

Anna Calvera

*Miguel Milá:  
emocionar con  
lo simple*



SANTA & COLE

# Perdigones

*Miguel Milá:  
emocionar con lo simple*



SANTA & COLE

Dirección de la colección  
Javier Nieto Santa, Pilar Nieto Santa y  
Julia Pettersson Salom

Diseño de cubierta  
Studio Albert Romagosa

© 2023 de la edición en español,  
Santa & Cole Neoseries S.A.

© 2023 por el Prólogo: Oriol Pibernat

© 2023 por la traducción: Kate Angus

© 2007 por sus textos: Anna Calvera  
y Juan Milá

© 2001 por su texto: Albert Ràfols-Casamada

Agradecimiento especial a:  
DAE, Escofet, Expormim, Isist Atelier, Kendo,  
Kettal, Mobles 114 y Trenat

Impreso por Nova Era  
en papel Munken Print White 1,5 90 g

Este libro ha sido compuesto en tipografía  
Brunel Text Roman de cuerpo 10 e interlineado  
de 12,5 puntos.

ISBN: 978-84-127752-2-8

DL: B 1538-2024

Impreso en España

Están reservados todos los derechos de esta  
publicación. Cualquier tipo de utilización  
parcial o total sin la autorización previa  
de los editores supondrá una violación del  
copyright, punible por las leyes españolas  
e internacionales.

## Sumario

<i>Miradas hacia la obra de Miguel Milá</i> Oriol Pibernat	9
<i>La poesía del objeto simple</i> Albert Ràfols-Casamada	17
<i>Miguel Milá, un clásico</i> Anna Calvera	21
<i>Miguel Milá en 3 apuntes</i> Juan Milá Valcárcel	47
<i>Objetos</i>	49
<i>Créditos</i>	101
<i>A look at the work of Miguel Milá</i> Oriol Pibernat	105
<i>The poetry of the simple object</i> Albert Ràfols-Casamada	113
<i>Miguel Milá, a classic</i> Anna Calvera	117
<i>Miguel Milá in three brief sketches</i> Juan Milá Valcárcel	141

*Miguel Milá*  
*diseñador preindustrial,*  
*inventor*  
*y bricoleur*

# *Miradas hacia la obra de Miguel Milá*

Oriol Pibernat

Poca presentación necesita Miguel Milá (Barcelona, 1931). Pionero del diseño, como se le suele adjetivar con mucha razón, Milá acumula una trayectoria reconocida y es el autor de alguno de los productos más celebrados del diseño barcelonés. Piezas como la lámpara TMC, la TMM, la Cesta, la Globo, la M68, la chimenea Xemeneia o el banco urbano NeoRomántico, por citar algunas, se han transformado en iconos cotidianos para muchos españoles e ilustran con claridad el imaginario del buen diseño, sea en esta o en otras latitudes.

El libro que tenemos entre las manos está destinado a revelar la dimensión de toda una obra mediante la publicación de tres escritos ya conocidos, que juntos ofrecen tres formas diversas y sugestivas de acercarse al diseñador y a su labor. Cada uno a su manera evidencia qué hay de común entre Milá, su modo de acercarse al diseño y pensarlo y los objetos que llevan su firma.

El texto de Albert Ràfols-Casamada es el de un amigo que puede recordar aspiraciones y episodios compartidos. Ahora bien, es, sobre todo, el de un poeta y pintor que posee una peculiar sensibilidad para apreciar la relación de identidad apuntada. La discreción y humildad que reconocemos en los

objetos de Milá son rasgos que Ràfols destaca. La consabida frase de George-Louis Leclerc, conde de Buffon, “*le style, c’est l’homme même*”, se nos antoja con mucho fundamento en este caso. Recordemos que uno los poemas más conocidos de Ràfols evoca un aparador de color azul (*Bufet blau*), un modesto mueble tradicional desprovisto de toda ampulosidad. Así, con ese bagaje, el poeta proporciona su visión sobre la mística profana que encierran los objetos de trazo sencillo y reposado nacidos de la mano de su amigo.

Juan Milá Valcárcel, hijo primogénito de Miguel, es el autor del otro texto breve que se recupera para concluir la publicación. En él evoca tres recuerdos de su padre que testimonian de primera mano un Miguel Milá cotidiano y familiar. Advierte el afecto espontáneo que su padre siente por las herramientas y por lo hecho a mano, o su esmero en las reparaciones caseras. Resalta su gusto por la conversación y cómo el diseño aparecía con frecuencia en los comentarios de sobremesa. Bastan estos apuntes para inferir cómo se traslada a sus creaciones esta manera de mirar y hacer, pues, como ya ha destacado Ràfols “en Miguel Milá, el sentido del diseño es innato”.

Entremedio de ambos textos encontraremos un extenso artículo de Anna Calvera, de orientación decididamente teórica. Dicho artículo, publicado por primera vez en 2007, con ocasión de la exposición *Miguel Milá: la sabiduría de vivir*, es una suerte de circunloquio sobre qué es un clásico en diseño y sobre cómo la obra de Miguel Milá responde a esa categoría. Pero no es, ni mucho menos, un circunloquio gratuito. Sus reflexiones acompañan al lector en el difícil y a veces tortuoso camino de asir el concepto; acaso de una manera análoga a como en un proyecto de diseño se transita de la complejidad del proceso a la sencillez de su resolución, como lo hace, precisamente, Miguel Milá.

Calvera organiza su texto con citas tomadas de conversaciones con Milá, recurso particularmente adecuado en el caso

del diseñador que la ocupaba, ya que sus palabras provienen de una sabiduría directa y experiencial. Milá no elude la reflexión sobre los objetos y su diseño, pero descarta toda pretensión teórica que no se fundamente en la práctica. Además, el lector apreciará que sus observaciones son agudas y no pocas veces ingeniosas, encontrando en Milá un gusto por el lenguaje que se asimila a su gozo de *bricoleur*. En ambos casos hay algo de juego virtuoso. Se podría decir que la travesura y el placer solaz se muestran tanto en su afición innata por resolver cuestiones prácticas y de diseño como en hablar de ello.

El artículo empieza, efectivamente, preguntándose por lo clásico. Lo clásico es aquello que permanece y parece vencer al tiempo. Como bien señala Calvera, preguntarse sobre lo clásico desplaza nuestra atención especulativa. Historiadores y críticos solemos centrar nuestra atención en el origen de un diseño, allí donde la innovación se hace visible por contraste con lo que en aquel momento era usual. Pero, ¿qué ocurre cuando lo nuevo deja de serlo, ha sido socialmente asimilado, y a pesar de ello, hay un valor en el objeto que pervive y que el tiempo acrecienta? Preguntarse sobre lo clásico es reformular el interés sobre el origen e interrogarse, no por la innovación, sino por las razones que sostienen que un diseño sobradamente conocido siga acaparando nuestro interés y afición, y por tal razón continúe reeditándose.

Al escribir sobre lo clásico en diseño, no se apunta hacia aquella acepción de lo clásico propia del arte del pasado —lo clásico como modelo digno de imitación—, ni tampoco hacia la etimología clasista que encierra la palabra —lo de primera clase. Tales concepciones fueron disueltas por la modernidad y no son demasiado útiles en tiempos de relativismo estético. En un sentido más coloquial, hoy, lo clásico es lo opuesto a lo efímero.

Pero tampoco hablamos de la mixtificación de las antigüedades, donde la singularidad de un objeto que proviene del

pasado reside en que haya sorteado mil escollos para llegar más o menos intacto a nuestro presente. Por lo contrario, un clásico en diseño, como los de Milá, supone su capacidad de residir entre nosotros como mercancía plenamente vigente. Acceder a él no tiene otra restricción que el precio estipulado para su comercialización corriente. Y ni siquiera al decir “clásico” insinuamos un “mero mercado de la nostalgia” en el que se compran pedazos de memoria. A pesar de que, por su veteranía, algunos diseños de Milá puedan evocar recuerdos, no debemos olvidar que se trata de objetos cuyo valor utilitario y decorativo permanece intacto; y para algunos compradores son objetos completamente nuevos e incluso desconocidos. No son, pues, efigies reminiscentes, como cuando los contemplamos en un museo. Están completamente predisuestos al uso.

Por otro lado, como apunta Calvera, los diseños de Milá, como las lámparas, se han adaptado a los cambios tecnológicos, productivos y comerciales de cada momento. En este sentido, son objetos técnicamente actualizados. Milá no es solo un diseñador, ya sea preindustrial, industrial o posindustrial, sino que es también un permanente rediseñador de sus propios objetos.

Podría razonarse que, en todo caso, su condición de clásico le viene inducida institucionalmente. Resulta innegable que las lámparas TMC, TMM o Cesta son diseños conocidos, que no es lo mismo que clásicos. Dichos objetos han sido exhibidos en exposiciones, están presentes en museos, se los conoce reproducidos en libros y catálogos, y han venido acompañados de las palabras de reconocimiento de especialistas e historiadores. Acumulan, consiguientemente, fortuna crítica y notoriedad institucional. Pero no es solo eso lo que los inviste de aura. Su aura, sí, tiene deudas con el pasado, pero en un sentido más profundo. El artículo de Calvera apunta tres de estas deudas.

En primer lugar, en el plano productivo, algunos de estos objetos de Milá se sitúan en la coyuntura histórica de transición entre el modo artesano de manufacturar muebles y el industrial. De hecho, Milá es un ejemplo en este sentido, pues sus diseños recogen modos y atributos de la artesanía al tiempo que los propios del diseño industrial. Su quehacer contrasta con el de los mueblistas y decoradores. Además de no recurrir, como éstos, a los estilos históricos, da el paso de proyectar pensando en una fabricación y comercialización en serie. Representan, así, este eslabón —hoy de nuevo reivindicado— entre el mundo artesano y el industrial.

En segundo lugar, dichos objetos son reconocidos como estandartes de una profesión que se fue abriendo paso con dificultad y recelos. Representan a los diseñadores que, en su momento, instan a una nueva manera de percibir el entorno cotidiano y otorgarle valor estético de contemporaneidad, unos diseñadores que se organizaron y promovieron sus ideas. Todo ello transfiere a tales objetos el halo heroico de ser verdaderos emblemas de aquellas luchas y aquellos méritos; de haber desbrozado el camino y abanderado lo que vino después.

A estas dos deudas, se le añadiría una tercera: la inscripción de estos diseños en la tradición del imaginario estético de lo mediterráneo. El Mediterráneo es una comunión geográfica y cultural de hondo calado histórico que ha inspirado diversas visiones de la modernidad. El eón mediterráneo refiere a formas de vivir y hacer de larga duración temporal que se manifiestan en la cultura material. Añadido que, por si fuera poco, el ideal estético atribuido a lo mediterráneo puede reconocerse en esta capacidad de poner en diálogo el genio individual de la alta cultura con el talento consuetudinario de la cultura popular.

Las lecciones de lo popular han alimentado también a las vanguardias del diseño moderno. En la tradición vernácula, la