

El Juicy Salif: ¿producto, arte o diseño?

Por Ariana Bekerman

El diseño de Philippe Starck, un ícono de la década de los 90, bajo la lupa.



El Juicy Salif comenzó como un producto/artefacto de cocina, destinado a ser consumido y valorado como tal. Un diseño cuyo concepto podemos cuestionar, ya que incluso Starck planteó su imposibilidad de vislumbrar la idea original, debido a un bloqueo creativo. Si el nacimiento de un objeto —como sostiene Bruno Munari en su libro— es el resultado de una

sumatoria de pasos (donde la creatividad representa apenas un pequeño porcentaje), entonces el Juicy Salif no nació como producto, sino como resultado de un proceso creativo-artístico. Esta idea fue comprada por la empresa Alessi (resulta extraño afirmar que las ideas son compradas, como si se les pudiera poner precio, pero así sucedió), lo que agregó valor a este objeto, y una nueva identidad: la de producto de consumo masivo.



Boceto realizado por Starck en una servilleta de una pizzería.

Es decir que un objeto que nació como fruto de una idea artística, que podría haber seguido su rumbo natural y devenir obra de arte —según la identidad imaginada por su autor— dejó de ser. El autor «muere» al entregar su producto, y la idea muta en lo que la institución «dice que debe ser». Alessi, como empresa fabricante de artefactos de cocina, establece que el Juicy Salif sea un producto. Modifica así su significado inicial y le brinda uno nuevo. Pero no sólo hace esto, sino que lo transforma en algo masivo (todo aquel que quiera y disponga del dinero, puede adquirir la cantidad deseada). Esto le quita su condición individual de obra de arte, de pieza única de creación manual/artesanal.



Juguera Juicy Salif en su faceta utilitaria.

Esta era postmoderna, permite a cada individuo otorgar una identidad y un valor particular (emocional, financiero, artístico, etc) al objeto adquirido, pudiendo además utilizarlo de acuerdo al fin para que fue creado (como juguera en este caso), o como prefiera: pisapapeles, escultura, palo de golf, etc. Esto se asocia a la idea de «muerte del autor» —una vez que el creador finaliza su obra y pasa al siguiente portador, el significado original muere para ser reemplazado por otro (el que el comprador le de)—. La obra pasa a tener tantos significados como portadores.

A esto se suma el concepto postmoderno de la mezcla. Starck no realizó un producto en un taller, o una obra en un estudio, sino que concretó un boceto en una servilleta de restaurante.

La creatividad brota en un lugar ajeno a los «supuestamente establecidos» para ello. Y la servilleta que hasta ese entonces tenía como función ser un trozo de papel destinado a la limpieza personal, se transforma en un lienzo donde el diseñador despliega sus dibujos —que luego darán lugar a la famosa juguera—. Por ende el artista que hace un boceto, se mezcla con el diseñador industrial que pre-figura un objeto, y con el empleado que intenta satisfacer una demanda de su superior.

El último concepto que nombraremos (se podrían encontrar otros), es el del *gram*, la huella de aquello que estaba y ya no, pero aun se percibe. Una especie de alusión metafórica. Starck observó un calamar, y su anatomía le sugirió la forma del diseño. Si prestamos atención podemos ver los «restos» de calamar. No en forma literal, claro, no vemos al molusco con sus tentáculos en el agua, ni tinta, ni su color. Pero para aquellos que comen calamar con limón, por ejemplo, al exprimir dicho cítrico en la juguera, recordarán a ese animal. Es la huella que Philippe ha dejado.

Todo esto es suficiente si nos referimos solo a dos aspectos, el producto de venta y el arte. Pero debemos agregarle uno nuevo: el diseño.

El Juicy Salif podría entrar en este concepto, ya que fue prefigurado en la mente de Starck a pedido de Alessi. Fue la respuesta a una pregunta, la solución a un planteo. Alessi pidió una bandeja, un objeto con la firma Starck, y este le brindó una juguera. Seguramente no era la respuesta que la empresa esperaba.

La elección de Starck por parte de Alessi no fue casual. El encargo podría haber sido realizado a cualquier diseñador industrial, que hubiera brindado un objeto de calidad material y eficacia de manufactura. Pero no, se lo pidió a un controversial artista/diseñador. Esto se debe a que las nuevas generaciones no solo exigen que los productos, objetos o diseños sean útiles, funcionales y efectivos, sino que además deben ser estéticos. La belleza que solo algo considerado (o cercano al) arte puede alcanzar.



Concepción alterna pseudo-humorística, como relajante muscular.

El exprimidor Salif responde a una demanda de la época. La generación postmoderna ha colocado a la estética como valor primario en sus elecciones de compra. El público con alto poder adquisitivo solicita productos con valor agregado: el que otorga la marca, la identidad, el saber que al adquirir un Starck el sujeto se sentirá más feliz, más realizado, más famoso o más atractivo. Estas demandas y ofertas se retroalimentan entre empresas y público. Seguramente Alessi desarrolló campañas promocionando productos diseñados por Starck, posicionándolos como superiores a otros, ya que constituían diseño de autor. Este sentimiento de producto imaginario, ficticio, es el que la presión consumista ha logrado como influencia en nuestra sociedad.

Lo gracioso de este objeto es que ha devenido objeto de colección, existiendo versiones en distintos materiales, más allá del aluminio clásico. Las hay en blanco y negro y bañados en oro. Versiones que recuerdan a Las bananas sintéticas del libro *La flauta del afilador*,¹ que posibilitan diversos usos, llegando incluso a excluir el de exprimidor (ya que el ácido de los

cítricos carcome el baño de oro). Estas versiones constituyen un guiño del autor para ser utilizadas como objetos de decoración o arte.

Como conclusión, podemos decir que la postmodernidad nos ha brindado un estado confuso que dificulta delimitar las acepciones de las cosas. Cada uno tiene el peso para decir qué valor le otorga a lo que forma parte de su vida y lo rodea, sea este un objeto o persona. En el caso del Juicy Salif, como representante y metáfora de la vida en general, es lo que es, según quien lo posea, y a su vez es un poquito de Starck. Todos podemos tener un pedacito de Starck en nuestra cocina.

Publicado el 03/10/2013

-
1. Raúl Fortín, La flauta del afilador, libros del malabarista, ed. Colihue.



ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/articulos/el-juicy-salif-producto-arte-o-diseno>

