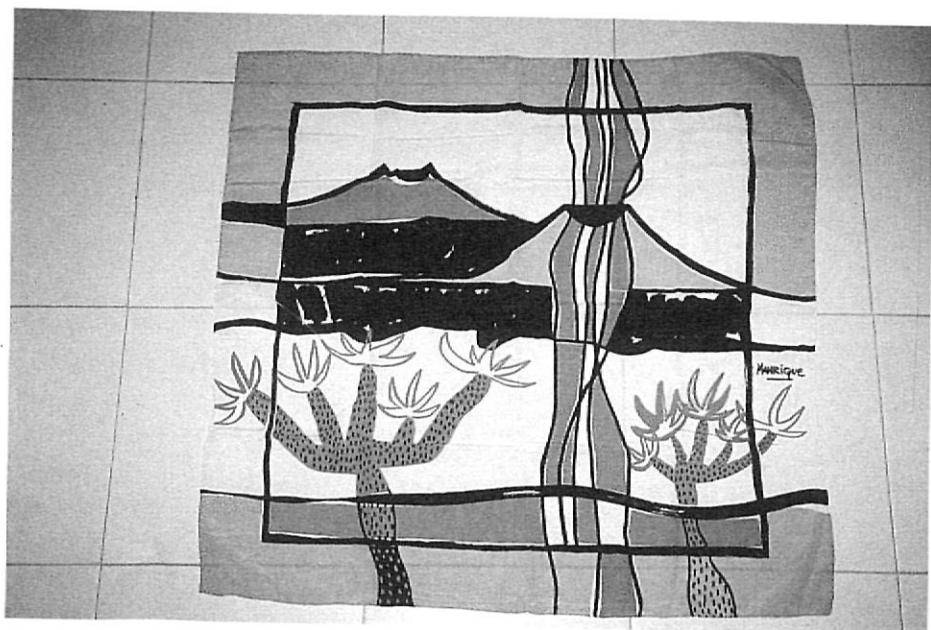


Figura n.º 6. Diseño textil y pañuelo.