

Comunicado de prensa

Nike: Form Follows Motion

21 de septiembre de 2024 – 4 de mayo de 2025
Vitra Design Museum, Weil am Rhein

Con «Nike: Form Follows Motion» el Vitra Design Museum presenta la primera exposición museal sobre Nike, la marca deportiva más famosa del mundo. La exposición sigue el recorrido de la empresa desde sus inicios como compañía local hasta convertirse en fenómeno global, haciendo un especial hincapié sobre la fascinante historia del diseño de Nike. Esta va desde los comienzos experimentales en la década de los 1960, pasando por el esbozo del famoso logo «swoosh» a principios de la década de los 1970 y las innovaciones como la suela Air, hasta llegar a la investigación actual sobre sostenibilidad y nuevos materiales. Además, la exposición investiga el papel que juega el deporte en nuestra sociedad, así como la casi mítica veneración de las zapatillas de deporte y de la moda deportiva en la cultura popular y en las redes sociales. «Nike: Form Follows Motion» enlaza así con un verano de grandes sucesos deportivos marcado por los Juegos Olímpicos y Paralímpicos en París y por la Eurocopa celebrada en Alemania. La exposición ha sido iniciada y producida por el Vitra Design Museum y su curador es Glenn Adamson, historiador del diseño de renombre internacional.

Desde su fundación en 1972 la empresa bautizada con el nombre de la diosa griega de la victoria, Nike, se ha convertido en la marca de deporte más importante del mundo. Con una cifra anual de ventas de más de 50 mil millones de dólares estadounidenses, Nike es también la empresa de confección de ropa más grande del mundo. El diseño ha contribuido en gran medida a este éxito: los productos de Nike son visibles en todas partes en nuestra vida cotidiana, a menudo en un harmónico conjunto de formas dinámicas, materiales innovadores y una imagen de marca de gran eficacia. La mayoría de los productos se desarrollan en la sede de la empresa en los EE.UU., en las afueras de Portland en el estado de Oregon. Aquí trabajan cientos de diseñadores junto con científicos e ingenieros de numerosas disciplinas, desde la ciencia de los materiales, pasando por la física hasta la biomecánica. La exposición «Nike: Form Follows Motion» echa por primera un vistazo a lo que ocurre detrás del telón de los laboratorios de diseño de la empresa.

La mayoría de los objetos expuestos proceden del Department of Nike Archives (DNA), el archivo propio de la empresa que comprende más de 200.000 objetos. La exposición presenta al público por primera vez una selección de su inventario. Entre las piezas únicas y rarezas se encuentran los prototipos experimentales de modelos como las Waffle Trainer, las Air Force 1 y las Shox. Los bocetos originales, los estudios de diseño, así como las grabaciones y fotografías históricas dan una idea del trabajo de diseño en Nike. Nombres tales como Diane Katz, Tinker Hatfield y Eric Avar están unidos de forma invariable a la empresa, del mismo modo que los diseñadores externos como Marc Newson, Comme des Garçons o Virgil Abloh con quienes se han realizado colaboraciones en varias ocasiones. La exposición también examina el trabajo en equipo con atletas durante el proceso de diseño, tanto para el ámbito del deporte competitivo como del deporte de masas.

La exposición está dividida en cuatro secciones organizadas de forma cronológica. La primera sección presenta bajo el título de «Track» los inicios de la historia de la empresa, para lo que se sumerge de lleno en el material de sus archivos. Nike fue fundada por Phil Knight –quien durante su tiempo en el instituto fue un corredor activo– y por su antiguo entrenador Bill Bowerman. Sus

primeros empleados –y la mayor parte de su clientela– fueron deportistas no profesionales de su instituto, así como algunos pocos deportistas profesionales que, poco a poco, dieron a conocer la marca. El proceso de diseño seguía el mismo principio de «puesta en práctica» que la comercialización: los representantes de Nike llevaban los zapatos a las competiciones de atletismo para que los deportistas las probaran. En esta zona de exposición se presentan la cultura del diseño de Nike, así como los primeros momentos clave de la historia de la empresa, como por ejemplo el desarrollo de la primera suela ondulada «waffle» en la cocina de Bill Bowerman o la historia de las Tigerbells, un equipo de atletas negras de la Tennessee State University, con las que Nike cerró uno de los primeros contratos de cooperación. De esos primeros años procede el principio aún válido hoy en Nike de cooperar de forma estrecha con los atletas en los ámbitos de investigación y de diseño.

La segunda sala, «Air», está dedicada a la década de 1980, cuando Nike irrumpió en el mercado internacional. Partiendo de su base en el atletismo, la empresa llegó a otras modalidades deportivas, como el baloncesto, el tenis, el fútbol y el skateboarding. Este desarrollo fue impulsado por las cooperaciones con deportistas como Michael Jordan, Andre Agassi y Serena Williams. Al mismo tiempo fue aumentando el prestigio de la marca en la escena musical y la cultura pop, en gran parte gracias a los innovadores anuncios de televisión de la agencia de publicidad Wieden + Kennedy, en los que a menudo aparecían famosas estrellas del pop. Sin embargo, el fundamento del auge de Nike en esa era fue el desarrollo de la suela Air, que con sus cápsulas rellenas con gas conseguían una mejor amortiguación de los zapatos. Al principio esta tecnología se encontraba escondida en la suela, pero cuando el modelo Air Max las mostró en 1987 se convirtió en un éxito rutilante. En la exposición se muestra el desarrollo de la suela Air mediante varios objetos de exposición, entre ellos prototipos de las cámaras de aire, así como un aparato de ensayo del antiguo ingeniero de la NASA, Frank Rudy, que se puso en contacto con Nike para esta tecnología.

La tercera sección de la exposición, «Sensation», tematiza el desarrollo de Nike a partir de la década de 1990. Durante la misma, la experiencia sensorial y la sostenibilidad de los productos empiezan a jugar un papel cada vez más importante y con el Nike Sport Research Lab (NSRL) se crea un laboratorio de alta tecnología para la investigación fundamental del cuerpo humano en movimiento que hasta hoy juega un papel central en el desarrollo de productos en Nike. Muchas de las innovaciones más importantes de Nike han surgido de este laboratorio, como por ejemplo la serie Nike Free, que imita la sensación de caminar descalzo, y el Vaporfly, una zapatilla de carrera para el deporte de alto rendimiento. También aquí juegan un papel muy importante las innovaciones en el ámbito de los materiales, por ejemplo, con relación al principio Flyknit, una tecnología de tejido en 3D con apoyo digital que permite crear piezas completamente nuevas y sin costuras, minimizando así el desperdicio de material en la producción. También se presentan otros aspectos de la sostenibilidad del proceso de diseño de Nike, como por ejemplo el material Nike Grind, un granulado de productos reciclados que puede utilizarse para distintas finalidades, así como el desarrollo histórico de la empresa desde los primeros proyectos de reciclado a principios de la década de 2000 hasta la iniciativa actual «Move-to-Zero».

La cuarta y última parte de la exposición presenta bajo el título «Relation» las numerosas referencias culturales que han marcado la cultura del diseño en Nike hasta nuestros días: influencias externas sobre la empresa y sus creadores, pero también interacciones de los diseñadores de Nike con otros creadores, entre ellos Virgil Abloh, Hella Jongerius, Comme des Garçons o Marc Newson. Un total de 50 cooperaciones de la historia de Nike ejemplifican la estrecha relación de la empresa con subculturas y comunidades que también reflejan los cambios sociales y el discurso sobre la

diversidad o la inclusión. Esta sección también analiza con base en vídeos musicales y películas de usuarios individuales el papel que juega hoy en día una marca como Nike en la construcción de identidades e ideologías, en especial en las culturas juveniles. A tal respecto se hace evidente que en el diseño dentro del mundo del deporte no todo se centra en el rendimiento, sino también en los ideales estéticos, la participación, la expresión individual y la necesidad humana de ampliar las propias fronteras y explorar nuevos territorios.

Mateo Kries, director del Vitra Design Museum: «Deseábamos realizar una exposición sobre el diseño y el deporte desde hace mucho tiempo. Durante las conversaciones con Nike a tal respecto supimos de su increíble archivo de diseño, un tesoro gigantesco que nunca había sido presentado en una exposición. Fue así como surgió la idea de esta muestra. Esta ofrece la inusual oportunidad de investigar la conexión entre el diseño y el deporte bajo el enfoque de una sola marca y, al mismo tiempo, de poder disponer de un fondo extraordinario de objetos nunca vistos hasta ahora».

Glenn Adamson, curador de la exposición: «Aparte del desarrollo de productos icónicos, también investigamos el contexto social e histórico alrededor de Nike. El deporte ha tenido una enorme influencia sobre la percepción de nuestro cuerpo en los últimos 50 años, también más allá de las pistas de carreras y los campos de deporte, por ejemplo, en cuanto a la comprensión de los roles de género. Nuestra exposición muestra cómo la empresa contribuyó a impulsar este desarrollo y ha evolucionado desde su enfoque original en el rendimiento hacia una mayor diversidad e inclusión. Gracias al análisis de la cultura del diseño de Nike nos hacemos una idea más amplia del panorama social».

La exposición viene acompañada de una amplia oferta de eventos y talleres alrededor de los temas deporte y diseño. Tras su primera etapa en el Vitra Design Museum será presentada en otros museos internacionales.

Catálogo de la exposición

En el marco de la exposición se publicará un extenso catálogo con ensayos de Sam Grawe, Adam Bradley, William Myers, Jared Dalcourt, Ligaya Salazar, Glenn Adamson y Mateo Kries. El libro contiene documentación histórica y actual, así como unas 300 imágenes que ofrecen una amplia visión de los estudios de diseño y los procesos de producción en Nike.

Editores: Mateo Kries, Glenn Adamson

Diseño gráfico: Daniel Streat

Encuadernación en tela de algas recicladas, 356 páginas

ISBN 978-3-945852-63-7 (DE), 59,00 €

Puede adquirirse también en línea en: shop.design-museum.de

Información general

Título de la exposición: Nike: Form Follows Motion
Duración: 21 de septiembre de 2024 al 4 de mayo de 2025
Curador: Glenn Adamson

Diseño de la exposición: Jayden Ali Projects Ltd.
Hashtags: #VDMNike

Imágenes de prensa: www.design-museum.de/press-images

Contacto de prensa: Vitra Design Museum
Maximilian Kloiber
PR Manager & Editor
T +49.7621.702.3163
communications@design-museum.de

BUREAU N
Gabriela Ecke
T +49.30.6273.6104
gabriela.ecke@bureau-n.de

