



**Universidad Autónoma de Querétaro
Facultad de Bellas Artes
Maestría en Artes con Línea Terminal en
Arte Contemporáneo y Sociedad.**

Moma. Propuesta de innovación estética en el diseño Industrial

TESIS

Que como parte de los requisitos para obtener el grado de
Maestro

Presenta:

Bertha Ocampo Piñán

Dirigido por:

M. en Arq. Enrique Omar Toscano Bárcenas

SINODALES

M. en Arq. Enrique Omar Toscano Bárcenas

Presidente

M. en C. Ma. de los Ángeles Aguilar San Román

Secretario

Dr. Benito Cañada Rangel

Vocal

M. en H Sergio Rivera Guerrero

Suplente

M. en DI Jorge Alberto Alfaro Luna

Suplente

M. en A. Vicente López Velarde Fonseca
Director de la Facultad de Bellas Artes

Dr. Irineo Torres Pacheco
Director de Investigación y
Posgrado

Centro Universitario
Querétaro, Qro.
Agosto 2013
México

Resumen.

Los objetivos del Museo de Arte Moderno, en lo referente al Diseño Moderno van más allá de los rasgos estilísticos estereotipados comúnmente atribuidos a la modernidad. El diseño industrial ha desarrollado una estética que ha logrado tener una fuerte influencia a nivel internacional. La belleza innovadora y reduccionista de los objetos, ejemplifica la perfección que la máquina ofrece como una herramienta moldeadora. Desde el principio, el diseño moderno bajo las predicciones de la máquina, era vista como el portador de valores, de objetividad y la promesa de un profundo cambio social. En esta investigación se ha realizado un recorrido histórico de cómo el MoMa ha jugado un papel importante, desde el momento de su fundación. Durante muchas décadas, el MoMa ha tratado de extraer esta idea atemporal de belleza, que al mismo tiempo ha revisando y perfeccionando el paradigma inicial. Ha realizado una extensa búsqueda, dentro de objetos de la vida cotidiana que sean baratos y que se muestren piezas únicas, en catálogos, tiendas y en colecciones privadas. Todo se resume en la importante contribución del curador en diseño contemporáneo, la cual no se basa en la recuperación de pruebas existentes de una regla preestablecida, sino en un proceso específico de nuevos conceptos en una evolución continua. Los curadores en afinidad con la misión del MoMa, han sido reconocidos por su poder como concededores, asumiendo la oportunidad de influenciar el cómo visualiza y vive la sociedad.

(Palabras clave: estética, diseño industrial, exposiciones, curadores, máquina)

Summary

As regards to Modern Design, the objectives of the Museum of Modern Art transcend the stereotyped and stylistic features commonly attributed to modernity. Industrial design has developed an aesthetics that has achieved a strong influence at an international level. Objects with an innovative and reductionist beauty exemplify the perfection that can be offered by the machine as a modeling tool. Since its beginnings, modern design under machine prediction has been regarded as a portrayer of values and objectivity and as a promise of deep social change. Along this study has been carried out a historical tour on how the MOMA has played an important role since its foundation. During many decades it has tried to extract the timeless idea of beauty, while at the same time to revise and perfect the initial paradigm. It has realized an extensive search within the objects of everyday life for items that are inexpensive and unique to be shown in catalogues, stores and private collections. It all resumes in the important contribution of a contemporary design curator that is not based on the retrieval of existing proofs of pre-established rule but, rather on the progressive of detailing of new concepts in continuous evolution. The curators in affinity with the MOMA's mission have been acknowledged by their power as experts assuming their opportunity to influence how society at large sees and how it lives.

(Key words: aesthetics, industrial design, exhibitions, curators, machine).

A mi padre por ser el guía e inspiración en mi vida

Al amor y apoyo incondicional de Allie

Al amor y nobleza de Franco

A la inocencia y luz de Matías

A mí querida amiga Betty

Agradecimientos

Quisiera agradecer al Mtro. en Arq. Omar Toscano Bárcenas, maestro y querido amigo, por el gran apoyo y tutoría que recibí en la guía y dirección de esta tesis.

De manera especial, agradezco el apoyo de la Universidad Autónoma de Querétaro; División de Posgrado de la Facultad de Bellas Artes, a la Maestra Ma.de los Ángeles Aguilar San Román, por compartir su conocimiento y experiencia; al Dr. Benito Cañada Rangel, por su paciencia y apoyo y al Mtro. Sergio Rivera Guerrero por sus valiosos comentarios.

Gracias igualmente al Mtro. DI Jorge Alfaro Luna, gran amigo y compañero de trabajo, por sus aportaciones que fueron invaluable para la realización de este trabajo.

MOMA. Propuesta de innovación estética en el diseño industrial.

Índice

Página

Resumen	i
Summary	ii
Dedicatorias	iii
Agradecimientos	iv
Índice general	v
Índice de cuadros	vi
Índice de imágenes	vii
1. Introducción	1
2. Metodología	5
3. Modernidad	
3.1. Momento	7
3.1.1. Relación Histórica	
3.1.2. El legado de la Bauhaus	14
3.1.3. Good Design. La calidad formal y estética mecánica	16
3.1.4. Arte y sociedad de consumo	19
3.2. Estética: Diseño, Arte y Tecnología.	24

3.2.1. Revolución estético – funcional de los objetos	26
3.2.2. El Diseño como una fuerza económica, social y moral	29
3.2.3. La producción industrial en masa y la abstracción de la estética	34
3.2.4. Los nuevos materiales	36
4. Marco Referencial	39
4.1. MoMa, exposiciones de Diseño Industrial	39
4.1.1. Exposición: Objects: 1900 and Today	43
4.1.2. Exposición: Machine Art	46
4.1.3. Exposición: Modern Ideal	50
4.1.4. Exposición: Usefull objects. Household objects	52
4.1.5. Exposición: Modern Nature	55
4.1.6. Exposición: Mind over Matter. Mutant materials in Contemporary Design	58
4.1.7. Exposición: Good Design	60
4.1.8. Exposición: Good Design for Industry	62
4.1.9. Exposición: The Object Transformed	65
5. Propuesta Teórico – Metodológica	68
5.1. Diseño Italiano.	68
5.1.1. Descripción	68
5.1.1.1. Italia, tierra de diseño.	70
5.1.2. Análisis 1861 – 1945	72
5.1.3. Análisis 1945 – 1959	76
5.1.4. Análisis 1966 – 1974	79
5.1.5. Análisis 1977- 2007	81

5.2. Diseño Americano	84
5.2.1. Descripción	84
5.2.1.1. Vitalidad e ingenio	86
5.2.2. Análisis 1800 -1939	90
5.2.3. Análisis 1940 – 1959	92
5.2.4. Análisis 1960 -1979	94
5.2.5. Análisis 1980 -2004	95
5.3. Diseño Japonés	97
5.3.1. Descripción	97
5.3.2. Análisis1850 -1950	98
5.3.3. Análisis 1950 – 1985	99
5.3.4. Análisis 1985 – actual.	102
5.4. Síntesis	105
5.5. Mapa Conceptual. Curadores Criterios.	113
Conclusiones	114
Bibliografía	117
Referencias Electrónicas	120

Índice de Cuadros.

1. Objetos exhibidos 1861 – 1945	75
2. Objetos exhibidos 1945 – 1959	77
3. Objetos exhibidos 1966 – 1974	80
4. Objetos exhibidos 1977- 2007	82
5. Objetos exhibidos 1800 - 1939	91

6. Objetos exhibidos 1940 – 1959	93
7. Objetos exhibidos 1960 -1979	94
8. Objetos exhibidos 1980 -2004	96
9. Objetos exhibidos 1950 – 1985	100
10. Objetos exhibidos 1985 – actual.	103

Índice de figuras

Figura

1. William Morris.1884. Crisantemo.	10
2. Exposición MoMa. 1933. Objects: 1900 and Today.	43
3. Chistopher Dresser. 1934. Jarra para vino. Vidrio plata y ébano.	45
4. Charles Rennie Makintosh. 1900. Cuchillo de pescado y tenedor.	45
5. Charles Rennie Makintosh.1897. Side Chair.	45
6. Antonio Gaudí. 1898. Banca para rezar.	45
7. Héctor Gimard. 1904-07. Mesa Lateral	45
8. Louis Comfort Tiffany. 1913. Vasija	46
9. Gerrit Rietveld. 1923. Silla Roja y Azul.	46
10. Le Corbusier. 1927. Basculant Chair.	46
11. Exposición MoMa. 1927. Machine Art. 2ª. Exposición de diseño.	46
12. Css/ Winfield. 1934. Unique Key Card.	49
13. Edouard- Wilfred Buquet. 1927. Desk lamp	49

14. Arthur Young. Bell-47D1. 1945. Helicoptero	50
15. Sven Wingquist. 1907. Engrane	50
16. Mariane Brandt. 1924. Jarra para agua caliente	51
17. Le Corbusier. 1928. Chaise Longe.	51
18. Marcel Breuer. 1927-1928. Wassily Silla.	51
19. Lilly Reich. 1931. Mesa para jardín.	52
20. Exposición MoMa. 1938. Usefold Household Objects under \$5.00 dls.	52
21. Diseñador desconocido. 1953. Canasta para ensaladas.	54
22. Diseñador desconocido. 1928 Secadora de pelo.	54
23. Earl Silas Tupper. 1946. Jarra y cremera.	54
24. Godtfred Kirk Christiansen. 1954-58. Lego Building.	54
25. Maria Benksöy Sven Erick Juhlin. 1978. Tenedor ergonómico.	55
26. Emilio Ambasz. 1983. Linternas.	55
27. Exposición MoMa. 1984. Organic designs in home furnishing.	55
28. Alvar Alto. 1931-32. Silla Paimo	57
29. Isamu Noguchi. 1944. Mesa	57
30. Tapio Wirkala. 1951. Platón Madera.	57
31. Philippe Stark. 1990. Taburete.	58
32. Charles and Ray Eames. 1948. Chaise Longue.	58
33. Exposición MoMa. 1995. Mutant Materials in Contemporary Design	58
34. Verner Paton. 1959-60. Silla	59
35. Massimo Vignelli. 1964. Vajilla.	59
36. Frank O. Gehry. 1987. Bibbles Chaise Lounge.	60
37. Stephen Armelino. 1983. Mascara contra balas.	60
38. Exposición MoMa. 1952 Good Design Exhibición	60

39. Jorge Ferrari Hardoy. 1938. BKF chair.	62
40. L.M. Ericsson. 1955. Telefono Co. ABS	62
41. Mangus Stephensen. 1955. Cubiertos.	62
42. Vico Magistretti. 1966. Eclisse lámpara de mesa.	62
43. Marcello Nizzoli. 1950. Lettera 22 máquina de escribir portátil.	64
44. Macintosh SE. 1984. Home Computer.	64
45. Micro Compacta Smart car. 1998. Smart car coupé.	64
46. Gerd Alfred Muller. 1957. Máquina para cocina multipropósito.	64
47. Bruno Munari. 1958. Tenedores.	66
48. Joe Colombo. 1969. Silla tubular con elementos combinables.	66
49. Archille y Pier Giacomo Castiglioni. 1962. Toio lámpara de piso.	67
50. Archille y Pier Giacomo Castiglioni. 1970. Primate kneeling taburete.	67
51. Gaetano Pesce. 1972. Silla Golgota	67
52. Gaetano Pesce. 1986. Feltri chair.	67

I. INTRODUCCIÓN.

“Hoy día uno no necesita ser asquerosamente rico para proyectarse no sólo como diseñador sino como diseñado, sea el producto en cuestión la casa de uno o su negocio, sus mejillas caídas (cirugía estética) o su personalidad retraída (drogas de diseño), su memoria histórica (museos de diseño) o su futuro ADN (niños de diseño). ¿Podría ser este «sujeto diseñado» el resultado no deseado del tan cacareado «sujeto construido» de la cultura posmoderna? Una cosa parece clara: en el preciso momento en que se pensaba que el lazo consumista no podía estrecharse más en su lógica narcisista, lo hizo: el diseño es cómplice de un circuito casi perfecto de producción y consumo, sin mucho margen de maniobra para nada másdel marketing cultural a las relaciones históricas entre el arte contemporáneo y el museo moderno, pasando por la arquitectura espectáculo, el auge de las ciudades globales o las vicisitudes conceptuales de la historia del arte y los estudios visuales”.

Hal Foster

El presente trabajo intenta abrir un espacio de reflexión sobre una cuestión permanentemente ligada a la problemática del diseño, y la relación que mantiene éste con la estética del arte. El siglo XX se caracteriza por un estilo experimental y funcional en los movimientos de Vanguardia y Postmodernos, el arte como forma de representación tiene características diferentes, dependiendo de la manifestación cultural de cada época, y su influencia se verá reflejada en la creación de nuevos estilos y formas en los objetos de diseño. En el Capítulo III se hace un recorrido histórico del inicio del Diseño Industrial como disciplina de estudio, se realiza una investigación comenzando por el inicio de la Modernidad, como un momento de cambio en la estética, en la sociedad, cultura y arte, las implicaciones del término, el contexto de origen, las relaciones entre diseño,

arte y tecnología, en los países representativos, y las vinculaciones con los movimientos artísticos, culturales, filosóficos y sociales, así como la polémica arte-diseño que dio origen a la disciplina y que se ha extendido a lo largo del siglo XX.

La modernidad es una nueva estética que abarca un cambio radical y universal, que pasó de una estética contemplativa y moral a una socio-cultural, así el Diseño Industrial se podría tomar como un artefacto cultural con un valor expresivo y simbólico. Desde los orígenes de la producción no se había hecho ninguna distinción entre los criterios de funcionalidad y los criterios artísticos. La distinción entre lo bello y lo útil es propia de esta época, cuando se conceptualiza la relación entre la razón científica y la razón artística. La historiografía ha sido reconocida como fuente de inspiración no sólo de las formas sino, sobre todo, de los conceptos y principios que estuvieron en el origen del Movimiento Moderno.

“El espíritu industrial de la época, la estética de la máquina y el nuevo programa al que era necesario dar una respuesta, tienden a establecer la unión entre arte y técnica como una “nueva unidad” (Gallo, 2011)

El diseño industrial ha contribuido a una revolución estética funcional en la vida cotidiana de nuestra sociedad, y como consecuencia se da una nueva forma de vivir y de entender la vida de lo efímero y de la posesión. Los cambios sin precedentes provocados por la industrialización, guió a los diseñadores y arquitectos de los Estados Unidos y Europa a salir del pasado y rechazar el historicismo. Muchos se comprometieron a desarrollar las expresiones estéticas apropiadas con la vida moderna y a sus diversos principios: la creencia de que el arte debe estar al alcance de todos sin importar la clase social, reflejar el ambiente industria y abarcar la producción masiva y la estructura articulada de los materiales que han surgido por el giro del siglo. La ornamentación excesiva ha sido evitada y surge un interés por la reducción en la forma orgánica natural, permitiendo el principio de una geometría básica.

El diseño industrial como disciplina de estudio dentro de esta investigación representa uno de los temas más representativos. El enfoque principal es el encuentro entre arte e industria, en la que artistas y fabricantes, al promover la producción en serie, adquirieron plena conciencia de los problemas de estilo y del significado de la forma. Este elemento es de crucial importancia porque es la introducción del elemento artístico y cultural en la industria, acontecimiento que perfila el nacimiento del diseño como disciplina. Cada uno de nosotros se relaciona con miles de objetos de diseño por día, y consolida al diseño como una de las manifestaciones más contundentes en la determinación del paisaje cultural de cada época, y es concebido como una revolución estético-funcional en la vida cotidiana, del diseño moderno.

Esto se demuestra en el capítulo IV, Marco Referencial, en el cual se analiza la trayectoria del Museo de Arte Contemporáneo de Nueva York (MOMA), que a través de sus exhibiciones y colecciones de diseño industrial apoya al arte moderno de nuestro tiempo, y con esto se expande una nueva expresión de la modernidad y se crea una "estética de la máquina", que une la técnica con el arte. El MOMA, es un modelo básico de museo que responde a un discurso utópico e ideal del arte como progreso. En 1934 montó la muestra *Machine Art*, que presentó el trabajo de los más destacados y nuevos profesionales del diseño, con lo que se inició la tendencia a darle un espacio a los objetos de nuestra cotidianidad inmediata producidos en serie, en las salas de exhibición que antes se dedicaban exclusivamente al arte. El interés de este trabajo es investigar cómo el Moma, a través de sus exposiciones, a partir de la aparición de la máquina, o, para ser más exactos, de la técnica con sus posibilidades de reproductibilidad mecánica e industrial, es el principal promotor de este fenómeno de la innovación estética a través del diseño industrial.

Finalmente este capítulo cierra, con la revisión de la evolución estética e histórica de la colección de tres países, que exhibieron en el MOMA y son considerados como punteros en el diseño industrial, la italiana, la americana y la japonesa.

En el Capítulo V, a través de una Propuesta Teórico- Metodológica, se realiza un análisis de la estética, en un recorrido histórico y cultural de cada una de las colecciones mencionadas. Se hace una selección de las colecciones, mostrando los objetos más representativos de cada década.

Se termina con una síntesis, en la cual se hace referencia a los criterios generales del MoMa y de los curadores para la selección y realización de las exposiciones. Con este análisis se pretende crear, un panorama del diseño como fenómeno abierto y relacionarlo con el arte, a través del MoMa, las exposiciones y sus colecciones como experiencias que le vinculan con concepciones estéticas de nuestro tiempo.

II. METODOLOGÍA.

El método de aproximación/construcción del objeto de estudio tuvo gran afinidad con el método histórico, en cuanto a que las fuentes primarias fueron documentos emanados directamente del MOMA, los cuales tiene un valor testimonial y que en nuestros días pueden ser vistos con otra mirada, distinta a la que los vio aparecer en tales exposiciones. En este sentido, este trabajo hace suyas las palabras de Nietzsche, que propuso una historia ni monumental ni anticuaria, sino crítica, una historia para la vida, es decir, para el presente. Esta investigación reinterpreta, a la luz del estado de cosas del estado presente, la aportación de las exposiciones del MOMA sobre diseño industrial, rescatando su contenido y resaltando su relevancia.

De inicio se planteó una premisa sobre el papel preponderante del MOMA como institución identificadora y por tanto difusora de los objetos del diseño industrial que expresaran los valores del arte en boga. Se continuó la investigación contextualizando el acervo mostrado por los catálogos, mediante la reconstrucción de la época y de la valoración artística del diseño industrial, a través de fuentes secundarias. La investigación se fue orientando -siempre guiada por las fuentes- hacia el papel de los curadores, cuya relevancia puede considerarse el hallazgo de esta investigación. Relacionado con esto se puede mencionar como ejemplo, el primer objeto de diseño que fue exhibido dentro del MoMa, the Armchair with Adjustable Back (*Siège à dossier basculant*) diseñada en 1927 por Le Corbusier, Pierre Jeanneret, and Charlotte Perriand. Esta silla tubular hecha de acero, representa también uno de los primeros objetos de diseño adquiridos por el Museo, la cual fue exhibida en la segunda exposición realizada por el Museo, *Machine Art*, en 1934. Ahora mundialmente, conocida como la Basculant Chair, refleja muchas características que más tarde llegaron a definir la colección de diseño del Museo como un conjunto crítico y exclusivo, en vez de universal e integral. Para Philip Johnson curador y organizador de la exposición, una de las principales características de esta pieza de colección fue la idea de que los

objetos de diseño forman parte de visiones más grandes y son considerados más significativos cuando son vistos como parte de un entorno idealizado. La Basculant Chair, represento un paradigma radicalmente nuevo, y un ejemplo autentico y representativo en la expresión de la modernidad.

Los curadores del Museo creían que la expresión de la estética de la máquina, es la que denomino el espíritu de nuestra época. La adquisición de la Basculant Chair, provocó la crítica del Museo sobre los estilos simplificados en los diseños industriales de los 20's, y actualmente se conserva en la memoria los importantes debates críticos que comprometieron al Moma en sus primeros días. El sello distintivo de la producción en masa de la Basculant Chair fue la que influenció el crecimiento de la colección de diseño industrial.

III MODERNIDAD.

3.1. Momento cultural.

La Modernidad fue una corriente de pensamiento y estética aparecida en las primeras décadas del siglo XX, asociadas con los años de entreguerras (1918-1939), en el cual se mantenía la crisis de valores en el mundo occidental iniciada en el siglo XIX. Los cambios surgidos en las dos primeras décadas del Siglo XX, y que alteraron radicalmente la vida de las personas fueron: 1) la utilización de las armas de avanzada tecnología fabricadas en la Primera Guerra Mundial, 2) el surgimiento del comunismo soviético y del socialismo, 3) los grandes inventos y desarrollos científicos y tecnológicos como el cine, la radio, la fotografía, el automóvil, el avión, etc. *"Era una época que generaba cambios en la comunicación, en los transportes y en la vida cotidiana"*. (Anderson, 2004) Estas tendencias recibieron el nombre de vanguardias. Artística o políticamente, son llamados de vanguardia los grupos o corrientes que presentan propuestas innovadoras y que captan las tendencias del futuro. El arte moderno estaba contra el pasado cultural y a favor de la libertad de acción.

En este movimiento sus características estéticas se resumen en la consigna de hacer de la propia vida una obra de arte, es ante todo un conjunto de ideales y principios estéticos para ser aplicados en todas las áreas de la vida, incluyendo la apariencia personal, la arquitectura, la decoración, el arte y el diseño. *"Sus características principales son el rechazo por la historia y el ornamento (la sencillez, la limpieza de las líneas, formas geométricas y el uso restrictivo del color), una estética basada en la preferencia por la abstracción en la creación y la creencia de que el diseño y la tecnología podrían transformar la sociedad"* (Campi, 2007). Estas ideas son el resultado de la aparición de la máquina, por esto se afirma que con el término de Movimiento Moderno, se conocen todos los trabajos que los artistas, diseñadores o arquitectos desarrollaron bajo la influencia de la máquina como principal fuerza

transformadora de aquellos momentos; los principios que dieron origen a esta ideología, dieron como resultado una nueva estética.

La posibilidad de nuevos materiales industriales y la creación de objetos orientados a la funcionalidad más que a la comunicación y el significado, la consideración de factores productivos, constructivos, económicos y simbólicos, fueron las nuevas ideas expresadas en la estética del Movimiento Moderno como un camino para proponer formas creativas y óptimas en un objeto. Los principios sociales y las expresiones estéticas de la vida moderna van conformando la opinión de que el arte debe estar al alcance de todos, sin importar la clase social, esto marcó un momento importante para el diseño, del pasado a lo moderno.

3.1.1. Relación histórica.

A continuación se describe un breve recorrido histórico, orígenes, y la polémica arte-diseño que dio origen a la disciplina del diseño industrial.

En Inglaterra, el gusto de la naciente burguesía de finales del siglo XVIII por las antigüedades, ya no complacía a la industria y en ese aspecto Alemania, Francia y Estados Unidos le llevaban la delantera a Gran Bretaña. La creación de nuevas y numerosas escuelas de diseño en ese país, nos da una idea de la concepción ornamental del diseño para ese momento. La crisis del gusto del siglo XIX, es una historia de conflicto y confusión que se desarrolló en todos los campos de la cultura. *“En el diseño, reducido a la reproducción de estilos antiguos y de ideales clásicos, sujeto además a la adquisición de bienes como símbolo de status social, generó una nueva búsqueda que desembocó en la adopción de muchos otros modelos y no de uno único o canónico, al contrario de lo que promovían los clásicos como Sir Joshua Reynolds y sus académicos”.* (Pevsner N. , 1983)

Henry Cole (1808-1882), preocupado por la fealdad de los objetos fabricados en serie, y en general por la falta de voluntad de hacerlos atractivos para los consumidores, crea un movimiento con la intención de unir el mejor arte con la manufactura. *“Propuso una metodología proyectual para la naciente cultura del diseño, este fue estructuralista porque se basaba en la geometría, el organicismo, la uniformidad, la simplificación y la reducción. Para Cole, un buen producto industrial estaba regulado por dos principios fundamentales la reformulación del concepto de funcionalidad y la necesidad de aprender a mirar para establecer comparaciones y proponer ejemplos para uniformar criterios. Además, los objetos de la vida cotidiana, que eran productos industriales debían de tener valores artísticos”.* (Salinas Flores, 1992).

Como estrategia de promoción de sus ideas consiguió la colaboración de la Sociedad de las Artes para crear un premio anual a lo mejor del diseño ornamental. El siguiente paso fue la edición del Journal of Design and Manufactures, primera revista especializada en este tema, que circuló entre 1849 y 1852. El punto final de la obra de Cole fue la fundación en 1852 del Museo de Artes Aplicadas, conocido a partir de 1899 como el Victoria and Albert Museum, institución en la que se estableció la primera escuela de diseño que posteriormente se convirtió en el Royal College of Art, uno de los más destacados centros educativos de diseño industrial a nivel mundial.

Las similitudes entre Cole y Morris fueron, el interés por los objetos útiles, el tener en cuenta el público, hacer propaganda para el trabajo, preferir las artes aplicadas y concebir lo artístico en un sentido amplio. En 1845 Cole empleó el término de artista-fabricante, anticipándose al de diseñador moderno.

El movimiento Art & Craft (Artes y Oficios), surge en 1861, trajo consigo un renacimiento de la artesanía artística. El heredero del trabajo de Cole fue el arquitecto William Morris (1834-1896), quien fundó en 1861 la empresa Morris, Marshal y Faulkner, en la que diseñaban y construían productos que destacaban por su manufactura impecable, los cuales contrastaban con los que se hacían en serie.

Este movimiento, en apariencia contradictorio, fue el intento del retorno de la mística del trabajo del artesano, precisamente cuando la producción en serie crecía a pasos agigantados y que, a pesar de su escasa calidad estética, absorbía las crecientes masas de la población. Esto lo llevó a defender con mucha fuerza la reinterpretación de los oficios y la reintegración del arte y de la utilidad, proponiendo la formación del artesano-artista.”*A raíz de esta tendencia surgió este movimiento de Artes y Oficios, caracterizado por el alto nivel estético de sus objetos, pero de alto costo, destinado únicamente a personas adineradas, lo que evidenciaba que para ese entonces todavía no se había fusionado el atractivo formal a los bajos costos en los productos de uso cotidiano elaborados masivamente*”. (Muzi, 2005)



Fig.1. William Morris. Crisantemo. Patrón impreso en tela de algodón. 94x95.9cm. 1884.

Las ideas de A. Pugin (1812-1852) ejercieron una enorme influencia sobre William Morris, las cuales proponían una devolución hacia la producción artesanal y la forma de trabajo de los gremios de la Edad Media. El escritor inglés John Ruskin en una preocupación generacional por las teorías, la arquitectura y el diseño, en la reacción ante las consecuencias de la máquina, observó críticamente la situación; él pretendía mejorar mediante reformas sociales y renunciando al trabajo con máquinas, llegar a su ideal: el trabajo al modo medieval, tal como había descrito en su libro *The Stones of Venice* (1851-1853).

William Morris cuya misión era traducir con éxito las ideas de Ruskin en hechos. Tenía en común el “*Odio a la civilización moderna*” y a sus productos; la

máquina era el principal enemigo de Morris que afirmaba:” *Como condición de vida, la producción mecánica es totalmente perjudicial*”. (Salinas Flores, 1992) . Se fijó acabar con la jerarquía entre artistas y artesanos, artes nobles y artes decorativas. Morris fundó talleres de trabajo en Inglaterra, inspirado en modelos orientales e inauguró la era Funcionalista. *“El esfuerzo de Morris es importante históricamente ya que contribuyó en gran medida a dignificar las formas, depurando en sus diseños todos aquellos pseudoestilos que eran gustos muy pobres de glorias pasadas”*. (Selle, 1973).

El promovió entre jóvenes pintores y arquitectos el interés por el diseño y la producción, dejó un legado como herencia: *“Un compromiso social del cual el diseño no puede eximirse moralmente”*. (Selle, 1973) Con su propuesta de la obra de arte total, estableció un nexo entre Arquitectura y Diseño Industrial porque abrió una guía que lo arquitectos diseñaran los muebles, el papel tapiz, las lámparas e inclusive los cubiertos de los espacios habitables que mejor se adaptaran a sus principios de diseño. Por su parte, el mundo de las artes puras y aplicadas no pudo mantenerse ajeno a los cambios de su marco referencial o de su entorno; Dentro de las manifestaciones artísticas de este movimiento de estilo decorativo se pueden encontrar: el Art Nouveau y el Fauvismo.

Siguiendo el rastro de William Morris y de su Arts and Crafts, la Exhibition Society, se lanza la aventura del Art Nouveau (Arte Nuevo), capaz de reencarnar las expectativas de las jóvenes generaciones. En Francia, el Art Nouveau se difundió en Europa y E. U., y dio punto final al movimiento de Artes y Oficios. El Art Nouveau, según varios teóricos, fue el primer estilo creado como tal, después de la Revolución Industrial en el siglo XIX, luego de un cese de creación de nuevos estilos. Este movimiento expresa ampliamente el cambio de siglo y la explosión de todas las formas del diseño, este estilo no se deshace aún de la ornamentación, pero es más vivaz, inquieto y al mismo tiempo equilibrado: *“A diferencia de la ornamentación estática de casi todos los demás períodos estilísticos, el Art Nouveau está a la vez en movimiento y en estado de equilibrio”*. (Tschudi-Madsen, 1967).

La arquitectura, el mobiliario y el diseño de productos, las modas y los gráficos, participaron en una revolución que llegó a expandirse por toda Europa y, posteriormente, a Estados Unidos. Esto determina un principio nuevo y se agregará a la concepción del diseño: *“La unificación de la decoración, la estructura y la función”*. (Gallo, 2011). Representa el estilo de transición que se desvió del historicismo, para expresar el presente a través del uso de nuevos materiales proporcionados por su entorno. *“Las ideas de progreso y las formas del arte del siglo XX dan testimonio de la importancia de esta transformación. La arquitectura moderna, el diseño industrial y gráfico, el surrealismo y el arte abstracto echan raíces en sus conceptos y teorías fundamentales. En lugar de decorar la estructura aplicando ornamentos a la superficie de un edificio u objeto, como se hacía en los estilos anteriores, la forma básica y la configuración del diseño del Art Nouveau, estaba a menudo gobernado por el diseño del ornamento”*. (Meggs, 1991).

Y si en Francia se hablaba del Art Nouveau, (del nombre de un conocido negocio de mobiliario vanguardista abierto en París en 1885), en Inglaterra surge el Modern Style, en Italia el Style Floreale o Liberty, en Alemania el Jugendstil, en los Países Bajos la Nieuwe Kunst, en Austria el Sezessionstil, en España Arte Joven, pero conservando siempre detrás de cada denominación el afán de la época por lograr una concepción estilística que fuera más allá de la tendencia historicista generalizada en Europa. Tantas denominaciones, pero un único motivo de inspiración: la renovación del gusto. De la austera linealidad neoclásica y del monumentalismo del siglo se llega a las líneas suaves y sinuosas, inspirada en la gracia y armonía de los motivos florales, mientras el perfeccionamiento de las técnicas y la difusión de los procesos industriales amplía de modo exponencial el número de coleccionistas y clientes del nuevo arte, disponible para la comercialización a gran escala. Estos son los albores del concepto moderno de diseño.

En Francia el maravilloso cambio de siglo que era conocido como la Belle Époque, el sentimiento se enaltecíó con el Art Nouveau. En su prosa Marcel Proust, dice: *“...en el poético y evocativo cristal de Émile Gallé, capturado entre el arte y el arte de vivir, es un período formado por genios como Monet y los Impresionistas, Maeterlink, Mallarmé, y Debussy, Cessane, Seurat, y los Simbólistas. Muy cercanamente aliados con ellos y su estética en donde Eugéne Michel, el gran Gallé, Auguste y Antonin Daum, y Henry Cros, todos estos artistas encontraron el medio ideal para expresar el espíritu de su tiempo”*. (Tschudi-Madsen, 1967).

Desde este momento, se redimensiona la concepción ornamental y se comienzan a tomar en cuenta principios racionalistas, donde la forma del objeto debía responder a sus condiciones de uso y a la técnicas empleadas para su fabricación. Se crea un estilo de elevada calidad artística con rasgos formales innovadores. Las variantes del Art Nouveau (Guimard, Gallé, Lalique, Van de Velde, Horta), como el Secession vienés (Hoffmann, Wagner, Olbrich, Loos, Klimt, Moser), el Modern Style británico (Mackintosh y la Escuela de Glasgow, Mackmurdo), el Floreale o Liberty italiano, el Jugendstil alemán (Riemerschmid, Obrist, Pankok, Endell) y el Modernismo catalán (Gaudí, Homar, Doménech i Montaner) se inspiraron en las teorías de Morris y su orientación liberalista frente a la estética de los “estilos históricos” y la exaltación de las técnicas artesanas, sin embargo aceptaban, al igual que Morris al final de su vida, la intervención de la máquina.

El Art Nouveau y sus movimientos análogos, introdujo el concepto de estética aplicada, con lo que incluía a los artistas y artesanos en una dimensión de transformaciones y lucha, ante sí y ante la sociedad en la que se hallaban insertos. Su importancia radica en su significado histórico, sobre todo en la actitud de rechazo hacia las corrientes clasicistas de finales del siglo XIX, así como por la gran inventiva de que hizo alarde, dando a los objetos de uso un interés estético. El fracaso de ambas tendencias, Arts & Crafts y Art Nouveau, se debió a su carácter de exclusividad, ya que los objetos, por artesanales y exclusivos,

resultaron demasiado caros para llegar a las masas, como pretendían, y acabaron en manos de las minorías burguesas.

El siglo XIX concluyó con el gran debate entre lo “bello tradicional” y lo “bello funcional”, consecuencia de esta crisis sería la fundación de la asociación Deutscher Werkbund en 1907 en Alemania, creada por Muthesius, el cual llegó a convertirse junto a Van de Velde, en los fundamentos del Movimiento Moderno en arquitectura y artes aplicadas. Quien por su carácter práctico reunió a mecenas, artistas, diseñadores y fabricantes, cuyo principal interés se centró en el concepto de estandarización, para conformar un arte industrial, de elevada calidad. La sociedad de masas y el desarrollo tecnológico hacían necesaria la adecuación de unos estándares cualitativos para las nuevas proporciones cuantitativas exigidas a la producción. La fundación de la Werkbund, busca la armonía de la forma y la función, sin decorativos superfluos (perfecta y pura utilidad). Las artes plásticas tendían hacia expresiones geométricas y abstractas. Lograr una cultura del pueblo y para el pueblo se convirtió en aquéllos tiempos en el desafío de casi todos los movimientos culturales innovadores, y apadrinó también la fundación de la Bauhaus.

Una de las vanguardias, la holandesa De Stijl, realizaría la experiencia del primer equipo creador de espíritu moderno al hacer coincidir en el mismo a los maestros en formas con los maestros artesanos. El neoplasticismo o De Stijl es el inspirador del racionalismo que se desarrollaría en los años siguientes. La proyección estética del neoplasticismo ha permanecido hasta la actualidad a través del diseño fundamentalmente.

3.1.2. El Legado de la Bauhaus.

“No existe ninguna diferencia cualitativa entre el artista y el artesano. Formamos una nueva corporación de artífices sin la distinción de clase que

levanta una arrogante barrera entre artesano y artista". Walter Gropius firma estas palabras en el prologo al manifiesto que ratifica la Institución de la Bauhaus Estatal de Weimar, en el momento más álgido y significativo del Racionalismo europeo pero también en el nacimiento del diseño entendido desde el punto de vista moderno.

El siguiente paso racionalista, que recoge las ideas anteriores, fue llevado a cabo por Walter Gropius al fundar la escuela de la Bauhaus en 1919. *"A lo largo de sus tres etapas se formó un interesante cuerpo docente que desarrolló la más importante labor pedagógica del siglo XX en materia artística y de diseño. Sostenía que el arte debía responder a las necesidades de la sociedad y que no debía hacerse distinción entre las bellas artes y la artesanía utilitaria. También defendía principios más vanguardistas como que la arquitectura y el arte debían responder a las necesidades e influencias del mundo industrial moderno y que un buen diseño debía ser agradable en lo estético y satisfactorio en lo técnico. Por lo tanto, además de las clases de escultura, pintura y arquitectura, se impartían clases de artesanía, tipografía y diseño industrial y comercial"*. (Dostre, 2006).

Pero a partir de aquel extraordinario elenco de talentos e ideas como es la Bauhaus, se asentó definitivamente la idea de que el arte puede irrumpir en la vida cotidiana y en las cosas de poca utilidad, siendo accesible a todos. La continua mejora de los procesos productivos, la rápida y prometedora ampliación de los mercados contribuyeron posteriormente a difundir el diseño, cuyas finalidades son producir en gran cantidad y a precios reducidos objetos, máquinas, mobiliario y utensilios, dotados de cualidades formales y funcionales. *"Se desarrolló lo que se considera, Bauhaus estilo Bauhaus, en la que se consagraba la armonía entre el arte y la máquina."* (Gropius, 1923) *Gropius expresó ..."sólo las ideas más brillantes eran lo suficientemente buenas como para justificar su multiplicación por medio de la industria, se esperaba que un diseñador instruido artísticamente pudiera hacer vivir su espíritu dentro del producto inerte de la máquina"*.

Su historia suele dividirse en tres períodos que corresponden a tres directores, o bien a las tres ciudades donde se asentó su sede: Weimar (1919-

1924) a cargo por Walter Gropius. Dessau (1925-1930) la dirección continuó a cargo por Walter Gropius, y finalmente por H. Meyer y, en 1930 la dirección fue asumida por el arquitecto Ludwig Mies van der Rohe que trasladó la Bauhaus a Berlín-Steglitz (1930-1933). Los nazis cerraron en 1933 la escuela, en ese momento sus ideas y sus obras eran ya conocidas en todo el mundo.

Tras los avances técnicos y de experimentación que supuso la etapa bélica de la Segunda Guerra Mundial, la dispersión de los maestros de la Bauhaus a los Estados Unidos coincidió con el desarrollo de una conciencia del diseño en Norteamérica, que por aquellos años 40's, utilizaba los recursos formales del Styling, o el antidiseño. *“La unidad entre técnica, forma y función que había pretendido la Bauhaus no existía en el Styling. Su único interés radicaba en incrementar las ventas mediante una fuerte carga simbólica enmascarando los productos con ornamentos superfluos”* (Communication, Bauhaus 1919-1933. Workshops of Modernity, 2009). *“La experiencia de la Bauhaus es insustituible a la hora de entender la formación de una estética- industria, en el fondo, en nuestra sociedad contemporánea todo es diseño.”* (Girad, 2003)

3.1.3. Good Design. La calidad formal y estética mecánica.

Desde finales del siglo XIX hasta mediados del 1900, los movimientos equivalentes estadounidenses fueron la Chicago School of Design fundada en 1939 y el Cranbrook Academy, fuente de ingeniosos diseños de muebles, textiles y de cerámica durante las décadas de 1940 y 1950. En Estados Unidos, surge el estilismo o formalismo (styling), el cual desarrolla un concepto de visión capitalista propio del sistema del “American way of life”, al crear productos atractivos superficialmente que desencadenan un consumo acelerado; esta filosofía se opone al funcionalismo y su mayor representante fue el diseñador industrial norteamericano Raymon Loewy. Según Tomás Maldonado: *“... corresponde a una modalidad de diseño industrial que intenta hacer el modelo superficialmente*

atrayera, para disfrazar eventuales fallas en la calidad.” Según Heskett: “... el styling está asociado a la expansión de la profesionalización del diseño en los Estados Unidos y responsable por la consolidación de la figura del diseñador como consultor de empresas, formando asociaciones con la industria norteamericana”. (Heskett, 1980).

Por otro lado, en Alemania se funda en 1954-55 la HfG (Hochschule für Gestaltung o Escuela de Ulm), esta será la continuadora de la labor de la Bauhaus, de quien se considera su heredera. En esta se crea la propuesta del Good Design, corriente opuesta al Styling, es decir, la consideración formal de los productos en relación con su propia estética. La Gute Form, o buena forma, busca formas honestas, no invenciones para vender o productos sujetos a modas.” *La mayoría de las escuelas actuales de diseño se basan en las propuestas desarrolladas en Ulm y heredadas de la Bauhaus.” (Gómez-Senent, 1986).* La escuela se cerró en 1968, y la mayor parte del profesorado se trasladó a Italia, Suiza y la misma Alemania, dando un gran impulso a estos países en el diseño o cultura del proyecto.

Esta escuela es considerada la entidad más importante creada después de la Segunda Guerra Mundial para la formación de profesionales y que ha dejado una profunda huella a nivel mundial. Varios de los institutos pertenecientes a la HfG de Ulm dieron a entender a los empresarios la importancia de integrar el diseño industrial a la producción, y para ellos crearon proyectos específicos. Se considera que su principal aporte fue crear una metodología del diseño, expresión del racionalismo y la objetividad germana que se extendió al modelo de la empresa Braun, punto de partida del movimiento “Gute Form” (Buena Forma), el cual se apegaba a la frase “la forma sigue a la función”.

Las características de los diseños de la Braun y la Gute Form son:

- Utilidad
- 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 que sirva).
- Alto nivel de diseño.
- Estímulo sensorial e intelectual (que se dirija a los sentidos y a la razón).

Lo más importante de este movimiento surgió en Alemania Oriental bajo el nombre de Kaufhaus des Ostens (La Gran Tienda del Este), que se fundamentaba en los conceptos de sencillez y consciencia. Lo primero se despliega en varias vertientes: sencillez para el usuario, ya que el producto debe ser fácil de utilizar, lo que no significa necesariamente simpleza en la fabricación. La sencillez también puede estar presente en la estructura del objeto, así como en los materiales constructivos, casi siempre reciclados o tomados de otras áreas industriales. En cambio, lo consciente se manifiesta en la forma en que cada diseñador se enfrenta a la creación de sus piezas, ya que puede dirigirse hacia la crítica social o económica. También parte de la responsabilidad ecológica desplegada en el ahorro de energía, el uso racionado de las materias primas y en prever el destino de los productos a la hora de su desecho para evitar los daños ambientales.

Los críticos tienden a considerar el "good design", el "diseño racional", la "güte form", el "machina art" etc., como los seguidores de los códigos específicos del movimiento moderno. De este modo, se piensa que sólo se siguen los fundamentos del diseño cuando se proyecta según ciertas pautas estilísticas y ciertos rigorismos metodológicos. Al diseño de este período (1947–1968), se le el nombre de "Estilo funcional" o "Funcionalismo". Era la época de la guerra fría, una era 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. A comienzos de los 80' el concepto "Gute Form" comenzó a ser cuestionado, dando un giro inesperado hacia la emotividad y la creatividad del "object trouvé" y del "ready made".

Esa idea fue la semilla del movimiento contrapuesto: el Nuevo Diseño Alemán, cuya aparición fue influenciada por el eclecticismo posmoderno. Su principal característica ha sido la tendencia a crear piezas únicas o fabricadas en series limitadas, que han echado al trasto de la basura la idea de que el diseño industrial únicamente se aplica a la fabricación en grandes volúmenes. 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 a la sicodelia. Este año se consigue la libertad personal y en este año se cierra la escuela de Ulm

3.1.4. Arte y sociedad de consumo.

Durante la segunda mitad del siglo XX el diseño industrial ha sufrido altibajos. En los 50' presentó un estilo orgánico que se manifestaba en formas redondeadas de índole naturalista, en la siguiente década se le inyectó un sentido escultórico debido al empleo de plásticos texturizados y el color. *“En los años 60' el diseño industrial pareció perder el rumbo y terminó degenerándose en una actitud de servilismo ante la cultura consumidora norteamericana, la ideología de comprar 'más por menos' y sólo se comenzó a emerger de esto en los años 90's. En los años 60's y 70's el diseño industrial tuvo una gran efectividad en el campo de la comunicación; la crisis económica de los 70's repercutió en el diseño, el mundo occidental industrializado realizaba la misma arquitectura y el mismo diseño.”* (Salinas Flores, 1992) .

En los 80's lo más importante del diseño fue, que los productos u objetos comuniquen, esto es de que, todos los objetos que rodean al hombre, cuentan una historia, hablan de una época e incluso generan remembranzas. Los objetos tienen un lenguaje propio que comunica diferentes emociones y mensajes que permiten recapacitar acerca de su fabricación y uso. Y así comprender con más

claridad cómo funciona la semiótica y el discurso retórico alrededor de los objetos que forman parte de la vida cotidiana, surge entonces, el concepto del “lenguaje del producto”. Otro concepto sobresaliente del diseño, es el de la relación entre el usuario y el producto. *“Este lenguaje se manifiesta en las funciones del diseño producto: Prácticas, indicativas, simbólicas y estéticas”*. (Burdek, 1994). 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, informativos-indicativos, es la época actual postmoderna. Los antecedentes del concepto postmoderno del diseño, están en la investigación de la semiótica. 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. Ignacio Maximiliano Ignacio de la Puente, catedrático de la Universidad de Buenos Aires, en su ensayo *“La estrategia Comunicacional y la traducción de lo verbal a lo visual*, comenta: *“Baudrillard aborda esta temática del objeto y plantea que es erróneo formular que toda cultura produce objetos, dado que el concepto de objeto es propio del modo de aprehender la realidad surgido en la Revolución Industrial. Es con ella, y a partir de ella, afirma Baudrillard, que el objeto comienza a existir con su liberación formal en tanto que función-signo, liberación que advino con la mutación de esta sociedad metalúrgica en una sociedad semiúrgica; esto es, cuando surge la problemática del estatus del objeto como mensaje y como signo.”*

Como podemos observar, el Diseño surge formulado como un tipo de lenguaje asimilable al lenguaje verbal, lo cual implicaría la posibilidad de que en el lenguaje visual también pudieran diferenciarse un significado y un significante y que, al igual que con el lenguaje verbal, pudiera establecerse un vínculo entre ambos elementos. Esta es la razón por la cual la disciplina del Diseño nace como un intento de constitución de un lenguaje de la forma que básicamente sea un lenguaje de la significación, una gramática de la forma.

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, estos se vuelven a usar. Actualmente, coexisten todos los estilos, desde la legitimación del “kitsch”, el racionalismo de líneas rectas y formas funcionales desprovistas de adornos, hasta el barroco más exaltado, es la apropiación de formas de culturas maduras reunidas para conformar una moda pasajera, la cultura del desecho, el usar y botar.

Las características del diseño postmoderno son:

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

“Después de 1945 y debido al considerable crecimiento de los negocios y de los viajes internacionales, y sobre todo a la gran rapidez de las comunicaciones, los estilos se propagan rápidamente; libros, exposiciones y revistas contribuyen a difundir las tendencias en el diseño, pero la revolución más importante fue la del software .Las 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, y al cuerpo. El diseño se globaliza, abarca el diseño gráfico, de sitios web, industrial mecánico, de creación de marcas, de identidad corporativa, de ideas conceptuales.” (Muzi, 2005).

En los 90’s se generalizan los valores ecológicos y ambientales. Ante un nuevo rebote del “styling”, y el abuso del diseño postmoderno, que fabrica aparatos emotivos y atractivos pero que no cumplen su función, surge la tendencia de una mayor honradez en el diseño, y de un retorno a la funcionalidad, al diseño de la necesidad. A finales de esa década se inició la tendencia a adaptar los objetos al cuerpo humano (ergonomía) y se ha rescatado el sentido de lo lúdico. Esta panorámica desemboca en el actual renacimiento del diseño, o lo que

en la revista Time se titula como: *“Economía del diseño, el punto donde la prosperidad y la tecnología convergen con la cultura y el marketing”*. A esto le añadimos la tendencia hacia el diseño emocional que se puede apreciar en objetos divertidos como los de la firma italiana Alessi o de la japonesa Sony, los relojes Swatch o la colorida transparencia de la computadora IMac comercializada por Apple. A raíz de esta inclinación es que surgen acepciones como “Tooltoy”, formulada por el canadiense Alexander Manu, la cual refleja la actual fusión herramienta-juguete en los productos que sobresalen en el mercado. 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, que se dio en los 90’s. Algunos diseñadores a destacar son Philippe Starck, Frank Gehry, Santiago Calatrava, Michael Graves, Sir Terence Conran. Hoy coexisten todos los estilos, desde el minimal hasta los historicistas.

Como consecuencia del receso económico de fines de la década de los 70’s y comienzos de los 80’s y también como resultado de la diversificación en industrias de alta tecnología, surge el diseñador escandinavo con una función similar a la de su homólogo alemán, holandés o norteamericano. Aunque la estética basada en las artesanías dio forma al estilo de los muebles y la cerámica, la producción de fábrica hizo y hace un uso total de las máquinas; era la industria influenciada por las artesanías, no basada en las artesanías.” *Esta tendencia se confirma por los cambios educacionales, que muestran que la formación de los diseñadores industriales, se han separado de la formación de las artesanías y las artes decorativas.*” (Muzi, 2005)

El diseño italiano es el más innovador del mundo, pero el proceso de diseño es comparable al alemán, británico, escandinavo, japonés o norteamericano, y además, como dice Umberto Eco”... *posee una filosofía del diseño, e incluso una ideología*”. Los nuevos japoneses desde los años 70’s, después del boom del diseño durante la década de los 80’s, y de los objetos disparatados que se han producido y fabricado bajo este nombre, la gente ha venido asociando el diseño con lo inútil, lo arbitrario y la moda pasajera. El

verdadero diseño no tiene nada que ver con estos conceptos.” *El término diseño ha sufrido una divulgación tan exagerada en los massmedia que actualmente nos parece trivializado y prostituido, hasta tal punto que preferimos hablar, como los Italianos, de cultura del proyecto.*” (Calvera, 2004). *“La sociedad capitalista industrializada concibe los objetos, a través de la publicidad, como objetos para el deseo, se trata de un deseo abstracto, anónimo y estadístico. Se crea la necesidad de consumir, sin necesidad, los mass-media movilizan nuestros deseos y la posmodernidad o pos industrialización trajo la antropomorfización de los objetos”.* (Campi, 2007).

Como dice Pierluigi Cattermole, director de Experimenta, *“El mundo es tomado por los seres humanos como un objeto, lo tratamos como un objeto, de ahí uno de los grandes problemas de nuestro tiempo, el medio ambiente. Estamos en la cultura de la indiferencia, y el diseño tiene que devolver la verdadera calidad a los objetos del siglo XXI”.* En los comienzos del siglo XXI estamos viviendo el paso de la cantidad a la calidad; la racionalidad de la mente se opone a la emoción, y a la sensibilidad. Como dice Philippe Starck, *“Hay que diseñar objetos para ser acariciados con la mano y con la mente, objetos que no sean superfluos; se trata de la poética de las relaciones, de la sensibilidad, que, según parece, algunos diseñadores de comienzos de este siglo y milenio, están recuperando...”.* La aportación de la cultura del proyecto a este cometido puede ser esencial, entre otras razones porque el diseño constituye una disciplina puente entre las técnicas y las humanidades, y en concreto en su labor de ajustar los sistemas y productos de la técnica a las capacidades perceptivas, operativas e intelectuales del ser humano.

“El concepto de diseño industrial y la cultura del proyecto desde el punto de vista histórico y su perspectiva actual, es la concepción, proyectación y producción de imágenes y objetos en función de las demandas físicas y psíquicas de la sociedad y de la industria” (Anderson, 2004). Este concepto, por otra parte indefinible, de lo que hoy se entiende por diseño en todas sus modalidades, nos rodea. Todo un mundo de imágenes y objetos cotidianos que representan los

símbolos de nuestro tiempo, sus mitos y valores, actúan poderosamente sobre nuestros comportamientos y deseos.

3.2. Estética: Diseño, arte y tecnología.

El Movimiento Moderno, es una de las corrientes más poderosas del siglo XX, y está fuertemente relacionada con la historia y la evolución de la arquitectura, el diseño, la ingeniería y el arte moderno. El concepto de Modernidad ya ha sido tratado por autores como Marshall Berman quien lo define como: “...*una forma de experiencia vital en el espacio y en el tiempo, de uno mismo y de los demás, de las posibilidades de la vida y sus peligros*”. Compara la Modernidad con un torbellino en el cual las mujeres y los hombres debían abrirse camino para convertirlo luego, en algo propio.

Charles Baudelaire, es considerado el padre, o, mejor dicho, el gran profeta de la poesía moderna, usa la palabra modernidad en 1859, para expresar lo que caracteriza al artista moderno. En un ensayo precursor sobre el problema del arte en la modernidad, Baudelaire diría en 1863 que "*La modernidad es lo transitorio, lo fugitivo, lo contingente, que es la mitad del arte, cuya otra mitad es lo inmutable*". El componente eterno está presidido por los principios estéticos de Aristóteles: armonía, orden, simetría, ritmo. Las formas, por su fugacidad, son expresión del fondo espiritual del que derivan. Para Baudelaire, el hombre moderno es el que se inventa a sí mismo, tanto en el plano físico como en el plano espiritual. Esa aspiración fundamentó en gran medida la aparición del dandismo, cuyo principal exponente fue precisamente Baudelaire. "*Los dandis eran jóvenes elegantes que pretendían ser modernos y despreciaban las costumbres burguesas, mostrándose como escépticos morales, ociosos, aficionados al lujo y excesivamente adornados*" (Selle, 1973).

Para Christopher Wilk, lo moderno en la arquitecturas y el diseño comienza, después de la finalización de la Primera Guerra Mundial, el dice que Walter Gropius, Sigfried Giedion y Nikolaus Pevsner están entre quienes primero reflexionaron sobre el concepto; aunque también usaron definiciones como Nueva Arquitectura o Movimiento Moderno, “...lo moderno en el mundo diseñado no existió en su forma completamente desarrollada hasta después de la Primera Guerra Mundial”. (Pevsner N. , 1983) El escritor y sociólogo alemán, Max Weber, definió la racionalización como la característica más típica de la vida moderna. Expuso que la disciplina, la rutina y la búsqueda de la perfección eran ideas provenientes de la economía que al aplicarse en el arte y la religión demostraron lo vinculadas que podían estar la economía y la cultura.”Asoció la tendencia a la uniformidad (una característica que fue muy visible en las creaciones del Movimiento Moderno) en la vida, con el interés del capitalismo por mantener la producción estandarizada”. (Pevsner N. , 1983). Una obra precursora del movimiento moderno escrita en 1908, es “Ornamento y Delito”, de Adolf Loos, a partir del cual, el racionalismo empezó a dominar el pensamiento del Diseño Moderno.

Louis Sullivan escribe en 1896, la famosa consigna:” *La forma siempre sigue a la función.*” Expresada por primera vez por el arquitecto norteamericano como una manera de decir que hay lecciones para aprender derivadas de la evolución y el crecimiento. Estas ideas ayudaron a la práctica del diseño basada en elementos reducidos, formas geométricas, superficies sin decoración e incluso un uso limitado para el color. De aquí se desprendió una filosofía racionalista, en donde el diseño se alinea con la producción industrial que promovía: la generación de beneficios y la rentabilidad.

Así, también los conceptos de objetividad y estandarización que eran normas momentáneas para la ingeniería mecánica se pasaron como leyes estéticas para el Movimiento Moderno. La racionalización puede ser visible en un objeto de Diseño Industrial cuando es ordenado, claro, lógico, controlado, medido y equilibrado, cualidades que lo acercan al mundo de lo clásico. Autores como

Nikolaus Pevsner, y Penny Sparke, explican que en el Movimiento Moderno en Inglaterra, uno de los intereses más significativos de los seguidores, era obtener efectos poéticos con los procesos de construcción: *“Los verdaderos pioneros del Movimiento Moderno son aquellos que desde el principio fueron partidarios del arte de la máquina”* (Pevsner N. , 1983) Creyeron sinceramente que la tecnología asociada a la moderna industrialización podía resolver los agobiantes problemas del día a día; la mayoría de los diseñadores y artistas estuvieron conscientemente comprometidos en crear una sociedad más justa mediante propuestas que debían ser democráticas y al alcance de las mayorías, porque se producían con las nuevas máquinas disponibles. La velocidad de transformación de la civilización aumentó, los cambios que antes llevaban siglos, pasaron a hacerse de generación en generación, e incluso en una misma generación.

3.2.1. Revolución estético-funcional de los objetos.

A principios de la década de 1960, el teórico de arte italiano Gillo Dorfles (nacido en 1910), escribió un muy interesante libro que se convirtió en una clave para entender la estética del diseño industrial, en la segunda mitad del siglo XX: *"El diseño industrial y su estética"*. En él hace varios análisis de los productos de uso cotidiano, de aquellos hechos en gran escala, y también de los arquitectónicos. Y estudia la nueva estética con que esos elementos se nos presentan.

Gilo Dorfles, en la introducción sobre el tema, escribe: *“Toda definición corre el riesgo de resultar defectuosa e imprecisa, tanto más si se refiere a un sector tan vasto y complejo como el que aquí nos proponemos tratar. Por esta razón, prefiero no dar definición alguna neta y axiomática del diseño industrial, dejando que el lector se vaya formando por sí mismo el concepto más idóneo y que mejor corresponda a la realidad de los hechos”*.

“El diseño industrial contemporáneo desafía todo concepto anterior y tradicional sobre el tema o próximo a él, por exhaustivo que sea, al haberse nombrado con ello toda una nueva concepción para la creación industrial.” (Dorfles., 1968).

Dorfles perfila su definición sobre el diseño empezando por algunos juicios del filósofo Kant sobre la belleza, y comenta, que el planteamiento teórico del concepto del diseño industrial tiene sus antecedentes en algunos postulados estéticos que se encuentran en el filósofo alemán y en los empiristas ingleses. Como principio, dice Dorfles: *“Una de las primeras condiciones necesarias para considerar que un elemento pertenece al sector que nos proponemos examinar es la de que sea producido con medios industriales y mecánicos; o sea, mediante la intervención, no sólo fortuita ocasional o parcial, sino exclusiva, de la máquina.”* El escribe muy puntualmente, *“La propia descripción de sus términos, diseño industrial, remite al objeto producido por la propia industria, sobre el que se vivencia mediante la creación de objetos, los cuales, como extensión de sus facultades, constituyen la denominada "segunda naturaleza". Sería erróneo, ante todo, considerar que el diseño industria! es una doctrina relativa a un sector que haya existido desde siempre: el del objeto utilitario. No se debe considerar el objeto artesanal como un análogo del industrial. Lo que se requiere para poder sostener que un objeto pertenece al diseño industrial es: 1) Su seriabilidad, 2) Su producción mecánica, y 3) La presencia en él de un cociente estético debido a la inicial proyectación y no a la posterior intervención manual de un artífice. Lo utilitario y funcional no es absolutamente indispensable como componente esencial del diseño industrial (antes es éste uno de los más frecuentes errores de quienes consideran aún necesaria la presencia de tal elemento funcional como la base misma del objeto producido industrialmente). En efecto, puede concebirse la existencia (y, sobre todo, se da la existencia) de objetos inútiles, o sea, puramente ornamentales.”* (Dorfles., 1968). De esto se debe de considerar que Dorfles toma la fabricación como un elemento inseparable y esencial del objeto, y hace una referencia inicial del arte objeto.

Dorfles continua escribiendo: *“El diseñador industrial es, además de la forma del objeto y su proyecto, la adecuación de éste en el espacio, el medio y el ambiente. Nada está aislado, todo objeto deberá ocupar un lugar designado, bueno o malo, con una relación, además de física, psíquica y estética. Es fundamental también su función determinada para ello. En estas dependencias se asemeja la labor del diseñador con la del arquitecto. El volumen para el diseño, con la forma del objeto, debe concebirse dentro de la plástica, como obra de escultura, para ser contemplado y destinado a una función determinada, ornamental simplemente o utilitaria. Llenar el mundo de objetos diseñados sin ningún sentido material o estético o, lo más natural, con ambos a la vez en el mismo objeto, sería provocar una invasión de las cosas más absurdas, en un mundo ya excesivamente ocupado. Angustia, que el hombre está sintiendo, y que a contrastar con sus grandes descubrimientos en el espacio celeste inconmensurable, como una falta de espacio vital y de degradación del entorno. Posiblemente sean más psicológicos sus efectos que reales. No obstante, ya es para nosotros un placer extraño, además del estético, el que sentimos dentro de un templo diseñado en épocas anteriores bajo sus grandiosas bóvedas, similar al de visitar una celda monacal desnuda de todo, en su severa y elegante pobreza”.* (Dorfles., 1968).

Así Dorfles comenta del significado que, un objeto, asume finalmente, para bien o para mal, cuando se deposita entre la gente, cuando entra en contacto con una determinada sociedad, con su historia, con sus religiones y creencias, con sus utopías, sus tabúes, con sus costumbres, con sus lenguajes, etc., para significar que se diseñan aquellas partes del proyecto de un producto que tienen que ver con la relación global, física, cultural, psíquica, etc. Del producto con la persona o las personas que lo usan y la relación también con la gente que habita los espacios donde aquel producto se encuentra. Lo que también destaca Dorfles es el carácter "iterativo", es decir, repetitivo, del diseño industrial. Y hace una relación de esto con la informática, señalando que por su condición de objeto de consumo, que lo relaciona con la inmediatez, el producto industrial puede ser estudiado según la teoría cibernética, asociándola con la comunicación. Dice Dorfles: *"El*

objeto industrial será considerado, pues, igual que cualquier otro "mensaje" capaz de proporcionarnos un determinado coeficiente informativo. Como la teoría de la información se basa esencialmente en el cálculo de la "cantidad de información" presentada por un mensaje dado, fácil será convencerse de que la información misma valdrá más cuanto mayor sea la imprevisibilidad del contenido de tal mensaje".

3.2.2. El diseño como una fuerza económica, social y moral.

Para el desarrollo de este punto se está realizando un análisis de la lectura del artículo "La *Estética Moderna*" realizado por Eduardo Javier Collins Osorio, el comenta acerca del "El sistema de los objetos" de Jean Baudrillard, que ofrece una crítica cultural de los productos de la sociedad de consumo". Collins Osorio, escribe " *El propósito del autor es analizar la relación que existe entre el consumo de los objetos en la sociedad moderna con los principios de la humanidad. Lo que pretende demostrar en este texto es que en las llamadas sociedades de consumo los objetos ya no se producen, ante todo, para dar satisfacción a las necesidades primordiales del hombre, ni tampoco a esas necesidades secundarias, pero no menos reales, de la comodidad, el esparcimiento, el lujo estético. Considera que estas tareas las puede cumplir con tal facilidad una moderna sociedad industrial superdesarrollada que por su dinamismo se volvería superflua si sólo tuviese como cometido la satisfacción de lo que el hombre real, natural y tradicionalmente, ha requerido para su existencia humana*". Desde esta perspectiva Baudrillard ha estudiado el papel de los objetos en las sociedades de consumo donde éstos ya no se producen, ante todo, para dar satisfacción a las necesidades primordiales del hombre, ni tampoco a las necesidades secundarias del lujo y la comodidad, sino que responden a aspectos psicológicos de los sujetos que los consumen.

Collins Osorio continua, *“El texto pretende contestar algunos aspectos importantes: ¿Cómo son vividos los objetos? ¿A qué otras necesidades – aparte de las funcionales – dan satisfacción? ¿Cuáles son las estructuras mentales que se traslapan con las estructuras funcionales y las contradicen? ¿En qué sistema cultural o transcultural se funda su cotidianidad vivida? Y el autor puntualmente dice: “El ambiente cotidiano es, en gran medida, un sistema abstracto: los múltiples objetos están, en general, aislados en su función, es el hombre el que garantiza, en la medida de sus necesidades, su coexistencia en un contexto funcional”* (Baudrillard, 1981). Para Baudrillard los objetos se caracterizan por su funcionalidad, lo que no califica de ninguna manera lo que está adaptado a un fin; si no lo que está adaptado a un orden o a un sistema.

Collins Osorio, analiza desde el punto de vista de la sociedad de consumo donde se constituye como un sistema irremplazable de objetos *“La relevancia de este aspecto, es que, ante el dinamismo social que vivimos dentro de una cultura de consumo, predominan los valores y principios en nuestra sociedad, como bien dice, en términos funcionalistas, los objetos han alcanzado un carácter determinante para conformar la identidad y motivación de los individuos dentro de nuestra sociedad contemporánea”*. Se trata de un sistema que se apoya en una ideología democrática, en la idea de una mejoría social que llevaría a todas las capas sociales, hacia un mayor lujo material a través de la continua adquisición de modelos. Esa democratización formal que se basa en virtud de que todos los objetos tienen funcionalidad, calidad técnica, y duración.

Para Baudrillard, el orden social asigna el status a los objetos, y es lo que se llama estilo. El comenta de varios objetos: “Pasemos a ver algunas características de los objetos que nos rodean. Por ejemplo, el reloj: El reloj es símbolo de permanencia y de introyección del tiempo. Los muebles y la decoración: El amueblamiento está en función del problema y solución. Más que en el gusto, es allí donde reside el sentido actual de la decoración: ya no se trata de implantar un teatro de objetos, o de crear una atmósfera, sino de resolver un

problema, de proporcionar la respuesta más sutil a un traslapamiento de datos, de movilizar un espacio. (Baudrillard, 1981)

En el artículo de Collins Osorio explica: “En el sistema de los objetos se determina que los colores, las formas, los materiales, su colocación y el espacio sea todo funcional.” “Lo funcional no califica de ninguna manera lo que está adaptado a un fin, sino lo que está adaptado a un orden o a un sistema: la funcionalidad es la facultad de integrarse a un conjunto” (Baudrillard, 1981). En el texto, se considera que los objetos permiten el equilibrio “neurótico” en el ser humano, “...desempeñan un papel regulador en la vida cotidiana, en ellos desaparece mucha neurosis, se recogen muchas tensiones y energías en duelo” así, por ejemplo, el objeto-reloj devora al tiempo, no sólo por el hecho de saber la hora, sino por “poseer” la hora, por tenerla continuamente registrada para uno mismo, además, por hacer al individuo esclavo del tiempo medido entre sus manecillas. Dentro de la sociedad tecnificada, el sistema de los objetos ejemplifica la fragilidad de lo efímero y la recurrencia a la repetición, una constante búsqueda de satisfacción que, a su vez, genera decepción”. En la sociedad de consumo, nos enfrentamos a una saturación y sistemática integración de objetos, donde éstos sustituyen la relación entre las necesidades básicas y las técnicas o secundarias. ¿A cuántos no conocemos que sin su celular se sienten incomunicados, sin tener conexión con internet se sienten off-line, o sin tener a su disponibilidad un auto se sienten imposibilitados para desplazarse? Por otro lado, dentro del sistema comercial que nos domina, hay un aspecto que incluye la acción de compraventa, es claro que la noción de personalización es algo más que un argumento publicitario, es un concepto ideológico fundamental de una sociedad que, al personalizar los objetos y las creencias, aspira a integrar mejor a las personas.” Termina comentando Collins Osorio en su texto.

Es así como Baudrillard menciona, que tanto la producción como la elaboración de productos tienen un impacto directo en la reproducción de los patrones de comportamiento social; considera así que *el modelo* tiene como característica principal perdurar al paso del tiempo, aun cuando exista una

constante búsqueda de innovaciones que se convierten en elementos de moda. Sin embargo, *la producción en serie* tiene una estrecha relación con el valor de uso, porque se adhiere precisamente a la idea de la moda. Podemos observar que, en la actualidad, los esfuerzos por la estilización de los objetos (aun ante la promoción que se da para el consumo de mercancías de tipo personalizado) originan, por regla general, un *monocromismo* y un *monoestilo*. “*El estilo no es en el fondo más que un estereotipo, la generalización sin matices. De esta manera, las formas se vuelven infinitas por lo que podemos alcanzar cierta personalización de los gustos y necesidades en la sociedad, pero a su vez su producción permite la creación de las modas. Se propone a la inmensa mayoría, en la serie, una gama ilimitada, y a una ínfima minoría, una matización infinita de modelos*” (Baudrillard, 1981).

En la sociedad de consumo, se encuentra cada vez más lejana la igualdad pese a la creencia liberal que se pueda tener. Desde el punto de vista de la publicidad, el *crédito* es un argumento decisivo en la estrategia del deseo ya que el aspecto psicológico determina el interés por los objetos, el autor comenta “*El crédito es mucho más que una institución económica: es una dimensión fundamental de nuestra sociedad, una ética nueva*”. *Se trabaja soñando con adquirir: la vida es vivida conforme al modo puritano del esfuerzo y de la recompensa, pero cuando los objetos están allí, es que han sido ganados, son un anticipo de la suma de esfuerzos y de trabajo que representan, su consumo precede, por así decirlo, a su producción*”.

Los objetos no tienen como destino, de ninguna manera, el ser poseídos y usados, sino solamente el ser producidos y comprados. No se estructuran en función de las necesidades, sino que se sistematizan en función del orden de la producción y la integración ideológica. En ese sentido, la publicidad no es un fenómeno complementario al sistema de los objetos, si bien no se encuentra presente en el proceso de la producción de los objetos o en la práctica directa de las cosas, la publicidad existe porque trata al consumo y porque se convierte en objeto de consumo, se vuelve consumible como objeto cultural. Comenta: “*La*

publicidad se designa a sí misma, es ella la que mejor nos dirá qué es lo que consumimos a través de los objetos. Creemos que lo que consumimos es el lujo de una sociedad que se exhibe por sus bienes creando una "cultura". "La demostración del producto no convence en el fondo a nadie: sirve para racionalizar la compra... sin creer en el producto, se cree en la publicidad que me quiere hacer creer." (Baudrillard, 1981)

En consecuencia, el individuo se vuelve sensible a la protección y la gratificación por la persuasión ofrecida a través de los mensajes publicitarios, más que por el discurso retórico o informativo. A manera metafórica, Baudrillard considera que esto parte de la lógica de la creencia y de la regresión, como bien ejemplifica en el texto con *"la lógica de Santa Claus"*: *"La creencia en Santa Claus es una fabulación racionalizadora que permite preservar en la segunda infancia la relación milagrosa de gratificación por los padres (y más exactamente por la madre) que fue la de la primera infancia. Esta relación milagrosa, cumplida en los hechos, se interioriza en una creencia que es la prolongación ideal. Esta novelería no es artificial: está fundada en el interés recíproco que tienen las dos partes en preservar esta relación. Santa Claus, en todo esto, carece de importancia, y el niño cree en él porque, en el fondo, no tiene importancia. Lo que consume a través de esta imagen, esta ficción, este pretexto (y en lo cual creerá inclusive cuando ya no crea), es el juego de la solicitud paternal milagrosa y el cuidado que ponen sus padres en ser cómplices de su fábula."*

En términos generales, el análisis del autor se concentra en una premisa: en la era del consumo, es la sociedad global la que se adapta al individuo. Es decir, se adelanta a sus necesidades con todo el cuidado para adaptarse a él mismo. A través de la sumisión y la devoción a los objetos, la sociedad se ha apropiado de la idea de bienestar. *"En su función concreta, el objeto es la solución a un problema práctico. En sus aspectos "inesenciales", es la solución a un conflicto social y psicológico"*. (Baudrillard, 1981) Así, mediante categorías freudianas y saussurianas, y con una perspectiva esencialmente marxista, consigue transmitir todas las ideas candentes de la época. Baudrillard propone

una triple clasificación de los objetos que solemos usar cotidianamente: funcionales, no funcionales y metafuncionales. (Selle, 1973).

3.2.3. La producción industrial en masa y la abstracción de la estética.

Bajo el término de Movimiento Moderno, se conocen todos los trabajos que los artistas, diseñadores o arquitectos desarrollaron bajo la influencia de la máquina que era considerada como la principal fuerza transformadora de aquellos momentos. Quienes atacan el Movimiento Moderno dicen que la creencia en la posibilidad de lograr un mundo mejor mediante la acogida de la tecnología, era necesaria en los años que siguieron a la Primera Guerra Mundial porque era una época de reconstrucción en la cual se necesitaban nuevas maneras de vivir y la aplicación de otras formas de pensamiento científicas y tecnológicas en todos los aspectos de la vida. *“Salir a la calle en ciudades de hoy, puede significar encontrar sus huellas en creaciones del paisaje urbano como edificios, formas o imágenes, al hacer simplemente un reconocimiento de sus formas estéticas. Es decir, acercándose a estas creaciones a través de la percepción mediante los sentidos, de formas, materiales, colores o texturas”* (Burdek, 1994).

Esto quiere decir que las huellas no habría que buscarlas en las creaciones fabricadas o producidas en los primeros cuarenta años del siglo XX, cuando se propusieron los ideales del Movimiento Moderno, sino, buscarlas en productos del Diseño Industrial actual, para constatar si conservan los principios que dieron origen a su ideología que luego, por supuesto, dio como resultado una estética o un lenguaje. Las ideas del Movimiento Moderno se expresaron a través de una estética basada en la preferencia por la abstracción, el entendimiento del diseño como una práctica que aplica elementos reducidos, formas geométricas, un uso restrictivo para el color, un aprovechamiento de las posibilidades de nuevos materiales industriales en la generación de objetos orientados hacia la

funcionalidad más que a la comunicación y el significado, la consideración de factores productivos, constructivos, económicos y simbólicos y el conocimiento de los materiales su lenguaje como un camino para proponer formas creativas y óptimas en un objeto. Algunos autores comentan al respecto: *“Hay quienes creen que vivimos con su legado en términos materiales y espirituales: Los edificios que habitamos, las sillas donde nos sentamos, el diseño gráfico que nos rodea, todos han sido creados con la estética y la ideología del diseño moderno”* (Gallo, 2011). *“El diseño es la aplicación de los planteamientos del movimiento moderno: crear desde dentro de la tecnología; fabricar según sus potencias y requerimientos, no en contra de ellos; idear formas originales de la industria que integren belleza, técnica, funcionalidad y economía. El diseño no es arte: es proyecto de bienes de uso. El arte se especializó para calmar el hambre espiritual, y la industria para aliviar el hambre material. Su descubrimiento es el gran mérito histórico del llamado movimiento moderno.”* (Olivares, 2012)

“El diseño industrial se actualiza en el artefacto cultural”, comenta David Esteban Rodríguez Villate *“...sin duda, pero ante todo es un acto creador; de allí que para los diseñadores el objeto nace o vuelve a nacer en el caso de ser intervenido una vez más. “Si algo nace tiene que morir más en ese transitar ocurre un eufemismo, la construcción de una atmósfera tan objetual como subjetiva, tan textual (estetizada) como contextual (estraestética), que libera al objeto de su carga trágica y efímera que le impone el decorado y la moda”.* (Villate, 2006). Para el diseñador industrial, los usos del objeto cotidiano apuntan hacia un entorno que entrelaza múltiples sentidos desde puntos de conexión ya no discursivos, sino experienciales en la de la emoción, el sentimiento, la meditación, la materialidad y la utilidad. *“Migramos de una estética de “lo bello” anclada en el arte, tan contemplativa como moral, que se aferró en el gusto individual; a una de choque y “goce programático”, tan relativa como procesual, tan étnica como socio-cultural, cuya sensibilidad cruza pasadizos perceptuales y representacionales a veces bajo la ilusión del modelo de la realidad, otras en la plataforma del simulacro; de cualquier manera, en los intersticios epistémicos, estéticos y*

simbólicos que causa la comunicación audiovisual y las nuevas tecnologías de la imagen". (Villate, 2006).

En la estética y diseño de un producto, su aplicación dentro de un contexto social, cuando un objeto nace y se proyecta, interesa también cómo transita y desde luego, cómo muere y es recordado entre los sujetos que lo usaron, lo padecieron y admiraron "en su condición de ser social". De la producción y distribución a la recepción en uso y consumo. (Villate, 2006).

3.2.4. Los nuevos materiales.

En el siglo XX, los diseñadores tenían a su alcance un extraordinario mundo de nuevos materiales. Nunca antes se había tenido una gama tan grande de innovación. Muchos de los objetos, están hechos de materiales que simplemente no existían antes de la era moderna; las mejoras continúan realizándose en los materiales tradicionales, tales como el vidrio, madera y acero, sin embargo, una serie de nuevos materiales, la mayoría sintéticos, fueron inventados. Muchos de estos fueron fabricados para la defensa militar, especialmente durante la Segunda Guerra Mundial. Con los nuevos materiales, los diseñadores exploraron sus posibilidades estéticas y su extraordinario rendimiento, y los guiaba a nuevas funciones, aplicaciones y formas innovadoras. Quizás la mejor palabra para describir el nuevo material es plástico. El plástico presenta grandes cualidades como la flexibilidad, y ser moldeable, así como las resinas y los polímeros, que son materiales muy maleables. El sueño constante de superficies sin juntas se ha convertido en una realidad inherente en el mundo de los materiales plásticos, resultando en objetos aún más complejos en sus perfiles, curvas, y grosores.

Uno de los primeros sintéticos fue el Plexiglas (hoja de metacrilato de metilo) introducido en 1936, por Rohm & Haas. Gilbert Rohde fue uno de los

primeros en aplicar este nuevo material a sus diseños, comenzando con su silla hecha de una sola hoja de plexiglás de asiento a respaldo unido a patas de acero. La transparencia y su ligereza del nuevo material son cualidades que atrajeron a Rohde. Un ejemplo es el LCP Chaise Longue de Maarten Van Severent, disponible en diferentes colores de policarbonatos transparentes, que está doblado como un listón. La Cone Chair de Fernando y Humberto Campana logra una transparencia elegante con un significado económico y fabricado en policarbonato.

Los avances en la tecnología de la madera contrachapada, permitió a los diseñadores la oportunidad de formar curvas compuestas, maderas curvadas como si fueran hechos de un nuevo material sintético. El Leg Splint de Charles and Ray Eames, fue creado en 1942, para las personas de la Naval heridas durante la guerra, llevaba al material a sus límites de flexibilidad. La experiencia ganada durante el tiempo de guerra, fue aplicada en sus sillas, cuyas formas fueron anticipadas por Charles Eames y Eero Saarinen, ganador de la competencia de Organic Home and Furnishing realizada por el MoMa en el año de 1940. Cuando los Eameses cambiaron a fiberglass, el rendimiento del material permitió un diseño de silla en la cual el respaldo, el asiento y los brazos están formados por una sola placa de poliéster.

Los nuevos materiales tales como el policarbonato y las fibras de carbón, permitieron formas en los objetos aún más delgados y ligeros, sin juntas visibles. La Stacking Side Chair de Verner Panton fue hecha moldeando el poliuretano. El color fue integrado al material, lo que hizo que no fuera necesario aplicar el color en la superficie. Las fibras de carbono (material de grafito), apreciado por su ligereza y fuerza, ha tenido un enorme impacto en la industria de artículos deportivos por sus habilidades de mejorar la resistencia. Tal vez el ejemplo más sofisticado para esto es John Barnard y sus diseños para Ferrari Formula 1 Racing Car. El mono casco es un panel de fibras de carbono y fibras sintéticas de Kevlar-material originalmente desarrollado para la industria aeronáutica, por ser fuertes, más rígido y ligero que el aluminio.

El cartón corrugado, desarrollado a finales del siglo XIX, como una protección para los paquetes de mensajería, es económico, y muy disponible, el cual Frank Gehry había usado frecuentemente para la construcción de modelos de arquitectura. Intrigado por su función y sus cualidades visuales, produjo varias colecciones de muebles llamadas Easy Edges y Rough Edges, en los años 70's y 80's respectivamente, lo cual generó una reconsideración en los valores de estética de los materiales, así como también en sus procesos de manufactura. En el momento en el que Gehry considero que la mayoría de los muebles eran "*pesados, caros y tiránicos*", ofreció en vez "*figuras estructurales y decorativas que eran útiles, limpias y liberadoras*". Por otra parte, los muebles fueron hechos con un sofisticado proceso industrial. Los valores sociales que Gehry asocio al cartón recordaba el rol que jugó el plástico en los años 50's y 60's, cuando representaban la economía y la democracia.

Toda esta evolución de la estética, representó un rompimiento de los paradigmas anteriores, en donde como se ha visto tomó una fuerza económica y social dentro del mundo moderno. El MoMa, como una Institución Cultural, toma todos estos aspectos y los muestra a través de sus diferentes exposiciones, creando un legado histórico cultural, dentro de la sociedad contemporánea. En el Capitulo siguiente se realizará un recorrido por las principales muestras y colecciones, así como, el análisis de los objetivos morales, artísticos, tecnológicos y culturales que rigen en el museo.

IV. MARCO REFERENCIAL.

El MoMa a través de sus exposiciones identifica las innovaciones estéticas surgidas en el Modernismo y Postmodernismo y va a establecer la relación y análisis, de cómo el Diseño Industrial, se basó en nuevos materiales y programas. Si la máquina y su estética alimentaron un pensamiento racional basado en la eficacia del principio de funcionamiento, el programa de la industria que conformaba, la acción de esa máquina, de los hombres que la alimentaban y de los espacios que la organizaban, constituyó el campo experimental por excelencia no sólo de una concepción espacial innovadora, sino también del riesgo que representaba utilizar nuevos materiales.

El MoMa y sus colaboradores reconocen no sólo la más alta síntesis de la función y la belleza, sino también la creencia en la necesidad de adherirse a un proceso de diseño que utiliza la función como un generador de la forma, en donde, el diseño se torna más y más relevante como modelo de cultura, en todas las esferas de la actividad humana; esta es la constante misión del MoMa, en apoyar el discurso y práctica y deducir el criterio del curador y la idea o concepto que se difunde en el arte de nuestro tiempo.

4.1. MOMA. Exposiciones de diseño Industrial.

En la década de 20's surgió un grupo de personas vinculadas a las artes, las finanzas y las letras en Nueva York, la idea de crear un museo de arte contemporáneo cuyos principales objetivos fueran adquirir las mejores obras de arte moderno y presentar, a través de exposiciones, la obra de los maestros más importantes de la vanguardia. El Museo de Arte Moderno de New York, más conocido como MoMa, es uno de los museos más prestigiosos del mundo, su coleccionismo no se centró exclusivamente en la pintura ampliándose a la escultura, el dibujo, el grabado, la cinematografía, la fotografía y el diseño. La fundación de esta importante Institución tuvo lugar en 1929 como una entidad privada, beneficiándose de numerosas donaciones de sus miembros o de

empresas. En 1928, Lillie P. Bliss, Mrs. Cornelius J. Sullivan (Mary Quinn) y Mrs. John D. Rockefeller Jr.(Abby Aldrich), se unen con la intención de cambiar el gusto de los americanos e intentar cambiar las políticas conservadoras de los museos tradicionales. De esta forma deciden crear un museo dedicado exclusivamente al arte moderno. El arranque definitivo se produce a partir de 1934, cuando Lillie P. Bliss donó un importante número de cuadros de su propiedad, acción secundada por importantes mecenas como Simon Guggenheim, J.D. Rockefeller, A.C. Goodyear o S.C. Clark.

En mayo de 1929, las tres fundadoras invitaron al señor A. Conger Goodyear a ser el presidente del comité que creara el nuevo museo. El aceptó y se unieron Mrs. W. Murray Crane, Frank Crowninshield y Paul J. Sach. Durante el verano de ese mismo año buscaron un lugar donde instalar el museo y contrataron como director de la colección a Alfred H. Barr Jr.. El Museo tuvo su primera ubicación en el piso doce del Heckscher Building, de la Quinta Avenida, al principio, el MoMA, se planteaba una política “*evangélica*” ya que su fin era “*propagar un arte casi ignorado*”. Según West, gracias a la forma de exponer el arte y el hecho de evitar la altivez y el prestigio, consigue acercar el arte moderno al pueblo y logra hacerlo popular, un arte creado por individuos que se expone en forma de “*living rooms*”, el trabajo del museo se concentraría en enfatizar la Arquitectura Americana y las artes industriales y comerciales.

En 1939, es inaugurado el nuevo museo diseñado por Philip L. Goodwin y Edward D. Stone. Este nuevo edificio tenía casi tres veces el espacio expositivo que el edificio antiguo y, además, un jardín de esculturas diseñado por John McAndrew. Al mismo tiempo que celebraba la apertura del museo en el lugar que sería el definitivo, organizaba la exposición titulada *Art in Our Time*, organizada por Philip Johnson, con motivo de su décimo aniversario. En esta exposición estaban representados todos los departamentos, pintura y escultura, dibujos y grabados, arquitectura, diseño industrial, cine y fotografía. Finalmente, el hecho de ayudar a utilizar el arte moderno, significaba para Barr, el enseñar el cómo las artes visuales tienen cada vez más importancia en la vida cotidiana desde el punto

de vista material y espiritual. La multidisciplinariedad que defendía Barr para el museo se demuestra en la exposición que en 1934, se trata de la primera exposición de diseño de la historia, *Machine Art*, en esta exposición se pretendía entrelazar el diseño moderno, con la arquitectura de estilo Internacional. Barr escribiría en el prólogo del catálogo editado al efecto: *“Si queremos poner fin al divorcio entre nuestra industria y nuestra cultura, debemos asimilar la máquina no sólo desde un punto de vista económico sino estético”*.

A partir de este momento el Museo organizaba muestras sobre el diseño contemporáneo, en realidad se trataba de incluir la cultura de masas en el museo. *“Los objetos presentados, algunos bien conocidos al haber sido diseñados por arquitectos y diseñadores como Marcel Breuer, Le Corbusier o Gilbert Rohde, eran esencialmente, muebles y objetos utilitarios, manufacturados.”* (Heskett, 1980) Se trataban de objetos que no entraban en la categoría de las “artes decorativas” sino en la de diseño industrial. La exposición fue presentada a la prensa como: *“La belleza-matemática, mecánica y utilitaria – se ha determinado su selección para la exhibición en la exposición, independientemente de su diseño, fue pensado por el artista o Ingeniero o fue simplemente el resultado inconsciente de la eficiencia, obligada por la producción en masa”*. (Santiago, 1993)

El MoMa, en las décadas de 1940 y 1950 consiguió un insuperable aumento de nuevas adquisiciones, creándose dos colecciones: la experimental y la permanente, destinadas a recoger arte de plena vanguardia y obras de reconocido prestigio. Otro de sus principales objetivos sería ayudar a los hombres y mujeres a disfrutar, entender y usar las artes plásticas de su tiempo. El hecho de que el Museo de Arte Moderno de Nueva York (MoMA), se considere como un acontecimiento en el mundo del arte contemporáneo, es por dos razones fundamentales: en primer lugar, es el primer museo que considera que el arte moderno debe exponerse en espacios diferentes al del arte heredado, ya que él mismo es una ruptura con el pasado, y en segundo lugar por el carácter interdisciplinar e innovador en sus diferentes departamentos.

Como se comentó anteriormente, el diseño moderno es la técnica de hacer rápida, simple y bien los objetos de uso cotidiano, se debía encontrar una idea para terminar con el divorcio entre la industria y la cultura. Tal vez la mejor exposición donde se pudo apreciar este fin, fue la encargada a finales de 1949 a Edgar J.Kaufmann,Jr. El trabajo consistía en preparar la exposición más extensa de artes aplicadas al diseño. El programa se llamó *Good Desing*, se trataba de introducir la relación entre arte y comercio. *Good Desing, a Joint Program to Stimulate the Best Modern Desing o Home Furnishings*. “La meta de esta exposición conjunta era informar a los consumidores y a los fabricantes sobre los productos de diseño moderno y conseguir que estuvieran disponibles en el mercado. Para ello se organizaron simposios, mesas redondas, programas de radio y se realizaron publicaciones.” (Santiago, 1993). Según Riley y Eigen, *Good Design* buscaba la expansión y la transformación del diseño en el ámbito comercial en los Estados Unidos. Las exposiciones tituladas *Good Desing*, fueron realizadas junto con el Merchadise Mart, de Chicago desde 1950 hasta 1955.

La colección de arquitectura y diseño del MoMA, posee, en la actualidad, más de tres mil objetos de uso cotidiano que representan elementos presentes tanto en las casas como en las oficinas o en las fábricas, máquinas de escribir, vajillas, automóviles, muebles, radios y hasta un helicóptero. “La selección de los objetos expuestos se basan fundamentalmente en dos criterios: calidad y significación histórica. Las manifestaciones populares del Art Decó, no se encuentran representados”. (Comunication, MOMA Highligts since 1980, 2007)

Un gran mérito del MoMA, consiste en el hecho de haber conseguido musealizar la Bauhaus, al incluir entre los departamentos de su museo otras manifestaciones culturales del siglo XX, además de la pintura y la escultura. De esta forma, como en los talleres de la Bauhaus, se comienza a considerar obra de arte, la arquitectura y el diseño, unidos a la fotografía o el cine

4.1.1. Exposición, Objects: 1900 and Today



Fig . 2
Objects: 1900 and Today. Primera
exhibición de diseño.

El MoMa, refleja el extraordinario impulso y promoción, en la historia del diseño moderno. En conjunto con la arquitectura, el Diseño Industrial, formó parte del Museo desde el principio, de acuerdo con Alfred H. Barr, *“Es la visión e inspiración en una nueva unidad de las artes en nuestros tiempos”*. A diferencia de la arquitectura, el diseño no estaba dotado de una teoría substancial, que sirviera como punto de partida para que los curadores pudieran aceptar o negarse en contra de los objetos a exhibirse. Desde la primera exhibición de Philip Johnson, *Objects: 1900 and Today* y *Machine Art*, en 1933 y 1934 respectivamente, a la reciente exposición de Peter Reed, *AUTObodies, speed, sport, transport*, y la instalación de 6 automóviles para la apertura de MoMa’s QNS en 2002; *“Los curadores han tenido que lidiar con un territorio virgen, estableciendo criterios para el ideal moderno, y conjuntamente, pidiendo a esos mismos objetos una confirmación empírica de su construcción.”* (Phillip, 1933). El poder intelectual de su trabajo y la de sus colegas, sólo puede ser reconocido después de haber contemplado la complejidad, la fuerza, la variedad y la coherencia de la colección de objetos de Diseño Industrial. *“La colección de diseños contiene alrededor de 4,000 elementos, comprende de objetos tan diversos como una secadora de cabello, tablas de surf, sillas, microchips y un helicóptero. Todos en conjunto, reconocen no sólo la más alta síntesis de la función y la belleza, sino también la*

creencia en la necesidad de adherirse a un proceso de diseño que utiliza la función como un generador de la forma.” (Antonelli, Objects of Design, 2003).

La pasión de Paola Antonelli, curadora y directora del Departamento de Arquitectura y Diseño del MoMa comenta, *“Es un momento de la historia, en donde, el diseño se torna más y más relevante como modelo de cultura, en todas las esferas de la actividad humana, y se celebra la constante misión del MoMa, en el apoyo al arte de nuestro tiempo”.*

La colección de diseños del MoMa se ha formado a lo largo de 75 años por un gran grupo de curadores. Dentro de este grupo reside Philip Johnson, Eliot Noyes, Edgar Kaufmann, Jr., Mildred Constantine, Arthur Drexler, entre otros, donde han jugado un importante rol en la construcción de esta colección de objetos de diseño, *“También existe una curiosa alquimia que la misma colección de objetos manifiesta por su misma existencia, definiendo lo que podría denominarse como su sentido colectivo. En este sentido, la individualidad de objetos es participe de la subsecuente construcción de la colección en una forma impredecible, pero crítica.” (Terence, 1998)*

“La Basculant Chair no solo se expresó como una metáfora de la máquina, sino que, se fabricó bajo condiciones mecánicas, es decir, producidas en masa en una fábrica con las técnicas industriales. Uno de los fines de la producción fue el de reducir costos y hacer que el objeto fuera accesible a toda la creciente clase media. El enfoque de la producción en masa excluye la extensa colección de objetos hechos a mano (aunque existían algunos) así como también prototipos y artículos de lujo, que rara vez fueron coleccionados.



Fig.3.
Christopher Dresser. Jarra para vino. Vidrio
plata y ebano. 42.2x 13.3x10.2cm. 1880



Fig. 4
Charles Rennie Makintosh. Cuchillo para
pescado y tenedor. Níquel plateado. 1900.



Fig.5.
Charles Rennie Makintosh. Side Chair..
Roble y seda. 138.1x50.8x45.7 cm.. 1897



Fig.6.
Antoni Gaudi. Banca para rezar. Madera y
hierro forjado. 82.9x113x66cm. 1898-1914.



Fig.7.
Hector Gimard. Mesa lateral. Madera. 75.9x
52.1x 45.4 cm 1904-07.



Fig.8.
Louis Comfort Tiffany. Vasija. Vidrio
soplado. 52.1x 27.9x11.4 cm. 1913



Fig.9.
Gerrit Rietveld. Silla Roja y azul. Madera
pintada.86.7x66x86.8cm 1923.



Fig.10
Le Corbusier. Basculant chair. Acero
cromado tubular, lona. 66.3x65x66cm. 1927.

4.1.2. Exposición, Machine Art



Fig 11. Machine Art. Segunda exposición de diseño.

La exhibición del MoMA de 1934 presentaba 400 piezas como hélices, baleros, bobinas, resortes y envases de vidrio para laboratorio, montadas en pedestales y consideradas obras de arte, así como las esculturas de Jean Arp y Constantin Brancusi. El empuje de la exhibición era puramente estética, basada en la belleza involuntaria de la máquina. Alfred H. Barr Jr. Y Philip Johnson, eligieron objetos que demostraban “la belleza-matemática, mecánica y utilitaria” y demostraban la “forma pura”. La estética minimalista de esos objetos, fueron diseñados únicamente con la función en la mente, recordando los ideales geométricos que aspiraban los elementos de belleza de Platón. Cada objeto era reducido a sus componentes básicos. Esos objetos eran hermosos en parte porque tenían una función pero más que nada porque encarnaban la influencia dinámica de la máquina. Mientras, que su funcionalidad era reconocida, los curadores citaban a Platón (*Philebus*) en el catálogo: “*Por la belleza de la forma yo no quiero decir, como la mayoría de las personas suponen, la belleza de las figuras vivientes, pero para hacer mi punto más claro, me refiero a líneas derechas y círculos y figuras planas o solidas, hechas en torno, regla y escuadra*”.

“La selección de los curadores de objetos industrializados diseñados combina un ritmo derivado de la repetición de la forma de las sensuales

superficies de los materiales modernos, tales como porcelana, aluminio y acero.. Un número de piezas de muebles en la presentación fueron producidas por reconocidos arquitectos y diseñadores contemporáneos, como Marcel Breuer, Le Corbousier y Gilbert Rohde. Sin embargo, la mayoría de los objetos no fueron creados por artistas, arquitectos o diseñadores pero si por maquinas.” (Putman, 1988) Sin sorpresas, la exhibición creó mucha controversia por su contenido y generó mucha atención en la prensa, tanto positiva como negativa, que iban desde caricaturas hasta ensayos filosóficos. La fascinación por la belleza de la máquina fue mundialmente difundida en los primeros años del siglo XX, gracias al trabajo de Francis Picabia, el purista francés Amédée Ozenfant y Fernand Léger y por último, Le Corbuiser. *“En América, cuando la máquina fue exaltada a estado de culto, el fotógrafo Margaret Bourke-White capturó un mundo para la portada de la revista de Life cuando “los dínamos eran más hermosos que las perlas”; Charles Demuth pintó depósitos de grano, asemejándolos a templos radiantes con luz; Chales Sheeler fotografió una planta de River Rouge de Ford Motor Company, declarando: Nuestras fabricas son sustitutos de las expresiones religiosas”.* (Putman, 1988). En 1934, los ideales estéticos del *Machine Art* son reconocidas por las adquisiciones del Museo como las pinturas de escenarios industriales de Chales Sheeler, *American Landscape* (1930) y las formas limpias y poco adornadas de Brancusi, en su escultura *Bird in Space* (1928).

Los principios platónicos sobre la belleza y la estética involuntaria de las maquina y los productos industriales siguieron inspirando las adquisiciones del Museo. Ejemplos de estos, son el *Cookie Cutting* de aluminio de un diseñador desconocido, el cual hace eco a una turbina o el engrane de una máquina, así como también el *CSS/Winfield Unique Key Card*, un simple rectángulo de acero inoxidable, con un patrón de perforaciones: un preciso y elegante diseño geométrico diseñado sin embellecimiento alguno. Sin embargo, las nociones de lo que constituye la belleza siguen evolucionando. *“Muchas de las adquisiciones recientes residen con múltiples posibilidades, opuesto a una pura idea de la forma.”* (Antonelli, *Objects of Design*, 2003).

La Desk Lamp de Édouard-Wilfred Buquet en 1927, fue adquirida en 1977 y apelaba la estética de la maquina en sus materiales, latón niquelado y aluminio, pero también un interés en el bioformismo, la parte del esqueleto que gira como el hombro de un ser humano, codo o la cintura, y permite incontables ajustes. Una Hairdryer hecha por Müholos Ltd. Entre 1910 y 1930, fue adquirida en 1986, y hace alusión no solo a un brazo sino a un cuerpo entero. Las brillantes formas redondeadas del Steamliner Meat Slicer, diseñada en 1940 por Egmont Arens y Theodore C. Brookhart y adquirida en 1989, traía a la mente la carcasa de un animal. Las Industrias Mallory 1991 3-Dimensional Cams, fueron adquiridas en 1992, estaban hechas de aluminio, un material típico con un muy particular terminado exuberante. Eran partes de maquinas hechas por máquinas (computadoras) para máquinas, con curiosas y complejas superficies distorsionadas. El diseño en computadora era un método inimaginable en los años 30's, y resulto en una variedad inadvertida de objetos hermosos, que continuaron siendo explorados en diversas formas en la colección.

En el Museo en 1990, la exhibición de *Information Art*, el paradigma del arte de la maquina dio un giro de forma de un modo industrial a uno eléctrico, mientras que la estética se convertía mas y mas abstracta. “*Esta exhibición exploraba el diseño de la microelectrónica, planos de vías electrónicas para los circuitos integrados, impresos, aumentados y generadas en computadora, montadas en las paredes de la galería. Estas máquinas electrónicas minúsculas no estaban destinadas para el ojo humano, pero crearon una irresistible obra de art abstracto, un vez que su partes geométricas fueran reveladas. Visto desde un punto de vista en el lenguaje electrónico, así como en múltiples niveles de un contexto contemporáneo, estos trabajos continúan expandiendo la definición de la belleza.*” (Putman, 1988).

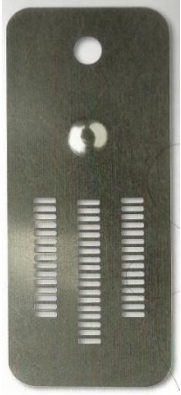


Fig. 12 CSS/Winfield. Unique Key Card. Acero inoxidable 8.9x3.8cm. 1934



Fig. 13
Édouard-Wilfred Buquet. Desk lamp. Nique
plateado, aluminio, madera laqueada.
91.5x15cm 1927



Fig. 14
Arthur Young. Bell-47D1 helicopter.
Aluminio, acero y acrílico.
281.3x302x1271.9cm..1945



Fig.15
Sven Wingquist. Engrane Acero cromado.
4.4x 21.6 cm. 1907

4.1.3. Exposición, Modern Ideal

Barr formo muchas de sus más importantes impresiones del diseño moderno, así como del arte. Pero tal vez, su mayor impresión, y la que más consecuencia tuvo en el futuro del Museo, fue con la visita a la Bauhaus en Dessau. Revolucionario programa multidisciplinario en arte y diseño. Trabajos individuales hechos en los talleres de la Bauhaus, como el Ashtray cilíndrico niquelado de Marianne Brandt, o geométrico el Chess Set abstracto de Josef Hartwing, apelaron a la ya establecida apreciación por los simple, al respeto y elegante composición de Barr. Sin embargo lo que más interesó a Barr fue la aparente unidad de los principios de la Bauhaus, que crearon un mundo moderno, desde la tipografía para vajilla, ropa, performance, muebles, arte y arquitectura. Barr experimento la síntesis de la producción de la Bauhaus en todas las dimensiones. Para Barr, un aspecto importante de la Bauhaus y de los objetos que eran producidos e inspirados, era la idea de que el arte y el tan llamado arte útil podían ser unidos en el mismo nivel de discurso.

El ideal moderno es tan bien capturado en la producción de la Bauhaus, que prueba ser una fuente de inspiración, teniendo un resurgimiento en tiempos de la post guerra en el Movimiento de Gute Form de la Ulm School así como también del MoMA, con su programa de exhibiciones de Good Design en los años 50s. Descartando lo inevitable de nuevas y retadoras posiciones en la profesión del diseño, las circunstancias han creado su ideal que permanece hasta nuestros días.



Fig. 16.
Mariane Brandt. Jarra para agua caliente.
Níquel plateado,, ébano y rafia. 17.5x7.6cm.
1924



Fig. 17
Le Corbusier. Chaise Longue. Acero cromado, piel. 67x58.4x 158.4 cm. 1928



Fig. 18
Marcel Breuer. Wassily Silla. Acero cromado tubular y loneta. 71.8x78.1x71.1 cm. 1927-1928



Fig. 19
Lilly Reich. Mesa para jardín. Acero tubular, laminado esmaltado. 70.8x68.7cm. 1931

4.1.4. Exposición, Useful Household Objects under \$5.00



Fig. 20
Useful Household Objects under \$5.00.
Exposición Diseño

En 1938, el Museo hizo equipo con un grupo de minoristas para exhibir los diseños más recientes que eran accesibles al consumidor promedio. La

exhibición se titulaba *Useful Household Objects under \$5.00*, y consistía en objetos de buen diseño, que abarcaran accesorios de cocina, accesorios para viaje de baño, hasta cristalería, revestimientos de paredes y cortinas, todo debajo de \$5.00. Fue exhibida en 7 ciudades más, aparte de New York, en lugares que iban desde universidades hasta tiendas departamentales y tiendas pequeñas especializadas. Los objetos eran seleccionados por el curador John McAndrew, de acuerdo, al material y al proceso de manufactura. La exhibición fue todo un éxito y tuvo una respuesta tal que le siguieron una serie de exhibiciones anuales de Useful Objects. Duró 9 años hasta 1947, mientras el término de *useful* continuaba vigente, el precio subió al paso de los años hasta llegar a \$100 dólares en 1947. En otras presentaciones los objetos reflejaban los años de guerra, por ejemplo, los objetos seleccionados para el año de 1942, se presentaron en *Useful Objects in Wartime under \$10* exhibición de objetos hechos con materiales utilizados en la guerra: como metales, plásticos.

“A diferencia de los objetos incluidos en Machine Art, los objetos útiles presentados aquí no son coleccionados primeramente por la pureza de su forma, sino por la integración de una funcionalidad innovadora y a menudo por el uso de sus nuevos materiales. En otras palabras, en el caso de los productos útiles la forma y la belleza máxima siguen a la funcionalidad.” (McAndrew, 1940). Productos como una linterna que se doblaba, el diseño ergonómico de una cuchara tenedor, botellas clavadas una en la otra, o una canasta para ensalada hexagonal plegable, modifican formas establecidas para mejorar el uso. El Glass Frying Pan y el Baking Dish, por ejemplo, son, no tan directamente, responsables de innovaciones en el vidrio (Pyrex, o vidrio de boro silicato resistente al calor), pero surgió a partir del esfuerzo durante la guerra de reducir el uso de metal en los aparatos de cocinas. El uso de la Baquelita, el primer material sintético, a finales de los años 20s y en los principios de los 30s para aparatos eléctrico y partes de automóviles, por su superioridad en propiedades de aislamiento y rigidez, resultando una modificación radical en el Electric Hairdryer. El PVC (vinyl), Melanina, polietileno, polietileno y el nylon todos fueron inventados en los años 30s, pero no entraron al mercado comercial hasta los años 50s después de la

guerra. Tuvieron un efecto revolucionario. Todo desde el Tupperware, uno de los primeros productos en emplear el polietileno en sus numerosas variaciones, como el Container for Liquids, hecho en molde por soplado, explotaban su dureza a bajas temperaturas y el bajo costo de su producción. Desde los años 60's a la fecha, las espumas de poliuretano expandido, wet-look poliuretano, el brillante ABS, el acrílico transparente y los elastómeros termoplásticos, no solo transformaron el panorama de lo domestico, sino que vino a reflejar un aumento en el transitorio, desechable e impermanente estilo de vida.

“La serie de Useful Objects pondera la idea de estandarización, de crear un buen diseño universalmente disponible. El testamento de la primera exhibición fue que lo útil y el buen diseño no tenía que ser caro, y una creencia de que la funcionalidad estética de los objetos debería estar disponible para todos. Con la invención del plástico y productos desechables, esta búsqueda se volvía más factible que nunca.



Fig. 21
Diseñador desconocido. Canasta para ensalada. Acero. 48.3x40.6cm. 1953.



Fig. 22
Diseñador desconocido secadora de pelo eléctrica. Niquel plateado, madera y baquelita. 22.3x 12.7x23.8cm.1928.



Fig. 23
Earl Silas Tupper. Jarra y cremera .
16.5X16.8cm cremera 10.8x10.8x 81cm
jarra. 1946



Fig. 24
Godtfred Kirk Christiansen. Lego building
bricks Plastico ABS... 1.1x3.2x1.6cm
1954-58



Fig. 25
Maria Benkson y Sven-Erick Juhlin.
Tenedor ergonómico. Plástico y acero
inoxidable. 18.4x3.2x1.9cm 1978.



Fig. 26
Emilio Ambasz. Linternas. Plástico ABS.
10.2x3.2x2.5cm. 1983

4.1.5. Exposición, Modern Nature

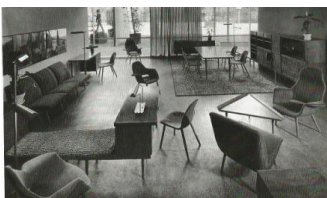


Fig. 27
Organic Designs in Home Furnishings.
Diseños ganadores

Para muchos diseñadores a finales del siglo XIX, la naturaleza significaba la libertad, la espontaneidad y la belleza. La naturaleza ha proveído de un modelo de inspiración sin límites formales y con posibilidades estéticas llenas de simbolismos y metáforas. Muchos de los diseñadores que le deben su inspiración a la naturaleza a menudo son estructuralmente lógicos y exhiben innovaciones en materiales y formas.

En 1933, el Museo comparó el diseño contemporáneo con el Art Nouveau de fines de siglo, donde Johnson reconoció que el trabajo abstracto geométrico de los años 20's y los de finales del siglo XIX son modernos y totalmente libres de la tradición de diseños basados en los estilos históricos. Sin embargo, comentó: *“Los diseñadores anteriores, incapaces de inventar formas abstractas, se basaron en las de la naturaleza”*.

Otra exposición en el MoMa, fue la de Alvar Aalto, en 1938. En ella mostró su innovadora silla plegadiza, sus floreros de cristal y su arquitectura. *“Uno de las grandes aportaciones de Aalto, fue el poner un rostro humano a la tecnología. “Cada vez más, le daba una mayor prioridad al aspecto psicosexual del diseño, forjando una notable síntesis de las ideas románticas y pragmáticas y reflejar su interés por el hombre común.”* (Loewy, 1951) Esto se demostraba de muchas maneras, incluyendo la elección de los materiales naturales, especialmente abedul, y mostraba su contenido emocional y asociativo, el cual generaba un vocabulario formal expresivo.

Algunos diseñadores creían que la verdad universal podía encontrarse en los datos observados en la naturaleza. Para muchos diseñadores finlandeses, tales como Tapio Wirkkala, la naturaleza prácticamente definía una identidad de diseño nacional, sin embargo su trabajo logró un reconocimiento internacional y transcendental en sus orígenes locales. La relación entre materiales, procesos y tecnología jugaba un rol importante en la evolución formal del diseño orgánico. Por ejemplo, las posibilidades en curvar o laminar la madera, explorado por Thonet, Aalto y Eames, entre otros, empujaron a los materiales a sus límites. *“La exploración por nuevos materiales sintéticos, tales como el plástico y compuestos, llevaron a la proliferación de formas orgánicas en gran parte porque las formas*

curvilíneas que mejoran, el rendimiento del material. Los procesos computarizados de manufacturación han liberado más la imaginación de los diseñadores.” (Dreyfuss, 1955). Las formas orgánicas ahora son posibles en el diseño y arquitectura, más de lo que podían soñar los anteriores diseñadores o lograr a través de procesos individuales hechos a mano. La relación contemporánea entre los materiales y la tecnología fue explorada por el Museo en su más reciente exhibición *Mutant Materials in Contemporary Design* of 1995, en donde incluía el MX5 Miata Automobile Tailing como un ejemplo efectivo de este fenómeno.

La relación entre el diseño y la naturaleza es la biomimética (de bios, que significa vida y mimesis que significa imitar) en donde los ingenieros y diseñadores estudian la eficiencia de las características de la naturaleza en orden para crear nuevos materiales y formas. La naturaleza es considerada como una fuente de la cual debemos aprender más que de un depósito de materiales en bruto. *“Al hacerlo la biomimética reconoce a la naturaleza no solo por sus modelos de materiales y formas, sino a redescubierta su moral y sus valores ecosensibles.”* (Communication, MOMA Highlights since 1980, 2007)



Fig. 28
Alvar Alto Silla Paimo. Madera laminada
doblada. 66x 60.3x 88.3cm 1931-1932



Fig.29
Isamu Noguchi. Mesa. Madera de ébano y
cristal. 39.7x 127x 91.4cm. 1944.



Fig. 30
Tapio Wirkala. Platón Madera. 25.1x2.5cm.
1951



Fig. 31
Philippe Starck. Taburete. Aluminio.
97.8x54x57.5cm.1990



Fig. 32
Charles and ray Eames. Chaise Longue.
Espuma, plástico, madera y metal
82.5x148.8x87cm.1948

4.1.6. Exposición, Mutant Materials in Contemporary Design.



Fig. 33
Mutant Materials in Contemporary Design.
1995

Las nuevas tecnologías y materiales pueden proveer al diseñador de una increíble libertad artística, pero como explicó una vez Charles Eames: “Como con cualquier herramienta, el concepto y la dirección deben venir del hombre. La mente creativa rara vez se conforma con la forma en que se hizo antes”. Aunque el Museo ha tenido una larga historia en la exhibición y colecciones de diseños innovadores, no es sino hasta ahora que se ha explorado explícitamente la relación entre “mente y materia”, en 1995 en la exhibición de *Mutant Materials in Contemporary Design* la exhibición presentó a nuevos y tradicionales materiales aplicados de maneras inesperadas, “la producción de una nueva cultura material una que es compleja y en un estado de cambio y adaptación continua”. (Antonelli, *Objects of Design*, 2003) Los objetos hechos de cerámica, vidrio, plástico, compuestos, metales y otros materiales demostraron su carácter mutable, la habilidad “de lograr una personalidad diferente”. Aunque muchas de las innovaciones fueron realizadas en laboratorios químicos, la exhibición deja en claro que la estética y las posibilidades prácticas deben venir de la mente del diseñador.



Fig. 34

Verner Panton. Silla. Poliuretano. 81.6x
48.9x57.3cm. 1959-60



Fig.35
Massimo Vignelli. Vajilla. Melamina. 27.3x
37.5x25.1cm. 1964



Fig.36
Frank O. Gehry. Bubbles Chaise lounge.
Cartón corrugado con un retardante para
quemaduras. 70.5x 73.7x 194 cm. 1987



Fig. 37
Stephen Armelino. Mascara contra balas.
Kevlar y resina de polietileno.
28x17.1x9.5cm. 1983

4.1.7. Exposición, Good Design.

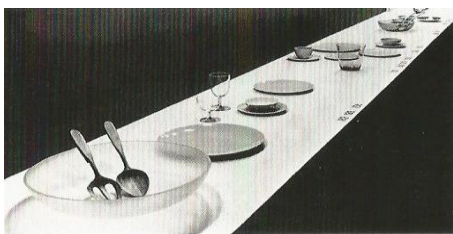


Fig. 38
Good design. Exhibición 1952.

Entre los años 1950 y 1955, el Museo patrocinó una serie de exhibiciones de Good Design, intentando influir en los compradores por mayoreo, quienes determinaban que artículos o muebles aparecían en las tiendas por todo el país, así como también convencer a los fabricantes del gran potencial de mercado que tienen los objetos con buen diseño. El mercado de ventas al mayoreo más grande de toda América, y se realizaba una vez por año dentro de las instalaciones del MoMA. Sus objetivos eran: uno educacional, en la medida en que el Museo se esforzó en circular las exhibiciones en escuelas, universidades y tiendas departamentales; y dos también comercial, en el deseo de expandir el mercado consumista a través de una estrategia compleja de exhibiciones, publicaciones, simposios, comerciales y encuestas de opinión. La meta máxima era el de influir y alentar el consumismo de buen gusto a través de presentar una selección basada en “la intuición visual, la función, construcción y precio.”

La serie fue concebida y organizada por Edgar Kaufmann, Jr., hijo de un empresario de Pittsburg, quien fundó una próspera tienda departamental (Macy’s). Como muchas propuestas de diseño en ese tiempo, y sin el entrenamiento formal, su perspicacia y su ojo como curador lo debe a la observación y a la experiencia en la comercialización del departamento de muebles para casa, en las tiendas de su padre. Se unió al staff del Museo en el año de 1946, en el final de la serie de Useful Objects, Kaufmann tuvo visión de una amplia colaboración entre el arte y el comercio para su programa de exhibiciones.

Como las actividades realizadas por el Werkbund, la serie de Good Design fue una respuesta a la prosperidad de la postguerra, y fue “cuando los

diseñadores y manufactureros encontraron un territorio en común en su deseo de mejorar la calidad de la vida diaria, a través de la tecnología.” (Chermayeff Serge, 1944) .

Las ideas visionarias de Kaufmann continúan vigentes, en un tiempo en el que el mercado americano es impulsado en gran medida por la imagen y la marca, y todos los intentos de traer el buen diseño al hogar, están hechas por una promoción de imágenes y el prestigio. Trató de llevar el al público a las normas de un criterio usando un conjunto de principios: *“que la cualidad de los objetos sea juzgado en las bases de la forma, que el precio sea adecuado para todos medios de personas, que haya un interés en los materiales y procesos de producción y que exista sobre todo una apreciación por las estética.” (Deniso, 2005)*



Fig. 39
Jorge Ferrari Hardoy. BKF chair. Piel y metal. 87.3x83.2x73cm. 1938



Fig. 40
L.M. Ericsson Telephone Co..ABS Plastico, nylon. 23.2x9.8x 11.1cm. 1955



Fig. 41
Magnus Stephensen. Cubiertos. Acero inoxidable. 1955



Fig. 42
Vico Magistretti. Eclipse lámpara de mesa.
Aluminio Laqueado. 17.8x11.4 cm. 1966

4.1.8. Exposición, Good Design for industry.

Algunos de los mejores ejemplos en el Diseño Industrial del siglo XX fueron producto de una fuerte colaboración entre los diseñadores y manufactureros. El Museo ha reconocido los meritos artísticos de esos productores e incluso ha dedicado una retrospectiva completa a su trabajo. La primera exhibición de este tipo fue la de *Olivetti: Design in Industry* en 1952, en donde la compañía italiana fue reconocida como ejemplo de un diseño corporativo excepcional. El Museo declaró: *“La compañía de Olivetti, está liderando a las corporaciones occidentales en el campo del diseño”*.

Premios similares podrían ser otorgados, como por ejemplo a la compañía de Apple Computer. Otras compañías han producido objetos hermosos, pero la obsesión de Apple’s con su CEO Steve Jobs con el buen diseño ha distinguido a la compañía entre los demás. El Museo ha adquirido objetos de Apple, desde la primera Macintosh 128K de 1984, y la Mac SE diseñada por el consultor Hartmut Esslinger de la compañía de Frogdesign, hasta diversos objetos diseñados por varios elementos del equipo de los años 90s. El actual Apple Design Group, bajo el liderazgo de Jonathan Ive, constantemente produce objetos de belleza extraordinaria.

“A través de la historia del diseño, una nueva idea o una nueva tecnología ha ofrecido la chispa a través de la cual, muchas grandes compañías se han creado. En algunos casos, los diseñadores, se convierten en los empresarios. Dos ejemplos son Michael Thonet y su reconocida e innovadora compañía de muebles austriacos, fundada en la segunda mitad del siglo XIX, y Baron Marcel

Bich y su compañía manufacturera de plumas Bic en 1953.” (Deniso, 2005). En Alemania, varias industrias interesadas en el diseño, le han enseñado al mundo la importancia de los altos estándares, no solo funcional sino en el aspecto estético, en productos de diseño. En 1851, el arquitecto liberal Gottfried Semper, en su ensayo Wissenschaft, Industrie und Kunst (Science, Industry and Art), analiza el impacto de la industrialización aplicada a las artes. Le siguieron otros ensayos, los cuales invocaron a la conciencia del esfuerzo de la estética aplicada a la producción industrial. En el siglo XX, ejemplos de arte excepcionales aplicados al diseño corporativo y a la industria pesada, son Braun y Volkswagen, por nombrar dos de las más conocidas compañías. El Museo dedico una exhibición a Braun en 1964. “Otras compañías comparten la misma pasión por el diseño. Algunas como Swatch y Sony, los cuales son historias de mucho éxito. Otros como Brionvega o Bang and Olufsen, descansan en los confines de lo histórico o nichos del gusto. Sin embargo, están unidos a la creencia de que el buen diseño es creado para educar a todos los niveles corporativos sobre la importancia del diseño como una fuerza económica, social y moral.” (Antonelli, Objects of Design, 2003)



Fig. 43
Marcello Nizzoli. Lettera 22 máquina de escribir portátil. Metal esmaltado.
8.3x29.8x32.4cm. 1950



Fig. 44
Macintosh SE Home Computer. Plástico ABS y otros materiales. 34.3x24.8x27.3cm.
1984



Fig.45
Micro Compact Smart car. Smart car coupé.
Hierro y termoplástico-
154.9x150.8x254.9cm. 1998



Fig. 46
Gerd Alfred Muller. Máquina para cocina
multipropósito. Metal y plástico. 1957.

4.1.9. Exposición, The Object Transformed

En 1996, el Departamento de Arquitectura y Diseño del Museo organizó una exhibición, *The Object Transformed*, la cual consistía, en su mayoría de obras de arte inspiradas por objetos de diseño. Los curadores para la presentación delimitaron con una previsión extraordinaria los paradigmas que se convertirían en el enfoque principal de la teoría del diseño, en las décadas por venir. En particular, Arthur Dexler, el director del departamento, y la curadora Mildred Constantine, pusieron en relieve el empuje emocional del diseño. Ellos escribieron: *“La fuerza de tal compromiso emocional es a menudo deplorado por aquellos que les interesa el “buen diseño”... la mayoría de los objetos ocupan, lo que se llama zona psicológica templada... Los contenidos emocionales que nosotros asociamos con cualquier objeto depende más que el objeto por si mismo... Asociaciones ocultas pueden ser reveladas cuando un objeto es relacionado con otro, o en otro caso sacado del contexto, o cuando un solo detalle es removido o alterado. Si la metáfora resultante es lo suficientemente poderosa, aún el más ubicuo artefacto, puede ser transformado en un objeto de lo emocional, en vez de, utilidad práctica: una obra de arte”*. La fantástica representación de de las cosas diarias por, entre algunos, Kusama, Meret Oppenheim, Man Ray y Bruno Munari, revisaron la

conexión entre el arte y el diseño dentro del Museo, y mostraron la necesidad de amplificar las raíces orgánicas y modernistas de la colección con una sensibilidad más Surrealista, Dada y Pop.

Otra importante exhibición fue la de Emilio Ambasz, *Italy: The New Domestic Landscape* en 1972, la cual marcó un momento crucial del Museo sobre el diseño moderno. La exhibición generó numerosas adquisiciones. Entre ellos está la Tubular Chair de Joe Colombo, los cojines Malitte de Matta y la Sacco Chair de Piero Gatti, Cesare Paolini y Franco Teodoro, la Mezzadro Seat y el Toio Floor Lamp de Achille y Pier Giacomo Castiglioni, peculiares objetos confeccionados y aparentemente Pop como el Moloch Floor Lamp de Pesce, la Pillola Lamp de Cesare Casati y C. Emanuele Ponzio; y desviaciones icónicas como las Rocks de Piero Gilardi.

Shiro Kunamata tomo reglas establecidas del diseño modernista y las filtro a través de una sensibilidad japonesa a finales de los años 80's. De manera similar, el trabajo de la Vermelha Chair por Fernando y Humberto Campana fue la muestra más importante en la cultura local. Ciertamente, muchos diseñadores contemporáneos mostraron influencia de países como Brasil, el cual basaba su diseño en la artesanía. *“La colección de diseño del Museo siempre ha sido incluyente multidireccional y subjetiva, que en las últimas décadas del siglo XX. Una nueva sensibilidad, considera la emoción y lo ergonómico como componentes funcionales en el diseño, una cultura que contribuye a un valor fundamental en el proceso por el cual las cosas se hacen, la introducción de la computadora, y el nuevo rango de materiales y técnicas se han expandido de gran manera el criterio original para el diseño en el siglo XX. Lo que permanece constante es la búsqueda por una claridad de propósito y una economía de significados, atributos que siguen caracterizando la actitud moderna en el diseño”.* (Antonelli, Objects of Design, 2003)



Fig. 47
Bruno Munari. Tenedores. Plata. 21.6cm 1958

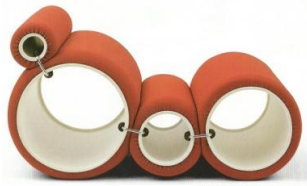


Fig.48
Joe Colombo Silla tubular con elementos combinables. PVC, poliuretano, tela. 73.7x 40.7x 42.8cm. 1969



Fig. 49
Archille y Pier Giacomo Castiglioni. Toio lámpara de piso. Acero, níquel, otros materiales. 215.9x 19.7x 21cm. 1962



Fig. 50
Archille y Pier Giacomo Castiglioni. Primate kneeling taburete. Plásticos de polietileno, vinyl y acero. 47.6x47x 79.1cm. 1970



Fig.51
Gaetano Pesce. Silla Golgota: Dacron fibra de vidrio. 99.1x 47x 70.5cm. 1972



Fig.52
Gaetano Pesce. Feltri chair Lana y resina poliéster. 1273x140 x71.1 cm. 1986

V. PROPUESTA TEÓRICO- METODOLÓGICA.

El Moma ha elaborado una historia lineal y evolutiva del arte moderno, llegando a fijar cánones del relato sobre la modernidad artística. A través de sus exposiciones, y a partir de la aparición de la máquina, o, para ser más exactos, de la técnica con sus posibilidades de reproductibilidad mecánica e industrial, es el principal promotor de este fenómeno de la innovación estética a través del diseño industrial.

El paso del diseño a los Museos como objeto museable, marca la pauta, para analizar con una visión específica, de tres culturas, consideradas como punteras en el diseño industrial: la italiana, la japonesa y la americana.

Se propone a través de un modelo resaltar los aspectos más importantes de la historia de estos países, en relación a la innovación y estética en su cultura. Se revisarán las relaciones entre diseño, arte y tecnología, en los países representativos, también se analizarán los criterios del MoMa en la selección del objeto museable, y se realizará un estudio histórico del inicio de las exposiciones de diseño vinculadas a nombres de artistas y diseñadores, para abarcar los cambios tecnológicos, científicos y culturales.

5.1. Diseño italiano.

5.1.1. Descripción.

Para entender el diseño italiano, tenemos que mirar hacia atrás en el pasado desde lo reciente hasta la cultura antigua y la herencia artística de la península de la Europa central. Los profesionales del diseño italiano han trabajado profundamente en él, absorbiendo todas las formas de verlo, de pensarlo y hacerlo transformándolo hábilmente en objetos de uso cotidiano. “*Dadas las numerosas*

direcciones que el diseño italiano ha tomado y la variedad de formas producidas por los diversos artistas que trabajan en el campo, el diseñador italiano es una figura difícil de caracterizar. En Italia, el diseño creativo tomo un lugar dentro de la cultura de la manufacturación que no solo incluye la industria moderna sino sofisticada, continúa y regenerada artesanía tradicional. El diseño italiano se mueve constantemente entre dos capacidades, como en un juego de acierto y negación que es lo que el diseño maduro debería ser siempre. Porque combina la creatividad, la originalidad, innovación y la habilidad de adaptarse rápidamente al mercado, lo que le ha ganado un reconocimiento internacionalmente para darle el membrete de Made in Italy (Hecho en Italia).” (Vergani, 2001)

“Casi todos los diseñadores italianos están entrenados en el campo de la arquitectura y de las artes visuales (aunque la cultura humanística italiana ha permitido a algunos técnicos e ingenieros participar con significado y representación además de la función), el mejor diseño italiano opera independientemente del mercado.” (Celant, 1994). La riqueza del Diseño Italiano reside en la heterodoxia intelectual, impuesta por la verdadera autonomía original por artistas abriendo senderos que pueden ser apreciados solo con el tiempo. Este espíritu poco convencional es la fuente de la manera italiana de crear y de diseñar, un verdadero concepto de matices de modernidad mantenida a través del constante ajuste e ininterrumpida investigación experimental.

Por otro lado Italia, también representa un caso de estudio interesante. El excepcional diseño italiano que conocemos hoy, nació en los inicios de los años 50s, cuando varios talentos en arquitectura se reunieron con varios manufactureros ilustres en busca de productos. *“Estas compañías basadas en la familia reaccionaron de manera positiva tanto a las ideas sofisticadas de los arquitectos como a las oportunidades para las transferencias tecnológicas provistas por las industrias de la guerra inactivas.” (Celant, 1994).* Juntos, establecieron una fórmula colaborativa, basada en el intercambio de ideas y conocimientos tecnológicos, los cuales dieron frutos hasta los años 60s.

“Achille y Pier Giacomo Castiglioni, Vico Magistretti y Marco Zanuso, por ejemplo, aunque genios del diseño, tal vez nunca hubieran logrado sus éxitos sin

la receptividad particular de los manufactureros. Asimismo, muchas compañías establecidas que creían en contratos con grandes comisiones, pero también en la imitación de un estilo ecléctico, como Cassina, nunca hubieran podido volverse pioneros del diseño sin dichos diseñadores. Porque se han mantenido pequeños, estas compañías pueden aún producir prototipos y aprobar experimentaciones que las grandes compañías multinacionales con gastos generales gigantescos, no podrían costear” (Bonsoni, Italian Design, 2003). Las características, junto con el nivel extraordinario de artesanías disponibles en Italia, permiten a estas compañías de proveer a los diseñadores de todo el mundo un apoyo excepcional para la innovación en el diseño.

5.1.1.1. Italia, la Tierra del Diseño.

“Diferentes naciones han alcanzado su éxito en el diseño en diferentes momentos a lo largo del siglo XX, Francia fue en los años de 1910 y 20s y para Alemania fue durante los 30s y los 40s, y por último a los Estados Unidos y Escandinavia compartieron los años 50s. Italia se adueño de casi todos los años 60s y principios de los 70s.” (Branzi, 1988)

Durante los años 50s en Italia, algunos arquitectos talentosos pero desempleados, se encontraron con algunos fabricantes de iluminación industrial en búsqueda de productos, justo como, en el pasado, las industrias químicas y mecánicas, vieron las aplicaciones para sus numerosas innovaciones. En conjunto las tres partes establecieron en colaboración una fórmula basada en la puesta en común de sus conocimientos técnicos, sus sueños y sus metas. Esta estrategia dio buenos frutos en los años 60s, como Giampiero Bosoni, y los mejores ejemplos del diseño italiano todavía reflejan esta fuerte colaboración y relación continua, *“dando a los diseñadores un incomparable apoyo para la experimentación.”* (Branzi, 1988).

“Antes de la Segunda Guerra Mundial, solo algunas compañías compartían esta actitud, y muchas de ellas eran de la industria de la comida y

maquinaria pesada, tales como Campari (licor), Pirelli (procesos de elásticos y derivados) y Olivetti (máquinas de escribir y máquinas de sumar), pero en los años 50s el modelo muchos lo adoptaron como Achille y Pier Giacomo Castiglioni, Vico Magistretti, Ettore Sottsass, Gae Aulenti y Marco Zanuso, por nombrar seis de entre los gigantes diseñadores que vivían en Italia en ese tiempo, y que no hubieran logrado el éxito sin la recepción única de los fabricantes italianos. De igual manera, Cassina, por ejemplo nunca se hubieran convertido en el pionero del diseño sin la colaboración de los diseñadores”. (Celant, 1994). Estas compañías eran principalmente familiares, y se encontraban principalmente en la parte norte y centro de Italia, eran receptoras de diseñadores y de sus ideas sofisticadas. Por otra parte, el auge económico de los 50s aportaba suficiente combustible financiero para compañías en lanzamiento. Algunas fueron creadas desde ceros para aprovechar las nuevas tecnologías, en 1949 el ingeniero Giulio Castelli fundo Kartell para explotar la invención del polipropileno.

Otras eran iniciadas por diseñadores que querían fabricar sus trabajos en serie. Mientras tanto, en adición a la efervescente interdisciplinariedad de la escena nacional, nuevas publicaciones como *Domus*, *Abitare* y *Casabella* provocaron un dialogo vivido con el resto del mundo. En conjunto con Milan Furniture Fair, establecida en 1961, y el Milan Triennales, se realizaron una serie de exhibiciones temáticas internacionales de arquitectura y diseño cada tres años en un edificio dedicado en la ciudad, las cuales fomentaron la difusión del diseño italiano. Italia se sentía como el epicentro del diseño en el mundo.

“El momento dorado del diseño Italiano a nivel mundial culmino en 1972, en la exhibición Italy: The New Domestic Landscape en el MoMA. El trabajo de diseño del colectivo de Memphis en los años 80s y la actividad de los fabricantes postmodernos y post industrial como Alessi ejemplifican el método italiano de diseñ, (más a tono con la industria de la moda “colección”), que se ha convertido en una clave para los catálogos de venta de las compañías y no tan enfocada en las firmas de los diseñadores, sustentandor la imagen de la marca y la cualidad de los estándares de la compañía.” (Deniso, 2005)

El MoMA representa el diseño italiano, selectivamente, escoge y selecciona entre las riquezas que documentan la excepcional contribución que Italia a aportando a la historia del diseño moderno. En las galerías de Arquitectura y Diseño del Museo una inevitable soberanía del diseño italiano rige algunas plataformas, a través de objetos que son eclécticos, innovadores e innegablemente elegantes, incluyendo iconos como Libro Chair de 1970 del Gruppo DAM y Studio Gruppo 14, y Cesare Casati y C. Emanuele Ponzio con su Pillola (Pill) Lamp de 1968, además de los favoritos como la Sacco Chair en 1968, por Piero Gatti, Cesare Paolini y Franco Teodoro. Jasper Morrison, Sebastian Bergne, Patricia Urquiola, Ronan y Erwan Bouroulles como algunos de los grandes diseñadores contemporáneos que se han casado con las familias manufactureras de Cappellini, Moroso o De Padova, y todos son ricamente exhibidos en la colección del MoMA.

Desde mediados de siglo, las compañías de diseño en Italia han mantenido su carácter experimental y, por lo menos por ahora, han atraído a los mejores talentos del diseño en el mundo.

5.1.2. Análisis. Diseño Italiano 1861-1945

1861-1918.	<p><i>Avance económico.</i></p> <ul style="list-style-type: none">• <i>Hay un resurgimiento económico en Italia, en la producción y en los bienes de consumo.</i>• <i>Crece la demanda de la diversificación de los productos y las cualidades estéticas son muy importantes tanto para los productos artesanales como los protoindustriales.</i> <p><i>Humanismo VS. Ciencia</i></p> <ul style="list-style-type: none">• <i>La visión que dominaba estaba fuertemente basada en la diferenciación entre tecnología y arte.</i>• <i>El Politécnico de Milán o se estableció en 1863, entrenó a los artesanos para tener una visión de una producción industrial e instauraron una nueva cultura transformando a grandes masas de la población en una clase trabajadora.</i>• <i>Crecen nuevas escuelas técnicas con 3 ramas de especialización: Artes Industriales, Diseño Industrial y la capacitación para mujeres en sastrería enfermería.</i> <p><i>Academias de Arte y Artes Aplicadas:</i></p> <ul style="list-style-type: none">• <i>A principios de del siglo XX, el Filósofo Benedetto Croce, tuvo una gran influencia en considerar que la tecnología y el arte chocaban entre sí.</i>• <i>Creación de Institutos Politécnicos, en un período experimental del Diseño Industrial, cuyas palabras claves eran: flexibilidad, productos en el mercado, el trabajo como un proceso creativo y el diseño como una herramienta de investigación.</i> <p><i>Diseño de Mobiliario: Art Nouveau y Regionalismo:</i></p> <ul style="list-style-type: none">• <i>Crece un idealismo por recrear una nueva estética italiana en las artes y en la conciencia social, influenciados por el art Nouveau. Con trabajos de Dullio Cambelloti, Vitorio Grassi, estudiantes de la Escuela Romana y la clase trabajadora, para crear una comunicación simple y más expresiva.</i> <p><i>Nuevas áreas de investigación:</i></p>
------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Se rompe con los modelos dominantes europeos, para dar paso a la innovación lo inesperado y lo ecléctico, se revigoriza y se impulsa un metalenguaje radical típico del vant-gardes. Como ejemplo de este lirica modernismo abstracto: Lucio Fontana y Fausto Melotti, en las artes decorativas, Vittorio Zercchin, con sus visiones Bizantinas, Mario Fortuny en su Tecnología Romántica y Carlo Bugatti, el conocido diseñador de automóviles.</i> <p><i>Avant-garde y el metalenguaje: futurismo VS. Metafísica (1909-1918):</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Primer movimiento artístico Avant- garde desarrollado en Europa, en poesía y literatura Fillippo Tomamaso Marinetti, los pintores Giacomo Balla y Umberto Boccioni, el arquitecto Antonio Sany'Elia, el compositor Luigi Russolo, etc. Que afectaron profundamente la cultura del arte y diseño.</i>
--	--

1919-1945	<p>Regreso al orden: Regresión artística (1919-1922).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se termina el futurismo, después de la la Guerra Mundial, en 1919, la estética, entra en una fase de regresión, debido a la ideología que prevalecía en ese momento. • En el periodo entre guerras, el régimen Fachista que rigió Italia entre 1922 y 1943 tenían ciertas características inusuales por el Régimen en donde la relación entre las artes y el diseño era complejo y ambiguo. <p>Movimientos totalitarios en Europa:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entra en crisis la industria pesada, del hierro y el acero., se regresa a los métodos de producción semi- artesanales. El régimen Fascista que rigió de 1922 a 1943 creó una relación muy ambigua entre arte y diseño. <p>El fascismo en las artes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El regreso al orden en la post guerra se vio clara mente expresado en la corriente artística figurativa por el Grupo Novecento, su
-----------	--

	<p>propuesta fue crear una nueva síntesis formal a través de una purificación purista de la composición, precisión de la línea y sobriedad en el color.. Sarfatti lo llamó “un clasismo moderno, con una regresión a las leyes clásicas del dibujo y la composición.</p> <p>El racionalismo Italiano:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Emergió en 1926 con Gruppo Sette, Luigi Figini, Giuseppe Terragini, Sebastiano Larco, Guido Frette, etc, creando un dialogo con la Geometría- Racionalista. El Diseño Italiano está enraizado en este movimiento, a través de la exploración de las formas clásicas reinterpretadas en términos Metafísicos interpretadas por el Grupo Novecento. • En 1933, la primera Triennale, en Milán presenta proyectos arquitectónicos y objetos domésticos que reflejan el Racionalismo Europeo, creciendo hasta 1936 su influencia en las artes aplicadas • Se unen a los más avanzados conceptos de la nueva objetividad de la Bauhaus <p>Importación del Modelo de producción americano: Fiat y Olivetti (1929-1940)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se integran nuevos métodos de producción americanos, creando una nueva racionalización en la producción obteniendo un éxito considerable. Se invita a arquitectos y artistas a colaborar en en la investigación y diseño de ambas compañías. • El término anglo sajón “Diseño”, no era muy conocido en Italia sino hasta el final de 1930s, fue identificado como un remedio de separación entre arquitectura e industria.
--	--

Cuadro 1. Objetos exhibidos. 1861-1945

	PERIODO	OBJETO/FUNCIÓN	DISEÑADOR	AÑO DE REALIZACIÓN	MATERIAL	MEDIDAS
	1890-1949	MESA FONTANA	PIETRO CHIESA	1932	VIDRIO	57.2 X 120X40 CM



	1890-1949	CRISTALIA 202 GT CAR	PININFARINA	1946	ALUMINIO	124.5X146.4 X401.3 CM
	1890-1949	SILLA	GIUSEPPE TERRAGI	1935-36	MADERA Y ACERO	80X50X59.9 CM

5.1.3. Análisis. Diseño Italiano 1945-1959



1945-1959	<p>De la reconstrucción al Boom económico. Diseño práctico (1945- 1948).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Terminada la Segunda Guerra Mundial, se crea una nueva práctica del diseño con los objetos de uso cotidiano. Formando una nueva generación comprometida a reconstruir una sociedad libre e industrial. • La creatividad será un elemento vital para la transformación en Italia tanto en su mercado como en el aspecto social. • Entre 1946 y 1948, se recobra y adopta una cultura moderna, con una nueva fuerza de diseño y producción. • Entre 1946 y 1950 se diseñan la Vespa y la Lambretta, como ejemplo del nuevo espíritu y que marcan el boom económico. <p>Arte Concreto y Neorrealismo. (1948-1957)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Es un período crítico e intenso de crecimiento y organización para la naciente cultura Italiana. Aparece el Arte Concreto y el Neorrealismo. • En Milán centro del racionalismo y del Arte Abstracto, el diseño se vio muy influenciado por la Bauhaus y por el concretismo del grupo Stijl. En Roma, se desarrolla otro tipo de relación entre arte, diseño y sociedad, más comunicativo y anti-retorico, el Neorrealismo. • Ambas demuestran la creación de muchos objetos en la síntesis de características formales puras y en los costos mínimos,
-----------	---

	<p>máxima funcionalidad, producción en masa.</p> <ul style="list-style-type: none"> • El hogar se volvió un lugar para realizar sofisticadas investigaciones de diseño y de muebles interiores, introduciendo nuevos materiales y soluciones formales. <p>Diseñadores como Gio Ponti, Franco Albini, Carlo de Crali, Alberto Rosselli, la empresa Cassina, etc.</p> <p>De la sociedad de consumo al distrito. (1957-1964).</p> <ul style="list-style-type: none"> • La Rinascente y otras tiendas impulsaron el comercio de los productos de diseño. • Entra la era de la tecnología electrónica. Olivetti realiza su primera computadora. • Italia se une al Mercado Común Europeo. Creando condiciones favorables para el desarrollo de su economía, producción y la realidad del consumo, que serían fundamentales para la evolución de la siguiente década. • Los precursores. Gio Ponti, Marco Zanuso, Vico magistretti, Luigi Caccia, • Ettore Sottsass, The Castiglioni brothers, Bruno Muanri , Franco Albini, Joe Colombo, Enzo Mari, Mario Bellini, el Grupo G14,etc.
--	---

Cuadro 2. Objetos exhibidos. 1945-1959.

	1945-1959	LUIZA SILLA CON DESCANSABR AZOS	FRANCO ALBINI	1951	MADERA Y TELA	77X56X57CM
	1945-1959	LETTERA 22 PORTATIL MAQUINA DE ESCRIBIR	MARCELLO NIZZONI	1950	METAL ESMALTADO	8.3X29.8X32.4CM

	1945-1959	SILLA LEGGERA	GIO PONTI	1951	MADERA Y MIMBRE	83.2X42.2X46.4 CM
	1945-1959	LADY CHAIR	MARCO ZANUSCO	1951	MADERA Y TAPICERÍA	81.3X55.9X45.7CM
	1945-1959	VENTILADOR ELECTRICO	EZIO PIRALLI	1953	ALUMINO,ACERO CROMADO,HULE	14X17.8X25.4CM
	1945-1959	TUBINO LAMPARA	ACHILLE CASTIGLIONI	1951	ALUMINIO Y ACERO ESMALATO	71,1X25.4X30.5CM
	1945-1959	VESPA GS 150	CORRADINO D'ASCANIO	1955	ACERO PINTADO.MARCO METALICO, HULE, PIEL Y PLÁSTICO	108X71.8X170.8CM
	1945-1959	SPALTER ASPIRADORA	ACHILLE CASTIGLIONI	1956	PLASTICO,PIEL, FIELTRO Y METAL	38.8X14.6X15CM
	1945-1959	MIRELLA MAQUINA DE COCER	MARCELO NIZZOLI	1956	ALUMINIO ESMALTADO	27.9X49.5X17.8CM
	1945-1959	PHONOLA TELEVISIÓN	MONTAGNI,B ERIZZI, BUTTÉ	1956	MADERA Y METAL	55.9X48.2X48.2CM

	1945-1959	CARPET BATIDOR	GINO COLOMBINI	1957	AERO REFORZADO CON RESINA DE POLETILENO	1.58X15.9X3.2CM
	1945-1959	MEZZANDRO SILLA	ACHILLE CASTIGLIONI	1957	ASIEN TO DE TRACTOR, ACERO Y MADERA	51.4X49.5X51.4 CM

5.1.4. Análisis. Diseño italiano. 1966-1974.

1966-1974	<p>Diseño Radical: entre el Arte Pop y el Arte Povera.</p> <ul style="list-style-type: none"> • A mediados de los 70s un revolucionario cambio de actitud se espació en todo el mundo .La critica declara la caída de la teoría clásica del diseño. Jóvenes diseñadora se agrupan con el nombre de Diseño Radical. Mostrando propuestas radicales, los objetos tradicionales se convirtieron el algo más: juegos, esculturas y provocaciones. • el Arte Pop y el Arte Povera, marcaron la tendencia del arte en Italia. El arte Povera se focalizó en los materiales, símbolos, fuerzas elementales y los remanentes físicos y culturales de una sociedad de consumo.
-----------	---

Cuadro 3. Objetos exhibidos. 1966-1974

	1960-1969	SELENE SILLA APLLABLE	VICO MAGISTRETT I	1961	FIBRA DE VIDRIO	74.9X47X50.2CM
	1960-1969	SILLON INFLABLE	LOMAZZI, DÚROBINO	1967	PVC	83.8X119.7X102.9CM
	1960-1969	LAMPARA DE PISO EN ARCO	ACHILLE CASTIGLIONI	1962	MARMOL Y ACERO INOXIDABLE	241.6X 213.4X31.1CM
	1960-1969	RADIO	SAPPER,ZANUSCO	1963	ABS PLASTICO Y ALUMINO	13.3X21.9X13.3CM
	1960-1969	TELEFONO GRILLO	SAPPER,ZANUSCO	1965	ABS PLASTICO	7X16.5X8.3CM
	1960-1969	TIMOR CALENDARIO	ENZO MARI	1966	PLASTICO	16.7X11.9X9CM
	1960-1969	VALENTINE MAQUINA PORTATTIL	ETTORE STTSASS	1969	ABS PLASTICO Y OTROS MATERIALES	11.7X34.3X35.2CM
	1960-1969	BOALUM LIGHT	FRATTINI, CASTIGLIONI	1969	METAL Y PLASTICO	90.2CM
	1960-1969	JOE SOFA	LOMAZZI, DÚRBINO DE PAS	1968	ESPUMA DE POLIURETANO Y PIEL	81.5X165.7X106CM

5.1.5. Análisis. Diseño italiano. 1977-2007

1977-2007	<p>Crisis ideológica y la fragmentación del lenguaje(1972- 1980):</p> <ul style="list-style-type: none">• El Diseño radical se redefine en un estilo elegante e informal.• El diseño Racionalista, se autonombra Moda High-Tec. En donde la forma se torna más mecánica y simple.• En los 80s, hay un retorno a un Diseño Industrial clásico por un lado y el Diseño Radical por el otro. Estas dos tendencias se ligaron a un fenómeno artístico conocido como transvanguardia. Es una nueva expresión figurativa que aparece en perfecta sincronía con el grupo Memphis y la corriente postmoderna. <p>Globalización, postmodernismo y estilo italiano (1977-1990):</p> <ul style="list-style-type: none">• El diseño Italiano de los 80s y de principios de los 90s está marcado por un concepto decorativo de la expresión moderna, generalmente asociada con un revivir de los modelos y estilos del pasado.• Se caracteriza también por un vago neomodernismo que es ecléctico e historicista.• La feria del Mueble de Milán, evento mundial del diseño. <p>Diseño tradicional: caminando hacia el tercer milenio (1990-2007)</p> <ul style="list-style-type: none">• Los 90s fueron un período de transición. Los diseñadores crearon objetos individuales, proporcionando un valor simbólico y emocional.• Diferentes tendencias coexistieron en un eclecticismo democrático sin un aparente conflicto.• Muchos diseñadores extranjeros participan en esta nueva fase del Diseño Italiano. 8 Philippe Starck, Marc Newson, Ross LovegroveJean Nouvel, Norman Foster, Shiro Kuramata, Tom Dixon, Marcel Wanders, Los hermanos Campana, Patricia Urquiola, Karim Rashid Ron Adams, entre otros.• El Diseño industrial, refleja nuevas formas de comunicación (el internet y la comunicación inalámbrica).
-----------	--

Cuadro 4. Objetos exhibidos. 1977- 2007

	1970-1979	CONTENEDOR	ENZO MARI	1969-1970	MELAMINA	9.5X14.3 CM
	1970-1979	FIOCCO SILLA	GRUPPO G14	1970	ACERO TUBULAR Y TELA ELASTICA	106.6X73.3X118.1CM
	1970-1979	MOLOCH LAMPARA DE PISO	GAETANO PESCE	1970-71	ALEACION DE METAL Y ACERO	229.9X286.7X86CM
	1970-1979	DIVISUMMA 18 CALCULADORA	MARIO BELLINI	1972	ABS PLASTICO, HULE SINTETICO Y MELAMINA	4,8X24.8X12.1CM
	1970-1979	SAMOS BOWL	ENZO MARI	1973	PORCELANA	30.5 CM
	1970-1979	PERCHERO	DE PAS, LOMAZZI, DÚRUBINO	1974-74	MADERA	11.4 CM
	1970-1979	VERTEBRA SILLA EJECUTIVA	EMILIO AMBASZ	1975	TERMOPLASTICO ALUMINIO Y TAPICERIA	98.7X58.1X64.8CM

	1970-1979	ATOLLO LAMPARA DE MESA	VICO MAGISTRETT	1977	ALUMINIO Y POLIURETANO	66X48.9X20.3CM
	1980-2004	WINK LOUNGE CHAIR	TOSHIYUKI KITA	1980	ESPUMA DE POLIURETANO ACERO Y DACRON	103.2X 83.8X80.3
	1980-2004	PRATT SILLA NO.3	GAETANO PESCE	1984	RESINA	86.4X54.6X61CM
	1980-2004	SILLA FELTRI	GAETANO PESCE	1986	RESINA POLIESTER Y FIELTRO DE LANA	127.3X140X71.1CM
	1980-2004	MOSCARDINO	PANDORA DESIGN	2000	MAIZ, GRANOS Y CORTEZA DE PAPA	1.3X 7.9X 3.8CM
	1980-2004	SILLA DE MADERA	MARC NEWSON	1963	MADERA	61.9X82.6X101CM
	1980-2004	SILLA LIGHT	ALBERTO MEDA	1987	FIBRA DE CARBON Y NOMEX	74.3X 55.2X 49.5CM
	1980-2004	SILLA CORALLO	HERMANOS CAMPANA	2004	ALAMBRE DE ACERO Y PINTURA EPOXICA	96.5X152.4X99.1 CM

5.2. Diseño Americano

5.2.1. Descripción.

“El diseño americano, como mucho de la cultura de América, perennemente oscila entre el populismo y el elitismo, entre la belleza revolucionaria y la disponibilidad de Tupperware y la elusiva exclusividad de Tiffany.” (Flinchum, 2008). Ambos extremos expresan la excelencia del diseño, desde su inicio en 1929, el MoMA ha documentado el material cultural de su país con una sección de los mejores ejemplos de todo el espectro completo de mueble, productos y diseño gráfico. Las primeras adquisiciones del Museo en diseño fueron un grupo de más de cien objetos de la Industria Americana; entre hojas de hélices, bobinas y resortes, aparatos para laboratorios, herramientas, objetos para el hogar y muebles; y fueron exhibidos en el *Machine Art*. Al mismo tiempo, los curadores del Museo estaban examinando el sofisticado modernismo del protagonista de la escuela de Bauhaus. *“Esta atención hacia el diseño utilitario y a la extrema investigación de diseño, hace esto aún hasta el día de hoy, la gran selección de piezas en la exhibiciones del Museo, en sus programas y adquisiciones.”* (Antonelli, Humble Masterpieces, 2005)

Aunque los Estados Unidos fueron fundados en oposición al sistema de clases de Europa, al principio del siglo XIX América era aún, psicológicamente, una colonia Europea. *“La alta sociedad americana se esforzó en emular el refinamiento de la aristocracia europea, a través de sus muebles importados, y qué la clase media, que deseaba el mismo nivel de lujo y estilo, compraran imitaciones.”* (Ronald R, 1990) *El primer diseño americano verdaderamente ingenioso; “Excluyendo las adaptaciones practicas de los objetos típicos europeos como el hacha americana para talador de árboles y casos aislados como el de Samuel Gragg y su silla de madera curvada de 1808; éste fue creado por Shakers, un grupo religioso al noreste del país”* (Judson, 1983). Materiales disponibles fueron usados en armonía con sus capacidades, de acuerdo con lo que el historiador en diseño americano, Arthur Pulos, llamaba *“el principio de la*

belleza como el derivado natural del refinamiento funcional”, un principio que muchos diseñadores en el siglo XX que resumía la perfección del diseño.

La Revolución industrial alzó la expectativa de un mundo en donde la distinción de las clases sociales fuera borrada a través de objetos producidos en masa disponibles para todos y que su riqueza funcional fuera distribuida uniformemente. *“En los Estados Unidos, Henry Ford dio un paso hacia la realización de este sueño con su Modelo T, experimento de 1910, y más tarde en el mismo siglo, en los años 50s, la abundancia y la oportunidad avanzó a buen ritmo.”* (Ronald R, 1990). Especialmente en la costa oeste y en el medio oeste, los recursos de la industria bélica inactiva, fueron convertidos en usos domésticos y civiles por grandes diseñadores como Charles y Ray Eames y por ingenieros anónimos, proporcionando a la clase media en auge con un mundo de nuevas marcas, limpio, eficiente y sobre todo costeable. La arquitectura aristócrata de la costa oeste, llevó al MoMA y a la Universidad de Harvard, adoptar la radical y enrarecida visión de ilusiones de los emigrantes modernistas de Walter Gropius y de Ludwig Mies van de Rohe, pero la nueva arquitectura y diseño “para la vida moderna” viniendo del oeste al medio oeste fue el abanderado de la sensibilidad de América y el idealismo. *“Nacido fuera de la equidad y la economía, se trataba de la práctica no la teoría.”* (Communication, Bauhaus 1919-1933. Workshops of Modernity, 2009).

En los Estados Unidos, el consumo de productos es un símbolo de estatus, y las agencias de publicidad fueron responsables de dar forma al sueño de una movilidad social a través del consumismo.

Diseñadores como Eames. Harry Bertoia, Eero Saarinen y George Nelson, fueron representados en la colección del MoMA, fundaron en los años 40s compañías visionarias como a Knoll y Herman Miller.

Empezando a finales de los 90s, una nueva generación de medios de comunicación inteligente, diseñadores americanos con entrenamiento internacional establecieron las relaciones de productividad con manufactureros en otros países, y la producción en masa hizo su regreso. Algunos manufactureros intentaron incorporar marcas exclusivas a los productos, fusionando el populismo

y la exclusividad. Muchas compañías firmaron con diseñadores reconocidos para comercializar productos de “calidad”, a precios accesibles, con el fin de contrarrestar el mercado americano de cadenas muy fuertes económicamente como Ikea y Conran. Por ejemplo, la tienda departamental fundada en Minnesota, Target ha producido un rango de más de doscientos productos para el hogar diseñados por el arquitecto americano Michael Graves. La línea de utensilios para el hogar Good Grip y el 3M Post-it Note, fueron inventadas en una investigación científica, ambas en la colección del Museo. Y después fue el iPod, el cual fue adquirido por el Museo en el 2001, en el año de su lanzamiento. Elevó todos los estándares y le dio un nuevo respeto a nivel mundial al diseño americano. De acuerdo con la misión del MoMA, y en palabras de Alfred Barr: “*Se basan en el estudio de las artes modernas y las aplicaciones tales como el arte de manufacturar y de la vida práctica, el Museo une la celebración del entusiasmo y el espíritu crítico.*”

5.2.1.1. Vitalidad e Ingenio

La opinión de Rusell Flinchum, es que el diseño comenzó con la publicación de *The Young Mill-Wright and Miller’s Guide*, por Oliver Evans, en Philadelphia en 1895. Mientras que Evans era raramente discutido fuera de los círculos de historia de la tecnología, sus contribuciones a la Revolución Industrial en América fueron muy importantes; por ejemplo la alta presión de vapor dio pie a su más notable invento, que eclipsa el trabajo de Robert Fulton (del cual el barco usaba presión baja de vapor, tecnología de James Watt)”. (Flinchum, 2008)

Evans realizó en su trabajo la contribución más importante en América para el diseño: *flow*. Su libro dio a conocer un sistema usando muchos de su inventos que automatizaba la manufacturación de la harina de grano, en un proceso continuo, que no requería de ningún trabajo del hombre o invención cuando está debidamente preparada.

De los Estados Unidos se pueden observar dos objetos dentro de la colección del Museo: un hacha y una silla de madera curvada. No hay diseñador

para el hacha Americana y ni una fecha específica en la que fue diseñada. Se transformó de ejemplos traídos de Inglaterra en el siglo XVII, muy adecuados para ser utilizados por carpinteros expertos para un número de tareas, y convertido en un artículo muy diferente. A lo largo del camino, el filo se reorientó 90 grados y su mango creció a lo largo. Este tipo de diseño anónimo ha planteado problemas a lo largo para los historiadores del diseño: el Diseño no puede evolucionar sin diseñadores. *“El estudio fue fundamentado a través de trabajos de los dos mejores teóricos del movimiento moderno, Le Corbusier con su L’Art décoratif d’aujourd’hui (The Decorative Art of Today) de 1925 y Siegfried Giedion y su Merchanization Takes Command: A Contribution to Anonymous History de 1948, ambos trabajos, inspirados en parte por la exposición a los productos americanos. En ambos escritos, a veces parece que el diseño es “mejor” cuando evoluciona con pocos detalles y especificaciones. (Chermayeff Serge, 1944)*

El desarrollo de la manufactura en los Estados Unidos era fundamentalmente diferente a la que se desenvolvía en Europa. El talento americano se vio menos atado a las ciudades y a las redes de profesionales y tenían la libertad de viajar a donde se encontraran las oportunidades. *“Uno de los lugares en donde se agruparon fue en la armería federal con la tarea de hacer armas de fuego, y fue aquí donde los fundamentos de “la práctica de armería” establecieron su priorización de la fabricación de componentes intercambiables e idénticos”. (Heskett, 1980).* Esas prácticas se diseminaron ya que los trabajadores dejaban la armería por otras oportunidades, y en el curso del siglo XIX estos trabajadores calificados se volvieron reconocidos maquiladores.

Los “ingenieros de la estética” tan valorados en la primera generación de la arquitectura moderna en Europa, dejó mucho que desear en cuanto a dispositivos para el hogar y equipo doméstico del siglo XX. Si los ingenieros pudieran “hacer por un dólar lo que cualquier tonto puede hacer por dos”. (Heskett, 1980). Por lo general no se preocupan por los ornamentos asociados con la fabricación de nuevas comodidades para complacer a los consumidores, y por lo tanto *“...las críticas modernas sobre “decoración aplicada” era generalmente en el dinero.” La estética era a menudo una reflexión.” (Klingender, 1947).*

El diseño moderno no se originó en los Estados Unidos, pero la práctica del diseño industrial fue perfeccionada aquí, en gran medida en Nueva York entre 1927 y el comienzo de la Segunda Guerra Mundial. La exposición americana para la International Exhibition en París en el año de 1925, fue la fuerza que dirigió la revolución de la estética que comenzaría años después. La visita de los diseñadores a París durante ese año llevó impresiones de estilo y sofisticación y a su regreso encontraron maneras de asemejar esto en el consumo doméstico.

Estuvieron asesorados por emigrantes europeos, muchos de los cuales acababan de recibir instrucción académica en los niveles más altos. Los objetivos del austriaco Paul Frankl sobre el diseño moderno fueron más allá de su librero Skycraper, y junto con Walter Van Nessen, quien había estudiado bajo la tutela de Bruno Paul en Berlín antes de la Primera Guerra Mundial, comenzaron una revolución doméstica silenciosa, alumbrando con su swing-arm Desk Lamp (1927). Los nativos americanos Russell Wright se unió con Von Nessen en diseñar docenas de artículos para el hogar de Chase Brass & Copper Company, incluyendo a Pitcher, usando ocasionalmente componentes existentes de las líneas de plomería de la compañía, como kit de las partes decorativas, tales como sujetas libros. Y fue en este momento en donde el MoMA apareció en escena. La famosa exhibición del *Machine Art* de 1934, organizada por Philip Johnson, no fue la primera presentación de diseño del Museo (sino una modesta exhibición en 1933, *Objects: 1900s and Today*, fue la que tiene esa distinción) pero para las críticas contemporáneas parecía un doble golpe a los gustos populares, seguidos de los años 30s en *Modern Architecture: International Exhibition* (Phillip, 1933). Trabajando con un presupuesto reducido y en gran medida con objetos donados o prestados por manufactureros, Johnson se las arregló para hacer un éxito de la exhibición. *“No valió nada que la exhibición del MoMA fuera tan solamente una de las tres mayores presentaciones de diseño en Manhattan ese año. El Metropolitan Museum of Art presentó una exhibición de interiores modernos y muebles llamada Contemporary American Industrial Art, el cual incluyó la colaboración de arquitectos y diseñadores industriales, y mientras el National Alliance of Art, con*

su corta vida presentó mimeógrafos, refrigeradores y un número de objeto altamente complejos y estilizados en el Rockefeller Center.” (Ronald R, 1990).

Pero el *Machine Art* fue la exhibición que captó la imaginación popular (o al menos, la crítica). Enormes muelles, hélices y un balero auto alineado fueron vistos por primera vez en esa presentación, y sigue siendo visto hoy en día por los visitantes, aun cuando la definición del MoMA sobre el diseño moderno se vuelva más complejo. En la exhibición de el Ware-Ever Rotary Food (1932), su carácter es un poco elegante sin importan que tan genérico pareciera al principio. John G. Rideout con su Teakettle (tetera de 1936), también exhibido en el MoMA, es simplemente típica de los 30s como la de Guild. “*Si no es racional, es, en el lenguaje de diseño americano pionero de Henry Dreyfuss, “cleanlined” con una pizca de survival form*” (Ronald R, 1990). Su tapa esta unida de manera semipermanente y puede ser removida con primero separando el asa de la tetera (con un desarmador). Introdujo la Magnalite (una aleación de magnesio, aluminio y nickel) que resume un enfoque de América para el diseño durante el periodo donde el país luchaba para salir delante de la Gran Depresión.

Así como transcurría los años 30s, la estética de la Era de la Maquina evolucionada bajo la tutela del Museo en ese Diseño Orgánico, “el principio de la integración orgánica de funcionamiento, de la tecnología y la forma”, como lo definía el Museo, que encontró una irónica expresión en la “American Modern” una línea de cerámica de Steubenville Pottery Company (1937) desarrollada por Russel Wright.

Diseños colaborativos de Charles Eames y Eero Saarinen (sillas, bancas y gabinetes entre otros) trajo mucha atención cuando debutaron en 1941 en la exhibición *Organic Design in Home Furnishing* en el MoMA, con las sillas complejas de conchas de madera contrachapada en tres planos, aunque se muestra cubierto con tapicería; otra tendencia evidente en Carl Anderson y Ross Bellah y su selección de Sectional Chairs de ratán. Acero, cromo, estaño, aluminio, Lucite, Plexiglass, Bakelite y Beetleware (otro de los primeros plástico). El vidrio y la cerámica fueron exhibidos como el Corning Glass Work´ Double Boiler, visto por primera vez en 1938 en *Useful Household Objects Under \$5*.

El catálogo de la exhibición *Art in Progress*, es por los primeros 15 años del MoMA, y fue publicado en 1944, la sección de diseño fue titulada Design for Use Organic Design mostrando los muebles de Jens Risom con su Low Lounge Chair (1941).

Tal vez porque los diseñadores americanos y sus creaciones tan dominantes en el mundo de la arquitectura, artes finas y diseño siguieron tras la Segunda Guerra Mundial, todos nos llevamos una idea interiorizada de lo que constituyen sus creaciones. El Modernismo, por supuesto, siempre significó un desfile de estilos y casi todos tuvieron su versión e interpretación americana. En su punto más alto, el modernismo parecía prometer un dominio construido perpetuamente renovado basado en la innovación en materiales y procesos que racionalmente anularían a su predecesor.

Esta fe sin límites en el futuro y en el progreso encontró un hogar, al menos intelectualmente, en los Estados Unidos.




5.2.2. Análisis. 1800-1939.

1800-1939	<p>Sensibilidad del diseño Americano:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Es una época de artesanos en la industria, en vez de diseñadores diseñando productos para una producción en serie. • Diseño Industrial Moderno no tuvo su origen en Estados Unidos pero su práctica se perfeccionó, principalmente en Nueva York entre 1927 y el final de la Segunda Guerra. • En 1925 con la exhibición Internacional en Paris, nació la fuerza que le daría una revolución a la nueva estética americana. • El diseño americano, en los 30s, se podría dividir en dos tendencias: Funcional Moderno y Stiling Moderno. • El grupo funcionalista se inclinan por una estética academista.
-----------	--

	<p>Pensaban que a las personas, se les debería de enseñar a apreciar los diseños y el sentido legitimo de los mismos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • El grupo de Styling se inspiraron en la cultura americana, con el fin de modernizar al país logrando un beneficio económico. Su visión estaba dirigida al consumo de las masas.
--	---

Cuadro 5. Objetos exhibidos 1800-1939


	PERIODO	OBJETO/FUNCIÓN	DISEÑADOR	AÑO DE REALIZACIÓN	MATERIAL	MEDIDAS
	1800-1939	Bolsa de abarrotes	Charles Stillwell	1883	papel	25.4x12.7x7.6cm
	1800-1939	Jarra	George Ohr	1900	Cerámica	10.4x15.5x8.2cm
	1800-1939	Lámpara de escritorio	Walter Von Nessen	1927	Latón y cromo	40.6x62.2cm
	1800-1939	Coladera	Aluminium Cooking Utensils Co.	1932	Aluminio, acero, madera	22.9x28.9cm








	1800-1939	Teakettle	John G. Rideout	1936	Metal y madera	21.6x25 cm
	1800-1939	Vajilla "American modern"	Russel Wright	1937	Cerámica	
	1800-1939	Escritorio	Frank Lloyd Wright	1936-39	Madera y metal pintado	85.5x 213.4 x81.3cm

5.2.3. Diseño Americano 1940-1959.

1940-1959	<ul style="list-style-type: none"> • Se incorpora una bolsa inflable de clorídeo de polivinilo, material inspirado en los chalecos salvavidas. Este descubrimiento en el plástico inspiro para la elaboración de muchos diseños, mas en muebles interiores. • Se inicia la era de la estética de productos de "hágalo usted mismo". • En los 50's, se caracterizan por diseños realizados a la perfección, así como la aparición del high-tech.
-----------	--

Cuadro 6. Objetos exhibidos.1940-1959

	1940-1959	Silla Secional	Carl Anderson	1940	Ratán con algodón	68.6x62.2x66cm
---	-----------	----------------	---------------	------	-------------------	----------------

	1940-1959	Lounge chair	Charles Eames	1944	Madre moldeada y acero	73x76.5x76.2cm
	1940-1959	Espátula	Ekco Products Co.	1943-46	Acero, plástico fenólico	34.9x8.1 cm
	1940-1959	Plancha eléctrica universal	Landers, Frary & Clark	1948	Cromo y plástico	10.2x23.2cm
	1940-1959	Highlight Fiatware	Russel Wright	1951	Acero inoxidable	
	1940-1959	Armchair	Harry Bertola	1952	Plástico forrado alambre.	77.5x89.1x73.7cm
	1940-1959	Mesa de café	Florence Knoll	1954	Rosewood y metal cromado	43.2x68.9x68.9cm
	1940-1959	Cuchillo	W.R. Case& Sons Cutlery Co.	1954	Acero inoxidable y baquelita	36.8cm


5.2.4. Diseño Americano 1960-1979

1960-1979	<ul style="list-style-type: none"> En los 60's el diseño americano se vuelve más fuerte en lo individual.
-----------	--

	<ul style="list-style-type: none"> • En los 70's Se adopta una tecnología a avanzada. • El diseño se muestra libre, emulando una objetividad en la máquina y los objetos derivados de la misma.
--	---

Cuadro 7. Objetos exhibidos. 1960-1979



	1960-1979	Hielera	Mort N. Marton	1963	Corcho y vidrio	19.4x21.6x21.6cm
	1960-1979	Teléfono Bell	Henry Dreyfuss	1960-65	Desconocido	8,9x21.6x7 cm
	1960-1979	Estructura luminica colgante	Peter Hamburger	1966	Aluminio,cable	54.6x47x47cm
	1960-1979	Linterna	Jay Monroe	1967	plástico	89x5.1x2.9cm
	1960-1979	Tijeras	Clair H. Gingher	1979	Fibra de vidrio y nylon	20.6x7cm




	1960-1979	Cámara de cine Compact Super 8	Dale R. Caldwell	1979	Plástico ABS polímero, aluminio	8.3x4.1x19.7cm
---	-----------	--------------------------------	------------------	------	---------------------------------	----------------

5.2.5. Diseño Americano 1980-2004.

1980-2004	<ul style="list-style-type: none"> En la década de los 80's , el postmodernismo de la arquitectura se traslada de su estado radical a una fase institucional. El diseño Industrial implementa el factor humano (ergonomía), como un valor agregado para sus consumidores
-----------	--

Cuadro 8. Objetos exhibidos. 1980-2004.

	1980-2004	Destapador de botellas	Henry Altchek	1980	Acero inoxidable	17.8x4.1x0.2cm
	1980-2004	Pelador	Smart Design	1989	Acero inoxidable y baquelita	22.2x 12.7x2.5 cm
	1980-2004	Botellas infantiles	Nickie Campbell	1983	polietileno	Varias

	1980-2004	3D mouse	IDEO	1991	Plástico ABS	7.3x14.6x10.8cm
	1980-2004	Casco de bicicleta Giro Atmos	Greg Marting	2003	Poliestireno, policarbonato y nylon	28x21x16cm
	1980-2004	Multi Navaja	Benjamin Rivera	2004	Acero inoxidable	15.8cm

5.3. Diseño japonés.

5.531. Descripción.

Los diseñadores japoneses con su inagotable curiosidad y sus sueños por construir un mundo nuevo a través del arte y del diseño, son líderes en el modernismo y el postmodernismo, y su trabajo está muy bien posicionado en la colección del MoMa. La relación entre el MoMa y el diseño japonés es el resultado de una atracción y afinidad natural, manifestada a mediados del siglo XX.

Así como los objetos diseñados por la Bauhaus, fueron muy populares en las galerías del Moma, de igual forma la tradicional artesanía japonesa se exhibió por Seotsu Yanagi, el principal promotor del movimiento Mingei. Este estaba caracterizado por la reducción de la forma, economía del material y un estricto funcionalismo.

En 1941, El MoMa montó una exposición haciendo una retrospectiva del trabajo de Frank Lloyd Wright, que contenía una gran influencia de la arquitectura

japonesa y de la cultura de diseño. Arthur Drexler, quien estuvo como director del departamento de Arquitectura y Diseño por treinta cinco años, ayudó a formar una generación de curadores con gran conocimiento en la cultura Japonesa contemporánea. La primer exhibición llamada *Japanesese Household Objects*, se mostraron objetos de la ceremonia del té y otros objetos Mingei. En los veranos de 1954 y 1955, se levantó una casa de madera japonesa, diseñada por el Arquitecto Junzo Yoshimura, en el Jardín de la Escultura del MoMa. Esta exhibición estaba acompañada por una serie de muestras en cerámica y objetos propiedad del museo de una colección de cuatro ciudades japonesas.

Los curadores del museo, siguieron muy de cerca la evolución del Diseño Japonés. Matilda McQuaid, organizó exhibiciones gráficas de trabajos textiles del artista Kyoko Kumai en 1991. En el 2000 organizó otra del trabajo del Arquitecto Shigeru Ban con el nombre de *Estructura y Superficie*. En la exhibición *Textiles Japoneses Contemporáneos* de 1998, se presentaron trabajos de varios diseñadores, como: Reiko Sudo, Issey Miyake y Junichi Arai. La colección de diseños más reciente del MoMa, incluido el trabajo de estos diseñadores, ilustra lo mejor en la producción contemporánea, el rigor y la disciplina del clásico modernismo, son preservadas por una libertad poética, que transforma los objetos en poesía pura y simplicidad en el detalle esta forma del postmodernismo, evolucionando al mismo tiempo que la tradición moderna, une al Japón y al MoMa.

Parte de esta unión se muestra en los diseños de mobiliario del Maestro Shiro Kurumata, los diseños del Grupo Nendo: Kasuhiro Yamanaka y Tokujin Yoshioka, cuyos trabajos se coleccionan en el museo. El minimalismo Japonés es muy bien representado por el diseñador Naoto Fukasawa, su trabajo contemporáneo, como los teléfonos celulares, por ejemplo, son una muestra de simplicidad y de una unión entre la forma y la función en objetos puros y ligeros. Esta poesía y tecnología también se encuentran actualmente en productos diseñados en corporaciones como Sony y Yamaha.

5.3.2 Análisis

5.3.2. Diseño Japonés 1850-1950






1850-1950	<ul style="list-style-type: none">• El movimiento del diseño moderno se empezó a finales del S XIX, cuando el país abrió sus puertas al occidente.• En 1850, Japón ofrece sus artículos decorativos, kimonos, laqueados impresos, abanicos, etc• Entre 1870 y 1880, El diseño trajo dos fuerzas, la tradición y el progreso.• En 1920, se tiene una regresión a lo tradicional y a lo artesanal.• En 1936, se abre el Museo de artesanías de Japón, los promotores del Mingei valoraron la funcionalidad por sobre todo. Los objetos de arte son presentados como simples y funcionales objetos, creados para facilitar la vida diaria. Con esto se establece las bases para un movimiento futuro de diseño.• El arte japonés tiene una fuerte influencia en el Art Nouveau en Inglaterra Dresser se inspira en la asimetría y decoración japonesa. Frank Lloyd Wright, admira la líneas, estructura y filosofía de las casa interiores japonesas.• A principios de los 40's el ir al occidente de los diseñadores y diseños japoneses fue muy significativa. Se creó con esto una nueva y significativa industria, la economía se transforma y la infraestructura estética, fue creada para un nuevo movimiento de diseño japonés.• Después de ser devastada por la Segunda Guerra Mundial, su crecimiento se fue lento, pero en 1950 Japón resurgió en el mundo moderno tecnológica y culturalmente.
-----------	---




5.3.3. Diseño Japonés 1950-1985

1950-1985	<ul style="list-style-type: none">• Entre 1950 y 1960 Japón entra en un período de crecimiento, que se conoce como “el milagro económico”..Completó su proceso de industrialización y occidentalización, se convirtió en un poder de manufactura global y el país se convirtió en una sociedad de consumo.• Se volvió el líder a nivel mundial de productos eléctricos y electrónicos. Sus objetos eran más técnicos que estéticos, y no eran productos muy demandados.• En 1957, participan por primera vez en la Triennale de Milán.• En 1961, se diseñan objetos en bambú que reflejan la estética orgánica dentro del mobiliario moderno, volviéndose un ícono del diseño japonés.• Se introduce el plástico, el metal y otros materiales dentro del diseño formal, con el fin de alinear la tradicional estética japonesa con las modernas sensibilidades, producción y técnicas de occidente.• Las fuertemente tradiciones Japonesas, se integran usos de portabilidad, flexibilidad, aun y cuando el Budismo Zen también tuvo una gran influencia en todas las ramas del arte.• En 1970 -1980. Las fronteras que existían entre arquitectura, diseño de interiores, diseño de producto diseño de mobiliario, moda y textiles, se unificaron en un solo concepto o idea que se sostenía a través de la tradición, pero cooperaron entre ellos para la realización de proyectos, aumentando la innovación en sus propuestas.
-----------	---

Cuadro 9. Objetos exhibidos.1950-1985.

	1950-1959	Whisk	Ikkaku Hiki	1953	Bamboo	11.4x5.7cm
	1950-1959	Televisión	Sony Corp	1959	Plástico, metal y vidrio	2.6x21x25.4cm
	1950-1959	Banco mariposa	Sori Yanagi	1956	Madera y metal	39.4x44.1x30.8cm
	1850-1959	Plato cuadrado, con esquina redondeados	Kitaoji Rosanjin	1953	E-Shino Ware	4.4.x26x26.7cm

	1960-1969	Dispensador Kikkoman	Kenji Ekuan	1961	Vidrio y poliéster	13.3x6.4cm
	1960-1969	Banco	Reiko Tanabe	1961	Madera	36.2x43.2x43.2cm
	1960-1969	Cubiertos	Michio Hanyu	1966	Acero inoxidable cubierto de resina epoxica.	Varios
	1970-1979	Saghi lounge chair	Takahama Kasuhide	1972	Acero cromado, espuma lana sintética	64.8x73.7x59.4cm
	1970-1979	Cucciolo contenedor de cepillo para baño	Makio Hasuike	1976	ABS polímero	33.7x15.1cm



	1980-1989	How High the moon	Shiro Kuramata	1986	Acero niquelado	72.4x95x83.2cm
	1980-1989	Bocinas	Tomoyuki Sujiyama	1986	cerámica	28x21.9x20cm
	1980-1989	Silla de ruedas plegable	Kazuo Kawasaki	1989	Titanio, aluminio, hule	83.8x 55.9x89.5 cm


5.3.4. Diseño japonés 1985- actual

1985-actual	<ul style="list-style-type: none"> • Para mediados del los 80's el diseño Japonés ya estaba en pleno apogeo, y se diseminó por todo el mundo, a través de la prensa y de exposiciones, y su influencia se sintió fuertemente en muchos ámbitos artísticos y de avance tecnológico. • La expansión y la interconectividad de culturas en los 80's, significo que no había fronteras entre las naciones y se desarrollaban culturas híbridas, que proveían un contexto para la creatividad y la innovación. • Varios diseñadores viajan y trabajan en Milán como Makio Hasuike y Toshiyuki Kita. Creándose una reputación ahí y trabajando para grandes firmas. • Japón estaba viviendo una rápida transición. Surge una sociedad de consumo. Se tiene éxito en objetos económicos con diseños populares.
-------------	---

	<ul style="list-style-type: none"> • Surge una nueva generación de diseñadores, que trabajan dentro de un proceso de internalización y globalización. • El diseño de producto una de las grandes fuerzas de Japón, tomó una nueva identidad en la era de la postcoporación.
--	---

Cuadro 10. Objetos exhibidos. 1985-actual

	1990-1999	Silla multilingual	Toshiyuki Kita	1991	Resina, fibra de vidrio, acero	132.1x60x60cm
	1990-1999	Aibo. robot de entretenimiento	Hajime Sorayama	1999	Materiales varios	26.7x41.3x15.2cm
	1990-1999	PlaSchola, sacapuntas	Kazuo Kawasaki	1993	Acero inoxidable y plástico	4.5x12x0.5cm
	2000-2007	PowerShot S110 Dig2000ital Elph Camera-	Canon	2001	Acero inoxidable	5.7x 8.9x3.2cm
	2000-2007	Silla Honey-Pop	Tokuji Yoshioka	2000	Papel doblado	Varias
	2000-2007	Lampara Rainyday	Kasuhiro Yamanaka	2003	Polietileno	10.2x50.2cm

	2000-2007	Media Skin teléfono cellular	Tokujin Yoshioka	2004	Plastico	10.1x4.6x1cm
---	-----------	------------------------------------	---------------------	------	----------	--------------

5.4. Síntesis.

De la descripción y análisis anteriores, se tiene una referencia cronológica con mayor precisión de los acontecimientos históricos, de los tres países citados, así como los diferentes cambios por la cual la estética de los objetos fue evolucionando, influenciada por el momento cultural. A partir de esto se pueden trazar ideas formales y conceptuales de como se iban manifestando en los objetos la utilización de nuevos materiales, para diferentes propósitos. Así, el resultado de estas tres colecciones, es el fruto de un gran esfuerzo de ideas fundamentadas con objetos.

Todo objeto museable debe de ser visto, entendido e incorporado a las colecciones, atendiendo al contexto sociocultural del que surgió, a su sentido actual y a su presencia en el presente. En toda esta búsqueda del diseño moderno, los curadores han elegido diferentes caminos de investigación que los han preparado para enfocarse en las colecciones de manera metódica. Algunos de estos caminos se han concretado en fuertes ideas dentro de la colección, unificando la valoración y la asignación de significados al los objetos.

Muchos de los temas desarrollados en la colección por los diferentes curadores, ha sido, hasta la fecha, un tema de discusión. Algunos de estos temas están conectados a un periodo específico, por ejemplo, el giro del siglo de los años 20s a 30s, o la secuela de la Segunda Guerra Mundial, y sin embargo son retomados y desarrollados constantemente. Otros, como el interés por el potencial de los avances en materiales, componentes de maquinas y la interrelación entre los productos, mercados, corporaciones y el ideal moderno que se encuentran en constante evolución.

Estos temas conforman la columna vertebral de la colección, el cual describe la misma como una historia de ideas. Varios de estos objetos son exhibidos en el Machine Art (1934), Usefull Objects (1938) y Good Design (1950-1955), en donde se discute la independecia de la belleza, de la función y del proceso de fabricación. En Machine Art, se enfatiza “la esplendida inherencia de la belleza de la ingeniería industrial”, objetos puros maquilados son analizados desde criterios estéticos. En Useful Objects, la perfecta funcionalidad hace al

objeto hermoso. Los objetos son vistos a través de un lente crítico, en donde se examina su función y solidez de enfoque del diseño. Ambos métodos nos llevan a

las mismas conclusiones, pero los diversos caminos representan diferentes prioridades y líneas de ataque que han sido de gran utilidad para los curadores en diferentes momentos en la historia. Ambas posiciones críticas, son hasta la fecha, adecuadas y valoradas, como es considerada en el contexto de la sección de Good Design.

En Good Design, los curadores proporcionan un contexto de la vida diaria y es transformado en ideas para la vida moderna. Llenando el espacio entre el Museo y las personas de casa, ofrece un consumo de buen gusto y un estilo de vida, y coloca una realidad narrativa más completa, proporcionando a las personas sugerencias u opciones de productos disponibles en tiendas. Fue particularmente, una serie de exhibiciones que presentaban una selección basada en la percepción, función, construcción y precio.

Good Design in Industry (1952) and Mind over Matter, (1995) son dos temáticas que representan diferentes facetas de la complejidad en la industria del diseño, en particular la manufactura y la distribución. Good Design for Industry cubre la producción de las pocas compañías, que en opinión de los curadores, continúan con el verdadero modernismo, dentro de su imagen corporativa, el estilo de sus salas de exposiciones, su publicidad y los productos que han sacado a lo largo de su historia. Mind over Matter, por otro lado, delinea la importancia de los materiales y las técnicas, la invaluable inspiración provista por los diseñadores e ingenieros, y la relación en el desarrollo de ideas, confort y belleza entre ellas. Un tema de curadores introducido en años recientes, es el estudio del avance de los materiales y en la innovación tecnológica. Abarca objetos adquiridos al principio, revelando el siempre presente interés en la tecnología como herramienta para lograr la excelencia del diseño.

Las características en Modern Nature (1938) sobre las ideas en diseño se basan en lo natural, adoptado por los diseñadores en diferentes tiempos y transformado a través de las innovaciones tecnológicas. Las cualidades orgánicas

de estos objetos, no siempre refleja literalmente las formas naturalistas, en el esfuerzo de lograr una completa y perfecta integración de función y forma.

La exhibición, *The Objects Transformed* (1995), consolida con una colección de enfoques idiosincráticos del diseño, los cuales juegan un papel en la modernidad. Se encuentran las voces disidentes del diseño, aparentes paradojas, comentarios irónicos, experimentos riesgosos y humor, todas unidas al ideal de la excelencia como guía que marca la pauta de la colección.

Así mismo, la esencia de la colección no recae en un criterio formalista, sino en un criterio deontológico (ética, deberes, y obligaciones morales que tienen los curadores). El diseño moderno se distingue, también, por la atención que pone en las fases preliminares del proceso de diseño, la recopilación de información acerca de las necesidades y funciones que se requieren. Edgar Kaufmann, Jr., en 1946, publicó el artículo "What is Modern Industrial Design", en donde explica: *"En el diseño moderno, se considera que cada problema carga con el germen de su propia solución, una comprensión completa de la necesidad a satisfacer que le indicaran la forma del diseño. Aunque, como en toda expresión de arte la exageración es muy frecuente, figuras arbitrarias elegidas en relación con el problema vistas como una debilidad y no como fuerza. La responsabilidad que tiene un diseñador moderno se convierte en entender el problema a fondo y resolverlo de la manera más directa que pueda. El diseñador moderno no desea superar las condiciones, sino que desea conocerlas. La función, los materiales, las técnicas, el ambiente y la psicología de los usuarios, no deben ser eludidos o forzados, son las guías para un buen diseño... Las ventas son episodios en la carrera de los objetos diseñados. El uso es la primera consideración, la producción y la distribución son la segunda... En las manos de un gran artista, el diseño resultante será hermoso. En las manos de un diseñador industrial moderno deberá permanecer ético de acuerdo al código, volviéndose una mera promoción astuta como la tallada a máquina Silla de Chippendale."*

La actual decisión de los curadores, privilegia a los objetos cuya forma se generan desde el interior. La falta de prejuicios en contra de la forma ayudó a soportar la crisis de la modernidad en los años 60s. Sin importar que

fueran sillones en forma de guantes de baseball o sillas sin forma hechas de poliuretano expandido, estos fueron aceptados por los curadores, como un entorno cultural diferente, en donde la relación entre la forma y la función ya no era la misma. Honestidad, verdad y belleza, son los ingredientes de la modernidad, y han sido difundidos por el Museo a través de tours de exhibiciones, seminarios, y publicaciones. Los ideales de la belleza evolucionaron hace 75 años, desde el inicio de la colección, y la máquina a evolucionado hasta alcanzar capacidades inimaginables. La estética pura se ha vuelto variable, pero los aspectos éticos han permanecido constantes.

La colección fue hecha durante muchas décadas; y todos los curadores participantes han hecho diferentes contribuciones y han dejado su legado. En el objetivo de alcanzar la misma meta en común sobre el diseño industrial moderno, cada curador, ha demostrado diferentes perspectivas, personalidades y agendas. La colección, como una historia de ideas, es profundamente humana, rica en idiosincrasias y contradicciones, y sin embargo unifica el fuerte carácter de todas sus diferencias. Los curadores, fueron elegidos por mantener una afinidad efectiva con la misión del Museo, se han reconocido como conocedores, y han tenido la oportunidad de influir en lo que la sociedad en general ve y vive. Haciendo mención de algunos de los curadores que tuvieron a su cargo las exposiciones de diseño, se pueden nombrar:

Philip Johnson, junto con Alfred Barr, precisaron los ideales del diseño en el Moma, en el catálogo de *Machine Art*. Para Johnson, el diseño representa un ideal que envuelve, no solo con una clara y perfecta belleza sino que también acepta el reconocimiento de la industria como un componente esencial de la cultura.

John McAndrew, un arquitecto y maestro, fue el curador del Departamento de Arquitectura y Arte Industrial desde 1937 a 1940. En las series de exhibiciones anuales de Useful Objects, realizadas por McAndrew, destacaban elementos del buen diseño que estaban disponibles en tiendas y estaba orientado a motivar a los diseñadores, y así mismo, a ayudar a las personas a seleccionar objetos para su

uso personal; estas series generaron un gran número de adquisiciones. Al traer la influencia del Museo e influir en el comercio mundial por primera vez, se convirtió en un pionero en muchas actividades futuras del departamento, y demostró que los ideales estéticos del Museo podían estar al alcance de cualquiera. No obstante, la estética no era su prioridad, y señaló una clara distinción entre el trabajo de un muy buen artista y el de un diseñador, cuyo trabajo, escribió en 1940, debía ser caracterizado por “*Congruente al propósito... Congruente al material... Congruente al procesos de manufactura... Cualidades estéticas*”.

El diseñador Industrial Eliot Noyes, fue director del Departamento de Diseño Industrial desde 1940 a 1942 y de nuevo en 1945 a 1946, había trabajado con el Maestro de la Bauhaus, Walter Gropius y Marcel Breuer en Harvard en los años 30s. Su contribución más reconocida fue en 1940, en el concurso de Organic Design in Home Furnishing, realizada por Edgar Kaufmann, Jr., en donde Charles Eames y Eero Saarinen fueron los ganadores, con su experimento en madera chapada, la cual fue exhibida en el Museo al año siguiente, convirtiéndose en un diseño clásico.

Kaufmann se convirtió en director del Departamento de Diseño Industrial en 1946, comenzó en 1938 como miembro del Comité de Arquitectura y Arte Industrial, y fue reconocido por su trabajo en la exhibición de Useful Objects. Su habilidad con las producciones complejas, fueron mostradas en la organización de la International Competition for Low-Cost Furniture Design en 1948, donde no solo persuadió diseñadores de todo el mundo a usar avances tecnológicos militares para propósitos civiles, sino también se aseguró que las obras ganadoras fueran diseñadas y fabricadas.

En 1951, Arthur Drexler cumplía 35 años de carrera en el Museo como curador en el Departamento de arquitectura y diseño. En el catálogo que acompañó su primera exhibición, *Eight Automobiles*, escribió: “*Los automóviles son esculturas rodantes huecas*”, esta declaración puso en duda la política del diseño en el Museo por las siguientes 3 décadas; el diseño y el arte eran uno. Aunque no se adquirieron automóviles como un resultado directo de esta exhibición, ahora el Museo obtuvo en 1972, seis modelos dentro de la colección,

Dexler, se convirtió en el director del Departamento de Arquitectura y Diseño en 1956. La permanencia de Dexler como director duró 30 años, el tiempo más largo del Departamento, y el gran impacto que dejó tanto en diseño como en arquitectura fueron considerables. A medida que el departamento crecía, creó nuevos puestos para diversos especialistas en el diseño, tales como Mildred Constantine, Greta Daniel, Curadora Asociada de Diseño y guardiana de la colección. Dexler trajo su postura curatorial de nuevo a la estética. Profundamente inspirado por las artes y por la arquitectura de Japón, Dexler montó la exhibición *The Architecture of Japan*.

Emilio Ambasz, curador contratado por Dexler en 1971, dio un giro al diseño contemporáneo en el Museo. Ambasz con su famosa exhibición, *Italy the New Domestic Landscape* (1972) y *The Taxi Project: Realistic Solutions for Today* (1976) y la espectacular instalación de Kioscos en el jardín de esculturas del Museo, proveyó a la colección con una ganancia inesperada de importantes piezas de los años 60s, cuando Italia se encontraba en la vanguardia tanto de lo tecnológico como de la innovación formal del diseño. Ambasz dijo: “Soy un cazador de curadores... el que tiene una idea, sale y recauda fondos, consigue la protección institucional y lo realiza”.

Johnson Stewart Wrede, era responsable de las exhibiciones retrospectivas en el diseño de muebles de Isamu Noguchi (1978), Eileen Gray (1980), Marcel Breuer (1981), y Alvar Aalto (1984). Después de que Dexler falleciera en 1987, el departamento fue dirigido por Stuart Wrede durante su dirección, la más importante exhibición de fue *Mario Bellini: Designer* en 1987 (en el trabajo más innovador de Bellini en equipo electrónico y muebles), *Design for Independent Living* en 1988 (en productos para la vejez y los físicamente impedidos), *Information Art: Diagramming Microchips* en 1990 (una exhibición de 31 dibujos hechos a computadoras de 22 circuitos, y junto con el chip de computadora actual) y *Modern Masks and Helmets* en 1991, el cual no solo enriqueció la colección, sino que presentó la interpretación innovadora sus principios formativos.

El arquitecto Terence Riley se convirtió en el Jefe de Curadores de Arquitectura y Diseño en 1992, Riley tomó caminos paralelos, en asuntos históricos así como contemporáneos. Organizó importantes exhibiciones, sintetizado al postmodernismo en una nueva visión de lo moderno.

Paola Antonelli ingresó el MoMa en 1994, como directora en el Departamento de arquitectura y diseño. Actualmente continua en el puesto de dirección del Departamento del Moma. Su primera exposición para el MoMA, fue "Mutant Materials in Contemporary Design" Su exposición, "Workspheres" se dedicó al diseño del lugar de trabajo del futuro cercano. El objetivo de Antonelli es promover el papel del diseño y su gran influencia en la sociedad, el progreso obtenido ha sido reconocido internacionalmente. Otros proyectos recientes incluyen un libro sobre la comida, de todo el mundo, como ejemplos de diseño distintivo y un programa de televisión sobre el diseño. Ella lleva varios años intentado obtener un Boeing 747 para su inclusión en la colección del Museo de arte moderno.

Han existido diversas formulaciones de criterios de acuerdo con que objetos son considerados valiosos para la colección del Museo, y en el proceso de adquisición se involucran cuestiones complejas, así como el financiamiento y la colaboración entre un experto y selecto grupo. El criterio puede variar, pero todo se centra en los principios básico de la colección. En 1984, declaraciones hechas por Dexler, tocan el núcleo de este entendimiento: *“Un objeto es elegido por las cualidades que puede lograr, o que ha originado, esas ideas formales de la belleza se ha convertido en el mayor concepto estético en nuestros tiempos. La significación es un criterio más flexible. Es aplicado a objetos que no satisfacen por completo la estética o las razones prácticas, pero que sin embargo, han contribuido a la importante evolución del diseño”*

Los diseñadores no están representados por cuerpos enteros de trabajos, sino por, la pieza más adecuada. Los curadores reciben solicitudes de todo el mundo, llevan a cabo investigaciones en nuevos y antiguos objetos, visitan diseñadores y escuelas; buscando activamente el objeto en una lista, que incluyen objetos de distintos periodos. Los curadores se reúnen varias veces durante el

mes para checar las propuestas, incluyendo solicitudes no pedidas, son discutidas y filtradas en una compilación ideal. Dos veces por año los curadores presentan los proyectos que fueron elegidos para ser adquiridos al Comité de Arquitectura y Diseño, compuestos por expertos en diseño y en arquitectura, quienes votan por la aprobación final.

Aunque no exista una receta para la introducción exitosa, algunos principios de exclusión se han establecido como tradicionales. Algunas de ellas son firmes: no se permiten armas, por ejemplo, ni tampoco se permite la entrada a la colección de elementos de moda, por diferentes razones. En el caso de las armas, tenemos la explicación de Dexler: *“Las armas mortales están dentro de los artículos más fascinantes y mejor diseñados de nuestra época, pero su belleza solo puede ser atesorada para aquellos que el placer estético está divorciado del valor por la vida, un modelo de percepción que las artes no están destinadas a alentar”*. En el caso de la moda, su percepción efímera la posiciona hace décadas fuera de los límites de la misión del departamento. Muchos curadores, en varias ocasiones han cambiado la mirada curiosa a las artesanías y a las artes decorativas, para definir y delinear mejor su propia misión.

De lo revisado en esta investigación, se puede afirmar, que la posición del diseño industrial y la necesidad de establecer su importancia e influencia en la cultura, es en gran medida no solo por la labor de difusión que el Museo ha realizado a lo largo de los años por mostrar objetos de diseño, sino el crear una nueva forma de entender la modernidad a través de objetos de uso cotidiano. Esto es el resultado del hacer y cumplir la Misión y objetivos del Moma y el conocimiento y experiencia adquiridos por los diferentes equipos de curadores que han trabajado para propiciar una lectura coherente y orientadora de la producción plástica, incluyendo la concepción de exposiciones y los criterios para la formación de las colecciones. Ellos, conciben y diseñan una exposición, sugieren los objetos que deben exponerse y elaboran la documentación relativa a los mismos. El curador difunde y muestra las nuevas expresiones artísticas, cómo influyen en la vida moderna y contribuyen a la construcción de un ideal moderno en constante evolución. En la curaduría es necesario crear un contexto particular para ampliar

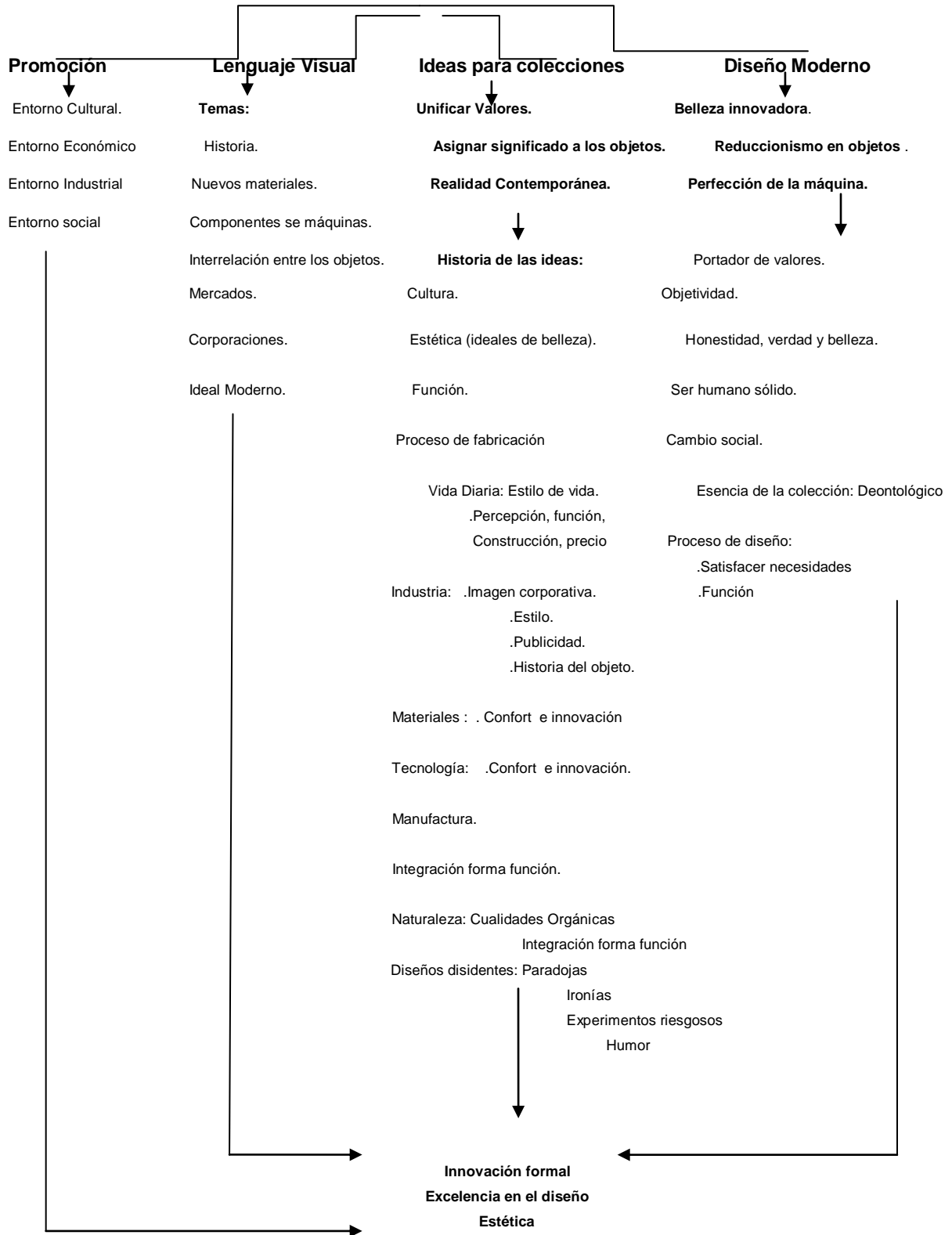
las relaciones de las obras con el entorno social, cultural, económico e industrial, tener un amplio contacto con la realidad contemporánea, aportando una mirada erudita y sensible, para poder construir un lenguaje visual a través de la exposición y comunicar al público el mensaje. Los Curadores son los más acreditados en la interpretación y el análisis de la producción del Diseño Industrial.

5.5. Mapa Conceptual.

A modo de resumen, de todo lo anterior, se realizó un Mapa Conceptual en el cual se muestran los diferentes criterios bajo los que el MoMa y los Curadores planean analizar, seleccionan y realizan, las exposiciones a lo largo de la historia del Museo. Confirmando que en todas para la selección de las piezas, deben de cubrir ellas con los requerimientos fundamentales de ser diseños con una estética, presentar una innovación formal y tener una excelencia en el diseño.

MoMa

CURADORES. Criterios



CONCLUSIONES

El diseño Industrial nace, como la cultura de la industria, cargado con una voluntad de transformación social, manifestando un planteamiento alternativo a la sociedad. El arte se fue implicando en la fabricación de los objetos de uso cotidiano, para dar origen a la creación de una nueva perspectiva, resultado de una cultura de productos iniciada a partir de la reproductividad en masa.

La Modernidad es como un proceso de mutación social que se constituye a partir de la experiencia constructiva de un hombre nuevo con la capacidad de transformar su entorno por medio de una visión material del mundo, edifica un innovador esquema de producción artística que disuelve la frontera existente entre lo estético y lo funcional, permitiendo con ello una nueva manera de organizar los destinos de la sociedad. El proceso de constitución del Diseño Industrial como actividad específica y su papel decisivo en la materialización de parte del proyecto moderno, generó el establecimiento de un nuevo espacio abierto como forma de comunicación dirigida a satisfacer necesidades sociales, a partir de condiciones socio-históricas que exigen observar en detalle los caminos recorridos por una nueva profesión que resolvía la contradicción existente entre el lenguaje artístico y el industrial. De esta manera, el problema cultural de la industria es asumido por este nuevo oficio que se fundamenta en el trabajo proyectual de bienes de uso, de acuerdo a requerimientos económicos, constructivos, funcionales y estéticos, los cuales son concebidos integralmente desde el comienzo.

Así, la industria crea por primera vez sus propias formas culturales liberadas de la tradición artesanal, entregando respuestas coherentes a las necesidades de la tecnología y de su época, concibiendo una estética de la máquina. Con él, se da término a los antagonismos culturales de la industria y el arte, convirtiéndose ello en un gran mérito histórico del movimiento moderno. Diseñar, permite idear formas industriales originales que integran belleza, técnica, funcionalidad y economía, desarrolladas bajo la idea de proyecto consciente, deliberado y sistemático en busca de resultados prácticos e innovadores,

alimentados mucho más allá del empirismo artesanal, por lo que hablar de la historiografía del Diseño, significa reflexionar sobre un elemento constitutivo de lo moderno y de la historia de la cultura contemporánea. De allí, el interés de esta investigación entre otros puntos, es indagar sobre los valores de la Modernidad, presentes de manera tangible en el lenguaje del Diseño Industrial, y explicar como la función cultural aspira a vincular el arte con la vida cotidiana, generando un arte nuevo y auténtico, a partir del cual se construye una nueva relación entre el artista, su obra y la sociedad.

La colección de diseño del Museo siempre ha sido incluyente multidireccional y subjetiva, en las últimas décadas del siglo XX, .Así por ejemplo una cultura que contribuye a un valor fundamental en el proceso por el cual las cosas se hacen, es la introducción de la computadora, y el vasto y nuevo rango de materiales y técnicas se han expandido de gran manera en el criterio original para el diseño en el siglo XXI. Lo que permanece constante es la búsqueda por una claridad de propósito y de significados, atributos que siguen caracterizando la actitud moderna en el diseño.

Desde la llegada de la computadora, la experimentación y la manufactura formal se volvieron más sencillas, pero la relación entre forma y función se torno más complicada. La fe en el empirismo, la intuición, la curiosidad y la habilidad de reconocer los errores han permitidos a los curadores del Museo el mantener sus objetivos con el diseño de nuestros tiempos. Actualmente, el diseño tiene que lidiar con su propias prioridades y responsabilidades, tales como la preocupación por el medio ambiente, una nueva responsabilidad hacia otros seres humanos, nuevos avances técnicos en manufactura y distribución, un nuevo sentido de privacidad y de propiedad de espacios y cosas, la inmaterialidad de las nuevas formas de diseño, la interactividad que muchos de los objetos permiten, y el resurgimiento de culturas locales como respuesta de un mercado global, por mencionar algunas. Conforme van surgiendo las nuevas ramas del diseño, estas son incorporadas a los trabajos de los curadores, en otras palabras la manera en como el diseño es explicado y comunicado, para coincidir con el cambio de requerimientos públicos y acomodar nuevos tipos de objetos, desde interfaces

hasta computadoras y robots. Por lo tanto los curadores continúan la exploración del mundo en busca de elementos emergentes que pueden fomentar la modernidad y la posmodernidad. Hoy en día, a manera en que la influencia de la maquina disminuye y aumenta la influencia de un mundo digitalizado, como ha ocurrido en las últimas décadas hemos sido testigos que el centro gravitacional del diseño ha cambiado.

Los curadores son, literalmente, los custodios de la colección, guardianes de la autenticidad y de la igualdad entre los objetos. Esta descripción, aunque ciertamente apropiado para los museos encargados de preservar el pasado, no aplica como tal en el MoMA, el cual escribe sus propias historias y preserva el presente. La actividad de los curadores del diseño contemporáneos, no está basada en la recuperación de pruebas existentes, de preestablecer la formación de reglas, sino más bien en los nuevos conceptos que se encuentran en constante evolución, requiriendo constantes giros en la perspectiva, de lo particular a lo general, de la descripción a la síntesis. La colección de diseño del MoMA ha tenidos toda clase de curadores, desde un historiador hasta un reportero, y es por eso, ciertamente una colección de ideas.

El MoMA, es uno de los museos del mundo con más capacidad de introspección y autocrítica, las exposiciones que realiza y estudia nos muestran los logros que ha conseguido y los desafíos que se plantea ante el futuro. El MoMa siempre ha demostrado que cree en la continuidad de la validez de lo que comúnmente se conocía como arte moderno, y que aquello que se llamaba ininteligible en el arte, no era otra cosa que el inevitable resultado de la exploración de nuevas fronteras.

El MoMA, actúa como un auténtico embajador del diseño industrial, y ha ejercido una gran influencia en la educación cultural. La importancia y el mérito de la labor del MoMA hacia la cultura contemporánea y en particular a la elevación del nivel estético de la producción industrial consiste en el hecho de haber conseguido musealizar objetos de diseño, como muestra de manifestaciones culturales del siglo XX, de esta forma, como en los talleres de la

Bauhaus, se comienza a considerar obra de arte, la arquitectura y el diseño, la fotografía o el cine.

El MoMA es un museo moderno para un arte moderno.

Así que el desafío, pues, aunque diferentes en los detalles, esta investigación continúa abierta para nuevas interpretaciones, e identificar aquellos nuevos objetos que más claramente hablan acerca de nosotros mismos, la cultura que los produce y el mundo que aspiramos vivir.

Bibliografía

Ambasz, E. (1972). *The New Domestic Landscape. Achievements and Problems of Italian Design*. Florencia: Museum of Modern Art.

Anderson, I. (2004). *El Diseño antes y despues de la Revolución Industrial a nivel mundial*. Argentina: Facultad de Bellas Artes.Univesidad Nacional de la Plata.

Antonelli, P. (2005). *Humble Masterpieces*. New York: ReganBooks.

Antonelli, P. (2003). *Mutant materials in Contemporary Art*. New York: MOMA.

Antonelli, P. (2003). *Objects of Design*. New York, USA: The Museum of Modern Art.

Arthur, D. (1951). *8 Automoviles*. New York : The Museum of Modern Art.

Bassi, A. (2004). *Lighting Design, 1945-2000*. London: Phaidon Press.

Baudrillard, J. (1981). *El sistema de los objetos*. Mexico: Siglo XXI. Editores 6a edición.

Bonsoni, G. (2003). *Italian Design*. New York: The Museum of Modern Art.

Bonsoni, G. (2001). *Italy: Contemporary Domestic Landscapes, 1945-2000*. Milan: Skira.

Branzi, A. (1988). *Learning from Milan: Design and the Second Modernity*. Cambridge, Mass: MIT Press.

Burdek, B. E. (1994). *Diseño. teoría y practica del Diseño Industrial*. Barcelona España: Gustavo Gili.

Calabrese, O. (1986). *Images and History of a National Identity*. Milán: Sadlier,Milan.

Calvera, A. (2004). *De lo bello de las cosas: Materiales para una esttética del diseño*. Barcelona: Gustavo Gili, SL.

- Campi, I. (2007). *La idea y la materia*. España: Gustavo Gili, SL.
- Celant, G. (1994). *The Italian Metamorphosis*. New York: Progetti Museal7.
- Chermayeff Serge, D. R. (1944). *Design for use in Art in Progress*. New York: The Museum of Modern Art.
- Comunicación, D. o. (2009). Bauhaus 1919-1933. Workshops of Modernity. *Department of Comunicación* , 37-68.
- Comunicación, D. o. (2009). Bauhaus 1919-1933. Workshops of Modernity. *Department of Comunicación* , 17- 29.
- Comunicación, D. o. (2007). Moma Highligts since 1980. *Department of Comunicación* , 13- 25.
- Comunicación, D. o. (2007). MOMA Highligts since 1980. *Department of Comunicación* , 13- 28.
- Craig, M. (1996). *Masterworks: Italian Design 1960-1994*. New York: American federation of Arts.
- David, H. (1984). *From the American System to Mass Production*. Baltimore, Md: Johns Hopkins University.
- Deniso, P. (2005). *Christopher dresser: A Design Revolution*. New York: Journal of Design History.
- Doblin, J. (1970). *One Hundred Great Product Designers*. New York : Reinhold Co.
- Dorfles., G. (1968). *El Diseño Industrial y su estética*. Barcelona: Nueva Colección Labor.
- Dostre, M. (2006). *Bauhaus 1919-1933. Reforma y Vanguardia*. Alemania: Tashen.
- Dreyfuss, H. (1955). *Designing for People*. New York: Simon and Schuster.
- Flinchum, R. (2008). *American Design*. New York: The Museum of Modern Art.

Gallo, G. Z. (2011). La influencia del movimiento moderno en el diseño industrial. *Diseño La.* , 18.

Ginsborg, P. (2003). *Italy and its Discontents: Family, Civil Society, State 1980-2001*. New York: Macmillan.

Girad, J. (2003). *Bauhaus*. Berlin: H.Kliczkowski.

Gordon, B. (2006). *A pioneer of Design and Architecture in the Age of American Modernism*. New York: Phaidon.

Heskett, J. (1980). *Desing. A very short introduction*. Oxford: Thames & Hudson.

John, M. (1940). *Useful Objects under Ten Dollars*. New York: The Museum of Modern Art.

Judson, C. R. (1983). *Design in America: The Cranbrook Vision*. New York: 1983.

Klingender, F. D. (1947). *Art in the Industrial Revolution*. London: Noel Carrington.

Loewy, R. (1951). *Never Leave Well Enough Alone*. New York : Simon and Schuster.

McAndrew, J. (1940). *Useful Objects under Ten Dollars*. New York: The Museum of Modern Art.

Megss, P. (1991). *Historia del Diseño Grafico*. México: Trillas.

Mekle, J. (2005). *Design in the USA*. New York: Oxford University Press.

Muzi, C. (2005). El tiempo del diseño industrial. *Clarín* , 32-33.

Olivares, R. (2012). *Todas las cosas*. Buenos Aires: Imagen y cultura.

Pevsner, N. (1983). *Estudios sobre Arte, arquitectura y Diseño*. Barcelona, España: Gustavo Gili.

Phillip, J. (1933). *Objects: 1900 and Today*. New York : Museum of Modern Art.

Procacci, G. (1968). *History of the Italian People*. London: Weidenfeld & Nicolson.

Putman, T. (1988). *The Theory of Machine Design in the Second Industrial Age*. New York: Journal of Design History.

Radice, B. (1984). *Menphis: Research, Experience, Failures and Succeses of New Design*. Neorkw Y: Rizzolli.

Ronald R, H. (1990). *Ingenius Yankees: The Riseof the American System of mnufactores in the Privat Sector*. New York: Columbia University.

Salinas Flores, O. (1992). *Historia del Diseño Industrial*. México, D:F:: Trillas.

Santigo, R. C. (1993). *Los Museos de aret modrno y Contemporaneo: historia, programas y desarrollos actuales*. Madrid: Siruela.

Selle, G. (1973). *Ideología y utopiía del Diseño*. Barcelona , España: Gustavo Gili.

Sparke, P. (1988). *Italian Design 1870 to the present*. London: Thames and Hudson.

Sullivan., L. H. (1957). *Charlas con un Arquitecto*. Buenos Aires, Argentina: Infinito.

Terence, R. (1998). *Portrait of the Curator as a Young Man*. New York: Museum of Modern Art.

Timan, B. (1984). *Peter Behrens and the AEG, 1907-1914*. Cambridge, Mass: MIT Press.

Tschudi-Madsen. (1967). *Art Nouveau*. Universidad de Michigan: Mc Graw Hill.

Vergani, G. (2001). *Made in Italy? 1951-2001*. Milan: Luigi Settembrini.

Villate, d. E. (2006). *¿Como mueren los objetos? Ideas sobre la estética en el objeto de uso*. Colombia: Universidad nacional de Colombia.

Walter, G. (1923). *The Theory and Oraganization of the Bauhaus*. 1938: Herbert bayer, Walter Gropius and Ise Gropius.

REFERENCIAS ELECTRONICAS

Museum of Modern Art:

Disponible en: www.moma.org

Noel, Guillermina (2000) [On-line]. *Diseño, Objetos del Siglo XX y Museos*.

Disponible en: www.lasdiagonales.com/museo/anexo.htm

Triennale di Milano:

Disponible en: www.triennale.it

-Cooper Hewitt National Design Museum:

Disponible en: www.ndm.si.edu

-Design Museum Londres:

Disponible en: www.designmuseum.org

-Museo de las Artes Industriales (Kunstgewerbemuseum)

Disponible en: www.smb.spk-berlin.de

-Museum für Gestaltung:

Disponible en: www.museum-gestaltung.ch

-Nöel, Guillermina (2000) [On-line]. *Diseño, Objetos del Siglo XX y Museos*.

Disponible en: www.lasdiagonales.com/museo/anexo.htm

-Valls, I. (2002) [On-line]. *Els Museos de Disseny*,

Disponible en: http://cultura.gencat.net/publicacions/doscs/museus_disseny.pdf

-Victorian & Albert Museum:

Disponible en: www.vam.ac.uk

-Vitra Design Museum:

Disponible en: www.design-museum.de -www.objetual.ve

