

Biennale Internationale Design Saint-Etienne 2015

Cité du design, Saint-Etienne

Chele Esteve Sendra

L'essence du Beau (The essence of beauty).

La IX Bienal Internacional de Diseño de Saint-Étienne, convierte la ciudad francesa homónima, en la metrópoli más *cool* 100% *design*, mostrando una comprometida visión de futuro manifiesto en apoyo a la innovación. Desde noviembre de 2010, Saint-Etienne forma parte del elenco de la Red de Ciudades Creativas (*Creative Cities Network*) auspiciado por la UNESCO. Integran este panorama sólo 17 ciudades en el mundo, de las cuales cuatro son europeas, además de Saint-Etienne, Berlín y Graz, ahora se suma Bilbao. La cultura en el mundo cuenta de este modo con *“una herramienta de cooperación para desarrollar alianzas que favorezcan la creatividad e integren la cultura en sus planes de desarrollo sostenible de esos municipios”*. Bajo el lema; *Les Sens du beau (Los sentidos de la belleza)*, la Bienal de Saint-Étienne, este año 2015 cuenta con más de sesenta exposiciones en la programación que se dan cita en los Museos más importantes de la ciudad en una demostración de que la *“belleza de los objetos cautiva y atrapa”*. Destaca en la Cité du design, la exposición titulada: *L'essence du Beau* (La esencia de lo bello), comisariada por el diseñador francés Sam Baron (1976). El tema de la belleza desde tiempos vetustos, revela que algo bello es lo que procura placer a la vista y al tacto, capaz de estimular a todos los sentidos para provocar emociones. La belleza, razonada desde diversas perspectivas, para el filósofo griego Platón (427-347 a. C.) en la obra el Banquete sugiere que si: *“hay algo por lo que vale la pena vivir, es por contemplar la belleza. Aunque Platón, aseguraba que lo más bello, lo más hermoso que una persona podría contemplar es la sabiduría. Esa belleza interior dista de la propuesta de esta muestra donde más de una treintena de jóvenes diseñadores graduados en escuelas de diseño europeas muestran su trabajo en una selección de proyectos de naturaleza personal, con una calidad y cualidad bella que definen el carácter y la sutileza de cada pieza seleccionada. Desde la **ETSID de la Universitat Politècnica de València: Iciar Gil (1987), Empar Granchel (1992), Belén Heredia (1993), Rafa Megías (1992) y Miriam Pérez (1993) del Colectivo El crit design**, exhibieron la cesta de frutas de Pick it. La idea era crear una canasta para cosechar desde el árbol y llevar a casa lo recolectado. Con tan solo cinco listones de madera de castaño unidos por remaches, nace esta bella pieza de ligereza visual y funcionalidad absoluta. Además de la UPV, las otras escuelas de diseño europeas representadas son: Academia de Diseño de Eindhoven; Facultad de Belas Artes de Lisboa; Ecole Supérieure d'Art et de Diseño de Saint Etienne (ESADSE); Académie des Beaux Arts de Amberes; Piscina ID, résidence verter diseñadores jeunes - porcelainerie et Cristallerie Portugaise, Vista Alegre; Royal College of Art - Londres; Ecole Cantonale d'Arte de Lausana (ECAL); Goldsmiths, Universidad de Londres; Fabrica, Centro de investigación de comunicaciones de grupo Benetton, Italia; Zurich Universidad de las Artes (ZHdK); Politecnico di Milano, Italia; Academia de Bellas Artes de Bratislava; Facultad de Bellas Artes de Lisboa. Ahora solo falta lograr que Valencia en un futuro cercano pueda pertenecer a la Red de Ciudades Creativas, tradición y empeño no faltan. Según indican desde la Unesco, la innovación social, el diseño y la creatividad, aúnan fuerzas para: *“Al unirse a la Red, (las ciudades) se comprometen a colaborar y desarrollar alianzas para promover la creatividad y las industrias culturales, a compartir sus buenas prácticas, a reforzar la participación ciudadana en la vida cultural y a integrar la cultura en sus planes de desarrollo económico y social”*. Sectores como la moda, el textil, la decoración, la belleza, los medios de comunicación, la tecnología, la alimentación o el el estilo de vida se analizan desde la agencia de prospectiva Nelly Rodi. Las tendencias y el asesoramiento estratégico para importantes marcas jamás descuida su BeautyLab y en general aquello que concierne al campo *“beauty”* para satisfacer la demanda del consumidor más exigente.*