

□□□□□

“PROYECTACIÓN Y DISEÑO”

AUTORÍA
PALOMA MIGOYA GUTIÉRREZ

TEMÁTICA
DISEÑO

ETAPA
CICLOS FORMATIVOS

Resumen

Con este artículo intento que los alumnos de los Ciclos Formativos de Diseño de Interiores, de Mobiliario y del Producto, adquieran el conocimiento necesario a nivel teórico de lo que ha supuesto la Proyección a lo largo de los años y a través de las escuelas.

En definitiva, diseñar es transformar lo que nos rodea para mejorar.

Palabras clave

Proyección, Diseño, Conceptos, Escuelas, etc.

1.1.-INTRODUCCIÓN A LA PROYECCIÓN

1.1.1.- Concepto de diseño.

Según Gerardo Rodríguez, la palabra diseño viene del italiano “disegno”: Dibujo o delineación de una figura. Es un dibujo que serviría para explicarle algo a alguien.

La palabra es ambigua. Se aplica a diferentes significados:

- * Un producto ya terminado. Ej: unas gafas.
- * Un plano necesario para hacer un producto. Ej: el plano de las gafas.
- * Un proceso necesario para hacer algo. Ej: el proceso de fabricación de las gafas.

1.1.2.- Tres modos de conceptualizarlo:

- 1.- Racional: “Una actividad orientada a determinados fines para la solución de problemas” (Bruce y Archer)
- 2.- Administrativo: “El esfuerzo consciente de imponer un orden significante” (Víctor Papanek)
- 3.- Místico: “La realización de un acto de fe muy complicado” (Christopher Jones)

Siguiendo a Bernhard Bürdek, el primer diseñador fue Leonardo de Vinci. Dice que definir algo consiste en analizar sus rasgos fundamentales. El objeto de conocimiento de la teoría del diseño es el “lenguaje del producto”, o sea, que diseñar es hablar, comunicar, por medio del producto. Se puede decir que lo fundamental son las relaciones HOMBRE- PRODUCTO (Diseñador- Producto- Usuario) transmitidas por los sentidos. Esta manera de entender el diseño es posmoderna, posterior a los años 80.

1.1.3.- Clasificaciones:

Establecemos los siguientes escalones, niveles o clasificaciones del “**Diseño que conforma el Entorno Habitable**” según Luis Mercado de la Escuela de Artes Decorativas de Madrid:

1. Diseño medioambiental o paisajismo

Plan de Ordenación del Territorio (POT), Leyes de protección de la naturaleza, Parques, Espacios naturales, etc.

2. Diseño urbanístico

Planes generales de Ordenación Urbana (PGOU), Vías de comunicación, ciudades, zonas residenciales, zonas verdes, etc.

3. Diseño arquitectónico

Edificios de distintos usos: viviendas, comercios, industrias, etc.

4. Diseño de Interiores

Acondiciona el interior de los edificios.

5. Diseño de Artesanía

Objetos singulares.

6. Diseño Objetual (Industrial)

Producidos en serie por la Industria: Electrodomésticos, muebles, etc.

Los tres primeros manipulan el **espacio existencial**, es decir un espacio donde predomina lo que es, lo que existe. Los tres últimos manipulan el **espacio vivencial** que es el que se vive, el que se siente.

Ejemplo para distinguir la cualidad de lo existencial de la cualidad de lo vivencial: ¿El sol gira alrededor de la tierra o la tierra gira alrededor del sol?

Que la tierra gira alrededor del sol es lo que sabemos, lo que conocemos, conforme al concepto existencial del espacio; que el sol gira alrededor de la tierra es lo que vemos, lo que sentimos, lo que vivimos, conforme al concepto vivencial del espacio.

El diseñador de interiores decora, realiza, termina los espacios vacíos que crea el arquitecto y para ello cuenta con el trabajo de los artesanos y de los diseñadores objetuales, industriales.

También podemos anotar otras clasificaciones, aplicaciones o categorías del diseño (Gerardo Rodríguez):

1.- Diseño Ambiental

- * Medioambiental
- * Urbanístico
- * Arquitectónico
- * Diseño de interiores:
 - Amueblamiento
 - Arquitectura efímera
 - Escaparatismo
 - Elementos de Jardín
 - Proyectos y Dirección de Obras de Decoración

2.- Diseño Industrial

- * Vivienda: Prefabricados, muebles, electrodomésticos, instalaciones, sanitarios, etc.
- * Servicios públicos: Mobiliario urbano, limpieza, transporte, comunicación...
- * Educación: Material didáctico, mobiliario, instrumental...
- * Energía: Dispositivos, instalaciones...
- * Salud
- * Alimentación
- * Industrias: Textiles, papel, maquinaria, envases y embalajes...
- * Automoción.
- * Explotación forestal

3.- Diseño Gráfico, 2D

- * Publicidad
- * Identidad corporativa
- * Edición
- Tipografía
 - * Señalética

1.2.-Fases en la Historia del concepto de diseño:

1.2.1.- *Anterior a la Revolución Industrial*, en la que domina el concepto artesanal.

1.2.2.- *La Revolución Industrial.*

La Revolución Industrial comenzaría con la aplicación de las máquinas de vapor a la producción de objetos, hacia 1760, y terminaría en 1830 con la puesta en marcha del primer ferrocarril Liverpool-Manchester.

La electricidad se descubre en 1800. **Producción en serie:** En 1808 se inventa la lata de conservas en la intendencia de Napoleón. Se da un uso amplio del vapor. Se inventan el Ferrocarril (1814), la Fotografía (1827). Darwin da a luz su Teoría de la Evolución de las especies: “La naturaleza selecciona a los individuos. Los mejor adaptados al medio tienen más oportunidades de reproducirse.” Se dan las penúltimas batallas entre la iglesia y el pensamiento científico.

Es la época *kitsch*, en la que el diseño se enfoca hacia la imitación de los objetos de lujo de los ricos, pero en materiales pobres (*papier maché*, *gutapercha*) para poner al alcance de las clases medias esa apariencia de riqueza, con un recargado exceso de adornos y “mal gusto”

Se realizan **Exposiciones Universales**. En 1851 Joseph Paxton construye el **Palacio de Cristal** en Londres. Es el comienzo de la producción masiva en serie de muchos objetos de consumo y de una larga serie de inventos que crean formas nuevas para el diseño: Telégrafo (1865) Teléfono (1876) Automóvil (1885) Cinematografía (1895) Radio (1897)

1.2.3.- *Arts and Crafts.*

En 1861, con William Morris surge este movimiento. En él hay una mezcla de reforma social e innovación de estilos, de renovación de las artes y oficios, como reacción ante la fealdad de la producción seriada de la industria. Se crean las **Escuelas de Artes y Oficios**. Ejemplos de esta época son las sillas Thonet y las máquinas de coser Singer, en las que la funcionalidad y su facilidad de producción es lo más importante y el adorno desaparece o se subordina al aspecto práctico. Este movimiento es el precedente de:

El modernismo. La integración de las artes y las artesanías. Este movimiento se denomina de forma diferente en otros países:

* <i>Art Nouveau</i>	en Francia
* <i>Jugendstil</i>	en Alemania
* <i>Modern Style o Liberty</i>	en Inglaterra y EEUU
* <i>Liberty</i>	en Italia
* <i>Sezesion</i>	en Austria
* <i>Modernismo</i>	en España

Todos ellos están vigentes hacia 1.900. Con ellos se vuelve a valorar el oficio artístico. Antonio Gaudí construye edificios y parques en Barcelona. Hay grandes avances en el Cartel para Publicidad. Destacan Mucha y Toulouse Lautrec. Pero aparecen excesos decorativos y surgen nuevos movimientos que quieren evitar tantos adornos.

1.2.4.- Las vanguardias

Deutscher Werkbund. En 1907 se funda este grupo en Múnich. Destacan sus fundadores: Muthesius, que defendía la ausencia de planteamientos artísticos, individualistas; Van de Velde, que defendía por el contrario que el diseñador era un artista que debía aplicar su estilo personal a los objetos; Peter Behrens, considerado el primer diseñador industrial, que era arquitecto y diseñador publicitario y realizó trabajos precursores del concepto de la Identidad corporativa para la empresa AEG.

De Stijl. Surge en Holanda en 1917. Destacan Rietveld y Mondrian. Desemboca en el Neoplasticismo con su teoría de la revitalización del espacio por medio del color.

Constructivismo. En 1917 surge en la Rusia revolucionaria, con Malevich, Tatlin, El Lissitzky. Rechaza el arte pictórico y pretende el objetivismo y la ausencia de interpretaciones personales.

Los ismos. Con antecedentes en el *impresionismo*, el *puntillismo* y el *fauvismo franceses*; el *cubismo franco-español*, el *suprematismo* y el *constructivismo rusos*, el *futurismo italiano*, el *expresionismo alemán*, el *surrealismo*, el *dadaísmo*, son una exploración racional sobre las bases psicológicas de la percepción y sobre las consecuencias de la producción en serie, con preocupaciones sociales y amplia influencia en el diseño. Esta búsqueda termina con la primera guerra mundial (1914-18) que empieza con la muerte en atentado en Sarajevo del heredero del trono austríaco.

1.2.5.- La Bauhaus. El Racionalismo. El Movimiento Moderno. El Estilo Internacional.

Acabada la Primera Guerra Mundial, en 1919 se funda en Weimar la **Bauhaus** (Bau: construcción; Haus: Casa)

El primer director es el arquitecto Walter Gropius.

Desde los teóricos alemanes de la Gestalt, que pretendían objetivar los mecanismos perceptivos (Cómo se siente el color, las formas), el "Diseño" se separa como disciplina aparte de los estudios de Arte. La Bauhaus, en una Alemania destruida por la guerra, sienta las bases del diseño racionalista:

- 1.- Eliminación de la hojarasca innecesaria del modernismo.
- 2.- Producción en serie, buscando la colaboración con la industria para llegar al pueblo, lo cual fue un fracaso.
- 3.- Línea racionalista en el diseño del producto, buscando la forma "esencial y pura" de cada objeto. (Recuerda la teoría platónica del mundo de las ideas, de los arquetipos)

Tenía dos objetivos principales:

- *.- Alcanzar una síntesis estética integrando todas las artes y ramas de la artesanía bajo la dirección de la arquitectura.
- *.- Alcanzar una síntesis social orientando la producción hacia las necesidades de las clases sociales.

De esta escuela queda el concepto de la esencia del producto u objeto. Este concepto se debe interpretar en el sentido de que la forma del objeto viene dada por cumplir con su finalidad y satisfacer sus funciones prácticas. También la fórmula de las tres "B", bueno, bonito, barato.

Esta escuela se acaba en 1933, con el golpe de estado hitleriano. Así, Mies van der Rohe, arquitecto, por entonces director de la Escuela, la cerró y emigró a EEUU donde diseñó rascacielos. Fue el diseñador más importante en la exposición Universal de Barcelona de 1929. Su diseño del pabellón de Alemania es el ejemplo más claro de la arquitectura moderna. Pero su producción tenía un matiz elitista.

El racionalismo tiene otras vertientes, en Francia trabaja Le Corbusier que promueve los CIAM; en Escandinavia aparece el racionalismo curvilíneo u orgánico del finlandés Alvar Aalto, más humanístico que el de Bauhaus.

Art Déco. Tiene su esplendor en los felices años veinte, y es una supervivencia del modernismo con mezcla de racionalismo. Gusta de materiales lujosos. Se desarrolla en Francia y Estados Unidos.

Stream Line. A partir del crack de Wall Street (1929) se crea el concepto de *styling* y también el de la obsolescencia programada como estrategias para aumentar las ventas. En esta época predomina un

estilo que recibió el nombre de Stream Line (estilo aerodinámico) y los objetos se envuelven en formas globulares que llegan a ser sinónimos de modernidad.

Raymond Loewy, un francés emigrado a EEUU en los años 20 se hizo el diseñador más famoso del mundo. Ejemplos de sus diseños son: la Locomotora S1 diesel; el Autobús Greyhound (1930) y el Paquete de tabaco Lucky Strike. Este diseño se hizo en concurso en los años 40 y todavía perdura en la actualidad.

1.2.6.- *Funcionalismo*.

En 1939 comenzó la 2ª guerra mundial. En 1945 fue vencida Alemania quedando nuevamente en ruinas. Surge entonces la “**Hochschule für Gestaltung von Ulm**” fundada en 1947 por Max Bill, ex-alumno de la Bauhaus, y que empieza las clases en 1955. Siguió los principios de la Bauhaus. Fue disuelta en mayo de 1968 por una asamblea de alumnos. Esta escuela trabajó estrechamente con la industria, concretamente con la empresa Braun, siendo el punto de partida de un movimiento denominado **Gute Form** que duró hasta los años 80.

Características de los diseños de la Braun y la Gute Form son: (Bürdek, 50)

- *.- Utilidad
- *.- Ergonomía
- *.- Buen funcionamiento
- *.- Diseño de detalles pequeños
- *.- Medios de producción simples
- *.- Inteligencia para adivinar las necesidades y conducta del usuario

Los diez mandamientos del buen diseño alemán que reina desde el 68 hasta los 80: (Bürdek, 55)

- *.- Elevada utilidad práctica
- *.- Seguridad
- *.- Larga vida
- *.- Ergonomía
- *.- Independencia técnica y formal (autosuficiencia)
- *.- Relación con el entorno
- *.- No contaminante para el medio ambiente
- *.- Visualización de su empleo (que el producto diga de sí mismo para qué sirve)
- *.- Alto nivel de diseño

- *.- Estímulo sensorial e intelectual (que se dirija a los sentidos y la razón)

Al diseño de este período de tiempo, 1947-1968, se le da el nombre de ESTILO FUNCIONAL o FUNCIONALISMO. Era la época de la guerra fría, una época militarista.

El funcionalismo se convirtió en una mezcla de racionalismo y “mentira”. Por ejemplo, el Cadillac: era inseguro, no era funcional (estaba cargado de adornos) y era un *símbolo* de poder, triunfo y estilo de vida americano. Su fabricante era Harley Earl, presidente de la G.M.C. (General Motors Corporation). Lo

denuncia Ralph Nader, fundador de la **primera asociación de consumidores**, en el panfleto: “Unsafe at any speed”.

Esta época, a pesar del pretendido racionalismo imperante, es una época enloquecida y frenética. Culminó en el 68 en el llamado Mayo francés, cuando se produjo una revolución cultural juvenil paralela a la filosofía hippie y el sueño californiano.

El mayo francés. En 1968 se produce el “mayo francés”. Los estudiantes franceses toman la calle y originan una cadena de huelgas en todo el país (transportes, comunicaciones, etc.) Escriben en las paredes: “seamos razonables: pidamos lo imposible”. Los chicos se dejan las barbas y el pelo largo, y las chicas empiezan a usar la minifalda: se produce la revolución **hippie**, la sicodelia. En este año se consigue la libertad personal. Es en este año cuando se cierra la escuela de Ulm, por una asamblea de alumnos.

Arte Pop. Se presenta como algo divertido pero es ambiguo y no se sabe si critica o alaba el sistema de productos. Rehabilita lo figurativo en el arte y en el diseño.

Diseño radical. Con diversidades culturales y amplia variedad de formas, hacia los años 70 se da el Bel Design italiano parecido al alemán: inteligente, rígido y formalmente disciplinado. También se da el diseño radical, en cierto sentido opuesto al anterior, como el grupo Archizoom de Florencia (Antidiseño), que defiende que el usuario se haga las cosas como le dé la gana (Eliminación de la industria).

De 1968 a 1980, gracias a la revolución hippie, se va a ir cocinando lo que denominamos la POSTMODERNIDAD. Antecedentes de este nuevo “estilo”, en 1965 se fundan en Italia grupos de diseño independientes que defienden, fundamentalmente, que es más importante la belleza, la forma de los objetos que su funcionalidad. Excluyen, pues, aspectos funcionales. (Bürdek, 80)

Otros grupos radicales son Alchimia y Memphis en los que trabajó Ettore Sottsass.

Tres aspectos del concepto italiano de diseño:

- *.- Producción adaptada a las necesidades reales: la vivienda en primer lugar y el transporte.
- *.- Interés primordial en inversiones en el sector servicios.
- *.- Dar a conocer al público las ideas del diseño radical para poder mostrar el propio camino para el desarrollo personal.

1.2.7.- Los postmodernos.

Los antecedentes del concepto postmoderno de diseño están en la investigación de la semiótica, (del griego semeion = signo). Esta ciencia estudia el significado de las señales y símbolos, los gestos, los iconos, la significación de los objetos con el objetivo primordial de la comunicación.

En los 80 lo más importante del diseño es que los productos u objetos nos comuniquen cosas: surge el concepto del LENGUAJE DEL PRODUCTO.

El concepto sobresaliente de diseño es el de relación entre el usuario y el producto. Lo más importante es la comunicación entre diseñador y usuario a través del lenguaje del producto. Este se manifiesta en las funciones del diseño del producto: Prácticas, indicativas, simbólicas y estéticas. (Bürdek, 179)

A partir de 1968, Robert Venturi (“Learning from Las Vegas”) es precursor de esta nueva manera de entender el diseño, concediendo más atención a aspectos menos racionalistas, más emocionales, más caprichosos o simbólicos o informativos- indicativos. Es la manera postmoderna, la época actual.

Aparece otro concepto el de “pastiche”, que es la mezcla en un solo elemento de muy diferentes estilos. Después de tres cuartos de siglo de filosofía o pensamiento contrario a los adornos, éstos se vuelven a usar con profusión. Hoy coexisten todos los estilos, desde el racionalismo de líneas rectas y formas funcionales, desprovisto de adornos, hasta el barroco más delirante, dependiendo del tipo de usuario con el que se quiere contactar.

La sociedad se divide en tres ámbitos con valores diferentes:

El económico gobernado por la idea de eficacia y productividad.

El político gobernado por la idea de igualdad.

El cultural gobernado por el hedonismo, la busca del placer.

Las características del diseño postmoderno son:

- Mayor atención a lo emocional en oposición al frío racionalismo.
- Particularización o personalización del consumo (Customización).
- Mayor importancia de la dimensión simbólica del producto.
- Eclecticismo. “Todo vale”.
- Importancia de lo lúdico.
- Importancia de un formalismo esteticista.

Nuevas tendencias de este período son las consecuencias de los avances tecnológicos, la generalización del ordenador personal y los estilos o diseños biodesign de formas fluidas y orgánicas, que se adaptan a la mano, al cuerpo. El diseño se globaliza, abarca el diseño gráfico, de identidad corporativa, de sitios web, industrial, mecánico, de creación de marcas, de ideas conceptuales.

High Tech está representado por Norman Foster.

1.2.8.- Después de los postmodernos

En los 90 se generalizan los valores ecológicos y ambientales.

Ante un nuevo rebrote del “styling”, ante el abuso del diseño postmoderno, ostentoso, que fabrica aparatos emotivos y atractivos pero que no cumplen su función, surge la tendencia de una mayor honradez en el diseño, de un retorno a la exigencia de la funcionalidad, al “diseño de la necesidad”.

Los nuevos productos deben atender con toda exigencia a una profundidad en el análisis de la función aunque sin perder su carga emotiva y expresiva, fruto de los 80.

Un diseñador a destacar es Philippe Starck. También destacan Frank Gehry, Santiago Calatrava.

Hoy coexisten todos los estilos, desde el minimal, hasta los historicistas.

La innovación tecnológica continúa creando nuevos aparatos antes inexistentes y nuevos conceptos de habitación como es la domótica. Pero la verdadera revolución del cambio de milenio se ha dado en las comunicaciones con Internet, y la última explosión de consumo masivo ha sido la de los teléfonos portátiles.

Otro concepto importante es el de reciclado. Antiguos edificios industriales se reciclan, cambian de uso, se convierten en museos y otros usos culturales. El loft es un espacio de uso industrial o de almacén reconvertido en vivienda.

Las viviendas construidas de estructuras modulares, el diseño Nómada cálido, ligero, inmaterial, poético, de baja tecnología, de edificios portátiles; el *ready-made*, son últimas tendencias.

Y, sobre todo, se tiene en cuenta el impacto ambiental. Un nuevo discurso basado en la biodegradabilidad y la reutilización de los productos y en la necesidad de usar materiales no contaminantes.

1.2.- BIBLIOGRAFIA:

- *Burdek, Bernhard.E.(1994).Diseño:Historia, teoría y práctica del Diseño Industrial.* Gustavo Gili.
- *Wong Wucius (2002). Fundamentos del Diseño.* Gustavo Gili.
- *Lupton, Ellen y Miller, J.Abbott.(2002). El ABC de la Bauhaus y la Teoría del Diseño (2ª Edic.).* Gustavo Gili.

Autoría

- Nombre y Apellidos: Paloma Migoya Gutiérrez
- Centro, localidad, provincia: Escuela de Arte de Almería, ALMERÍA
- E-mail: palomamigoya@gmail.com

ISSN 1988-6047 **DEP. LEGAL: GR 2922/2007** N° 27 – FEBRERO DE 2010