



El Diseño Industrial

RAUL CHAVARRI

INTRODUCCION

El diseño industrial es una palabra que se introduce en el mundo del arte con los últimos años del siglo XIX, al mismo tiempo que toman importancia e interés otras palabras como "artes aplicadas" o "estética industrial". Todos estos vocablos y las ideas a las que se refieren vienen a marcar un mismo fenómeno, el del que el mundo del arte va a desembocar en una gran parte y como consecuencia del desarrollo de la sociedad industrial en una serie de conductas de tipo práctico que tienden a hacer más hermosas las cosas que habitualmente se utilizan: objetos de uso común, herramientas, muebles, vestidos y también el ambiente en el que se vive. El diseño, idea que está a la vez en

un doble significado que relaciona, por un lado, al dibujo y, por otro, a la decisión, se convierte así en una forma de arte. Pero que también lo es de comunicación. Este carácter comunicativo del diseño se agudiza de manera muy particular cuando se trata de diseños gráficos en los que la imaginación del artista se vuelca a procurar que las portadas de los libros o los prospectos o los carteles transmitan mejor las intenciones de las personas que los realizan, facilitando la comprensión entre unos y otros.

El diseño tiene importancia en el campo del arte por cuanto la mayoría de los expertos en la historia del arte contemporáneo lo señalan

como una de las formas de expresión artística de nuestro tiempo y además como uno de los cambios por los que la obra de arte llega necesariamente a un número más amplio de personas. El diseño tiene también una importancia cultural, por cuanto es el camino para educar el gusto de los consumidores y llevarlos a la adquisición de objetos o a la organización de ambientes más bellos y más armónicos. Tiene también una importancia económica, por cuanto el país que diseña mejor, produce industrialmente mejor y sus productos, desde máquinas pesadas a pequeñas herramientas, objetos ornamentales o envases, son adquiridos por los otros países que no tienen desarrollada la tecnología del diseño.

Igualmente, el diseño influye en la arquitectura y en el urbanismo, ya que una de las maneras de aliviar la presión agobiante de las grandes ciudades es construir arquitectónicamente y planificar urbanísticamente con arreglo a mejores diseños. Es, por tanto, un arte y una profesión las que se reúnen en torno a la palabra diseño y también una técnica y un factor de desarrollo económico y social, e, incluso, se puede hablar de política del diseño cuando los poderes públicos toman conciencia de que el diseño tiene también su importancia en la industria y en el comercio, en la educación y en la tecnología, en el campo de la cultura popular y en el de la propaganda política y que, en general, nuevos tiempos necesitan formas diferentes. Y estas formas solo se consiguen a través de un buen diseño.

SIGNIFICADO DEL DISEÑO

En los últimos años, casi todos los países industrializados del mundo han tomado conciencia de la necesidad de desarrollar la técnica y la tecnología del Diseño. Algunos países europeos; Estados Unidos, Japón, Argentina, y Brasil han realizado una serie de experiencias en orden al perfeccionamiento de las técnicas del Diseño, a la formación de diseñadores, y, sobre todo, a la promoción del buen gusto del consumidor. Estas actividades no se desarrollan exclusivamente por

imperativos de carácter cultural o estético, sino por la conciencia de que el Diseño es un valor económico, como lo demuestra el hecho de que el país que produce mejores diseños exporta mejor, mientras que la industria que no está canalizada hacia el cultivo de esta tecnología tiene que pagar cuantiosas sumas en concepto de "royalties" a los países industrialmente más desarrollados.

La forma y la disposición de los órganos de un objeto no están nunca absolutamente determinados. Ya se trate de su construcción o de su manejo, existe siempre cierto juego, incluso en las máquinas más técnicas, entre los esquemas puros, concebidos por el ingeniero y la configuración del objeto concreto, que es obra del diseñador. La configuración no es nunca tan lógica que no permita la elección de ángulos algo más abiertos o cerrados, de un orden más horizontal o más vertical, de colores más concretos o más difuminados. Esta libertad la utiliza el diseñador para aumentar la expresividad de los productos industriales por partida triple. En primer lugar, actúa de forma que se diseñen a sí mismos: que la silla sea vista como silla, que sugiera los gestos apropiados, que señale su dependencia o su independencia con respecto a la mesa. Estamos en el plano de los mensajes connotados: una silla evoca la seguridad burguesa, otra la sencillez, algunos guardabarros de coche se abren como alas. Los objetos de este modo son muestras de la conciencia de los signos o "semiólogía". No obstante, el diseñador no se contenta con fijar el índice de curvas y rectas, de comprensiones o de expansiones gráficas o coloreadas; instituye también un espacio-tiempo global, que es asimismo un mensaje, un mensaje plástico, que debería someterse a una semántica plástica, generalmente ignorada. Por último, la configuración puede favorecer además una integración de todas las facultades del usuario; puede crear, como suele decirse, belleza, fuente de goce estético. Con todo esto, es fácil advertir la insuficiencia de la expresión "estética industrial", que indica claramente que los objetos producidos por la industria no se agotan en sus funciones utilitarias y



pueden, además, desarrollar cualidades más generalmente humanas. Da que pensar, en efecto, que dicho "además" sea de orden estético, en la aceptación en que se entiende de ordinario. Se omite con ello las dos capas semánticas: los mensajes denotados y connotados, tal como entienden estos términos la teoría de los signos, y los mensajes del espacio-tiempo global, que debería descifrar una semántica plástica. Por esto se ha impuesto el término de diseño industrial (industrial design). Design tiene la ventaja de significar a un tiempo designio y dibujo. Designio indica lo propio del objeto industrial, que es que todo en él se decide al principio, en el momento de la proyección, mientras que en el objeto antiguo, hecho



a mano, el proyecto se diferencia en el curso de la ejecución. Y dibujo precisa que, en el proyecto, el diseñador no tiene que ocuparse de los funcionamientos puros, tarea del ingeniero sino solamente de la disposición y de la forma de los órganos en el espacio y en el tiempo, es decir, de la configuración. El italiano progettazione no señala más que el aspecto de diseño; el alemán Gestaltung tan solo indica el dibujo. Por tanto, se comprende que, pese a la práctica alemana (Hochschule für Gestaltung d'Ulm), el término de industrial design se haya impuesto en todas partes, aunque latinizándose: diseño industrial en Italia, diseño industrial en España. Incluso Francia, reacia al uso de voces inglesas, empieza a familiarizarse con su uso, y habla de design industriel.

De lo que antecede, se desprende que el diseñador se sitúa en una encrucijada. Es, con toda seguridad, tributario del ingeniero, que le entrega unos funcionamientos puros que él debe repartir en el espacio y en el tiempo. Se inclina, además, hacia el artista, que, de ordinario, introduce las estructuras espacio-temporales con un considerable adelanto. Debe adaptarse, asimismo, a los deseos de los usuarios, de los clientes, ya que, por hipótesis, se trata de una producción en masa; el artesano, incluso "moderno", no es industrial design. Además, el diseñador, en su diálogo con el público, le escucha a través de los especialistas en "marketing", como él mismo le habla a través de los publicitarios. Por último, el proyecto depende de un jefe de empresa, privada o pública, que define una política a corto y a largo plazo, en la que intervienen consideraciones de beneficio, pero también de ideología. El diseño es, por tanto, una función tan compleja que se comprende el mucho tiempo que se ha necesitado para advertir todas sus facetas. Y, en efecto se ve en su historia cómo sus dimensiones van saliendo a la luz una tras otra y según un orden que, desde una perspectiva superior, ofrece el aspecto de una dialéctica.

El artista vive en sociedad, y en cierto modo en un servicio directo a

la sociedad. En otras épocas, cuando la principal preocupación de la sociedad era guardar y defender las tradiciones, los artistas se dedicaban a divulgar los misterios religiosos, a glorificar los hechos de armas y a insistir sobre símbolos y mitos y su correspondiente representación, en cuanto éstos eran los depósitos de un modo de ser, y, sobre todo, de una forma de sensibilidad.

En las épocas de grandes crisis, son los artistas los primeros en anticiparlas y vaticinarlas. La emoción que late en la obra de arte anuncia muchas veces la peripecia que van a sufrir las personas, muchas veces cuando el arte vacila y se desvertebra anuncia lo que después va a ocurrir con la sociedad.

En nuestro tiempo, la principal apetencia de la sociedad es crear, mantener y satisfacer la tensión producción-consumo y dar a esta tensión las mejores posibilidades para la asistencia del hombre, hacer de la sociedad de consumo algo grato en donde los hombres encuentren, tanto en su medio urbano como en la arquitectura que lo rodea y en los objetos y productos que utiliza y consume, una estética, un orden y una armonía.

Por tanto, frente a la misión primitiva del artista, de mero mantenedor de tradiciones que realiza la glosa y el análisis de éstas, tenemos una doble vertiente en la función del artista moderno, por una parte, la búsqueda de su propia expresión, de su manera de hacer y de su testimonio creador en el momento actual que vive en la sociedad. Por otra parte, el desarrollo de una tarea que ponga al servicio de los productos que el hombre consume, el talento del artista. Tenemos que las dos vertientes contribuyen, una, desde la búsqueda del desarrollo espiritual, y otra, desde la promoción del desarrollo material, al mismo objetivo, que es el bien del hombre.

En muy pocos años la crítica ha superado una serie de puntualizaciones y perspectivas que entrañaban un error y un equívoco, se ha superado la idea del arte por el arte, y, sobre todo, se ha buscado colocar al artista en la sociedad de una

manera más clara y más armónica. El artista, en otras épocas excomulgado e incluso maldito, está hoy día integrado en la sociedad; las grandes empresas, las que son realmente grandes, no solo por su cifra de negocios, sino por su espíritu siempre emprendedor y por su voluntad de crear una industria al ritmo y a las dimensiones que la civilización y las circunstancias proponen, se interesarán cada vez más en las obras de vanguardia, que en otra época no hubieran interesado más que a coleccionistas, minoritarios y selectos. Empresas francesas, norteamericanas e inglesas piden ayuda al artista para que diseñe su propaganda, para que proporcione, en marcas, folletos descriptivos y objetos varios, las mil exteriorizaciones que la presen-



cia de su voluntad de producir y servir al consumo, a través de él al hombre, necesitan y requieren.

Esta presencia del artista nos plantea un problema que en tres breves párrafos vamos, si no a resolver, a esclarecer, y en cierto modo a definir. El problema de la presencia del artista en la industria y de la diferenciación de modalidad de esta presencia, según se trate de una actuación posterior al proceso de producción, y en cierto modo complementaria (arte aplicada), a una presencia paralela al proceso de producción y presente en todas sus instancias (arte implicada).

En segundo término, ensayaremos una breve teoría de la presen-

cia del arte en la vida cotidiana, haciendo el recuento de las diversas esferas que el artista puede mejorar o enriquecer estéticamente con su aportación.

En tercer lugar, marcaremos los perfiles y posibilidades de una actuación en pro del desarrollo del diseño.

LA SUPERPOSICION DEL ARTE SOBRE LOS PRODUCTOS INDUSTRIALES

Huisman y Patrix nos recuerda, en su primoroso libro sobre el desarrollo de la estética industrial, que hace algunos años un industrial francés tuvo la idea de llamar a artistas reputados, como Cocteau y Salvador Dalí, para que decoraran sus refrigeradores de una manera "estética", que favorecieran un incremento en las ventas. Desgraciadamente, para muchas personas la estética industrial no es otra cosa, se trata de superponer el arte sobre los productos industriales.

La idea de los dos autores citados es que existe una sola modalidad de hacer presente el arte en la vida contemporánea: "implicarlo" en la producción y funcionamiento del producto o de la máquina.

En realidad, las dos modalidades, aplicación e implicación, no se rechazan ni se sustituyen, sino que ambas permanecen con amplios márgenes de posibilidades, según el resultado que se trate de obtener. En términos generales, la "aplicación" del arte es un proceso de despliegue estético sobre una realidad que ya existe, pero no superpuesto, sino íntegro. Reproducir un motivo artístico sobre un objeto de uso de consumo ya elaborado no es "aplicar" ni "implicar", sino sencillamente crear un híbrido artístico industrial, que no tiene nada que ver con la estética. La "aplicación", propiamente dicha, en cuanto refleja el proceso de adopción de unos determinados cánones artísticos para completar un proceso de presentación y elaboración de un producto o creación de un ambiente de vida o de trabajo, supone siempre la integración; la realidad industrial es anterior a la aplicación del arte,

pero, mediante este proceso de aplicación, arte e industria adquieren una nueva dimensión y un nuevo sentido. En este aspecto, se puede emprender la tarea de mejorar estéticamente el ambiente de las naves de una fábrica con elementos susceptibles de integración y "aplicación", sin variar sustancialmente las estructuras de la fábrica.

Por el contrario, nos encontramos ante un proceso de "implicación" cuando el diseñador está presente en toda la serie de operaciones que tienen por objeto conseguir el producto; el diseñador proyecta y valora luego, con ayuda de técnicos, si su diseño cumple las leyes técnicas fundamentales, esto es, si cumple la ley de economía, pudiendo obtenerse el producto con una economía de medios y de materias empleadas, siempre que ésta no atente ni al valor funcional ni a la calidad de la obra considerada. En el mismo sentido, debe cumplirse la ley de aptitud al empleo y del valor funcional, ya que no existe belleza industrial más que en las obras perfectamente adaptadas a su función y técnicamente válidas. La estética industrial supone una armonía íntima entre las características funcionales y la apariencia.

Las dos modalidades de "aplicación" e "implicación" supone, en todo caso, un proceso de integración, paralelo al de producción del objeto que se desea obtener, o posterior a él. El secreto entre el verdadero arte industrial, cualquiera que sea su modalidad, y las copias o remedos que de una forma o de otra pueden realizarse, estriba en la integración, más que en el hecho de que el artista, en presencia de la industria, sepa crear, plantear y mantener un determinado tipo de compromiso. El artista que se dedica a diseñar o a plantear cualquier tipo de utilización de líneas o colores en la estética industrial debe considerarse, a través del camino, que es su diseño y utilizando su inspiración artística, como un hombre comprometido con el destino de la humanidad y la continuidad de su bienestar.



ARQUITECTUA, URBANISMO, DISEÑO

Todas las realidades de nuestro tiempo existen en virtud de un compromiso, y exigen un compromiso por parte nuestra; demostración palpable de este hecho es el desarrollo de la novela moderna, en cuanto el autor no es ya un mero narrador y evocador de hechos y situaciones, sino un hombre que se compromete con el dolor y las esperanzas de las gentes, cuya existencia crea o recrea, y, a través de ello, se compromete a hacer partícipes de estas tensiones a sus posibles lectores.

En la misma medida, la producción industrial nos compromete; no



solo acude a dar a nuestra existencia una variedad y unas posibilidades sino que exige que participemos, bien mediante nuestra dirección crítica o, sencillamente, con nuestra actitud de meros consumidores, seleccionando, porque elegir es seleccionar, colaborar en un vasto proceso de supervivencia de lo mejor.

En este sentido, la publicidad, en cuanto trascienda la simple función de orientación e información del consumidor y ensaye cualquier tipo de coacción del individuo, bien desde el mensaje lanzado a las zonas inconscientes o a los reductos más profundos de la persona, o bien mediante la utilización de las técnicas subliminarias, es un enemigo de la sociedad industrial y del hombre.

El arte no puede existir solo por el arte, es, y ha sido siempre, una función social; el hombre tiene la posibilidad, como ha señalado el Profesor argentino Maldonado, de realizar su propio entorno, de ser constructor y modificador de su medio ambiente.;

Esta tarea de construcción del medio tiene tres dimensiones fundamentales, y en las tres está presente el diseño. En primer lugar, el hombre, al desplegarse sobre la tierra, la "habita", y esta función de habitación cristaliza en primer lugar el asentamiento: el hombre, al asentarse sobre la tierra, necesita y requiere "urbanizar", ordenar el espacio con arreglo a las necesidades humanas más perentorias.

En segundo orden, el hombre necesita cristalizar su habitación y darla dimensión y sentido, de aquí la arquitectura, como pauta en la que se inscribe la existencia del hombre y en la que el arte, sabiamente implicado en el proceso de producción industrial de la vivienda, puede dar un dimensión intrínsecamente humana.

En tercer lugar, sobre nuestro medio ambiente actúan los colores y los objetos. Así como las tribus nómadas del desierto empezaron a utilizar los tapices para dar suntuosidad a sus viviendas precarias y ocasionales, el hombre necesita de la

línea, del color y del objeto para dar a su vivienda una intención y una habitabilidad, y para proyectar algo de su humanidad en los instrumentos, que son los testigos cotidianos de su existencia.

ARTE Y VIDA COTIDIANA

El arte trae a la vida cotidiana armonía, orden y belleza. Los caminos por los que se proyectan estas categorías son varios: la urbanización, nombre lleno de dignidad, que cada vez se prostituye más al servicio de unos intereses de especulación que solo aspiran a obtener mejores ganancias y no a dar facilidad y dignidad a la vida del hombre; la arquitectura de exteriores e interiores, en esta última se dan dos presencias, la presencia del arte tradicional den sus dos aspectos, minoritarios -debiendo señalarse a este respecto el carácter ambiguo de la expresión "arte minoritario", en una sociedad de masas como la nuestra -, y la presencia del arte industrial, implicado o aplicado, pero, en todo caso, fruto y producto de un proceso de integración.

En el mismo sentido, el arte debe volcarse sobre los muebles, creando unos modelos que sean apropiados a las necesidades humanas y, sobre todo, al tiempo en que vivimos; estilos limpios que no tengan conexiones ni servidumbres con formas de entender la realidad, ya perecidas.

El arte debe, igualmente, estar presente en la concepción de los vehículos y medios de transporte, siguiendo el ejemplo de algunas marcas y de algunas empresas que han hecho lo posible por incorporar los vehículos producidos por ellas o los vagones de tren, o los aviones, a las modernas tendencias de la estética industrial

Las maquinas y las herramientas en general, también son susceptibles de una integración artística, en la que al mismo tiempo que se las dota de una mayor funcionalidad se acentúa su personalidad y, en cierto modo, su humanidad, porque hay que recordar que máquinas y herramientas son prolongaciones de las energías y capacidades del

hombre.

Igualmente los textiles y los accesorios de vestido pueden recibir el mensaje de orden y armonía del arte, buscando siempre que la moda no contradiga al aliento de humanidad que debe trascender de todos los aspectos y ámbitos de la vida cotidiana.

Por último, la potenciación del producto mediante envases mejor concebidos, más apropiados y que al mismo tiempo potencien el producto es otro de los cauces de integración del arte, y, paralelamente a él, la confección del periódico, la revista y el libro que tanto llenan en la existencia cotidiana.



Como afirma Gillo Dorfles, el diseño entra en el campo de las artes visuales; es una proyección del arte de arquitectura, como arte de la medida y de la proporción que se proyecta en los objetos artesanos y en los industriales, puesto que las relaciones entre arquitectura y "formas de los útiles" son, sin duda, de lo más estrechas e indisolubles. La razón de la influencia de la arquitectura en el diseño industrial se debe a que este arte "privilegiado de nuestro siglo", reúne por lo general los dos polos de utilidad y belleza; si no logra alcanzar la belleza, consigue la utilidad, por lo cual puede permitirse el lujo de asociar sus obras más puras e ideales a las grandes empresas industriales. "El interés de mercado que la pintura, el

teatro y la literatura alcanzan solo en segundo lugar como tardía especulación, constituye, por el contrario, la base misma del arte de construir".

DISEÑO COMO FACTOR CULTURAL

Analicemos un segundo aspecto del problema: el diseño es un factor cultural. Tomás Maldonado ha definido la dimensión histórico-cultural del diseño, señalando el hecho de que los objetos técnicos se transforman en objetos culturales "ahora", es decir, entran en nuestra contemporaneidad con un doble valor, no solo de objeto que llena una función, sino como realidad portadora de valores culturales.

Este sentido cultural del objeto industrial estaba señalado en los escritos de Carlos Marx, cuando afirma que solo en el consumo alcanza el producto su realización final, y completado en la obra de Plejanov, cuando habla de la sustitución de un arte "sin sentido", por una creación artística inspiradora de la vida cotidiana "y satisfactora de necesidades".

Para Jacques Viénot, gran promotor del diseño y la estética industrial el diseño es el instrumento de un testimonio: "Casi todo lo que nos rodea dice - y que podemos advertir del aeropuerto al quiosco de periódicos, del "stand", de exposiciones a la taberna, de la fábrica a la oficina, es un objeto para ser repensado y vuelto a crear. . . El diseño debe ayudarnos a tomar dignamente el relevo del artesano moribundo. Debe manifestar que nosotros seguimos siendo dignos de aquellos que en las grutas de Lascaux ya testimoniaron que la belleza es una necesidad fundamental del hombre".

Es curioso constatar la diferencia que va del pensamiento de Dorfler al de Viénot; para el primero el diseño tiene el mismo valor en la artesanía que en la estética industrial, y ambas son dimensiones paralelas susceptibles de intercambiar sus experiencias y de fortalecerse mutuamente en sus desarrollos. Para Viénot la estética industrial tiene

que venir a sustituir una artesanía cuya hora ha pasado.

Otra dimensión en la que se nos presenta la idea del diseño, es la técnica. Si desde el lado de la estética nosotros vemos el diseño como puente que haga posible la incorporación de lo bello a lo útil, desde la concepción puramente técnica el diseño constituye un factor instrumental y reflexivo, que hace posible una serie de mejoras y de posibilidades de las que no es la menor el acceso a la belleza.

El diseño puede ser también considerado como un elemento básico de la comunicación humana, el antecedente y el heraldo de una civilización del signo que vaya educando a las gentes en una comprensión más rápida y en una comunicación más acelerada al nivel de las urgencias de los procesos industriales.

(continuará en el próximo número)

RAUL CHAVARRI
Crítico de Arte Español

