

TIEMPOS

TIEMPOS

PRODUCCIÓN

FUNCIÓN

ÉTICA

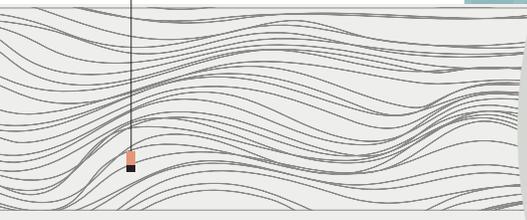
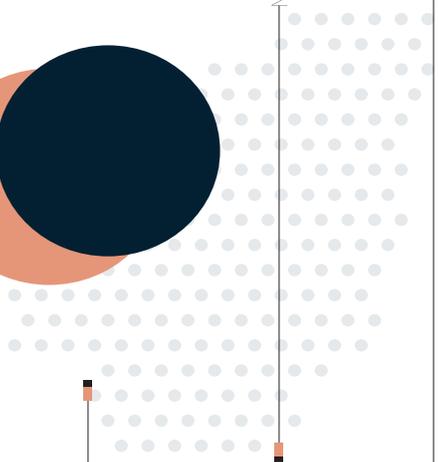
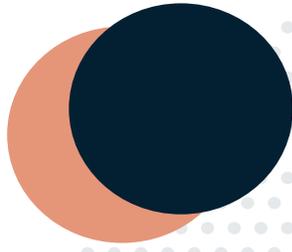
ALIMENTACIÓN

DISEÑO

ARTESANÍA

CONSUMO

MUJER



# TEORÍAS DEL DISEÑO INDUSTRIAL II

2020-1

# PÁGINA LEGAL

## **Editorial**

Cristián Lagos Burgos

## **Diseño y Diagramación**

Miyerlandi Cristancho Fajardo  
Adrián Riveros Fajardo

## **Ilustraciones**

Daniela Rolón  
David Felipe Chavarría Forero

## **Diseño de portada y contraportada**

María Isabella Lesmes  
Angie Galvis Hincapié

## **Autores**

Miyerlandi Cristancho Fajardo  
Adrián Riveros Fajardo  
Cristián Lagos Burgos  
Daniela Rolón  
David Felipe Chavarría Forero  
María Isabella Lesmes  
Angie Galvis Hincapié  
Daniel Oviedo Sandoval

## **Agradecimiento a**

Johanna Zarate Hernandez

**Universidad Jorge Tadeo Lozano**

**Bogota D.C**

**Mayo 2020**

# CONTENIDO



**1 Editorial**  
Introducción al desarrollo del contenido de nuestra revista con un enfoque hacia el diseño.

**2 Perfiles**  
Se expone una muestra concreta del perfil de cada autor participante de esta editorial.

**3 Artículos**  
Desarrollo de un texto a partir del futuro del diseño en el siglo XX

**4 Cuartilla**  
Análisis sobre un producto, empresa o diseñador

**5 Red Neuronal**  
Conexión de conceptos estudiados alrededor de la historia del diseño.



El diseño industrial es una disciplina estratégica enfocada en convertir aquellos problemas en oportunidades a través de mediadores, usando herramientas como la innovación dentro de una realidad ambiental, social, económica, cultural y tecnológica, brindando solución a las necesidades de las personas; las cuales pueden abordarse desde diferentes perspectivas. Actualmente, se plantean varias metodologías y enfoques para el desarrollo de proyectos apostando a un diseño incluyente, donde el usuario sea el foco central.

La asignatura de Teorías del diseño industrial II, busca centrar su interés en el estudio de las estructuras teóricas e históricas que puedan plantearse como fundadoras de la amplia configuración de conocimiento del Diseño Industrial y en particular de su condición disciplinar.

Esta revista contiene contextos, argumentos y conceptos de los estudiantes de la asignatura, dejando en evidencia el proceso abordado durante el semestre. Busca otorgar a través de esta herramienta teórica una nueva mirada crítica y constructiva a los lectores, permitiendo la localización conceptual y argumental de su disciplina con relación al amplio universo del conocimiento y su desarrollo.

# PERFILES



## Miyerlandi Cristancho Fajardo

Soy estudiante de último semestre de Diseño Industrial. Entre mis áreas favoritas de diseño se encuentran el trabajo con comunidad y el desarrollo de productos para el aprendizaje didáctico. Soy apasionada en todo lo que hago, principalmente por mi trabajo y por conocer otras culturas. Sueño con diseñar para transformar el mundo, generando gran impacto con cada una de las cosas que hago. Mi meta es lograr que las personas puedan cambiar y evolucionar a través de mis diseños.



## Adrián Riveros Fajardo

Actualmente, finalizando el proceso de formación de Diseño Industrial, mi propósito es aplicar las herramientas adquiridas en la academia para potenciar los procesos en la industria. Enfocado a solucionar falencias en áreas de trabajo que están impidiendo el funcionamiento eficiente de un operador. Habilidades en manejo de softwares 3D, para realizar simulaciones que permitan acortar tiempos del desarrollo de un producto.



## Angie Galvis Hincapié

Soy estudiante de séptimo semestre de Diseño industrial en la universidad Jorge Tadeo Lozano. Mis intereses se centran en aportar al arte y la cultura factores humanos inmersos en el diseño teniendo en cuenta los avances tecnológicos, pero sin perder el trabajo manual con lo cual me identifico. Así mismo, me ha permitido tener una conexión en el contexto de la expresión artística creativa manual y también con los software especializados proyectados en un competitivo y dinámico campo del diseño industrial.



## Daniela Rolón Alvarado

Soy estudiante de Diseño Industrial, curso actualmente séptimo semestre, considero que el diseño me ha permitido comprender el mundo de una forma diferente, donde generar oportunidades para proyectos y nuevas ideas están dadas de la forma en que las logro comprender e innovar. Considero que el diseño objetual y de espacios son lo que más me gusta y me inspira.



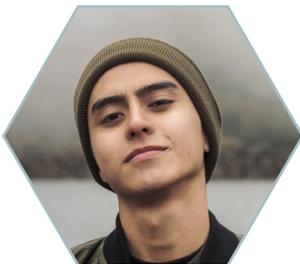
## Daniel Oviedo Sandoval

Diseñador industrial en formación, enfocado en el modelado 3d y la ilustración análoga y digital. Habilidades en desarrollo de productos enfocados en el cliente con consciencia ambiental y social. Con conocimientos y experiencia en procesos productivos, proyectos sociales y diseño crítico.



## María Isabella Lesmes

Actualmente, soy estudiante de séptimo semestre de Diseño industrial, mi aspiración profesional es generar propuestas que contribuyan a la optimización de la calidad cultural, ambiental, social y humana, tengo mayor experiencia académica en el área de diseño de producto, sin embargo, últimamente un área de trabajo que ha sido muy importante para mí es el desarrollo de estrategias sostenibles a nivel ambiental y social.



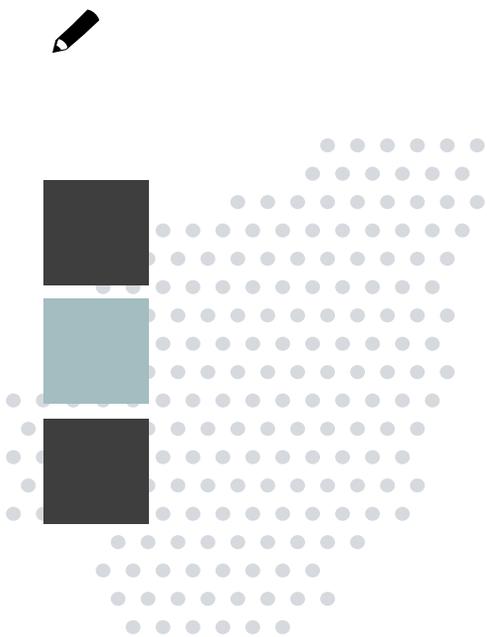
## David Chavarría Forero

Soy estudiante de octavo semestre de diseño industrial de la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, a lo largo de mi carrera he recorrido las diferentes ramas de la disciplina y lo que más resalta de lo que he aprendido es el rápido avance de la tecnología y el alcance que tenemos como diseñadores para obtenerla, apropiarla y ayudar a seguirla desarrollando siempre con el fin de ayudar al planeta (Humanos, ecosistemas y animales).



## Cristián Lagos Burgos

Diseñador industrial y arquitecto en proceso de formación de la universidad Jorge Tadeo Lozano con capacidades y formación para el desarrollo de proyectos de diseño, enfocados en la satisfacción del cliente y el aprovechamiento de la capacidad productiva de la empresa. Líder comprometido con las metas proyectadas y un gran apoyo con los compañeros de trabajo, emprendedor y responsable. Con mentalidad abierta y analítica que me permite enfrentar los cambios de un sistema altamente dinámico. Tengo destrezas en identificar nuevas oportunidades de negocios y un buen dominio de relación con las personas.



# EL DISEÑO DESDE SU FUNCIÓN: PRODUCTO DE TIEMPOS LÍQUIDOS

Escrito por:  
**Miyerlandi Cristancho Fajardo**

**E**ste ensayo busca hacer una reflexión en torno a la función un “objeto” o “producto” del diseño en la actualidad. Se trata de ilustrar la relación que tiene con la sociedad y los cambios que ha sufrido con el tiempo en el marco de dichas interacciones; un Diseño cada vez más influenciado por lo que llamó Zygmunt Bauman, como la modernidad líquida, lo cual me llevó a preguntar ¿Qué nos ha llevado a todo esto? Como nota a resaltar, he de decir que la idea inicial de este documento se disponía a analizar la transformación que mencioné anteriormente, exclusivamente. Sin embargo, en medio de la situación generada por el COVID-19 no pude dejar de preguntarme ¿Cuál fue, es y será el rol del diseño en medio de esta crisis? Así que dada la relación con el tema, decidí incluirlo en el análisis realizado para esta entrega.



## Los inicios

Si bien el presente ensayo, en un primer momento, se restringió casi de forma exclusiva, a analizar la transformación del concepto de “objeto” o “producto” desde su función, fue necesario integrar en él elementos ajenos, en principio, al proceso de diseño. Y es que es claro que no puede analizarse la función del diseño de forma aislada a su interacción e inclusión con las dinámicas humanas. El Diseño, y la función del mismo en sus primeros momentos, correspondían a la creación de productos que permitieran la satisfacción de necesidades básicas así como la resolución de problemáticas en el ambiente y entorno del ser humano. Está orientado en su totalidad a la solución de problemas. En ese sentido, el Diseño se adapta a los avances de la humanidad, de tal forma funcionó en el pasado. Gracias a esta disciplina la humanidad logra aún en la actualidad superar las adversidades y problemáticas que le amenaza así como dar respuesta a las necesidades que surgen en medio de su evolución. Además, logra

dar a las personas una calidad de vida y permitirle gozar de mayores beneficios conforme avanza el tiempo. El Diseño ilumina el futuro y deslumbra con la promesa de que día a día todo será mejor.

“  
**Diseño cada vez  
 mas influenciado  
 por lo que  
 llamó Zygmunt  
 Bauman, como  
 la modernidad  
 líquida...**  
 ”

Sin embargo, conforme pasan los días es posible observar cómo el rumbo del diseño no está girando en torno a una utilidad y la solución de problemas y necesidades del ser humano. Esto es, parte de los diseñadores están, por medio de sus productos, creando cada

vez más nuevas necesidades. Con la excusa de que, supuestamente, ya se ha dado solución a todas las problemáticas y necesidades del ser humano, el diseño se enfoca cada vez más a la creación de experiencias o la satisfacción de necesidades que, en este nuevo escenario, aportan a la creación de un status o la satisfacción de estándares sociales que, incluso, se han establecido en el imaginario social y se trasladan de generación en generación. Pero pensar que todas las problemáticas y necesidades humanas se han resuelto ya, es muy alejado de la realidad. Esto se ve logrado y es más frecuente en las sociedades y países occidentales -u occidentalizadas-, pero el que se empiecen a relacionar soluciones a otros tipos de necesidades que van más allá de las básicas del ser humano es más común en estos tiempos.

**¿Qué nos ha llevado a todo esto? La modernidad líquida**

En estos días en los que cambiamos de celular cada año, compramos ropa aun teniendo quizá mucha en buen estado pero en

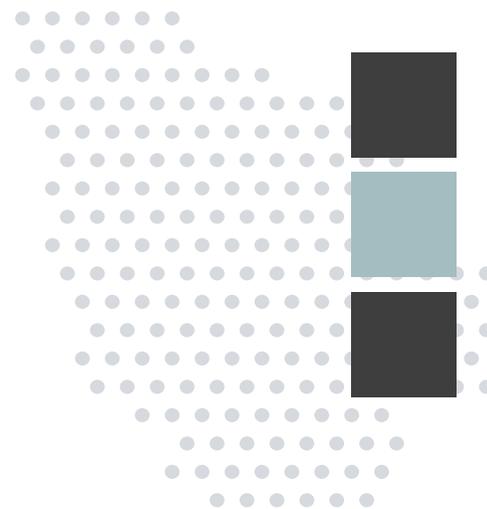
desuso, los múltiples y repentinos cambios de trabajo (de forma voluntaria o involuntaria), el aumento de la migración o la disminución de los matrimonios conforme pasan las generaciones, Zygmunt Bauman (de estar en vida) vería cómo aquello que él llamó modernidad líquida toma más vida que nunca. La inestabilidad, y carencia de una forma definida son características que estos tiempos comparten con los líquidos, según Bauman. Se podría decir que, definitivamente prima el caos. El caos por la falta de estabilidad y de un camino o proyecto común de la humanidad. Esta modernidad es fluida, constante, voluble, incongruente y no puede predecirse.

¿A qué se debe esto? Al absoluto poder que tienen las nuevas transnacionales y que superan el de muchos Estados, haciendo que la injerencia en el ámbito individual y colectivo de las personas y la humanidad sea cada vez mayor. Cambian las leyes y moldean la economía a su antojo y en pro de su beneficio. Esto de la mano del apogeo de las libertades personales que, en este sentido, prevalecen al de las sociales.

Así, modelan también la vida de las personas, proyectos y sueños, ofreciéndoles la oportunidad de la realización personal a través de la adquisición de sus productos. De esta forma, terminan teniendo un constante deseo de mejora de estatus, el cual es traído por las grandes empresas a través de bienes, productos o experiencias que brindan aquel ascenso social, que antiguamente (en la modernidad sólida) era generado a partir del estudio y el trabajo duro, en este momento se brilla por la superficialidad de las personas e incluso en algunos casos por la falta de estudio.

El consumismo y el modelo de producción lineal ha llegado a su mayor auge, en consecuencia, el desperdicio y los contrastes en estilos y en calidad de vida. Mientras unos mueren de hambre otros nadan en opulencia. Este presente que vivimos, está caracterizado por la inestabilidad, la cual nos genera una falsa necesidad de consumo que a su vez nos pone en búsqueda de aquél ascenso social a partir de la estética. A esto le siguen los avances tecnológicos que, en dichas dinámicas, son veloces, renovándose a diario y llevando a las personas la necesidad de estar siempre conectados a esos cambios.

Es así como el diseño juega un papel tan importante. Gracias a los diseñadores que, en alianza con demás actores de la maquinaria empresarial, crean los productos que satisfacen las necesidades creadas por las empresas y los mercados. Es decir, ya no se piensa en la utilidad de resolver, o facilitar una labor o resolver un problema. Ahora se crean experiencias y se diseñan objetos que no son necesarios y el



status que se tiene como el mayor valor agregado. Esto también ha cambiado las expectativas, como se dijo anteriormente, individuales y sociales. Pues la modernidad líquida ha traído consigo nuevos conceptos de realización personal y de vida, así como la mercadotecnia ha generado nuevos imaginarios sociales que hablan del riesgo y de vivir el momento; un auténtico diseño de experiencias.

Por supuesto, no se trata de dar una impresión cien por ciento negativa de la modernidad líquida o del rol del diseño en dicho período. La crítica se debe en gran medida a que necesidades como el saneamiento o la alimentación están más cerca de ser un lujo que un derecho. Hay muchas necesidades por resolver y es también el Diseño la clave para dar solución a dichas problemáticas. Esto se prueba, citando un ejemplo, por aquellos que han conseguido diseñar máquinas para producir toallas sanitarias femeninas que resultan no sólo bastante económicas sino también sostenibles ambientalmente o a través del diseño de ropa interior reutilizable para usar durante la menstruación, para el beneficio de millones de niñas y mujeres que,

“  
**Hay muchas necesidades por resolver y es también el Diseño la clave para dar solución a dichas problemáticas**  
”

en diferentes partes del mundo, no solo son discriminadas por tal condición sino que no cuentan con los recursos económicos para sobrellevar, de forma digna, su ciclo.

## ¿Qué importancia tienen los objetos en este momento?

La importancia de los objetos en este momento se debe, en consecuencia, al modelo de vida que manejamos los seres humanos hoy en día. El objeto ha dejado de lado su orientación funcional para convertirse en una experiencia. Por lo tanto, la importancia de estos se divide en dos: uno, el rol que tienen los objetos en esta cuarentena como objetos de ocio y de entretenimiento y dos, el papel de protección generada a partir de implementos de bioseguridad. Es aquí en donde se ve el gran contraste del diseño en nuestros días. Por un lado, se encuentra un papel que podríamos llamar tradicional en el diseño, el cual tiene como objetivo cumplir una necesidad del usuario como lo es la seguridad y protección frente a un virus esto mediado por un objeto que a partir de su forma cumple su función. Y por el otro se encuentra la parte de ocio, un enfoque más experiencial de un producto de diseño. Esto es, la transformación que ha sufrido el diseño. Hoy por hoy el diseño cuenta con un enfoque mucho más comercial. Que es partidario del llamado diseño de experiencias una herramienta que, aunque podría ser usada benéfica se ve llevada al mercado como un componente que lo “único” para lo que sirve es para generar mayores ventas. De manera que se crea en las personas una ilusión de ascenso social a partir del uso de

ciertos productos que generan dicha experiencia. Esto se puede ver reflejado en la marca Apple y sus productos, los cuales puede que tengan las mismas funciones que otros pero lo que los diferencia en comparación a sus competidores es la experiencia que se genera en el usuario al comprar un producto Apple además del significado social de tener uno de estos productos frente a otros de otra marca. Otro claro ejemplo es uno de los últimos carros diseñados por Mercedes Benz, el cual está inspirado en la película Avatar y que a pesar de cumplir las mismas funciones esenciales de transporte como lo hace cualquier otro automóvil. Es valorado por la experiencia que vive el usuario al usar dicho carro.

## ¿Cuál fue, es y será el papel del diseño en toda esta coyuntura actual?

Definitivamente ya han quedado atrás las épocas en las que el diseño se enfocaba en la calidad de vida de las personas, el diseño representaba la manera de democratizar los objetos.

El desarrollo de diseños en masa era en su momento la oportunidad de crear igualdad de oportunidades. Tomemos como ejemplo el constructivismo ruso, el cual en su tiempo fue un modelo de pensamiento que generaba nuevos modelos de vida. Lo que hacían los entonces llamados artistas era una creación para el pueblo, cumplía una función colectiva.

Todo lo contrario de lo que pasa en la actualidad. El papel de los diseñadores se basa en crear productos para vender, a no ser que tengan un enfoque social o sostenible, simplemente se busca generar mayores ingresos a costa del diseño. Se genera un diseño no que satisfaga necesidades colectivas, sino que genera necesidades individuales con el objetivo de, como lo menciono anteriormente mejorar las ganancias. El capitalismo, convirtió al diseño en un arma manipuladora de masas y generadora de ingresos. Y los pocos intentos de algunos diseñadores se ven reducidos al rechazo de las grandes industrias.



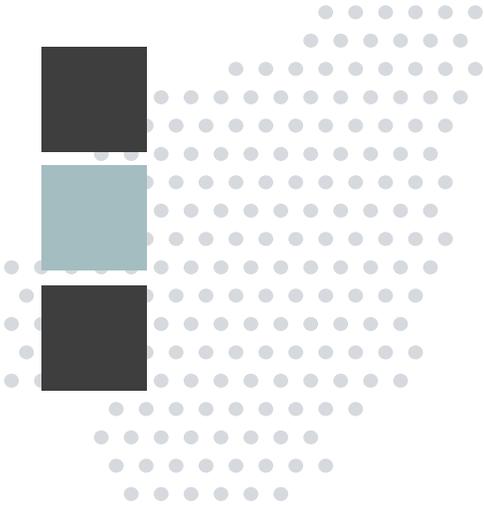
Sin embargo, en el texto “Todo lo solido se desvanece en el aire”, afirmaba Marx, quien admiraba la capacidad de innovación de los burgueses. Todo lo que ha construido la sociedad burguesa fue para destruirse, lo que supuestamente hacía que se innovara constantemente. El problema fue el costo de esta actividad. Nos tomamos muy a pecho este ciclo y no pensamos en los residuos y la basura que esto generaría. El construir y destruir en el que los diseñadores participamos somete al mundo a un fenómeno de autodestrucción.

Es entonces cuando llega este virus y cambia de nuevo nuestra manera de pensar, se pasa de diseñar para el consumismo sin sentido al diseño de implementos necesarios para superar el momento que vivimos. De algún modo nos hemos visto obligados a devolvernos en el tiempo y dejar de generar basura para crear cosas realmente necesarias. Por lo tanto, hago una reflexión, realmente no estamos preparados para la libertad de vivir sin guerras. Entonces como lo decía Marx dependemos de catástrofes para el desarrollo e innovación. El papel del diseño en esta coyuntura es evidente, si bien el “capitalismo salvaje” es el responsable de gran parte de las problemáticas por las que atraviesa la humanidad, por insertar esa mentalidad de consumo voraz e inútil, es aún más triste el papel que hemos cumplido los diseñadores en este daño. Somos igualmente culpables de lavarnos las manos, de no cumplir con una ética laboral. Pero lo realmente valioso que puede obtenerse de un momento como este es recordar que el diseño puede retomar ese valor productivo y funcional ini-

cial, usarse para crear cosas que impliquen un avance real y que nos permitan superar las adversidades juntos, tal como se ve cuando se crea para enfrentar la crisis actual.

Pienso que el diseño en un futuro debería remontarse a esa parte de sus inicios que se enfocaba en una perspectiva social, la cual más que generar acumulación de capital, generaba paz, seguridad, bienestar y cambio de la vida de muchas personas. Espero, probablemente de manera muy idealista, que los seres humanos logremos llegar en algún momento de nuestra historia a una emancipación con la cual no dependamos de este tipo de sucesos para entender que debemos llegar a un cambio, que no depende exclusivamente de los diseñadores más sí tendremos la oportunidad de crear una auténtica revolución creativa para recuperar la utilidad en el diseño.

“  
**El construir y destruir en el que los diseñadores participamos somete al mundo a un fenómeno de autodestrucción**  
”



# DISEÑO: ESTÉTICO Y FUNCIONAL

Escrito por:  
**Adrián Riveros Fajardo**

**A** través de la historia, el diseño ha ido evolucionando conforme a las transformaciones y exigencias de la sociedad universal. En su origen, podemos encontrar tres etapas significativas que han permitido asentar las bases de lo que conocemos hoy en día sobre este campo. En primera instancia, el Diseño Funcional, fundamentado en la creación objetual de productos, se consolida como el punto de partida de esta actividad. Más adelante, en la historia surge una evolución que permite dar paso al Diseño Estético, el cual les añade el toque atractivo a las piezas. Y, por último, aparece el Diseño Disciplinar el cual permitió fundamentar las bases teóricas y profesionalizar esta actividad.



Es importante tener en cuenta que, si bien el diseño ha sufrido cambios como el resto de las actividades humanas, su proceso evolutivo se ha presentado de forma menos radical, al adherir exponencialmente nuevas características, las cuales son las que realmente determinan su progreso. “Todos los productos pueden ser definidos desde aspectos técnicos, comerciales, funcionales, formales estéticos, etc., por lo que resulta claro entender que, en el proceso de diseño, cada enfoque de aproximación a la materialización del objeto producto aporte un número de características necesarias a ser “incorporadas” en la solución final; estas características (llamadas generalmente determinantes y requerimientos)”. (Becerra, 2013, p. 47)

Previo a la profundización en el origen se hace necesaria una definición de los conceptos que argumenta la hipótesis de que un objeto de calidad se consolida cuando la estética cumple su función y la función (eficiente) influye en la estética. En este sentido, cuando Hegel habla de estética excluye la belleza natural y enfatiza en la belleza artística. Esta última es algo superior “porque es del espíritu,

lo bello natural será un reflejo de lo bello del espíritu, algo incompleto e imperfecto. El arte se basa en que lo bello tiene su vida en la apariencia”. (Imaginario, 2019) Así bien, el planteamiento de Hegel sobre la estética en el ámbito artístico lo podemos adoptar al mundo del diseño porque de cierto modo cuando se crea un producto, también se está mostrando un reflejo de la persona, de sus pensamientos, de su interior materializado a través del objeto, y en este sentido, también se hace posible determinar qué tipo de persona se es.

“  
**Se denomina un objeto de calidad cuando la estética cumple su función y la función (eficiente) influye en la estética**  
”

Independientemente de si es incompleto e imperfecto, el producto nos da diferentes puntos de vista bastante valiosos para satisfacer necesidades y deseos de la sociedad.

En el ámbito funcional podemos resumir que es la capacidad del producto de cumplir con los requerimientos exigidos por parte del consumidor, la que permite realizar la actividad o acción de manera eficiente. Dentro de este término es imprescindible agregar el concepto de usabilidad ya que es el soporte para que un objeto tenga una funcionalidad óptima. “La usabilidad, como atributo de calidad y fuente de satisfacción y aceptación social de los productos y servicios interactivos que creamos, cuenta con un recorrido histórico que ha ido aportando solidez y consistencia a su definición.” (Santamaria, s.f p. 8)

Retomando el origen, la primera etapa del diseño, que tuvo énfasis en el perfeccionamiento funcional de los objetos, se enfocó como única alternativa en el impulso y creación de estos elementos en donde cumplieran estrictamente con un correcto desarrollo funcional que permitiera suplir la necesidad para la que se había

realizado. Sin tomar en cuenta aspectos estéticos se desarrollaban productos donde su función eficiente y eficaz era el principal requisito para que fueran aprobados y presentados al consumidor.

Si bien el desarrollo funcional es un aspecto esencial al momento de producir un objeto, el aspecto estético formal es la principal motivación que acerca al consumidor a interesarse por un producto como primera medida. Es por eso por lo que el Diseño adoptó este aspecto en su segunda fase de evolución para atraer a más usuarios y consumidores al momento de ofrecer un producto. “El espacio retínico adquiere una posición predominante, pues los hombres son sobre todo seres vivientes dotados de ojos. Con respecto a los instrumentos, ya sean materiales como inmateriales (programas software), el objeto del diseño consiste exactamente en conectar los artefactos al cuerpo humano.” (Bonsiepe, 1995, p. 22). Con lo anteriormente mencionado por bonseipe, se reafirma la tesis del aspecto estético como posición predominante al momento de dejarse atraer por un producto. Como se dice coloquialmente, todo entra por los ojos.

El último de los tres aspectos que convierten al Diseño en una actividad completamente posicionada se dió con el origen del Diseño Disciplinar. Este referente dio paso a escuelas y facultades para la enseñanza de esta disciplina, dándole el respaldo teórico que le faltaba para argumentar los diseños que a su vez permitió profesionalizar este ejercicio de la creación.

La mezcla de desarrollo funcional

correcto y del estético formal atraente es el resultado que se espera encontrar en todo producto. Sin embargo, muchas veces resulta complicado lograr esa alineación correcta en un mismo producto por las múltiples variantes que se presentan al momento de diseñar y a las innumerables exigencias que demanda cada desarrollo. Uribe Becerra (2013) afirma: “Muchas veces -y dada su diversidad- dos o más características esperadas en un producto se encuentran en contraposición o apuntan en sentidos contrarios, modo que el cumplimiento de una parece ser solo factible por el incumplimiento de otra. Esta contradicción en la orientación entre requerimientos o determinantes se entiende como normal y forma parte de la dinámica propia del proceso de desarrollo de nuevos productos, donde el diseñador debe actuar como mediador y encontrar respuestas lo más acertadas posibles” (p.48.).

Un concepto clave dentro del diseño es la “interfase”. Este es el punto de partida y lo más importante al momento de crear, ya que este concepto sirve como mediador entre el objeto y el usuario. Es el lenguaje mediante el cual el interesado logra utilizar de manera correcta dicho producto. La interfase debe brindar todos los beneficios en pro de la persona para tener una experiencia satisfactoria con el artefacto. La mezcla entre lo estético y lo funcional debe adaptarse a la interfase. Lograr este cometido, mientras se desarrolle un producto estéticamente llamativo y que funcione correctamente podríamos decir que se logró un correcto diseño. “La interfase como categoría central del diseño nos permite conectar a

el cuerpo humano, el objetivo de una acción, un artefacto o una información en el ámbito de acción comunicativa”. (Bonsiepe, p.17)

Partiendo de la tal conexión es donde se logra llegar a obtener la mejor aproximación del desarrollo de un producto que cuente con una muestra de oleada estética y funcional, ya que se logra dimensionar la verdadera necesidad del usuario y que lo motivaría a adquirir el hipotético producto.

En consecuencia, la creación y desarrollo de un producto logrará su éxito cuando cumpla con los requerimientos anteriores, ya que, si el producto responde a la función para la que fue diseñada, eso a su vez facilitará la actividad y acción al usuario. La persona obtendrá un alto grado de satisfacción, que, sumado a las cualidades estético-formales, enriquecerá al producto de un alto grado de valor que permitirá una creciente motivación al usuario para continuar con su uso y crear una fidelidad con la marca.

“

**La usabilidad,  
como atributo de  
calidad y fuente  
de satisfacción y  
aceptación  
social de los  
productos y  
servicios.**

”

“

**La interfase como categoría central del diseño nos permite conectar a el cuerpo humano, el objetivo de una acción, un artefacto o una información en el ámbito de acción comunicativa**

”

En el mundo contemporáneo podemos encontrar referentes que dan muestra de una gran aproximación de la relación y mezcla de lo estético-formal y la funcionalidad, lo cual les ha permitido obtener gran reconocimiento en el gremio industrial, y por supuesto, una inmensa aceptación dentro de los consumidores. James Dyson, por ejemplo, es un inventor, diseñador industrial y empresario británico, que se ha destacado por idear y concebir tecnologías y aplicarlos a artefactos ya conocidos. Esto ha permitido potencializar su usabilidad a un nivel exponencial y transformar creaciones obsoletas a innovadoras, eficientes y seguras.

Dentro de sus más reconocidos inventos está el uso de separación ciclónica en una aspiradora sin necesidad de utilizar bolsas para filtrar los desechos. El uso de tecnología eficiente lo acompaña con un desarrollo formal bastante atractivo dentro de toda la gama de sus productos. En conclusión, el ideal del diseño de productos es lograr materializar creaciones donde haya una clara interfase que permita una comunicación óptima entre el objeto y el ser humano. Cuando el usuario logra entender de manera intuitiva como funciona el producto, podremos afirmar que la interfase está haciendo correctamente su tarea. Ahora bien, una vez logrado este enlace, si el artefacto

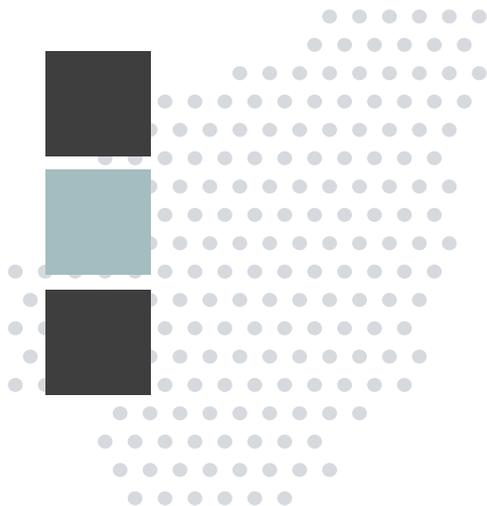
cuenta con características funcionales convenientes, que permitan llevar a cabo la labor para la que se diseñó y acompañado de esto el producto logra atraer de manera positiva al consumidor por sus cualidades formales, podría decirse que el objeto cuenta con un alto grado de valor. Sin embargo, vale aclarar que el producto perfecto nunca podrá existir ya que las exigencias varían de acuerdo con el contexto y tarea específica, así como por la aparición de contraposiciones en las características que demanda un producto en donde muchas veces toca decidir cuál resaltar. El trabajo del diseñador es actuar como mediador y encontrar las respuestas más acertadas.





# DISEÑO Y ARTESANÍA

Escrito por:  
**Angie Galvis Hincapié**



**E**l ser humano a lo largo de su historia ha logrado desarrollar objetos y técnicas que utiliza para el desarrollo de sus actividades. El origen de la industria trae consigo cambios importantes para la sociedad, la economía y por sobre toda la tecnología de la época. Cambios que hasta el día de hoy siguen surgiendo efecto en el desarrollo humano. La principal reforma que esta revolución trajo consigo fue la mano del hombre sustituida por la maquinaria, es decir, la producción en pequeñas cantidades por la producción en serie de forma masiva.



En este caso, la discusión se centra en la fabricación manual, teniendo clara la labor del hombre artesano, donde la sensibilidad de sus manos es esencial para la posterior transformación de materia prima en piezas únicas sin tener procesos automatizados.

Teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente, el ser humano establece una forma de interacción con su medio social y material de la cual nacen unos valores que se distinguen entre culturas. Esa distinción del hombre artesano lo hace único, otorgándole identidad. Una de sus expresiones es la artesanía, en ella se reúnen categorías estéticas de cada grupo humano y la actividad creativa generalmente orientada hacia objetos que cumplen alguna función o uso. La actividad artesanal es el compendio de una rica cultura material y la herencia de los antecesores traídos a la actualidad. Buitrago (s.f.) afirma:

“Los objetos, con su gran matriz de influencias positivas y negativas, se configuran en símbolos de lo que somos, nos identifican, nos

denotan como individuos, como comunidades, marcan cada época, definen a los individuos dentro de su cultura y forman como símbolos parte de nuestro lenguaje (entendiendo que el lenguaje se constituye de las diferentes formas de simbolización: palabras escritas, hablas, números e imágenes que son resultado del desarrollo del conocimiento)” (p.56).

“**En el hombre artesano, la sensibilidad de sus manos es esencial para la posterior transformación de materia prima en piezas únicas.**”

Es relevante la idea de darle identidad al producto de acuerdo con lo que logra ofrecerle el artesano al usuario, siendo el producto agradable a otro individuo y brindándole la posibilidad de conectar la identidad de un contexto con las oportunidades que ofrece en sí mismo. El valor simbólico es portador de identidad y más allá de una idea tradicional que se tienen de estos objetos, son un diálogo entre un portador de identidad y el reflejo de las aspiraciones de ciertas comunidades para dicho usuario. Vargas (2014) afirma:

“El concepto de artesanía, en su acepción más amplia y frecuente, suele hacer referencia a un saber-hacer mecánico y repetitivo carente de creatividad y a un tipo de objetos utilitarios producidos de un modo pre moderno. Sin embargo, hoy lo más usual es entenderlo en relación con un tipo de objetos, hechos a mano, que tienen una dimensión estética y una carga de identidad cultural (...) En este último sentido la artesanía goza de reconocimiento social y aprecio” (p.249).

De acuerdo con lo que se ha desarrollado hasta el momento, la idea central está en la importancia del artesano en la actualidad y su incidencia en la elaboración de productos contemporáneos principalmente dotados de novedad y una carga cultural que se completa mediante la actividad artesanal dándole una contribución al objeto. Navarro (2018) afirma: “Se puede entender por artesanía, la producción de objetos materiales locales que se introducen dentro dinámicas de mercado de compraventa, donde prevalece la producción manual y el uso de materias primas naturales” (p.8). Se puede evidenciar que el trabajo artesanal cumple un papel importante para promover la diversidad cultural, la artesanía genera un sentido de pertenencia dentro de la diversidad de culturas plasmando la sensibilidad y reflejando la historia de cada artesano como ser individual. Según la ICSID (2005) afirma:

“El diseño es una actividad creativa cuyo objetivo es establecer las cualidades multifacéticas de los objetos, procesos y servicios así como sus sistemas y sus ciclos de vida vitales de forma total. El diseño trata de descubrir y valorar las relaciones estructurales, organizativas, funcionales, expresivas y económicas con la misión de ofrecer: ética global, ética social y ética cultural”.

Por lo tanto, el diseño es el factor central para la innovación y la humanización, transformándose en un componente realmente importante para el intercambio cultural y económico de esa llamada “actividad creativa”. Es decir que el diseñador tiene como objetivo un intercambio, pero no necesariamente se está hablando de una reciprocidad económica, aparte de plantear una ética dentro de la disciplina. Al hablar de ética cultural se plantea que existe un llamado a defender la cultura a pesar de que se está dando una globalización.

En la historia particular del diseño, la figura de William Morris fue de gran importancia en el desarrollo de las Arts and Crafts. Dicha expresión fue utilizada para presentar el sello de paz entre artes y oficios permitiendo realizar un arte decorativo, escuela a artística que surgió en Inglaterra en el siglo XIX, llegando a los Estados Unidos a finales del siglo.

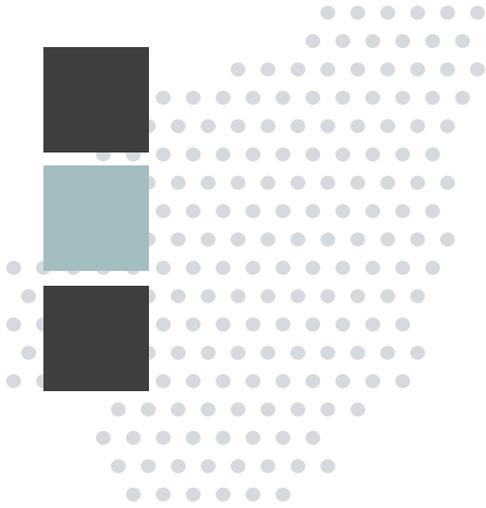
En plena época Victoriana de esplendor para los ingleses, quienes eran la primera potencia en el mundo para aquel entonces, se revalorizaron los oficios medievales recuperando

los comienzos del desarrollo de la máquina y primando la tecnología como recurso del hombre, logrando potencializar la producción en serie. Aquella sociedad había progresado gracias al avance de la industrialización, el llamado “despertar de las máquinas” que cambió al mundo.

Con el pasar del tiempo, cada vez más la tecnología está en constante avance. En ocasiones al mismo ser humano le cuesta asimilar y adaptarse a estas variaciones, pero hay que afirmar que claramente hace parte del progreso de la humanidad. Muchas de las tecnologías que se están desarrollando hoy en día pueden incidir en el avance de distintas comunidades desde su enfoque específico. Así mismo, las iniciativas tecnológicas de una u otra forma han mejorado las condiciones de elaboración manteniendo una nueva y amplia visión de desarrollo. De otra forma, no se podría olvidar el valor simbólico y de identidad que ofrece la artesanía en la elaboración de productos.

Por ejemplo, Artesanías de Colombia, es una empresa que le apuesta a un producto netamente elaborado por diseñadores y artesanos, las cuales ofrecen habilidades distintas entre sí, sin interrumpir el proceso por el contrario ofreciendo una apuesta totalmente robusta en cuanto a creatividad y nivel formal. Esta compañía afirma que se debe “incrementar la participación de los artesanos en el sector productivo nacional, logrando un desarrollo integral sostenido que se manifieste en el mejoramiento del nivel de vida, que se refleje tanto

“  
**El ser humano no debe ser reemplazado por las máquinas, debe ser capacitado para trabajar en conjunto para su bienestar.**  
”



en un índice creciente de ingresos y espacios de participación social, como en una mayor productividad y posicionamiento de la artesanía en los mercados locales, regionales, nacionales e internacionales”.

En concordancia con Artesanías de Colombia, se desarrolla un producto que toma lo mejor de ambos actores: el nivel formal de los artesanos y la creatividad de los diseñadores al proponer procesos en la materia prima.

Continuando con las características en el movimiento Arts and Crafts estético-reformista incluida en la arquitectura, artes y artesanías fue la utilización de una estética dotada de líneas orgánicas y asimétricas, además de tener un estilo refinado en cada uno de sus objetos. Uno de los referentes del Arts and Crafts fue William Morris, un hombre multidisciplinario que se le puede calificar como arquitecto, pintor, diseñador, etc. Sus principios socio-estéticos mencionan que el arte debe ser para las personas, deben ser fruto de los individuos y no de quien la creó. Berman (2013) afirma: “La desnudez como verdad, y del despojamiento como descubrimiento de sí mismo

adquieren una nueva resonancia política” (p.105). Se logra hacer una relación entre la desnudez y el despojo sobre quienes realmente necesitan este llamado “arte”, la verdadera esencia de desarrollar un producto va dirigida a la satisfacción de esta necesidad y el total desprendimiento de quien la creó.

En las Arts and Crafts se produce una revaloración de lo artesanal. Un gran ejemplo fue la creación de diseños icónicos del movimiento que defendían el regreso de métodos tradicionales de producción artesanal, incluyendo la impresión de tapices de bordado, logrando



**La importancia de la artesanía en el mundo de la industria radica en la cantidad de personas a las que se puede llegar con el mensaje de la artesanía, tanto del pueblo que la produce, como el significado que le quiere poner el artesano.**



que Morris colocara la tecnología al servicio del oficio y del arte.

Actualmente, la tecnología logra ser conveniente para la realización de proyectos ya que directamente se adapta a las necesidades del ser humano, permitiendo que sea una herramienta de evolución y desarrollo. Sin duda debido a la capacidad de adaptabilidad del hombre han existido avances tecnológicos, todo esto en beneficio de sí mismo y generando un equilibrio en su progreso. El ser humano no debe ser reemplazado por las máquinas, debe ser capacitado para trabajar en conjunto para su bienestar, diseñando tecnologías para expandir sus capacidades, donde se pueda evidenciar su intelecto y su capacidad de trabajar junto a nuevas tecnologías.

Retomando Arts and Crafts entre sus ideas principales fue la creación de objetos que realmente sean útiles y funcionales, teniendo en cuenta la moral de cada individuo, si bien es cierto la importancia de considerar un objeto como “necesario” abre un gran camino hacia lo que puede lograr sentirse como “significativo” para el ser humano. Al hablar de diseño significativo, o la influencia que puede traer el objeto al usuario, se logra observar que dichos objetos son una vez más la influencia de lo que se desea y la calidad de vida que este le logra aportar al usuario. De acuerdo con Buitrago (s.f) afirma:

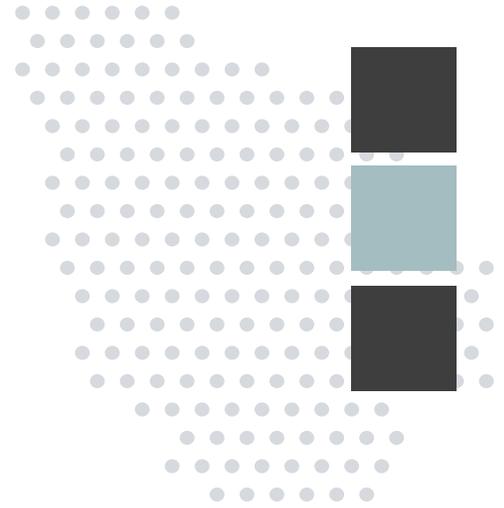
“El usuario promedio tiene expectativas, deseos, referencias mentales y asociaciones significativas con objetos o circunstancias que lo motivan.

Es trabajo del diseñador traducir estos deseos y expectativas en su objeto personalizado (...) darles la posibilidad de acercarse a sus reales deseos mediante maneras innovadoras”(p.81)

En consecuencia, existe un intercambio de significado entre el objeto y la verdadera satisfacción de necesidades que este le aporta a las situaciones cotidianas del ser humano, logrando una decisión en lo que es necesario y en lo que no, debido a que el diseñador le logra aportar al usuario un objeto que realmente le va satisfacer sus influencias y proyecciones de deseos.

Actualmente, la fabricación industrial opacó la estructura artesanal al estandarizar los métodos de producción y abaratar sus costos, sin embargo actualmente las artesanías son un auténtico diálogo entre las culturas, regiones y diversas técnicas. Es decir, lo importante de introducir la artesanía en el mundo de la industria cultural, no es la importancia económica que puede llegar a tener o la reproductibilidad en la que se puede llegar a distintas personas con un producto artesanal. En realidad la importancia radica en la cantidad de personas a las que se puede llegar con el mensaje de la artesanía, tanto del pueblo que la produce, como el significado que le quiere poner el artesano. Por lo tanto, hoy por hoy se han generado relaciones entre artesanos y diseñadores que otorgan un vínculo más allá de desarrollar proyectos juntos, ofreciéndole un valor totalmente merecido al trabajo de esta

comunidad de artesanos quienes hacen piezas sublimes unidas al desarrollo, innovación y creatividad relacionadas con funciones prácticas y simbólicas que el diseñador le puede aportar en este proceso creativo. El diálogo del artesano y el diseñador se respalda por su producto final dependiendo de la materia prima, de cómo se comunica, y de cómo la entiende. Su creación no es solo algo que emana de su mente, si no que depende del sustrato material y por eso es clave entender la manera en que se crea ese producto. La forma de coexistir entre la materia que trabaja el artesano y los procesos mentales que realiza el diseñador; deberían ofrecer armonía entre esos dos mundos.

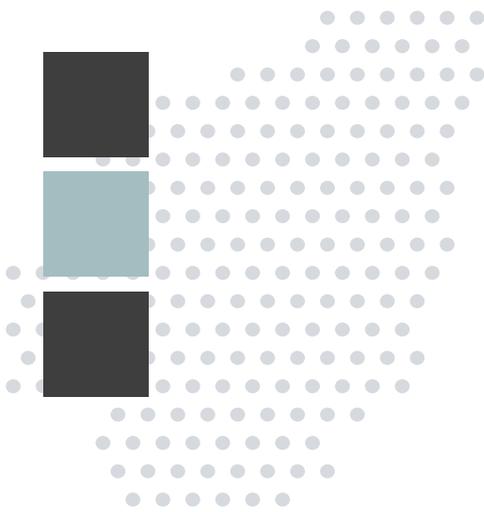




# ALIMENTACIÓN 4.0: INTERSECCIÓN DEL DISEÑO, TECNOLOGÍA Y CAMBIOS SOCIALES

Escrito por:

**María Isabella Lesmes Rivera**



**E**l uso y desarrollo incrementado de herramientas digitales con las que nos relacionamos a diario, nos muestra que nos encontramos a un paso preliminar de una revolución tecnológica que está cambiando la forma en que suplimos necesidades básicas y sociales promoviendo un aprendizaje automático. Al hablar de la industria alimentaria se han producido avances tecnológicos significativos en producción, creación (alimentos sustitutos), y distribución de alimentos que tienen como fin brindar una cercanía y personalización a los consumidores, sin embargo, ¿cómo la implementación de estas nuevas tecnologías puede lograr seguridad alimentaria y una mejor nutrición en el margen de una cultura individualista?



Los Objetivos de Desarrollo sostenible (ODS) son un proyecto establecido por la Organización de Naciones Unidas que está compuesto por 17 objetivos y 169 metas que expresan a nivel mundial aspiraciones para disminuir la pobreza, generar un desarrollo medioambiental sostenible y garantizar que todas las comunidades estén en paz. El ODS Hambre Cero presentado por la ONU establece lo siguiente: 1. “2.1 Para 2030, poner fin al hambre y asegurar el acceso de todas las personas, en particular los pobres y las personas en situaciones vulnerables, incluidos los lactantes, a una alimentación sana, nutritiva y suficiente durante todo el año”. Basado en la proyección planteada para el 2050 en la cual se estima que con el incremento de la tasa poblacional alrededor de 2.000 millones de personas estarían en condición de pasar hambre, por lo cual considero importante una reflexión considerando que actualmente nos enfrentamos a enormes desafíos ambientales, políticos y económicos, entre los que se destaca el calentamiento global, ¿Cómo se puede alimentar

a esta población de forma sostenible y responsable? el posible desarrollo de comunidades sostenibles está directamente relacionado a 2. “uno de los más grandes (y más observables) efectos de la digitalización es el surgimiento de “una sociedad centrada en el yo”, un proceso de individualización y aparición de nuevas formas de pertenencia y comunidad”. que está limitando el potencial de elevar los niveles de ingreso globales y mejorar la calidad de vida de poblaciones enteras, dejando como resultado una leve disminución de las tasas de hambre y desnutrición, la mala distribución de la riqueza, el acceso a recursos naturales tampoco ha sido proporcionado en un margen acceso igualitario, lo cual, abre una brecha al respecto de con qué fines e intereses se están desarrollando estas nuevas tecnologías y quienes verdaderamente están siendo o podrán ser beneficiarios de las mismas.

Al ver el desarrollo que plantean compañías como Ainia (Compañía de Soluciones de innovación en alimentación, cosmética, farmacia

y químico) presentada como una digitalización de la industria alimentaria en la cual se acelera y genera un estímulo en la toma de decisiones sobre la solicitud y consumo de alimentos más rápida y consciente direccionada a la satisfacción del consumidor teniendo en cuenta que el perfil de este consumidor está por lo general conectado por un medio digital, se lleva a cabo con el fin de promover un mayor control de la producción que permita una personalización masiva y sea sustentable ambientalmente, sin embargo, en paralelo al caso de DivSeek, un proyecto que pretende secuenciar información genética de semillas para patentarla, están provocando que la alimentación se convierta en una mercancía que nutre a una sociedad de consumo pero quiere legalizar la naturaleza y controlar la dieta, no necesariamente de forma positiva, debido a que existe otro factor que genera una brecha y es la desigualdad social en la cual las poblaciones rurales son las más afectadas, y a pesar de que

“

**Nos encontramos a un paso preliminar de una revolución tecnológica que está cambiando la forma en que suplimos necesidades básicas y sociales promoviendo un aprendizaje automático**

”

sean productores de alimentos son los que más se ven en dificultad de tener acceso a alimentos, retomando el caso de Divseek al desarrollar este proyecto se está prohibiendo el intercambio físico de semillas entre la población rural, y como se ve en distintos casos de plantaciones extranjeras prevalece el interés y beneficio económico que obtienen al generar una expansión territorial de un monocultivo, en lugar de permitir la producción de productos básicos para generar un balance y beneficio a la población local de los terrenos, además de esto la ONU estimula que aproximadamente 4 mil millones de personas en todo el mundo no cuentan con un acercamiento a la electricidad, y que en su mayoría son personas que están en áreas rurales de los países en vía de desarrollo determinando la carencia energética en distintas regiones como un impedimento principal para disminuir y asegurar que exista un flujo adecuado de los alimentos para

satisfacer la demanda futura. Otro panorama en que los intereses de grandes compañías prevalecen sobre un interés común es la distorsión de información que está siendo brindada por la publicidad en la cual se resaltan atributos positivos de productos con alto contenido en grasas, azúcar y sal, escondiendo estos atributos bajo una percepción emocional de felicidad y un estilo de vida adecuado, la ausencia de este compromiso ético indirectamente están alejando a las personas de los alimentos saludables y generando malnutrición.

Sin embargo el poner el beneficio propio por encima de un bien común se deriva de un desarraigo de la cultura que pretende mejorar la sociedad y se ve como agente de cambio que produce una evolución social y una condición humana universal, y es reemplazada por una segmentación cultural en la cual se genera una distinción de clases y jerarquías sociales, en la cual subsiste el crecimiento de individuos antes que el crecimiento de una sociedad, dando mayor importancia a la solución de problemas individuales, y generación de nuevos deseos y necesidades ligadas a un cambio constante y generando una idea de que las necesidades básicas como la alimentación son puestas por debajo en importancia a los deseos de consumo.

El eje director de la implementación de nuevas tecnologías de la llamada cuarta revolución industrial no debería verse enfocado únicamente al cómo producir más alimento, 3. *“Las nuevas formas de utilizar la tecnología para cambiar el*

*comportamiento y nuestros sistemas de producción y consumo también ofrecen la posibilidad de apoyar a la regeneración y preservación de ambientes naturales”.* Estas nuevas tecnologías deberían transformarse en idear un modelo con un sistema que permita mejorar las condiciones de productores, consumidores y del planeta ambientalmente, esto permitiría un desarrollo incluyente y sostenible.

Algunas de las implementaciones de la 4ta revolución industrial como el Agro- big data demuestran como en un ambiente de globalización que se traduce como mayor variedad de materias primas y mayor competencia se pueda tener un control de incertidumbre en aspectos de abastecimiento y demanda junto a factores de riesgo inherentes a la cadena productiva, pero también los precedentes del entorno, con la implementación de sensores que permiten a los productores sobre la humedad y clima del terreno, generando una mejora en la productividad y aumento de cosechas. A pesar de que existe el fenómeno social de la moda de consumo que rige actualmente la búsqueda de ganadería y agricultura sostenible y ecológica en la cual los consumidores demandan productos con bajo impacto ambiental que reduzcan las emisiones de Co2, se generará de nuevo un desequilibrio debido a que si estos aspectos están sujetos a la lógica de la moda se convierte más inalcanzable la satisfacción de deseos, por lo cual nacen iniciativas como ugly food y food waste que permiten disminuir el desperdicio de alimento debido a que la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y

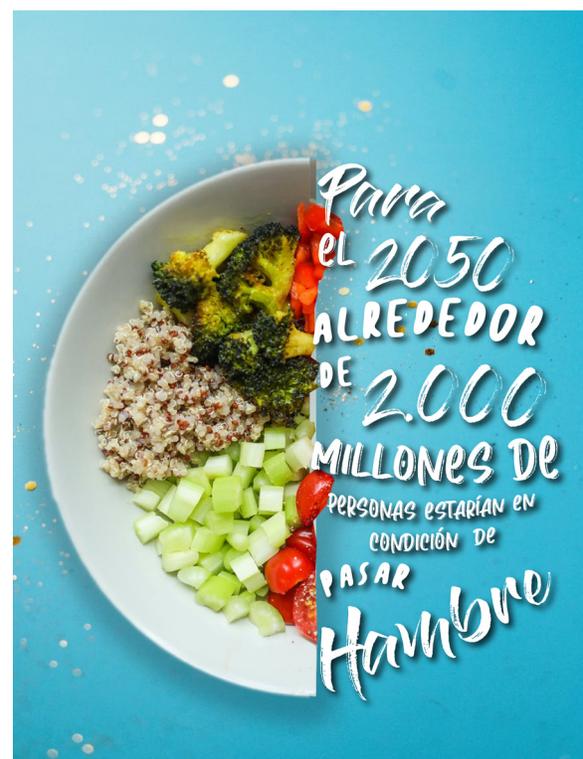
la Agricultura (FAO) pronostica e informa que más de un tercio de los alimentos producidos en el mundo son desperdiciados o se descomponen, debido a que no son un ideal de lo que está buscando el consumidor sin tener en cuenta factores como el proceso de cosecha y desarrollo, su origen o si es de temporada, sin tener en cuenta cuantos alimentos han sido desperdiciados en el proceso, todo esto por el ideal que ha sido vendido por la publicidad un tipo de sujeción de la imagen que supone un peligro para la economía mundial, de igual forma existe una iniciativa en Curitiba, Brasil, llamada Cambio Verde, permite a los productores proporcionar productos determinados como excedentes ( productos que descartarían debido que tendrían que venderlos a precios demasiado bajos) a las personas que llevan vidrio y metal a las instalaciones de reciclaje para alentar una mayor reducción de desechos.

Estas iniciativas demuestran como desde el diseño se pueden construir comunidades que trabajan en conjunto para impactar de forma positiva, en el cual se puede educar, y generar una cultura en la cual exista un crecimiento acelerado de desperdicios de alimentos, que tampoco genere una oferta de precios que estén desvinculados de la producción física real de los productos alimenticios, de la mano de una democratización de la tecnología logrando que esta se convierta en una aliada en vez de una barrera a sus derechos de trabajo. Desde el diseño se pueden transformar las prácticas ineficientes de recolección y el desperdicio de alimentos que han dejado como resultado la escasez de alimentos y han provocado la destrucción del medio ambiente, que es fundamental para cultivar alimento.

El querer generar un entorno interconectado que permita una producción flexible y eficiente que integren al consumidor genera cadenas de valor de colaboración y brindan un flujo constante de información que logre cambiar la demanda de alimentos y mejoren las condiciones de vida de los trabajadores reduciendo su exposición a riesgos sin caer en el punto de reemplazar por completo la mano de obra del productor, sin embargo, existen otros campos de injerencia en el cual se debe plantear una mejora del modelo comercial entre productores e intermediarios generando un sistema en el cual no solo unas pocas empresas tengan cabida en el mercado si no también agricultores y comerciantes a pequeña escala, generando un balance precio/volumen de los

alimentos que ayudaría a mejorar ambientalmente el planeta, sin incrementar el consumo de agua, la expansión de tierra, la emisión de gases de efecto invernadero y otras formas de contaminación derivadas al producir una fenomenal cantidad de alimentos que nunca se consumen y se convierten en desechos. 4. *“La tecnología, la alta tecnología, es una herramienta indiscutible para el logro de estos ideales. Es una herramienta, no un fin en sí mismo. Sin embargo es una herramienta viva que se reconfigura de acuerdo a las coyunturas sociales y a los poderes fácticos y estatales. Es un hecho inapelable que esta configuración del sistema científico tecnológico y productivo ha generado gravísimos problemas (futuro negro) que pone en riesgo nuestra supervivencia”.* Recalcando la importancia de la ética de sustentabilidad desde la perspectiva del diseñador, el cual no debe buscar solamente competir en un mercado si no contribuir al desarrollo de nuevos valores materiales, simbólicos y culturales.

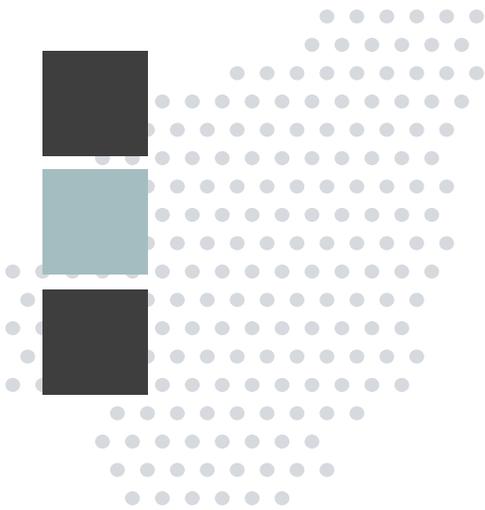
“  
Abre una brecha al respecto de con qué fines e intereses se están desarrollando estas nuevas tecnologías y quienes verdaderamente están siendo o podrán ser beneficiarios de las mismas.  
”





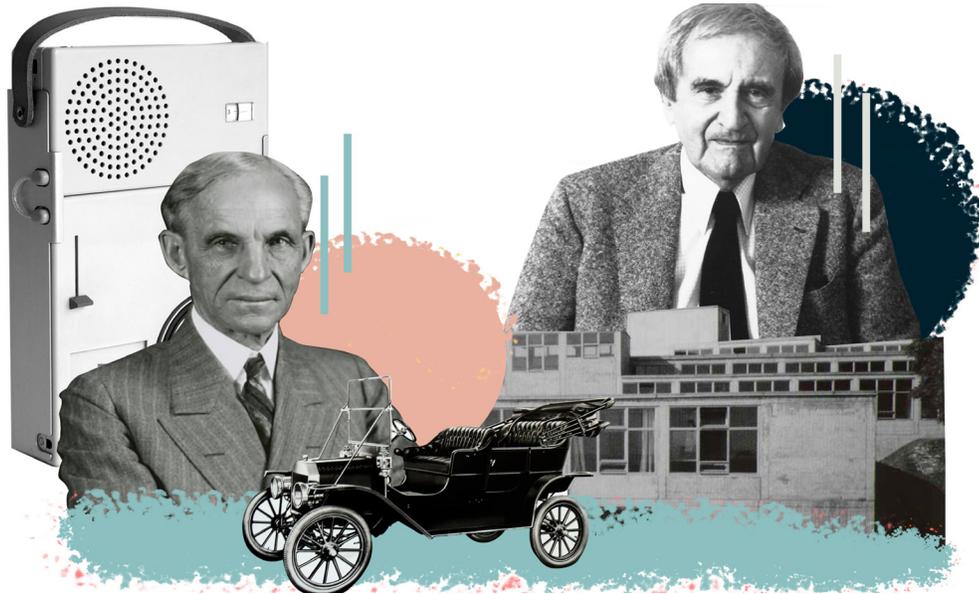
# EL MODELO DE PRODUCCIÓN EN SERIE Y SU CONTRIBUCIÓN A DEMOCRATIZAR EL DISEÑO

Escrito por:  
**Daniela Rolón**



**C**uando revisamos la historia, entendemos que el diseño ha estado presente en diferentes épocas, en muchas de ellas tendía a sectorizar, era excluyente y su valor se limitaba a mostrar la “superioridad” que unos tenían sobre otros como era el caso de la monarquía.

Esto era muchas veces en consecuencia a los modelos de producción que había, donde en un comienzo existía solo el artesano, un hombre que era el encargado de realizar piezas únicas y el valor de su trabajo era sumamente importante en la sociedad.



Posteriormente aparece la industrialización, buscando nuevos modelos para producir objetos (sin buscar reemplazar el valor del artesano) pero si brindar nuevas oportunidades para formar modelos de producción que son las bases hasta hoy en día.

Uno de los primeros modelos de producción en serie que marcó la historia se originó a principios de 1920 y fue creado por Henry Ford, pues su modelo de producción cambia la forma en cómo se concibe la producción para la realización de un producto y posteriormente se consolida como una teoría

Ford le dio un aire nuevo a la sociedad, pues en sus ideas reflejaban un aire nuevo en el que el trabajador tendría una mayor apropiación hacia su trabajo y las condiciones laborales mejorarían. En su modelo Henry logró reducir los tiempos de producción y a su vez disminuir los costos, esto era posible gracias a la organización que les daba a sus empleados (cada uno cumplía con una función en el proceso y se dedicaba a ella de tiempo completo).

Además por primera vez se dio de forma organizada una segmentación del trabajo, donde el obrero se dedicaba a su labor y se apropiaba de esta hasta volverse un experto. Hay que tener en cuenta que Ford motivaba a sus empleados de múltiples formas y eran fieles a él.

Aunque la implementación de este modelo de producción por parte de Ford solo fue implementada para la realización de autos, fue de inspiración y referente para ser utilizada hoy en día por diferentes empresas, llamándose de forma general “sistema de producción en masa”. A pesar de que en este tipo de modelo en el siglo XX abrió una nueva visión de cómo podía ser replicado un mismo objeto, la variación y la necesidad de cambio o “distinción” por parte de los usuarios no tardaría ( debido a que Ford solo realizaba un tipo de modelo de automóvil) topándose con una de sus mayores crisis pues su competencia entendió de forma más abierta la exigencia por parte del usuario en querer sentirse/apropiarse de un diseño diferente según su gusto, es por

esto que aunque la producción avanzaba rápidamente, su relación con el diseño estaba desligada. Además, aparecen múltiples competencias que aunque eran pequeñas por su tiempo y su tamaño de fábrica, lograban adaptarse a nuevas dinámicas en las que una máquina lograba realizar más de un proceso, reduciendo costos en la producción, disminuyendo la mano, la cantidad de trabajadores y tomando de la mano a la innovación.

“  
**El siglo XX abrió una nueva visión de cómo podía ser replicado un mismo objeto, la variación y la necesidad de cambio o “distinción” por parte de los usuarios no tardaría**



Para los años 30 aparece un movimiento artístico llamado Styling, en el que su enfoque principal era hacer un “productivo atractivo” dejando en un segundo plano el sistema de producción. Hay que tener en cuenta que este movimiento solo buscaba mejorar el diseño, entendiendo que el método de funcionamiento o los sistemas fueran los mismos. Este movimiento tiene fuerza en Estados Unidos debido a que las empresas estaban sufriendo una crisis en las que tuvieron una caída de las ventas (como es el caso de Ford), es por esto que la necesidad de un diseño que atrapar a los usuarios era necesario y el papel diseñador se convierte en pieza fundamental en las empresas.

Ligado a lo que mencionamos anteriormente (Los sistemas productivos y el Styling en Estados Unidos) paralelamente estaban sucediendo grandes cambios y avances en el diseño en Alemania debido a que se concibe este como una forma diferente, en el que se deja de lado la visión del diseñador que solo le daba detalles finales al objeto para convertirse en un creador y experimentador en la función y la forma. Un claro ejemplo de estas bases fue la escuela escuela de ULM (en los años 50), la cual es considerada como la sucesora de la Bauhaus debido a que tenía un programa de estudios muy similar, su diferencia radica en que llegó mucho más allá en la realización de productos, logrando una unión con los sistemas productivos de la época además de fomentar esa unión entre la tecnología y diseño que para esta época no se concebía.

Uno de los directores que más

potencia estas habilidades que mencionamos, es Tomás Maldonado en 1956, debido a que abre las puertas de lo que concibe como diseño industrial en la que afirmaba que este podía participar más allá de darle estética o buena forma a un producto, es por esto que Maldonado impulsa a la escuela a poner en prácticas métodos, científicos y tecnológicos para que el diseño hiciera parte importante de lo que en esta época se denominaba como producción en serie y a su vez acabar preparando al diseñador para integrarlo en un rol.

Para este momento el fordismo es tomado como algo obsoleto puesto que se generan dos corrientes que serían el postfordismo y el neofordismo en las que evolucionaron los conceptos e incorporan el diseño. Para el interés del tema que estamos abarcando el neofordismo le da una visión a los tipos de empresas que habían para su época, en donde se dejaba de lado el mono producto y daban la posibilidad de un desarrollo de producción en serie junto a la capacidad de originar diferentes productos dentro de la empresa.

Este concepto permite que las empresas tengan una nueva visión, donde se fusiona la capacidad de crear La innovación de poder originar diferentes productos en una misma empresa y la incorporación del diseño industrial dentro de estas fue tomada por diferentes empresas a finales del siglo XX, que aunque llevaban años de experiencia requerían de darle una nueva visión a tanto su imagen como a los productos como es el caso de Braun, donde buscaban

generar marca y aplicar conceptos que proponen el “good desing”

“  
**Se deja de lado la visión del diseñador que solo le daba detalles finales al objeto para convertirse en un creador y experimentador en la función y la forma**”

Braun en su proceso de diseño y producción se une con profesores de la ULM y Dieter Rams para darle un nuevo sentido y orientación a los productos que vendía. Esta logra implementar un sistema que aplican en todos sus diseños y que hasta el día de hoy aún se mantiene como lo son la simplicidad donde se buscaba darle forma al objeto con el mínimo de materiales, el orden donde se pretende que el usuario entienda cada elemento que componía el objeto indicando una secuencia en su uso y la armonía que permite que todos los elementos que componen al producto sean agradables.

Esta empresa nos comienza a dar referentes a lo que deseamos llegar con este ensayo, puesto que para el siglo XX Braun lograba ser el referente para la

industrial productiva y el diseño donde en su línea de objetos la calidad de los productos era excelente, el diseño de estos era innovador (de acuerdo con el hombre moderno de la época) y los costos eran asequibles en comparación con su competencia.

Si unimos estos conceptos ya mencionados como lo son el neofordismo, la escuela de la ULM y su unión como lo recopila Braun entendemos que muchas de las industrias de productos en la actualidad ya sean mobiliarios, automotriz, patronaje...han utilizado este sistema llegar a más personas donde se mide aspectos materiales, procesos, diseño y precio siendo, en conclusión, determinantes en la elección de un producto.

la función, la forma, la ergonomía y su relación con el entorno para que el usuario lo sienta cercano y amigable para sí mismo.

Es por esto que podemos decir que el diseño día a día mueve el mundo y la condición del hombre por adaptarse a él, es necesario mencionar que, así como el diseño ha evolucionado, las oportunidades de compra a su vez son mayores donde no solo compete el buen diseño sino su comparación con el precio-calidad.

Para centrarnos un poco más, un ejemplo claro es la empresa de Ikea creada en 1943 por Feodor Ingvar Kamprad, esta comenzó vendiendo elementos de decoración, pero después en cinco años decide vender mobiliario, para 1951 IKEA publica su primer catálogo de mobiliario con diseños propios que es lo que logra posicionarlo en el mercado y mantenerlo hasta el día de hoy.

Lo más interesante de esta empresa es que desde sus inicios ha mantenido la misma idea de negocio “«ofrecer una amplia variedad de productos de decoración del hogar funcionales, de buen diseño y a precios asequibles para la mayoría de las personas»” (IKEA, 2020) y esto lo ha logrado a través de su “sistema productivo en serie” y las ofertas que le brinda los usuarios para poderse mantener en el mercado.

Ikea logró reducir los costos en su forma de embalaje, casi en la totalidad de productos que venden debido a que son empaquetados en cajas planas reduciendo los gastos, almacenamiento y

transporte en venta. Lo que es necesario explicar es que, así como se reduce su espacio, los usuarios compradores deben armar los muebles en la comodidad de su hogar, lo cual es un trabajo extra, pero se asume por la calidad de sus productos y su precio. Lo bueno y posible de esto es que el diseño puede llegar a muchas más personas, desde mi punto de vista tantos los diseñadores como las empresas productivas deben cada día encontrar un equivalente entre materiales, procesos y embalajes para que el diseño llegue a más personas, sin dejar de lado la calidad en ellos. Además de mantener un equivalente entre calidad, diseño y precio.

En conclusión, de la forma en cómo avanza el mundo y la tecnología, es necesario brindar mayores oportunidades de llegar a las personas a través del diseño. Como lo expusimos anteriormente los sistemas productivos en serie logran dar resultados rápidos con una menor cantidad de mano de obra y los tenemos como el embalaje, almacenamiento y transporte permiten que las empresas tengan un factor diferenciador de aquellas que no buscan democratizar.

“

**La innovación de poder originar diferentes productos en una misma empresa y la incorporación del diseño industrial dentro de estas fue tomada por diferentes empresas a finales del siglo XX**

”

Hoy en día la relación que el producto tiene con el diseño ha evolucionado, debido a que el mundo lo mueve la innovación, desde un producto pequeño como un mouse hasta un gran producto como lo es un carro son y han sido diseñados-creados por una razón. Donde cada vez más se relaciona

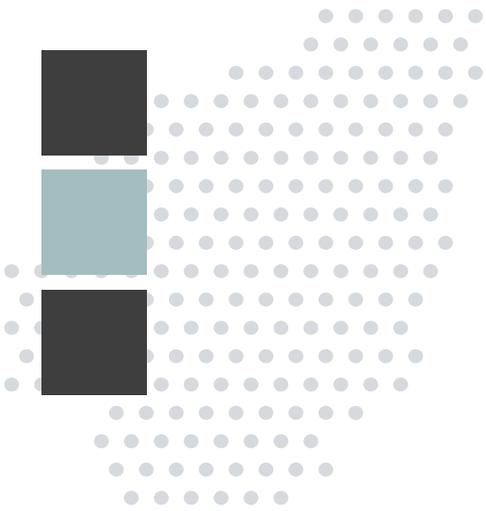




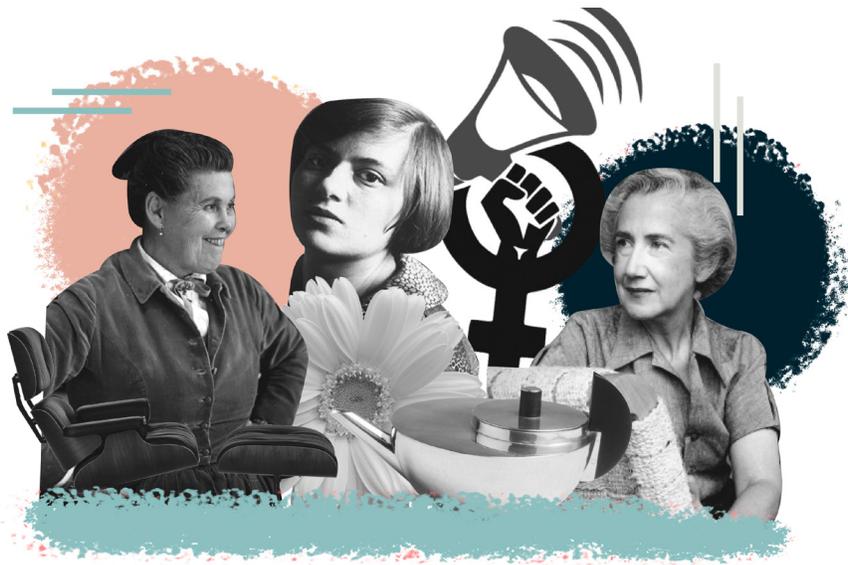
# EL PAPEL FUNDAMENTAL DE LA MUJER DENTRO DE LA HISTORIA DEL DISEÑO: VISTO DESDE EL GÉNERO

Escrito por:

**David Felipe Chavarría Forero**



**E**l puesto que las mujeres tienen hoy en la sociedad, es un claro ejemplo de la lucha y persistencia que con el pasar de las décadas les han permitido a las mujeres ganar el espacio que merecen. En este ensayo quiero hacer una reflexión acerca de la barrera invisible que sigue siendo el género a pesar de todo, incluso hoy en nuestra vocación (diseño), las mujeres han tenido un papel fundamental para que el diseño sea lo que es hoy. Teniendo esto en cuenta, también quiero recalcar el desempeño de la mujer latina y la lucha feminista; y cómo todo esto abarca el poder femenino que hoy en día caracteriza y llevan con orgullo las diseñadoras, que no obstante la desigualdad social, han estado muy presentes en las vanguardias del diseño y así como los hombres, también tuvieron grandes aportaciones a la historia de este.



Al hablar de igualdad de género y más desde el punto de vista del diseño, es importante recalcar que, aunque es un tema del que no se habla mucho, el género femenino ha sido opacado en esta y la mayoría de disciplinas, pues el diseño ha tenido como representantes más destacados y reconocidos a los hombres. Para corroborar esto, solo tenemos que referirnos a los textos con los que estudiamos la historia y el desarrollo de esta disciplina donde se evidencia que las mujeres aparecen bajo la sombra de sus esposos, hermanos o compañeros.

“  
**El género femenino ha sido opacado en esta y la mayoría de disciplinas**  
”

En lo referente al diseño industrial, pocos reconocen el trabajo que han hecho una serie de mujeres y el legado que ellas han dejado, de acuerdo con Garone (2009) ¿Quién sabe que Marianne Brandt, fue la discípula opacada de de Moholy Nagy en el taller de metales de la Bauhaus, o quién conoce a Charlotte Perriand, coautora de Le Corbusier en sus diseños de muebles más reconocidos? Y sin ir más lejos ¿Alguien ha oído hablar de Clara Porset, pionera del diseño industrial en México?”

“El caso de los matrimonios entre diseñadores también ha eclipsado la carrera y reconocimiento de las mujeres y ha determinado la información que llega hasta nosotros: nos suena más el nombre de Charles Eames que el de Ray, aunque las sillas para Herman Miller hayan sido diseñadas entre ambos; Anni Albers fue maestra de diseño textil en la Bauhaus y pareja del reconocido Josef Albers, pero nunca hemos oído su nombre, recordamos a Otl Aicher pero no a Inge Scholl, su esposa, quien fue la promotora de la fundación de la escuela de Ulm. Las menciones a las mujeres se remiten a los aspectos de la “sección de

sociales”, y nunca o muy pocas veces a la colaboración laboral o la coautoría en los proyectos de diseño” (Garone, 2009).

Adicional a lo anterior, se suman las dificultades que tienen las mujeres a la hora de acceder a un empleo y las carencias al reconocimiento de su labor, lo cual deja como consecuencia que su visualización sea más difícil, pues la existencia de brechas de género en los mercados laborales es evidente y los análisis que nos hablan de esto no han dejado de señalar que la discriminación laboral es una realidad para la gran mayoría de mujeres.

Incluso en un escenario de incremento de la actividad femenina; Rosalia Torrent nos cuenta que “en el año 2007 se publicó & Fork, un libro que recoge y reconoce el trabajo de cien diseñadores que, en los primeros años del siglo XXI, se destacaron por sus aportes, trabajos y obras al diseño industrial. Si bien el número de las diseñadoras mencionadas es sólo una cuarta parte del total de los profesionales reseñados, es importante reconocer que este número empieza a ser

significativo y que con el pasar de los años se evidencia un valioso aumento de diseñadoras dentro de una disciplina que, como tantas otras, ha estado ligada tradicionalmente a los hombres”

Y así pasa con muchos, por no decir la mayoría de artículos, revistas, o documentos que exponen a las grandes mentes del diseño industrial en su historia, si nos dirigimos a los textos del siglo XX es mucho más evidente la escasez de la mención del trabajo de las diseñadoras, sin ir muy lejos se conoce que la Bauhaus, al menos en sus primeros años mantuvo una postura discriminatoria frente al género femenino, comenzando por el mismo Gropius (fundador de la Bauhaus) quien propició que el estudiantado estuviera conformado por cincuenta mujeres y cien hombres, lo que él no esperó es que a pesar de sus ideologías, presenció la masiva solicitud de vinculaciones de mujeres para aplicar a la escuela. Además. las mujeres lograron destacarse a pesar de las medidas que complicaban en cierta medida su desarrollo profesional, lo cual estuvo apoyado por el acompañamiento de maestras que trabajaron en la escuela, pues ellas también tuvieron un papel fundamental en la Bauhaus.

“**La visualización y reconocimiento que hoy en día tienen las mujeres diseñadoras (y mujeres en general) no sería posible sin el trabajo del movimiento feminista**”

La visualización y reconocimiento que hoy en día tienen las mujeres diseñadoras (y mujeres en general) no sería posible sin el trabajo del movimiento feminista, pues es gracias a este, que los nombres de mujeres que pudieron pasar desapercibidas por la historia, los podemos encontrar hoy en documentos importantes para el estudio del origen de nuestra disciplina. La intención de la mayoría de feministas es reconocer y reivindicar el papel de la mujer en la sociedad, en la ciencia, en la investigación y en diferentes contextos del desarrollo humano. En pocas palabras buscan la equidad de género y dar el lugar que todos se merecen (tanto hombres como mujeres).

“En el caso puntual del diseño, podemos citar a mujeres como Varvara Stepanova, Clara Porset, Charlotte Perriand, Ray Eames, Marianne Brandt, Anni Albers, May Morris, Maria Longworth Nichols, y muchísimas más que destacaron o destacan por sus trabajos y por su forma de transformar realidades.” (Lopez, 2016)

Considerando lo expuesto se sabe que, como consecuencia del patriarcado, las mujeres han sido encasilladas bajo la perspectiva de lo femenino entendido desde la heteronormatividad, es decir, asociada a los roles del cuidado, por su condición biológica se les señala como frágiles, sentimentales, débiles, decorativas y les es natural ser delicadas. Esto conllevó que su destino en las escuelas fuera dedicarse a las labores textiles, cerámicas o decorativas, las actividades arraigadas a sus labores habituales.

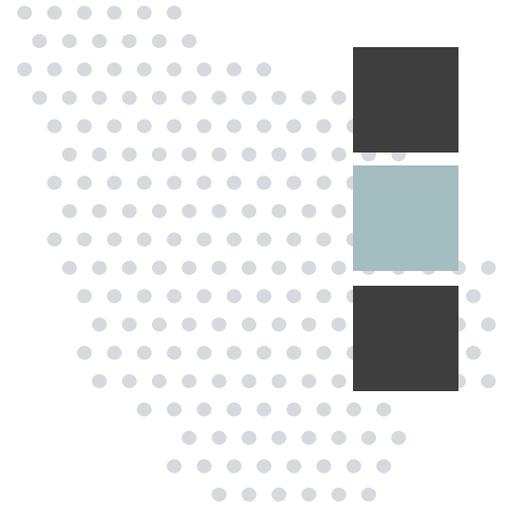
Mientras que el hombre se presenta como lo contrario (fuerte, hábil y racional), esto ha hecho que desde un principio sean destacados en el diseño de maquinaria, automóviles y todo tipo de elementos y experiencias que -solo una persona fuerte y analítica puede realizar.

Ahora bien, saliéndonos un poco del tema del diseño, aunque sin desconectarlo, quiero hablar de la importancia de la mujer latinoamericana en el movimiento feminista. La revista digital El Nuevo Orden relata que este “sobrepasa los objetivos tradicionales del feminismo blanco occidental: no se queda en exigir derechos civiles y la igualdad formal, pues ni siquiera se consideran un único movimiento. El feminismo latinoamericano es diverso, e incluye a campesinas, afrodescendientes, indígenas, lesbianas, trans y trabajadoras sexuales” . Esto me parece clave porque confirma que a las mujeres latinoamericanas las caracteriza ese empoderamiento, dándose a sí mismas la libertad de la mente y del cuerpo, no muy lejos, tenemos en la actualidad, que las mujeres también hacen uso de los espacios de creación (talleres) en la misma medida que los hombres; lugar de donde se les llegó a ocultar, y ahora haciendo las mismas labores que se le atribuían principalmente al género masculino.

Para concluir, quiero hacer claridad de que este texto no tiene la intención de victimizar el papel de la mujer; ni resaltar la limitada participación de ellas en el diseño, todo lo contrario, quiere dar a entender y reconocer que el trabajo y la vocación de muchas mujeres, son hoy en día las bases para que la actividad

del diseño, sea ahora una disciplina libre y sin prejuicios de género. Esto ha posibilitado que el diseño, entendido como una actividad creativa, tenga productos y cualidades tan diversas, lo que nos permite pensar que su resultado ya no se encuentra limitado únicamente por estereotipos sexuales o de género. Pensar en el diseño como una profesión cuadrículada y limitada sería negarle la existencia a infinidad de posibilidades en las que puede transitar con libertad unx diseñadorx. Por eso me parece importante que desde la academia y el mercado laboral se fomente dejar a un lado los prejuicios asociados al género, que a través de los textos de base con los que se estudia el diseño se incremente la visualización y reivindicación del papel de la mujer en la disciplina, y de esta manera ir cambiando poco a poco la forma tradicional en la que se nos han enseñado los diferentes conocimientos. De alguna manera, esto permite pensar en un diseño libre y sin divisiones, el cual reconoce las capacidades y aptitudes de todos sin ningún tipo de estigma.

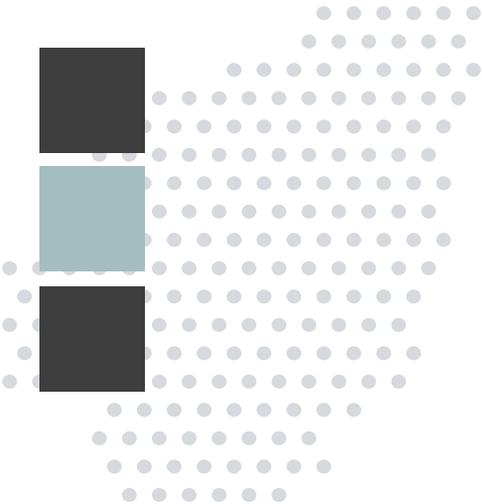
“  
**Entender y reconocer que el trabajo y la vocación de muchas mujeres, son hoy en día las bases para que la actividad del diseño, sea a una disciplina libre y sin prejuicios de género.**  
”



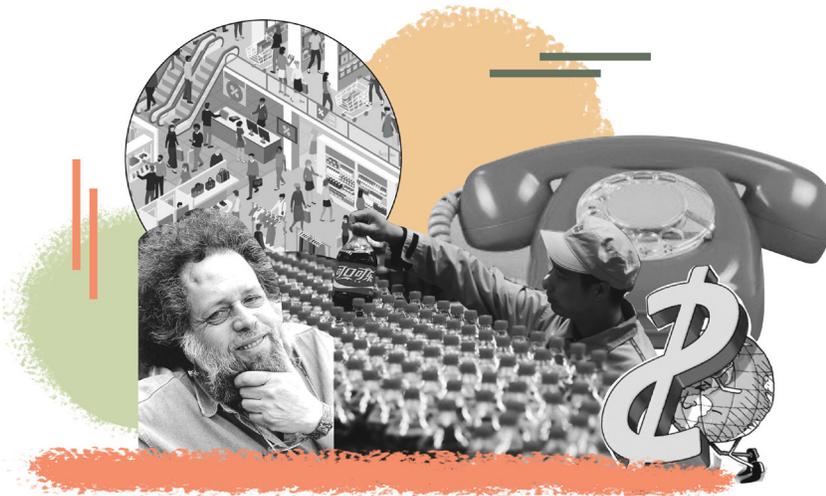


# EL DISEÑO INDUSTRIAL COMO POTENCIADOR DEL CAPITALISMO SALVAJE

Escrito por:  
**Daniel Oviedo**



**E**l diseño industrial desde su concepción como profesión se preocupó por los principios básicos del buen diseño que se siguen manteniendo hasta estos días: la armonía entre la estética y la funcionalidad. Desde la escuela de la Bauhaus se entendía la producción en serie como un fenómeno necesario para la democratización de los objetos, objetos accesibles para cualquier persona, funcionales y estéticos.



Los antecesores del diseño ya venían mostrando desde su definición de artesanía la elaboración de objetos de lujo para un público adinerado y privilegiado, pero con la llegada de la modernidad se gestó la unión de la idea de los productos de lujo en serie y la necesidad de su adquisición y consumo, generando un apetito voraz por parte de la sociedad de consumir y desechar cada vez más rápido. Después de la mitad del siglo XX, la humanidad se vio envuelta en un cambio cultural inigualable en donde el consumo se convirtió en pieza central de la sociedad, se evidencio el prototipo de hombre moderno perfecto, tal y como lo había plasmado Marshall Berman en su obra, el hombre se empeñó en obtención y acumulación de bienes, generando una insatisfacción constante frente a lo ya conseguido convirtiendo en una competencia la simple actividad de comprar objetos. El diseño industrial juega un importante papel en este proceso maniático del mercado, cambiando su rol de facilitador mediante los objetos a impulsor también mediante estos, impulsor del consumo masivo, al generar

un producto que tendrá una obsolescencia programada temprana, permitiendo que a los pocos años de su uso se califique como obsoleto y anticuado, sacando una nueva versión del producto al mercado con solo algunas variantes a su antecesor. El diseño industrial en este periodo se desligo totalmente de la responsabilidad ambiental que debe tener por obligación un diseñador, generando cada vez más basura no reutilizable para suplir necesidades impuestas por el mismo mercado, mas no suplir necesidades que requería el público según el contexto en el que vivían.

**“ El diseño tiene una responsabilidad histórica desde que su oficio deja de ser una artesanía enfocada en el lujo de pocos sectores y empieza a conformar parte de una gran sociedad de consumo y a definir sus tendencias a partir del mercado del cual es actor activo. ”**

Así es como el diseño industrial se convirtió en cómplice del capitalismo, generando productos y servicios encargados de promover su consumo innecesario, creando nuevas áreas del mercado para expandir un mercado de tecnologías ahora ferozmente ligada a una vigilancia mediática desde todos los lados, los objetos se encargaron de condicionar nuestra vida y condicionar lo que queremos consumir y lo que debemos consumir. Así es como nos vemos sumidos en una sociedad orwelliana, es decir, una sociedad totalitaria semejante a la plasmada por George Orwell en su libro 1984, una sociedad de consumo condicionado a través de la publicidad, con posiciones de marca que lideran los mercados así su producto no sea el mejor, con celulares que pierden vigencia cada dos años cuando sale una nueva versión de estos, con una responsabilidad social dentro del diseño con una postura dócil frente a las exigencias de la industria y el confort de las masas. El modelo económico del capitalismo salvaje y el neoliberalismo ha generado brechas en la sociedad de consumo, en donde los objetos

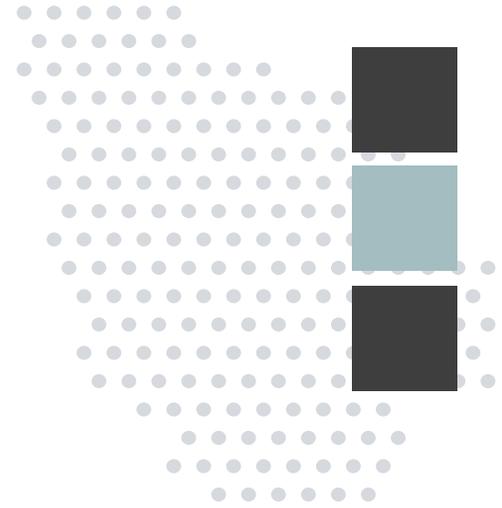
simbolizan un status por su posesión, el diseño ha ayudado a crear y masificar esta brecha en donde se vende la idea de que la vida del usuario va a mejorar con la obtención del producto, sin realmente entender el contexto ni las necesidades del usuario para realmente ofrecerle un servicio coherente y consecuente. El diseño tiene una responsabilidad histórica desde que su oficio deja de ser una artesanía enfocada en el lujo de pocos sectores y empieza a conformar parte de una gran sociedad de consumo y a definir sus tendencias a partir del mercado del cual es actor activo. El diseño industrial decidió que rumbo debió llevar el mercado, que cosas estéticas e innecesarias debe adquirir los usuarios para suplir necesidades insignificantes con respecto a las exigencias del mundo real, necesidades que debería el diseño suplir con obligación. En estos tiempos oscuros somos

“

**Nos damos cuenta en estos tiempos que el diseño no diseño para un mundo real con necesidades reales, si no para un mundo de consumo innecesario y entretenimiento, el lenguaje de los objetos habida sido siempre sobre el status que este significada y no realmente sobre la pertinencia de su invención y su real utilidad.**

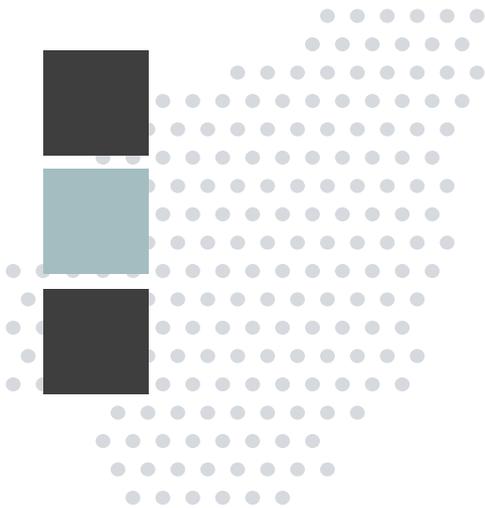
”

testigos de la sociedad de consumo que elegimos tener, en donde los respiradores en los hospitales para atender la pandemia del Covid-19 son insuficientes pero nuestras casas están llenas de mueblería de lujo y de bajo costo, los centros comerciales llenos de productos listos para vender ahora solitarios, las grandes edificaciones diseñadas para el compartir de la ociosidad de los seres humanos ahora inutilizables y abandonados, los autos y los medios de transporte masivos ahora inútiles después de décadas de ser el estandarte del diseño industrial. Nos damos cuenta en estos tiempos que el diseño no diseño para un mundo real con necesidades reales, si no para un mundo de consumo innecesario y entretenimiento, el lenguaje de los objetos habida sido siempre sobre el status que este significada y no realmente sobre la pertinencia de su invención y su real utilidad. El capitalismo mostro ser un sistema socioeconómico fallido, como lo había predicho Marx. El empoderamiento del hombre moderno y el neoliberalismo saco lo peor de la humanidad, teniendo como cómplice al diseño, el cual se encargo de suplir caprichos banales de pocos sectores de la sociedad, enfocándose en la producción en masa de objetos con obsolescencia programada, que solo han producido basura y democratizo la banalidad de los objetos, objetos desechables, contaminantes y sin significado.





# ÉTICA DEL DISEÑO: UNA MIRADA AL DISEÑO Y CONSUMO COLOMBIANO.



Escrito por:  
**Cristian Lagos**

**A** lo largo de la historia, el mundo ha evidenciado un constante desarrollo tecnológico, social, económico y cultural, este crecimiento se ve directamente relacionado con el diseño, el consumo y las emociones de los seres humanos. Todo esto ha conllevado una alta demanda de nuevos artículos, bienes y servicios, que no solo se encargan de suplir nuestras necesidades básicas, que se ha enfocado en estereotipos sociales, disfrazar “necesidades como básicas” las cuales solo cumplen en un requisito social. Esto, como resultado del sistema económico capitalista mundial en el cual su principal objetivo es llevar a la sociedad a un círculo vicioso de adquisición de bienes tangibles e intangibles.

Es importante evaluar la relación entre sentimientos, consumo y el diseño de más bienes y servicios, según la lectura diseño emocional (Norman, 2005)., encontramos que desde el comienzo de la producción en masa no ha cambiado gran cosa hasta entonces, en esa época el mundo se alimentaba de sentimientos igual que ahora, lo único que ha cambiado son los productos que utilizamos para jodernos entre nosotros, tomando como principal estrategia los sentimientos de los seres humanos para generar en ellos una necesidad. En un panorama más local

### **¿Cómo se ven relacionadas las emociones de los colombianos con el diseño de objetos para la generación de sensaciones y como puede considerarse un diseño racional/emocional?**

Según la revista dinero, en el 2019 Colombia tuvo un incremento del 4,3% en términos de gastos de los hogares (Revista Dinero, 2019), esta cifra nos permite afirmar que el panorama del diseño y el consumo colombiano, no es muy diferente al global, y es alimentado principalmente de percepciones, emociones e impulsos. Esto pasa porque la gente gasta el dinero en cosas que le hacen sentir bien, y donde fluye el dinero fluye el consumo. Así pues, cuanto más puedas influir en las emociones de las personas, más dinero y poder tendrá el mercado de consumo, de esta manera, hace que el dinero en sí mismo genere una forma de intercambio utilizada para compensar brechas morales entre la gente, principalmente

en las nuevas generaciones, en donde el dinero es gastado en el bienestar y el placer del momento, corroborado por la revista publicidad y mercado. (Publicidad y mercado, 2019).

El progreso tecnológico, es sólo una manifestación de la economía, las tecnologías han inventado e investigado cosas para hacer que la gente se sienta mejor o evitar que se sienta peor. La imprenta, la industria textil, el mobiliario, la industria automotriz, son cosas que han aportado al diseño en Colombia, pero a la vez se han perdido fortunas por cosas que supuestamente ayudan a la gente a mejorar o evitar el dolor de sus necesidades, esas cosas hacen que las personas se sientan mejor, por lo tanto, la gente se emociona, gasta dinero y entonces llega el boom del consumo. Actualmente los productos de diseño en Colombia han venido creando estereotipos e inclinaciones por género para su uso: los camiones, las consolas de videojuegos, los autos, las motocicletas van dirigidos a los hombres como manera de indicar la fuerza y la confianza; el maquillaje, los bolsos, las salidas de compras va dirigido a las mujeres como manera de ser amada y llamar más la atención. La producción de cerveza y licor va orientada a la diversión y hacia el centro de toda una fiesta. Todo lo anterior gira en torno al diseño industrial, y lo que busca la industria de consumo masivo, fuera de un control de diseño ético, es indagar los puntos de dolor del consumidor y hacer que se sienta peor de manera muy sutil, y la idea es provocar vergüenza

e inseguridad de los usuarios, y luego saltan al mercado a través de invasiones publicitarias diciendo que su producto resolverá esa vergüenza y lo libraré de esa inseguridad. Dicho de otro modo, la perspectiva del diseño antiético en Colombia identifica o acentúa de manera específica las brechas morales del consumidor, y luego les ofrece maneras de llenarlas. Creando así día a día repercusiones psicológicas frente a la solución de su bienestar que probablemente son perjudiciales, corroborando la relación directa que existe entre el diseño, con la generación de sensaciones positivas o negativas (extrañas), por la adquisición o no de distintitos objetos, con el fin de justificar lo mencionado anteriormente, se trae a prelación como Carolina Alba Gonzáles en su investigación consecuencias sociológicas del consumismo en la última década dice: “Los ídolos introducidos a través de los medios de comunicación introducen a los faltos de identidad un modelo de consumo o una identidad de consumo, llevándolos a consumir productos innecesarios a cambio de la “felicidad” prometida” (González, 2014 ).

La vida en la era del diseño emocional y racional en Colombia, aunque más complejo que antes, sigue siendo relativamente simple comparado con la actualidad en otros países; existe una amplia clase media y floreciente dentro de una cultura relativamente homogénea en nuestro país: vemos los mismos canales de televisión, escuchamos la misma música, comemos la misma comida, nos relajamos en la misma clase de sofás, leemos los mismos periódicos y revistas,

usamos las mismas marcas, acudimos a las mismas cadenas de mercados, etc. en esa era existe encadenamiento y conexión, lo que proporciona una sensación de seguridad. Mientras que el diseño racional genera conocimientos reales en torno a la observación y la logística, el diseño emocional genera productos o servicios en torno a nuestras experiencias sentimentales. Una manera de verlo es que el diseño racional realiza vínculos entre acontecimientos, analogías, contraste, causa efecto, etc. mientras que el diseño emocional realiza conexiones jerárquicas, mejor/peor, más deseable menos deseable, moralmente superior moralmente inferior. De esta manera, el diseño racional piensa de manera plana, cómo se relacionan las cosas con el usuario, mientras que el emocional piensa de manera vertical cuál de esas cosas es mejor. En definitiva, gran parte de las empresas productoras de bienes y servicios se enfocan en copiar el lenguaje de las soluciones brindadas a los comportamientos que se tienen en otros países, generando distracciones, es a mi modo de ver, el concepto de diseño más fuerte del consumo en Colombia. Hemos construido una cultura de consumo, en la que la innovación más tecnológica consiste en averiguar cómo aumentar el entretenimiento (sensaciones de placer) de una nueva manera, con métodos más eficientes e invasivos. Según el párrafo anterior y tomando como referencia lo descrito por Gustavo A. Valdés de León en su libro Tierra de nadie. Una molesta introducción al estudio del diseño: “La identidad del sujeto es el resultado inestable de un proceso

dialéctico, un efecto o producto de la mirada de un otro significativo, mirada que expone el deseo de éste y que se expresa como discurso, mediante el Lenguaje” (Vades, 2010), además que el texto quiera traer a apelación que ni el extremo del consumismo, ni el extremo tradicional son buenos, también nos lleva a preguntarnos si:

### **¿la creación de mediadores diseño, con identidad propia, podría desatar una nueva religión para el capitalismo colombiano?**

En primer lugar, es evidente que el diseño colombiano no posee una identidad definida, además de presentar un comportamiento poco crítico en cuanto a la adquisición de diferentes objetos. Corroborando la falta de identidad en la industria colombiana, Palmarola (Palmarola, 2008), plasma como antes de la década del cincuenta, las industrias más tecnificadas, dieron solución a los problemas formales de sus productos a partir de copias de productos de países desarrollados o a partir de la compra de patentes y licencias extranjeras. La dependenciatecnológica manifiesta en la utilización de maquinaria de fabricación extranjera, obligó a las industrias a adaptarse a modelos estandarizados, reduciendo las posibilidades de innovación, concluyendo así que la industria en Colombia carece de innovación, es por esto que quisiera plantear como resolución la idea de “crear un nuevo ADN para el diseño Colombiano”, lo cual probablemente se desencadenaría en un alto potencial económico contra una sociedad fuertemente

ideologizada, que solo ha atribuido a un atraso endémico de nuestra sociedad, careciendo de igualdad e incentivando a la inferioridad racial de su población mestiza. Este nuevo ADN para el diseño colombiano, respondería asertivamente a la pregunta anteriormente planteada, concluyendo así que es de vital importancia generar una identidad definida del diseño colombiano que incluya un individuo más crítico.

# BIBLIOGRAFÍA



## El diseño desde su función: Producto de tiempos líquidos

- TODO LO SÓLIDO SE DESVANECE EN EL AIRE: La experiencia de la modernidad. Marshall Berman (2010) Capítulo: Todo lo sólido se desvanece en el aire: Marx, el modernismo y la modernización.
- Modernidad líquida, Zygmunt Bauman () Prologo pág. 7 - 20. Capítulo 1: Emancipación pág. 21 - 58.
- Valdes de Leon, Gustavo. (2010) Tierra de nadie. Una molesta introducción al estudio del diseño. Capitulo XI, pan. 209 - 2015.
- Buitrago, Juan Camilo (compilador), 2015 DISEÑO Y PRODUCTO, Cap. Diseño, consumo e individualidad

## Diseño : Estético y Funcional

- Augusto Solorzano, M. U. (s.f.). Diseño y Producto . Coleccion Artes y Humanidades.
- Becerra, M. U. (s.f.). Diseño, consumo e individualidad. Universidad del Valle.
- Bonsiepe. (s.f.). Mutaciones del Diseño .
- Dyson, J. (s.f.). Wikipedia. Obtenido de [https://en.wikipedia.org/wiki/James\\_Dyson](https://en.wikipedia.org/wiki/James_Dyson)
- Imaginario, A. (s.f.). Significados. Obtenido de <https://www.significados.com/estetica/>
- Santamaria, S. O. (s.f.). Introduccion a la usabilidad y su evaluacion .

## Diseño y Artesanía

### Libros

- Berman, M. (2013). Todo lo sólido se desvanece en el aire. Barcelona: Anthropos.
- Duran, O., 2015. Del Objeto A Los Objetos Del Diseño Industrial.
- Grisales Vargas, A. (2015) Artesanía, arte y diseño.
- LA ARTESANÍA COMO INDUSTRIA CULTURAL: DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES. (2020). [Ebook]
- Solórzano, A., Uribe, M., González, M. and Buitrago Trujillo, J., n.d. Diseño Y Producto.

### Revista

- (2020). Retrieved from <https://www.eltiempo.com/cultura/arte-y-teatro/la-artesania-es-la-industria-creativa-semilla-dice-jimena-puyo-de-artesantias-de-colombia-427194>

### Referencias de internet

- Artesanía y Diseño | Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2020). Retrieved 3 April 2020, from <http://www.unesco.org/new/es/culture/themes/creativity/creative-industries/crafts-and-design/>
- Mateo, J., 2020. 04 El ICSID Y El Diseño Industrial Web Sobre Diseño Industrial - José Manuel Mateo. [online] Xn–diseadorindustrial-q0b.es. Available at: <http://www.xn–diseadorindustrial-q0b.es/queeseldisenio/04-el-icsid-y-el-diseno-industrial/> [Accessed 3 May 2020].
- SIART, A. (2020). Artesanías de Colombia - Artesanías de Colombia. Retrieved 3 April 2020, from [niasdecolombia.com.co/PortalAC/Contenido/ListaTag.jsf?tag=%20Dise%C3%B1o%20Colombiahttp://artesa](http://niasdecolombia.com.co/PortalAC/Contenido/ListaTag.jsf?tag=%20Dise%C3%B1o%20Colombiahttp://artesa)

## El modelo de producción en serie y su contribución a democratizar el diseño

- ¿Del fordismo al postfordismo? El advenimiento de los nuevos modelos de organización industrial, Vicente Safon Cano
- Romero Moscoso, Alberto Carlos (2015) Hombre - León de los objetos. Revista La tadeo de arte. No. 1. Pág 100 - 113.
- Pagina oficial de Braun <https://es.braun.com/es-es>
- Pagina oficial de Ikea <https://www.ikea.com/es/es/this-is-ikea/about-us/vision-e-idea-de-negocio-pub9cd02291>

## Alimentación 4.0: Intersección del diseño, tecnología y cambios sociales

- Red mundial por el derecho a la alimentación y a la nutrición, 2018 Alimentos inmateriales: Las contradicciones de una era digital (tomado de <https://www.righttofoodandnutrition.org>)
- Modernidad líquida, Zygmunt Bauman () Prologo pág. 7 - 20. Capítulo 1: Emancipación pág. 21 - 58.
- La Cultura en el mundo de la modernidad líquida, Zygmunt Bauman ,2011, Cap. I Algunas notas sobre las peregrinaciones históricas del concepto de "cultura", Cap. II Sobre la moda, la identidad líquida y la utopía de hoy: algunas tendencias culturales del siglo XXI, pág 9- 32
- Diseño y Producto , Buitrago, Juan Camilo (compilador), 2015,Cap. Diseño, consumo e individualidad, pág 47 - 89
- La cuarta Revolución industrial, Schwab, Klaus. (2016) , Cap.1: La cuarta revolución industrial. Cap. 2: Impulsores. Pág. 6 - 28. Capítulo 3: Impacto 3.4 Sociedad Pág.100-103 Foro económico mundial. Casa editorial el Tiempo.
- High Tech: parcialidades, recortes, juicios y prejuicios. Urrego, Pablo (2015) LA HISTORIA DEL DISEÑO INDUSTRIAL RECONSIDERADA. Bernatene, María del Rosario (coordinadora), Universidad Nacional de la Plata.

## El papel fundamental de la mujer dentro de la historia del diseño: Visto desde el genero.

- Canora, M., 2020. La Fuerza De Las Voces Del Feminismo En América Latina. [online] El Orden Mundial - EOM. Available at: <<https://elordenmundial.com/feminismo-en-america-latina/>> [Accessed 18 April 2020].
- Garone Gravier, M., 2009. Los designios de Eva: el género en la identidad del diseño latinoamericano. Revista 180, pp.Pag 32-35.
- López, N., 2016. Una aproximación al diseño desde la perspectiva del género. Festival internacional de la imagen
- Torrent Esclapés, R. (2008). Sobre diseño y género. Mujeres pioneras. Millars: espai i història, [en línia], 2008, Vol. 31, p. 221-3, <https://www.raco.cat/index.php/Millars/article/view/169300>
- Torrent, R. (1995). Mujeres y diseño industrial: la escuela de la Bauhaus.Asparckia. Investigación feminista, (5), 57-69
- Recio, C., 2012. LAS DESIGUALDADES DE GÉNERO EN EL MERCADO DE TRABAJO: ENTRE LA CONTINUIDAD Y LA TRANSFORMACIÓN. Revista economía crítica, (14).

## El papel fundamental de la mujer dentro de la historia del diseño: Visto desde el genero.

- Modernidad líquida, Zygmunt Bauman, 1999.
- Todo lo solido se desvanece en el aire, Marshal Berman, 1982.
- 1984, George Orwell, 1949.

### Filmografía

- They Live, Dir. John Carpenter, 1988.
- 1984, Dir. Michael Anderson, 156.
- Metrópolis, Fritz Lang ,1927.



**SUBSISTIR  
AL SIGLO XXI**



# MIES VAN DER ROHE Y EL RENACER DE LA CULTURA ALEMANA

La silla Barcelona fue diseñada en 1929 por Mies van der Rohe y Lilly Reich. Esta última reconocida más recientemente. La silla fue diseñada para la exposición internacional de Barcelona. Y se convirtió en una obra clásica del diseño. Fue desarrollada en el contexto de la reconstrucción tras la Primera Guerra Mundial. Por lo que, Mies van der Rohe fue encargado de mostrar el renacer de la cultura alemana tras la guerra. Esto a partir del diseño de todo un pabellón de la exposición. Es entonces cuando se crea la silla Barcelona, basada en un tipo de silla usada por los magistrados romanos (la silla curulis). Las sillas tuvieron tanto éxito que se usaron como tronos para los reyes de España en el momento en el que visitaron la exposición. Los materiales utilizados originalmente fueron el acero inoxidable pulido y el cuero de piel de cerdo. Aunque esto posteriormente fue evolucionando,



Este objeto es aún comercializado en la actualidad, pero ahora en licencia de Knoll, la cual fue comprada a Mies van der Rohe en 1953. Existen diversas imitaciones de este producto, pero el original lleva la firma de Mies y el logotipo de Knoll. Además, es vendida en diferentes colores (Negro, Blanco, Marrón, Rojo y Marfil) y configuraciones de acero. Teniendo un valor de US\$3500 la de más

bajo costo. Y de US\$5500 la de más alto costo.



El diseño de la silla Barcelona fue tan reconocido debido también a su mezcla en los usos de materiales tradicionales y modernos, denotando la realidad que se estaba viviendo en aquel momento, esa transición de la primera guerra mundial hacia la posguerra, lo cual hacía que se buscara una renovación y estabilidad en todos los países involucrados. Esta silla logra una transformación que muestra la realidad de lo que se está viviendo en esa época. Nuevos cambios para la sociedad, transición de los tiempos de guerra y de posconflicto que lleva consigo problemas en la educación, migraciones, etc. A una mayor armonía en la que se busca la innovación y la creatividad para que la sociedad evolucione y siga adelante. Además de esto, la silla tiene algo diferente, su propósito funcionalista característico de Mies van der Rohe, “menos es más”. Esta frase se ve reflejada en su diseño y es que la obra de arte total para Van der Rohe era la pureza total. Es por esto que no existen adornos ni formas extra en el objeto. De esta forma es totalmente honesto con su usuario, no se esconde tras numerosos ornamentos, sino que es puro muestra lo que es para lo que fue diseñado. Por otro lado, además de estas propiedades únicas de la silla Barcelona por las cuales fue y sigue siendo reconocida en la actualidad, se le suma su historia, hecho por el cual toma aun más fuerza como producto de diseño. Ya que esta silla pasó de ser un objeto

meramente funcional a ser una obra clásica del diseño; paso a estar incluso en museos en los cuales deja de lado su usabilidad y pasa a ser un objeto contemplativo. En conclusión, es tanto el impacto que generó el diseño de esta silla, marcando un nuevo renacer, que trasciende el hecho de ser un objeto de uso para ser también un objeto icónico, de museo. Debido a en mi opinión al valor agregado inigualable en el hecho de realizar una combinación de materiales y formas, uniendo antigüedad con modernidad en una época en la que precisamente era esto lo que se necesitaba. Hacer una transición hacia el “futuro” dejar atrás la época de guerra y la inestabilidad del posconflicto para llegar a un renacimiento con el cual se pudiera avanzar como sociedad. El éxito fue lograr esta combinación entre pasado y futuro con un concepto de transición que no es fácil de lograr, pero además de esto realizarlo en el momento justo para que hubiera logrado tan alto impacto.

## BIBLIOGRAFÍA

-Fundació Mies van der Rohe Barcelona. (s. f.). El pabellón. Recuperado 4 de marzo de 2020, de <https://miesbcn.com/es/el-pabellon/>

-Zabalbeascoa, A. (2014, julio 1). Mies van der Rohe: Menos es más. Recuperado 4 de marzo de 2020, de [https://elpais.com/elpais/2014/07/01/eps/1404216940\\_722852.html](https://elpais.com/elpais/2014/07/01/eps/1404216940_722852.html)

-Mosovich, M. (s. f.). El funcionalismo bajo el ojo de tres diseñadores. Van de Velde - Le Corbusier - Mies Van de Roche | Catlogo Digital de Publicaciones DC. Recuperado 3 de marzo de 2020, de [https://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/publicacionesdc/vista/detalle\\_articulo.php?id\\_libro=36&id\\_articulo=4461](https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_libro=36&id_articulo=4461)

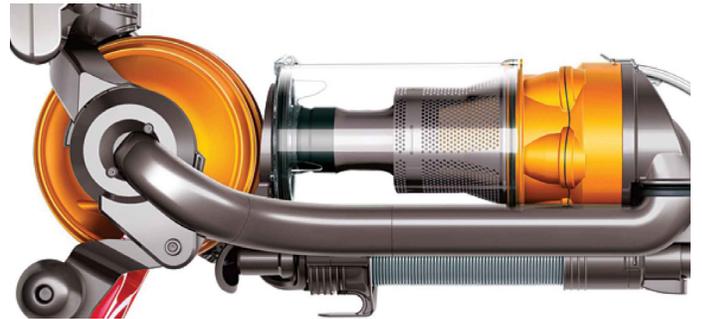
-Peña, V. (2016, abril 19). Una pieza de historia en el salón: la silla Barcelona, de Mies Van der Rohe, 1929. Recuperado 4 de marzo de 2020, de <http://vilanovapena.com/una-pieza-de-historia-en-el-salon-la-silla-barcelona-de-mies-van-der-rohe-1929>

# ANÁLISIS SOBRE: JAMES DYSON

James Dyson es un inventor, diseñador industrial y empresario británico que fundó Dyson Ltda. Se ha destacado por inventar tecnologías y aplicarlos a artefactos ya conocidos, lo que ha permitido potencializar su usabilidad a un nivel exponencial y transformar creaciones antiguas a contemporáneas, eficientes y seguras. Dentro de sus más reconocidos inventos está el uso de separación ciclónica en una aspiradora sin necesidad de utilizar bolsas para filtrar los desechos. El uso de tecnología eficiente lo acompaña con un desarrollo formal bastante atractivo dentro de toda la gama de sus productos.



Lo interesante de este diseñador es que rompe con el pensamiento tradicional de seguir y basarse en metodologías y formas ya conocidas -que solo intentan mejorar diseños-, sino de transformarlos con nuevas tecnologías que sean más eficientes, pero con distintas propuestas formales. Por ejemplo, su creación del ventilador sin aspas que con el impulsor aspira aire y pasa a una rampa de 5 ° en forma de superficie de sustentación, con el principio de Bernoulli creando un área de baja presión. Esto induce aire detrás del ventilador, mientras que el aire circundante sigue el flujo de aire en un proceso conocido como arrastre, que amplifica el flujo de aire inicial hasta 15 veces. (Dyson).



Exponiendo ejemplos ya mencionados de James Dyson, quiero recalcar la capacidad de mezclar la funcionalidad eficiente junto a un desarrollo formal interesante y llamativo en donde lograr satisfacer los principales deseos del usuario, el cual es tener un artefacto bello y que cumpla con los requerimientos para lo que se necesita. Es por esto por lo que ha logrado mantenerse desde finales del siglo XX hasta el día de hoy. “Los consumidores de hoy ya sean individuos o empresas, no desean tener mas opciones. Desean tener exactamente (cuando, donde y como ellos lo quieren). Dado que la actitud y conocimiento de los consumidores es cada vez más exigente e informada, esta es una solicitud que debe ser atendida por las empresas que aspiren en un futuro conservar clientes”. (Diseño y Producto , pág. 74) Si bien lograr satisfacer y crear un producto especializado en cada uno de los individuos es complicado, es importante lograr abarcar a un gran número de la población atacando deseos comunes y de mayor demanda. Es por esto por lo que James Dyson y su empresa han logrado mantenerse a flote desde 1993 ya que ha logrado entender al consumidor proponiendo nuevas opciones, quizá estando un paso delante de lo que los usuarios tienen en mente, siendo este el detonador para que este diseñador haya y este teniendo éxito. “La misma concepción de innovación presupone la mayor jerarquía de la factibilidad comercial sobre el deseo individual y la necesidad particular. El objeto comercial fruto de la declinación de todos los requerimientos frente

a la viabilidad técnica-comercial, deviene en un producto que realmente no está diseñado para satisfacer las necesidades individuales, sino para atraer un grupo de usuarios promedio tan grande como sea posible”. (Diseño y Producto , pág. 48) La clave de Dyson para obtener nuevas y potentes propuestas es invertir en investigación, en enfocarse en pocos productos, pero que estos sean de gran valor. Impulsando el desarrollo cuidadoso de cada uno de sus productos, sin apresurarse para lograr obtener productos de gran alcance, con nuevas tecnologías. “Dyson gastó £7 millones por semana en investigación y desarrollo de nuevos productos. La compañía es el mayor inversor del Reino Unido en robótica e investigación de inteligencia artificial, emplea a más de 3.500 ingenieros y científicos, y participa en más de 40 programas universitarios de investigación”. (wikipedia). Me parece importante resaltar esta metodología porque para llevar a cabo un diseño de gran valor y con máxima calidad, es necesario tener un proceso de inmersión para empaparse totalmente del tema y siguiente labrar cada peldaño de forma precisa y segura, sin apresurarse a fabricar productos a gran cantidad para llenar el mercado, pero que no va a lograr obtener ese valor apreciativo por parte del usuario.

## BIBLIOGRAFÍA

-Augusto Solorzano, M. U. (s.f.).  
Diseño y Producto . Coleccion Artes y Humanidades.

-Dyson. (s.f.). Dyson. Obtenido de <https://www.dyson.com/fans-and-heaters/dyson-hot-cool-technology.html>

-wikipedia. (s.f.). Wikipedia . Obtenido de [https://en.wikipedia.org/wiki/James\\_Dyson](https://en.wikipedia.org/wiki/James_Dyson)

# CHARLES EAMES, PIONERO EN LA EXPERIMENTACION

Charles Eames nació el 17 de junio de 1907 y falleció el 21 de agosto de 1978, estudio arquitectura en la Universidad de Washington, años después junto a su amigo Eero Saarinen comienzan a experimentar nuevas formas de muebles. En 1940 el director del MoMA de Nueva York, convoca un concurso para descubrir productos que puedan contribuir novedades al mobiliario doméstico, llamándolo “Diseño orgánico en muebles para el hogar”. Charles Eames y Eero Saarinen se inscriben en este concurso y lo ganan en las dos categorías en las que participan. De este modo, nacen los primeros diseños en muebles con madera laminada moldeada, La Organic Chair formalmente y funcionalmente se basaba en un cómodo sillón de lectura pequeño, el cual tenía un respaldo orgánico más alto y un soporte para el cuello. Tiempo después se fabrican sillas orgánicas destinadas especialmente a diferentes posiciones que pudiera adoptar el usuario.



El gran inconveniente surge posteriormente cuando se pretende fabricar en serie y a precios asequibles, ya que en ese momento no existía tecnología suficiente para la producción de la silla, las formas eran mucho más complicadas, no eran repetitivas lo cual era económicamente más costoso y difícil de industrializar.

En este caso podemos observar a la producción en serie siendo un gran obstáculo para la fabricación de la Organic Chair, debido a que este por un lado

hubiera generado el perfeccionamiento del producto y la venta del mismo, ya que al ser fabricado por máquinas de una forma masiva realizando la misma acción se hubiera obtenido así mismo pocas o ninguna imperfección para su funcionamiento y su estética, de esta manera el producto se hubiera producido más fácil y en un menor tiempo.



La utilidad en el objeto establece una relación entre estética y función, de esta forma se satisface las necesidades del usuario. En este caso la Organic Chair le apostó a un diseño exitoso, es decir significativo para las personas, logrando generar un impacto en el usuario teniendo la capacidad de influenciar en el comportamiento del mismo y a su vez existiendo una gran oportunidad real de aportar más a las situaciones cotidianas, es decir en su carácter funcional. La funcionalidad establece relación entre usuario-objeto, proporcionado coherencia formal entre ellos dos, en este caso la silla siendo dirigida a un contexto para el hogar logrando placer visual y calidad de vida por su ergonomía, sin importar los limitantes que existieron en su industrialización. Años más tarde Charles junto a su esposa Ray marcaron una gran época del diseño, por un lado Charles aportaba su punto de vista tanto tecnológico como de materiales y por otro lado Ray participaba con su visión plástica y formal. La pareja exploró varias técnicas como la madera laminada moldeada, fibra de vidrio y

soldaduras, lo que llevo a proponer cierta innovación uniendo el diseño industrial y la arquitectura. Más tarde sus diseños se hicieron famosos y emblemáticos por ser ejemplo de lo moderno y orgánico. Se puede afirmar que el diseño orgánico produjo varios aportes tales como ofrecer líneas suaves y fluidas en materiales sintéticos o naturales liderando un vocabulario humanizado y moderno en la forma, donde las curvas suaves y sinuosas se opusieron al regido formalismo geométrico. Así mismo el diseño propuesto por Charles y Ray se relaciona con el modernismo, debido a que rompe con los esquemas y se abre a nuevas posibilidades creativas. Principalmente en la arquitectura buscaba crear armonía entre el hábitat humano y el mundo natural buscando convertirse en parte de una composición unificada y correlacionada, en el diseño industrial se puede analizar en el predominio de lo útil, sobre lo ornamental. Uno de sus grandes productos fue la silla Shell (1950), se convirtió en la primera silla de plástico fabricada en serie, años más tarde las opciones de color, variaciones de base y demás aspectos formales lograron altamente personalizable y fácil de producir lo que permitió que el producto personalizado sea un dialogo entre el diseñador y el usuario. Buitrago (2015) afirma: “Respecto a los métodos que se tendrán que desarrollar para el proceso de diseño personalizado, la práctica y el resultado del diseño se volverán cada vez menos relacionados con el ego del diseñador y cada vez más pertinentes para sus usuarios”(p.83). De esta forma se puede concluir que al contemplar al usuario en primera instancia y añadiendo la idea de innovación en el diseño como lo hizo Charles Eames, se pueden lograr grandes beneficios en las personas dada a una relación mucho más directa con los objetos y a su vez generándole una mayor comprensión a sus necesidades específicas. Así mismo, el proceso creativo de Charles Eames al experimentar con materiales no sólo lo condujo a la innovación, si no también a replantearse la idea de tener claridad de lo que ocurre alrededor y de esta manera generar herramientas para realizar los objetos.

## BIBLIOGRAFÍA

-Albrecht, D. (1997). The work of Charles and Ray Eames. New York: Harry N. Abrams in association with the Library of Congress and the Vitra Design Museum.

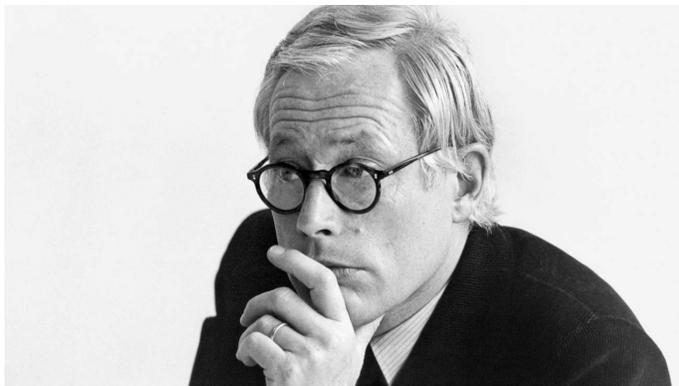
-Alvarez, I. (2020). Muebles Eames. Charles y Ray Eames: grandes diseñadores del siglo XX. Retrieved 5 March 2020, from <https://webles.es/disenio-siglo-xx-charles-y-ray-eames-un-tandem-perfecto/>  
Eames, C., Eames, R., & Albrecht, D. (2005). The work of Charles and Ray Eames. New York: Harry N. Abrams.

-Solórzano, A., Uribe, M., González, M., & Buitrago Trujillo, J. Diseño y producto.

# ROMPIENDO ESQUEMAS CON PRODUCTOS DE BUEN DISEÑO

Braun, es una empresa alemana, caracterizada por la creación y producción de objetos. Fue creada en el año 1921 por el ingeniero Maux Braun, quien le dió vida a este proyecto a partir de un pequeño taller, que realizaba elementos de radio. Siete años más tarde, tuvo la capacidad para generar el radio en su totalidad y convertirse en uno de los grandes fabricantes de este objeto en Europa.

Braun, para esta época, no solo se conformó con realizar objetos que estuvieran en tendencia, sino que lograba innovar y fusionar varias funciones en un mismo objeto. Es por esto que crean un producto que combina la radio con el tocadiscos llamado Braun Phonosuper SK4, siendo un avance tecnológico y posicionándose aún más en el mercado.



Luego de este gran momento, inicia la Segunda Guerra Mundial, afectando a la producción de radios y prohibiendo la producción de este producto, para Braun esto no fue un impedimento, pues permitió que se generara otro de sus grandes inventos, esta vez sería una lámpara capaz de convertir la energía mecánica en energía eléctrica (energía dinamo).

Este producto marcó un antes y un después, debido a que fue el primer producto que logró producirse en masa con casi 3 millones de unidades hechas en la época. Después de esto, Braun tomó un camino

nuevo, pues entendió que debía ser diferente a su competencia, las otras compañías tenían innovación en sus productos, pero hacía falta que el diseño de estos marcará una tendencia hacia la nueva visión que tenía el hombre de la época.



Es por esto, por lo que en la nueva dirección de Braun (la cual estaría a cargo de los dos hijos de Maux Braun) buscaba unirse con diferentes diseñadores como Fritz Eichler, Hans Gugelot y Otl Aicher (siendo estos dos últimos docentes de la escuela de ULM) para formar una nueva línea innovadora de productos, dándole a la marca una visión diferente de diseño.

Muchos de los conceptos de la escuela de ULM fueron llevados a Braun combinando la innovación, tecnología y diseño. Asimismo, esta nueva mirada fue todo un reto, pues dudaban acerca del recibimiento que tendría en la sociedad estos nuevos modelos, dejando de lado las incrustaciones de oro y lograr que el diseño fuera algo inclusivo y de excelente calidad.

Años más tarde, la aparición de Dieter Rams, permite completar el esquema de lo que significa Braun, dándole a sus productos un carácter atemporal, con diseños altamente innovadores y funcionales.

Es necesario mencionar que en la época en la que estuvieron diseñadores como Gogulot,

Aicher y Rams fue el mejor momento de la compañía, donde más se realizaron diseños innovadores y donde se aprecia la calidad por seguir conceptos de diseño dados por ellos mismos.

Con lo mencionado anteriormente, Braun a lo largo de su historia más que generar un buen diseño, ha permitido crear una experiencia en los usuarios que utilizan la marca, buscando “marcar la diferencia” con la simplicidad de su uso y su excelente funcionalidad.

Respecto a las dinámicas del diseño, Braun aplica en cada proyecto tres conceptos básicos de diseño: la simplicidad, busca darle forma al objeto con el mínimo de materiales, el orden, busca que el usuario entienda cada elemento que compone el objeto indicando una secuencia en su uso y la armonía, que permite que todos los elementos que componen el producto sean agradables.

En conclusión, esta empresa nos permite dar una mirada de cómo debe ser tratado el diseño, donde entre sus productos hay una relación permanente entre la forma y la función, en los que es claro que a pesar de ser objetos (electrodomésticos) con diferentes funciones, pertenecen a una misma familia objetual. Es válido aclarar que todos sus productos son fabricados para una larga vida de uso y no se adecuan a la tendencia del momento, por lo que Braun continúa manteniéndose en una misma posición a diferencia del mundo.

## BIBLIOGRAFÍA

-Solórzano, A., (2016), Diseño y productos, Editorial colección de artes y humanidades

-Braun, 2020. Recuperado el 3 de marzo 2020, de <https://es.braun.com/es-es/world-of-braun/braun-design/braun-designers>

-Braun, 2020. Recuperado el 3 de marzo 2020, de <https://es.braun.com/es-es/world-of-braun/braun-design/less-but-better>

# EL DISEÑADOR DE LA “PSICODELIA”

Psicodelia, entendida como la experimentación en formas, colores y sistemas de producción; experimentación que convirtió a Verner Panton en uno de los diseñadores más influyentes del diseño de mobiliario de finales del siglo XX. Panton, fue un arquitecto y diseñador industrial danés, reconocido por producir los muebles y luminaria considerados los más innovadores durante la época de la posguerra. En los inicios de su carrera en los años 50's, trabajó en el estudio del arquitecto Arne Jacobsen, otro diseñador y arquitecto danés. En esta compañía Panton se dedicaba principalmente al diseño de muebles y participó en el desarrollo de la silla 'Ant' (Anexo 1), una de las sillas más conocidas de Arne Jacobsen.



“El objetivo principal de mi trabajo es provocar a las personas a usar su imaginación. La mayoría de la gente se pasa la vida viviendo en una triste y grisácea conformidad, un mortal miedo de usar colores. Al experimentar con la iluminación, los colores, los textiles y los muebles, y al utilizar las últimas tecnologías, intentó mostrar nuevas formas, alentar a las personas a usar su imaginación y hacer que su entorno sea más emocionante.” Verner Panton.

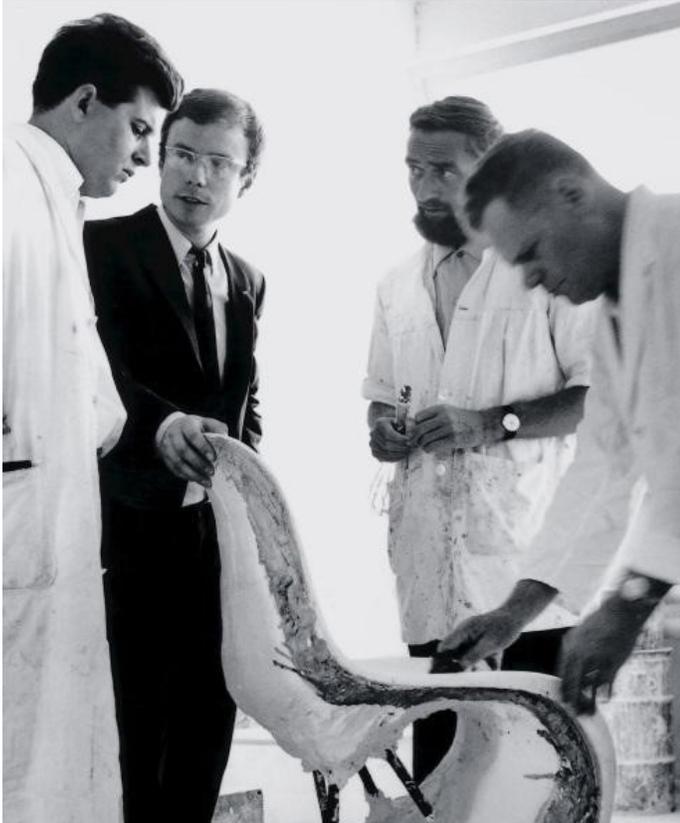
Panton, comprendió en su época, la necesidad de generar un equilibrio entre la configuración de los objetos y la factibilidad de producción. Para la implementación de nuevas tecnologías de la época, Panton experimentó con las propiedades de los nuevos materiales como el acrílico, la espuma, el

plástico y el poliéster reforzado con fibra de vidrio, lo cual lo llevó a crear formas orgánicas, acentuando el uso del color, superficies suaves y reflectantes, su estilo, se ve relacionado con los movimientos Op y Pop Art de finales de los años cincuenta y sesenta.

Uno de los hitos más altos de su carrera, que se convertiría en un icono del diseño que sigue siendo reeditada y producida fue la silla Panton también conocida como “S Chair”, esta fue diseñada a principios de la década de los 60's debido a la colaboración de Panton con la empresa Vitra, cuyo objetivo era crear una silla de una sola pieza, que fuera cómoda para todo el mundo, y que pudiese utilizarse en cualquier sitio. Lo cual generó nuevas formas de pensar y liberó una creatividad “nunca imaginada”. Esta nueva mentalidad, desarrolló un mercado con una demanda de nuevas formas, colores brillantes y, a su vez, nuevos materiales, dando inicio a todo un movimiento que se rebeló en contra de aquellos valores que estaban establecidos y los sustituye por otros, como el progreso y el diseño; dentro de este contexto, en cambio surgió un movimiento cultural, asociado al pop art, que genera, una nueva estética efímera, además, de la implementación de nuevos materiales sintéticos, que hizo posible la producción masiva de muchos productos más baratos; Panton buscaba y se encargó de que su silla fuera producida en un arco iris de colores, para que su consumidor pudiera elegir el color perfecto. (Anexo 2), Panton consideraba que la elección de colores no debería ser una decisión al azar sino que debería ser una decisión consciente, debido a que para él los colores tienen un significado y una función.



La silla Panton, fue la primera silla de plástico fabricada en una sola pieza. Desde su lanzamiento al mercado, ha pasado por varias fases de producción. En 1967, causó sensación y recibió numerosos premios. Uno de los primeros modelos de esta silla, forma parte de la colección permanente del Museo de Arte Moderno de Nueva York.



Para 1968, se realizaron ensayos de producción de la silla Panton, que fueron rechazados debido al costoso y complejo procedimiento de fabricación, que hacía imposible responder a la gran demanda, con el paso de los años, los avances tecnológicos, los plásticos y la introducción del moldeo por inyección llevaron a Panton y a Vitra a retomar de nuevo el proyecto a finales de los años noventa desarrollando una nueva versión de polipropileno, por lo cual sólo treinta años después del lanzamiento inicial, por fin se hacía realidad uno de los grandes objetivos de Panton: la silla de plástico como producto industrial asequible. Verner Panton murió poco después de que se presentara su silla en 1999.

Silla Panton 1968  
Muchos consideran que el retorno de la psicodelia en los últimos años, ha posicionado de nuevo a Panton en la actualidad, sin embargo, como asegura Marta Rey, directora de la Fundación Barrié de la Maza, “lo que

ha perdurado de Panton es que su experimentación aportaba soluciones que hoy siguen siendo válidas” lo cual lleva a pensar en la producción para la época masiva, de productos innovadores que contemplaban los gustos particulares sin reducirlos a pequeños nichos de mercado, y pensando en un diseño futurista que sigue siendo llamativo para nuestra época.

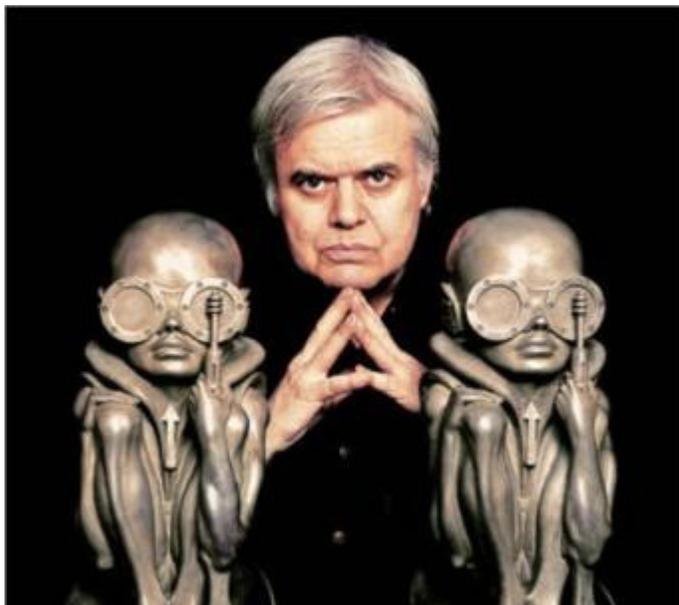
## BIBLIOGRAFÍA

-Solórzano, A., Uribe, M., González, M., & Buitrago Trujillo, J. Diseño y producto. Páginas web: <https://batavia.es/blog/verner-panton-icono-diseno-industrial-danes/>  
<https://www.vitra.com/es-es/product/panton-chair> - Private Panton: fotografías exclusivas de la última residencia del diseñador

-Verner Panton en Copenhague - Bredahl P- Revista Modernismo -2002 vol: 5 (3) pp: 32-32-35

# H.R GIGER, ARTE Y DISEÑO DE PESADILLA

Hans Ruide Giger (Coira, Suiza, 5 de febrero de 1940 - Zúrich, 12 de mayo de 2014) fue un artista gráfico y artista suizo, con grado también en diseño industrial, conocido por su colaboración en el diseño de personajes y escenarios en el cine, siendo la más famosas su obra del conocido Alíen o xenomorfo de la saga de películas Alíen.



Giger se especializó en pinturas realizadas con aerógrafo en donde plasmaba sus mas horribles pesadillas, con temáticas biomecánicas de seres andrógenos en un mundo oscuro y aterrador. Giger empezó su carrera como diseñador de mobiliario por eso se puede intuir como término en el diseño de cine, desarrollando escenografías únicas, con conceptos propios de su oscura imaginación. En las décadas 60's, 70's y 80's Giger llevó el diseño a un nivel no contemplado por los diseñadores industriales especializados en la producción de objetos para consumo masivo, Giger generó una armonía entre el diseño y el arte, dando una utilidad experiencial a su diseño para darle un valor apreciativo dentro del marco del cine.



El trabajo de Giger representa parte de la innovación del diseño de escenarios que se venia dando en la década de los 70's, puesto que dos años antes del estreno de la película de alíen en 1979, George Lucas con su empresa Lucas film, producían grandes escenografías para su exitosa película Star Wars en 1977, la cual generaría una gran franquicia marcando un hito dentro del cine. Al igual que Star Wars, el arte de Giger generó uno de los principales monstruos cinematográficos significativos dentro de la cultura pop, representando la parte oscura, surrealista y onírica del diseño, generalmente expuesta en su museo, en donde todo el mobiliario y ambiente del establecimiento esta producido a partir de su obra, en donde sus creaciones biohumanoides adornan cada pared y cada techo del lugar, generando una experiencia única a través del recorrido dentro de la mente de este tenebroso diseñador.

## BIBLIOGRAFÍA

<https://historia-arte.com/artistas/h-r-giger>

-<https://hrgiger.mx/exposicion/>

<https://es.wikipedia.org/wiki/Xenomorfo>

- Lectura: La Cosa- Martín Heidegger

# MARIANNE BRANDT

Marianne Liebe nació el 1 de octubre de 1893 en la ciudad alemana de Chemnitz. Marianne inició sus estudios de pintura y escultura en 1911 en la Escuela Superior de Bellas Artes de Weimar. En 1919 contrajo matrimonio con el pintor noruego Erik Brandt, del que se divorciaría en 1935 tras un largo período de separación. En aquella primera etapa de su vida profesional, Marianne se dedicó principalmente a la pintura hasta que ingresó en la Bauhaus en 1923. Las pocas mujeres que se incorporaban a la Bauhaus ingresaban en los talleres textiles o cerámicos. Pero Marianne fue la primera mujer en aprender y trabajar en el Taller del Metal donde tuvo como maestro al diseñador húngaro László Moholy-Nagy a quien sustituyó en el cargo de director del taller del metal en 1928. Que una mujer liderara dicho taller no fue del agrado de algunos miembros de la Bauhaus y las presiones harían que no durara mucho tiempo en el cargo. En su paso por la Bauhaus, Marianne diseñó algunos de los objetos más conocidos como un juego de café y té, ceniceros y lámparas cuyas formas continúan siendo vigentes gracias a su funcionalidad y su diseño sencillo.



Lámparas, ceniceros, teteras que hoy en día utilizamos pensando que son diseños actuales son en realidad herederos del genio diseñador de una mujer que se coló en un mundo de hombres. Marianne Brandt fue la primera mujer en dirigir el Taller de Metal de la Escuela de la Bauhaus, a pesar de las reticencias de sus compañeros.

Ingeniera industrial, fotógrafa, pintora, Marianne Brandt fue una mujer inquieta que se pasó toda su vida inventando objetos útiles y plasmando la realidad de su tiempo. Algo que sus colegas masculinos no siempre se lo pusieron fácil. Con su aliento, Brandt estudió en el dominio masculino del taller de metal, demostrando tener más éxito que muchos de sus compañeros de clase.



Continuó su entrenamiento en la Bauhaus en Dessau y continuó su trabajo en el taller de metal con László Moholy-Nagy. En 1926, ya había diseñado los primeros accesorios de iluminación para el edificio Bauhaus en Dessau. Desde el semestre de verano de 1927, estuvo a cargo de los experimentos técnicos de iluminación en el taller de metal. Desde mayo de 1928 hasta el 1 de julio de 1929, fue directora del taller de metal. El 10 de septiembre de 1929, obtuvo su diploma Bauhaus, el diploma no. 2 del taller de

metal. En 1928 y 1929, Brandt y Hin Bredendieck también organizaron la colaboración con las empresas Körting & Mathiesen AG (Kandem) en Leipzig y Schwintzer & Gräff en Berlín. Al mismo tiempo, trabajó con Hin Bredendieck y otros en diseños para accesorios de iluminación para producción en masa.



Marianne Brandt abandonó la Bauhaus en 1929 y se marchó a trabajar con Walter Gropius en su estudio de Berlín y con la firma Ruppel Gotha donde permaneció hasta 1932. La llegada del nacionalsocialismo fue una época complicada para Marianne quien no encontró un trabajo estable como ingeniera industrial. Por necesidad, que no por convicción, en 1939 aceptó formar parte de la Reichskulturkammer, una organización nazi de artistas. Ella contribuyó al diseño interior de la urbanización Karlsruhe-Dammerstock. Posteriormente, dirigió el departamento de diseño de la empresa Ruppelwerk Metallwarenfabrik GmbH en Gotha hasta 1932. Vivió en Chemnitz de 1933 a 1945. En 1939, se convirtió en miembro de la Cámara de Cultura del Reich, pero no se unió al NSDAP. En 1949, Mart Stam la nombró profesora en el HfBK Dresden. Trabajó en la Universidad de Arte Aplicado (ahora la Escuela de Arte Weißensee de Berlín) hasta 1954. Al mismo tiempo, supervisó la exposición Deutsche Angewandte Kunst der DDR (arte aplicado alemán de la RDA) en Beijing y Shanghai en 1953-54. Su reputación se estableció sobre todo por sus productos industriales hechos de metal y vidrio. También produjo numerosas fotografías y fotomontajes.

Terminada la guerra, Marianne se ganó la vida durante muchos años como profesora en Dresde y Berlín.

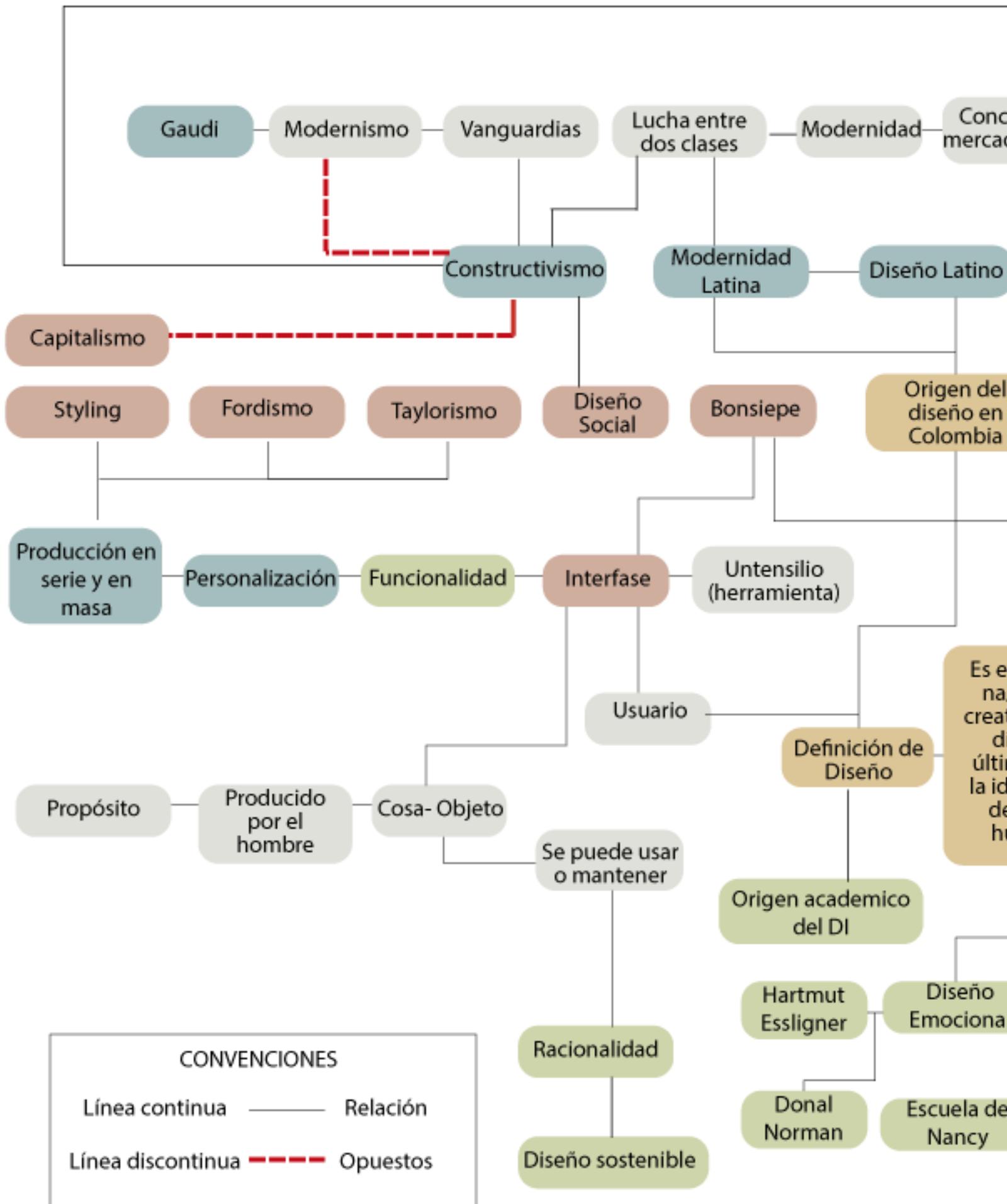
En los años setenta se trasladó a vivir a la República Democrática Alemana y recuperó su faceta de fotógrafa que también había desarrollado en sus años de juventud cuando inmortalizó a las mujeres en la época de entreguerras y el papel que ejercieron dentro de la Bauhaus. Marianne fue pionera en el uso de la fotografía para inmortalizar naturalezas muertas. Realizó también preciosos autorretratos dando enfoques muy diferentes e innovadores de su propia imagen. Finalmente Marianne Brandt falleció el 18 de junio de 1983 a los ochenta y nueve años de edad en Kirchberg, Alemania.

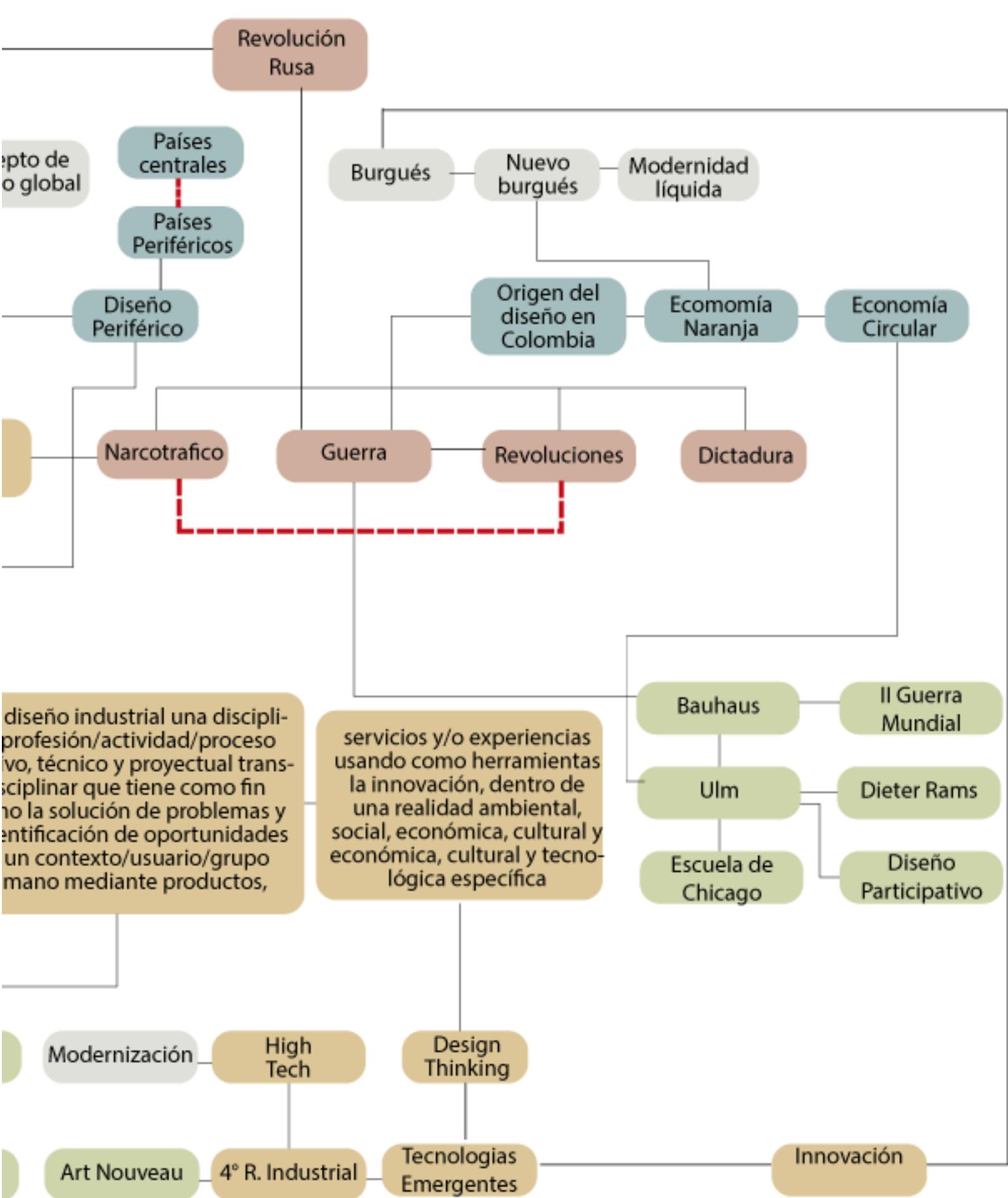


## BIBLIOGRAFÍA

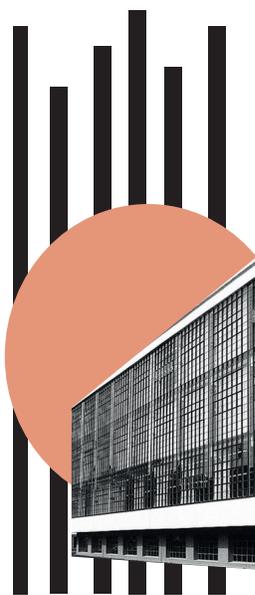
100 years of Bauhaus. 2020. Marianne Brandt. [online] Available at: <<https://www.bauhaus100.com/the-bauhaus/people/masters-and-teachers/marianne-brandt/>> [Accessed 6 May 2020].

Ferrer Valero, S., 2017. La Ingeniera Que Conquistó La Bauhaus, Marianne Brandt (1893-1983). [online] Mujeres con ciencia. Available at: <<https://mujeresconciencia.com/2017/09/08/la-ingeniera-conquisto-la-bauhaus-marianne-brandt-1893-1983/>> [Accessed 6 May 2020].





MIRADA  
CRÍTICA  
AL DISEÑO



2020-1



**UTADEO**

UNIVERSIDAD DE BOGOTÁ JORGE TADEO LOZANO  
FACULTAD DE ARTES Y DISEÑO