



CONVIVENCIAS ENTRE EL ARTE Y EL DISEÑO. EL RESURGIR DEL DISEÑO EN LA DÉCADA DE LOS CINCUENTA Y SU EXPANSIÓN HACIA LA CULTURA DE LO COTIDIANO

SONIA RÍOS MOYANO
Universidad de Málaga
srios@uma.es

Recibido: 05/11/2013
Aceptado: 15/12/2013

Resumen:

Durante el siglo XX se ha producido una evolución estética y artística de gran impacto visual. Los objetos de consumo no han quedado al margen, de ahí que con este estudio pretendamos exponer que la vinculación de lo artístico y lo objetual, tienen una evolución pareja gracias a las múltiples influencias y semejanzas de su estética. Insistiendo en la dialéctica entre arte y diseño y su expansión a los canales de comunicación y cultura de nuestra sociedad. Nos centraremos en analizar las relaciones entre el arte y el diseño y la relevancia, cada vez mayor, de la consideración estética en los objetos de consumo.

Palabras clave: Cultura visual, Diseño Industrial, Diseño Gráfico, Diseño Radical, Diseño Posmoderno.

Abstract:

During the 20th century there has taken place an aesthetic and artistic evolution of great visual impact. The objects of consumption have not stayed to the margin, of there that with this study we try to demonstrate that the entail of the artistic thing and obje have an equal evolution thanks to the multiple influences and similarities of his aesthetics, and that this influence has affected the companies before these understood many of the artistic movements, centring on the study of the cultural manifestations on art of the last third of the 20th century.

Keywords: Visual Culture, Pop Art, Graphic Design, Radical Design, Postmodern Design.

* * * * *

1. Contexto y orígenes

Hoy en día, nuestra mediática sociedad contemporánea es una gran consumidora de todo tipo de imágenes, objetos y productos. Si hay algo que nos caracteriza es el uso masivo y despiadado de una ingente cantidad de iconos que rápidamente se desgastan y consumen quedando obsoleto su mensaje. La expansión de la noción de arte, de sus soportes, herramientas y canales de difusión producidos tras la revolución de lo digital en los noventa, ha llevado a un análisis profundo de las disciplinas que estudian su historiografía, además de las prácticas o metodologías de aproximación al hecho artístico. Pioneros fueron los estudios de José Luis Brea, quien en el número 3 de la revista *Estudios Visuales*, insistía en la ampliación de lo estético y la dependencia cada vez mayor de los condicionamientos externos que afectan a la cultura, y que en definitiva es común a otras manifestaciones creativas relacionadas con la cultura, la sociedad y el consumo, tal como el diseño en sus múltiples tipologías. En su artículo publicado la revista referida expresaba lo siguiente al respecto a esa evolución experimentada por la imagen y la necesidad de ampliar el estudio de la misma por influencia de las *transformaciones candentes que afectan al campo de las prácticas culturales en el contexto de la globalización contemporánea, ni aún el impacto que sobre el campo cultural está produciendo la economía característica del 'capitalismo del conocimiento'*.¹ Desde diversas disciplinas, se insistió en la importancia de la estética de los objetos, afirmando que es la parte más cuidada por sus creadores, ya sean artistas o diseñadores. La configuración estética hace que lo creado sea reconocible, debiendo adaptarse obligatoriamente a cuestiones de moda, estilo o marketing, imprescindibles para que lo creado y/o diseñado fluya y circule por los canales de venta y consumo.

De otra parte, desde el ámbito disciplinar del diseño, durante gran parte del siglo XX se han abierto diversos debates y foros de opinión sobre las relaciones entre el arte y el diseño, su dependencia, consideración e interconexiones. Uno de los últimos estudios más completos y esclarecedores en este aspecto fue el trabajo coordinado por Anna Calvera, *Arte ¿? Diseño*, (2003) en el que se hacía una reflexión conjunta desde diversos ámbitos, sobre las múltiples relaciones entre arte y diseño desde sus orígenes a la actualidad.²

La revolución industrial mecánica mimetiza la estructura verbal cuando introduce la producción en serie al mismo tiempo que la cadena de montaje, y la misma relación se halla presente, también, en el reconocimiento de la función a través de la forma, directriz del célebre lema de la Bauhaus racionalista.

Este territorio estético, demarcado por la recuperación de lo cotidiano a través de la cualidad funcional y aséptica del objeto, permite la aparición de otra forma de arte dominada por el diseño industrial producido con la coherencia lógica de la cadena de montaje y en el contexto del auge de la producción en serie. Una especie de utopía que rechaza la realidad para moldearla según un canon adecuado a un sistema sociocultural que confunde arte y función utilitaria, o mejor, que despoja al arte de su compromiso con el ritual para transformarlo en objeto cultural en serie. Además, esa racionalidad del objeto no reside tanto en su cualidad funcional, como en la inducción a un comportamiento único que ocupa el lugar propio del orden social, y que constituye una

¹ BREA, J.L., "Estética, Historia del Arte y Estudios visuales", en *Estudios Visuales*, n° 3, enero 2006, p. 9. [Consulta: 15/03/2013] http://www.estudiosvisuales.net/revista/pdf/num3/brea_estetica.pdf

² CALVERA, A., [coord], *Arte ¿? Diseño*, Gustavo Gili, Barcelona, 2003.

traducción diferente del arte mítico; aunque con una diferencia: se supera el carácter contemplativo inicial para permitir que la forma sea conducida de manera utilitaria por la función y señale un programa de recepción mecánica y rutinaria.³

En la selección de textos que componen el libro, se aclara que el diseño y el arte son dos manifestaciones culturales independientes, más si bien, mantuvieron lazos muy estrechos durante el siglo XIX y en los albores del XX, a partir de la introducción de nuevos materiales, técnicas y procedimientos en los procesos de fabricación, la apariencia estética de los objetos cada vez quedaba más alejada de su estética artesanal y tradicional, -independientemente de la tipología de diseño a la que hagamos referencia-, ya sea industrial, de moda o gráfico, entre otras.

No obstante, el carácter estético de los objetos, productos e imágenes para el consumo, ha tenido y tienen, un vínculo armonioso con la estética fruto de las manifestaciones artísticas, es más, la historia del diseño va en paralelo a la evolución estética de los movimientos artísticos o individualidades que se han producido en el pasado siglo, especialmente a partir de mediados de los cincuenta, donde el diseño se convierte en un espacio más para la reflexión y el debate, además de cubrir las necesidades funcionales y de consumo que demanda la sociedad. Nos referimos pues, a aquellos objetos o imágenes que tienen alguna singularidad, aquéllos que han sido pensados, proyectados y producidos con una voluntad de tener signos o rasgos diferenciadores ante la competencia, que en definitiva, es la esencia misma de un diseño. Entre esos rasgos destacamos la modernidad, la innovación y su estética, elementos claves que detentan los objetos, y que se evidencian tanto en los diseños de los pioneros como en el diseño actual.

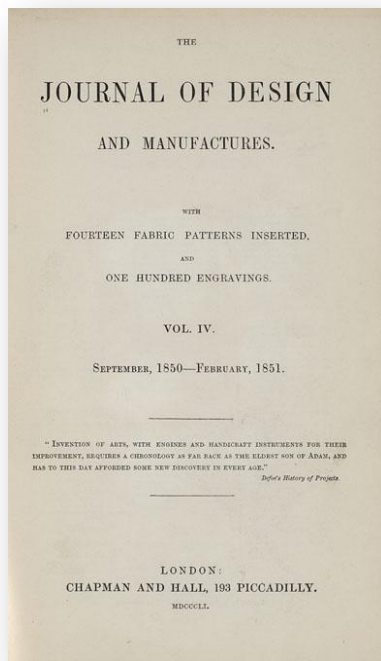


Fig. 1.- Portada del periódico *Journal of Desing*, Henry Cole, (1850-1851)

³ D'ALESSIO FERRARA, L., "El arte en el diseño: un rito de paso", en A. Calvera [coord], ob. cit., pp. 178-177.

El interés por la estética y la apariencia de los objetos de consumo es un nexo de unión tanto en Europa como en América, así como también la preocupación por elevar la artísticidad de los objetos producidos por la industria. La expansión de la reproducción de objetos artísticos, gracias a la producción industrial, coincide con el mismo origen de la demanda masiva de objetos de consumo de la burguesía, pero sin embargo, esa preocupación por elevar la calidad de los productos llevó a los primeros debates públicos y las primeras acciones gubernamentales para intentar mejorar su estética; cítese por ejemplo la creación del *Journal of Desing*⁴ por Henry Cole (Fig. 1), la creación de escuelas, e incluso la celebración de la Gran Exposición de Londres de 1851. La consecuencia inmediata en el ámbito de lo artístico y estético lo encontramos en la primera manifestación cultural que expandió la idea de unión entre arte y vida cotidiana: el movimiento *Arts & Crafts* y su continuador en el *Art Nouveau*⁵, a lo que se suma la creación de nuevos inventos que facilitan la vida y que requieren de una configuración estética adecuada a la moda imperante, recordemos la vinculación de la electricidad con toda una serie de objetos que utilizan esta fuente de energía; lámparas, hervidores, ventiladores, etc., diseñados por Tiffany, Adolf Loos o Peter Behrens (Fig. 2), además de la renovación estética del mobiliario o la evolución de técnicas o procedimientos como el del vidrio y cristal, metales como el acero o el aluminio, etc. Destacando a Emil Gallé o Rene Lalique en cristal, Joan Busquets,⁶ y Otto Wagner, entre otros.



Fig. 2.- Anuncio publicitario de objetos producidos por Peter Behrens para AEG

⁴ Puede verse la colección completa del periódico de Henry Cole en la siguiente dirección web. <http://www.designinform.co.uk/journals25.htm> [Consulta: 19/03/2013]

⁵ FERNÁNDEZ POLANCO, A., *Fin de siglo: Simbolismo y Art Nouveau*, Madrid, Historia 16, 1989.

⁶ En el Museo Casa Lis de Salamanca se puede observar una de las colecciones más interesantes de *Art Nouveau* y *Art Decó* que existen en España, desde juguetes a mobiliario [Consulta: 20/03/2013]. <http://www.museocasalis.org/nuevaweb/museo>. También podemos encontrar más información al respecto en algunas de las siguientes referencias bibliográficas; PERMANYER, L., *Un paseo por la Barcelona modernista*, Barcelona, Poligrafa, 1998; BOHIGAS, O., *Arquitectura modernista*, Barcelona, Lumen, 1968.

Esos avances técnicos y científicos posibilitan que el desarrollo del concepto de modernidad evolucione rápidamente en la vieja Europa, gracias por ejemplo, a la obra de Adolf Loos, inspirado en la novela inacabada de *América*, de Fran Kafka⁷ la expansión de la estética de F.L.Wright en Alemania, de la estética Mackintosh en Viena hacia el cambio de siglo o el sueño americano de Walter Gropius, puesto en marcha tras su dimisión de la Bauhaus. La idea de progreso y modernidad, estaba encontrado sus canales de difusión gracias a la arquitectura, la ingeniería y las múltiples posibilidades que los objetos de consumo. También, de forma pareja, se estaba produciendo un cambio profundo en sentido inverso, es decir, objetos industriales integrados en obras artísticas y convertidas en arte gracias a la elección del artista, recordemos por ejemplo las múltiples obras en las que Picasso (*Naturaleza muerta con silla de rejilla*, 1912) o Marcel Duchamp (*Fuente*, 1919), seleccionaban y convertían en obras artísticas objetos procedentes de lo industrial; artistas como Robert Delaunay, Sonia Delaunay (Fig. 3) o Fernand Léger que se apropiaron del imaginario industrial; o movimientos como el Futurismo, uno de los más completos en expandir su idea de progreso y de modernidad, -desde las artes tradicionales, como la arquitectura, pintura o escultura-, a las nuevas manifestaciones, cítese por ejemplo la expansión del arte a la vida, la creación de mobiliario, juguetes, publicidad, moda, etc.

Giacomo Balla y Fortunato Depero fueron dos figuras destacadas en esta expansión que supuso el movimiento. Balla fue pionero al dar el salto al ámbito del diseño. En 1914 ^aescribió el *Manifiesto futurista sobre ropa de hombre*⁸, y unos años más tarde, en 1918 estaba inmerso en el proyecto de *Casa Futurista* en Roma, (1919), introduciendo un mobiliario y una decoración superficial, unificadora e innovadora. De otra parte, Fortunato Depero hizo su incursión en el ámbito de la publicidad, escribiendo el *Manifiesto del arte publicitario futurista*⁹ a mediados de los años veinte, y comenzó la creación de la *Casa d'Arte Futurista* en Rovereto donde difundía objetos de artes aplicadas bajo la estética del movimiento.



Fig. 3.- Vehículo decorado superficialmente por Sonia Delaunay

⁷ La novela de Kafka quedó inconclusa en 1912. KAFKA, F., *América*, Santa Fe, El Cid, 2003.

⁸ JARILLOT RODAL, C., *Manifiesto y vanguardia: los manifiestos del futurismo italiano, dadá y el surrealismo*, Bilbao, Universidad del País Vasco, 2010.

⁹ MARINETTI, F.T., *Manifiestos y textos futuristas*, Barcelona, Ediciones del Cotal, 1978.

A partir de los años treinta, la corriente racional funcionalista encontró una manera de explicar el mundo a través de la razón, pero la idea de democratización aplicada a los objetos, -esa preocupación por crear objetos industriales democráticos y económicos de calidad-, no se conseguiría hasta la introducción de los plásticos en la década de los años cuarenta. El plástico, un material barato, moldeable, estéticamente agradable y portador de valor de modernidad, era requerido por la sociedad emergente tras el conflicto bélico. Es a partir de esos momentos cuando se hace más evidente la separación entre ambas disciplinas, entre el arte y el diseño, máxime, cuando a partir de la década de los cuarenta los procesos de producción se hacen más industriales desvinculándose cada vez más de su raíz artística.



Fig. 4.- Web de la la *Associazione per il Disegno Industriale* (ADI)

2. Encuentros

La II Guerra Mundial supuso una ralentización en el ámbito de la producción, pero no en el sentido de la preocupación por la apariencia estética de los objetos, ya que algunos de los más importantes arquitectos y diseñadores que trabajaron en algunos países europeos, -Alemania, Holanda, Francia,- durante las primeras décadas del siglo XX marcharon a Estados Unidos para cumplir el sueño americano¹⁰, y los que permanecieron en Europa, demostraron un fuerte compromiso con la industria y la sociedad, hecho que les llevó a experimentar con nuevos materiales y formas de producción que economizaran el proceso. La guerra hizo que muchos diseñadores vieran que el diseño era una poderosa herramienta para llegar a la sociedad. Son los años de recuperación nacional, los años de la creación de las señas de identidad de los países, diseñadores y marcas, todo estaba por hacer, incluido la preocupación por sentar las bases pedagógicas y teóricas de la disciplina, lo que dio como resultado la creación

¹⁰ Mientras que Alfred H. Barr fue director del MOMA en Nueva York, llevó a cabo varias grandes exposiciones con la intención de dar a conocer el Movimiento Moderno. En 1932, la exposición *El estilo internacional: arquitectura desde 1922*, y *Machine Art*, 1932, donde mostró la belleza de los objetos industriales fruto de la corriente racional-funcionalista. SEMBACH, K., LEUTHÄUSER, G. y GÖSSEL, P., *Diseño del mueble en el siglo XX*, Colonia, Taschen 1989, pp. 163-165.

de instituciones internacionales para dar cabida a la expansión del objeto y la imagen, señas de identidad de nuestra sociedad; como la *Associazione per il Disegno Industriale* (ADI)¹¹, en 1956 (Fig. 4); el *International Council of Societies of Industrial Design* (ICSID) en 1957¹², las españolas, *Sociedad de Estudios sobre Diseño Industrial* (SEDI), en Barcelona, en 1957 o el *Instituto de Diseño Industrial de Barcelona* (IDIB), 1957, a los que han sucedido *Alliance Graphique Internationale* (AGI)¹³, en 1961; *Consejo Internacional de Asociaciones de Diseño Gráfico* (ICOGRADA)¹⁴, en 1963; *Bureau of European Design Associations* (BEDA)¹⁵ en 1969, cubriendo con ello, dos aspectos importantes del diseño; tanto el industrial como el gráfico. Desde los años cuarenta, el diseño ha tenido una gran expansión internacional. La multitud de asociaciones surgidas en todos los países más relevantes de Europa y América así lo corroboran. Además, una gran multitud de asociaciones internacionales que buscan la difusión y el apoyo intercontinental, van consolidando las bases disciplinares y teóricas que progresivamente han hecho que el diseño sea considerado un motor de innovación y desarrollo en la sociedad actual, tal como lo ratifica la Comisión Europea en Estrategia Europa 2020.¹⁶

3. Diseños para el hogar

Como ya hemos aludido en el apartado anterior, tras el conflicto bélico, la gran innovación que revolucionó nuestros interiores domésticos vino de la aplicación de los plásticos¹⁷, además de la creación de una gran cantidad de aparatos que hacían la vida más cómoda, y que necesitaban de una fase previa de proyectación y diseño¹⁸. Se economizó el tiempo dedicado a la realización de las tareas domésticas, principalmente realizado por el género femenino, lo que supuso otro gran cambio social, puesto que permitió que progresivamente la mujer fuese abandonando el hogar para introducirse en el mundo laboral. Además, toda esa gran cantidad de nuevos inventos para el hogar, sobre todo los pequeños electrodomésticos como lavadoras, frigoríficos, etc., permitió que surgiera un nuevo tiempo que ocupar: el tiempo dedicado al ocio, que se llenaba a su vez con nuevos inventos: televisores, equipos de alta fidelidad, nuevos y lujosos vehículos, etc. (Fig. 5). Este cambio propició una evolución en la disposición del

¹¹ Aunque es una institución fundada en la década de los cincuenta, actualmente, al igual que otras tantas instituciones y asociaciones de diseño goza de un notable posicionamiento web [Consulta: 04/04/2013] <http://www.adi-design.org/homepage.html>

¹² Actualmente, la página del ICSID es un importante repositorio de todo lo que concierne al pasado, presente y futuro del diseño, puesto que en su web se da acceso a otras instituciones, museos, blogs de diseño, etc. Es una de las fuentes más completas para conocer el diseño, sus artífices, los libros de referencia o las colecciones de los museos de diseño más relevantes. [Consulta: 04/04/2013] <http://www.icsid.org/>

¹³ En la web de la Alianza Gráfica Internacional tenemos acceso a la historia de la asociación como tal y a todos los recolectores de imágenes de sus socios, además de la publicidad de eventos y galerías de imágenes que nos muestran la evolución de la estética de la imagen gráfica y su adaptación a la estética de las sociedades donde se insertan [Consulta: 04/04/2013] <http://www.a-g-i.org/>

¹⁴ El Consejo Internacional de Asociaciones de Diseño Gráfico funciona como otro gran recolector, a través de su página podemos conocer el trabajo y la historia de otras asociaciones y sus socios – diseñadores destacados- de distintos países [Consulta: 04/04/2013] <http://www.icograda.org/>

¹⁵ BEDA funciona como un recolector a nivel europeo de asociaciones y diseñadores de países miembros de la Comunidad Económica Europea [Consulta: 04/04/2013] <http://beda.org/>

¹⁶ [Consulta: 04/04/2013] http://ec.europa.eu/europe2020/index_es.htm

¹⁷ DORMER, P., *El diseño desde 1945*. Barcelona, Destino, 1993. p. 46; MEIKLE, J., *American plastic: a cultural history*. New Brunswick, Rutgers University Press, 1995, pp. 118-121;

¹⁸ FIELL, C. y P., *Plastic Dreams. Synthetic Visions in Design*, Colonia, Fiell Publishing Limited, 2009. p. 19; LEFTERI, C., *The plastics handbook*. Hove (UK), Rotovision, 2008. p. 244.

mobiliario de unas viviendas que aún eran herederas de la tradición burguesa. Nuestro diseño es deudor de todos los cambios que se produjeron paulatinamente desde la década de los cincuenta, a partir de esos años, lo más característico fue la convivencia de estilos, pese a sus vaivenes y fluctuaciones

En Europa, los años cincuenta y sesenta fueron los años del resurgir, del asociacionismo nacional e internacional, donde lo institucional da acogida al diseño y fomenta la búsqueda teórica y pedagógica del *good desing*, mientras, en Estados Unidos, las instituciones museísticas, las primeras grandes empresas como *Knoll Internacional* o las academias como la *Cranbrook*¹⁹, dieron pie a la asimilación de la corriente racional funcionalista que se había gestado en Europa hasta los años treinta, estilo que convivió con el *streamlined* y con el movimiento organicista hasta los cincuenta. Coexistieron tendencias que priorizaban la función con otras que daban primacía a la forma. Seguía latente la preocupación por cambiar la estética de los objetos domésticos, por hacerlos bellos, de calidad, combinando con la preocupación por hacernos la vida más cómoda y funcional, argumentando también la importancia de un buen diseño vinculado a factores económicos y mercantiles.

**PUTS YOU AHEAD OF THE PARADE...
GETS YOU MORE WHEN YOU TRADE!**

Get the stand-out Studebaker gas mileage that made a clean sweep of Mobilgas Economy Run!

America's most beautiful station wagon!

MILLIONS OF Americans know that Studebaker can ring around all competition in this year's Mobilgas Economy Run. Studebaker was that toughest of all economy tests because there is no gas-eating excess bulk—no power-wasting extra weight—in a Studebaker.

61 to 130 more miles per tankful!
A Studebaker Champion with overdrive got 7 to 7 more miles per gallon—61 to 130 more miles per tankful—than its four low-price Mobilgas Run rivals. That performance would cover the 2950 miles from Los Angeles to New York on 100 gallons. The same amount of gas would leave Studebaker's 12 closest Mobilgas Run competitors stranded from Concordia, Missouri to McKeesport, Pa. Don't settle for an outmoded car that squanders your gasoline. Get an exciting new '54 Studebaker—pacesetter in style—undisputed economy champion. See your nearby Studebaker dealer.

Raymond Loewy styling that holds 30 international awards!

Sports car distinction in coupes and hard-tops!

Fig. 5.- Página publicitaria del vehículo studebaker (1954)

¹⁹ [Consulta: 04/04/2013] <http://www.cranbrookart.edu/Pages/History.html>

En Alemania, en 1953, el funcionalismo de la Bauhaus encontró su continuador en la *Hochschule für Gestaltung* –Hfg de Ulm, fundada por Otl Aicher e Inge Scholl²⁰. Tenían el objetivo de producir objetos integrales en su forma y función, lo que incluía una tipo de belleza racional debido a la adecuación entre forma, función y material. Se popularizaba la frase de que el diseño debía estar al servicio de la sociedad. Ulm aportó que la vinculación con la empresa, es esencial para producir objetos de calidad, dando a entender a las firmas la importancia de integrar el diseño en su fase de proyectación y producción. Hans Gugelot y Dieter Rams trabajaron para Braun, y gracias a ello, pusieron en práctica la idea del carácter social del diseño, es decir la importancia funcional y el servicio social del objeto, capaz de cambiar la vida cotidiana porque la hace más cómoda. Braun creó una gran cantidad de electrodomésticos para satisfacer las necesidades de la vida diaria, como las primeras maquinillas de afeitar eléctricas, la *S50*, su primer electrodoméstico, el *Multimix*, ambos de 1950; hasta las radios y equipos de alta fidelidad como el *Phonosuper SK4*, de 1955, la *batidora KM3*, de 1957, además de otros grandes inventos de los sesenta como el encendedor *Permanent*, de 1966, la calculadora electrónica *ET22*, de 1976, y otros tantos objetos de uso personal que la convierten en una empresa referente entre el vínculo del diseño, la innovación y la tecnología, donde la configuración estética juega una parte esencial en su expansión comercial²¹.

En Italia, a partir de 1945, arquitectos y diseñadores, creyeron en las posibilidades del diseño para facilitar la vida, puesto que gran parte de la sociedad necesitaba objetos funcionales, económicos, prácticos, y bellos para su uso y disfrute. Tardaron pocos años en conseguir que el diseño italiano tuviera una identidad propia²². En 1946, se celebró el primer Salón del Mueble en Milán, bajo el lema; *rentabilidad, funcionalidad y buen gusto*, ese mismo año, el arquitecto Ernesto Nathan Rogers dijo *dal cucchiaino alla città*²³. En 1947, la Octava Triennale mostró objetos cuyo objetivo era ofrecer una la estética identitaria del país, unos rasgos de un diseño moderno para un país que resurgía tras el conflicto armado. El apoyo comercial e institucional fue decisivo para que se produjera una ingente cantidad de objetos, muchos de ellos se caracterizaban por la experimentación, -bien de materiales, técnicas o procedimientos-, defendiendo el valor moral, cultural y social que poseen los objetos de consumo, creando así un diseño italiano moderno y democrático, cumpliendo con ello, la utopía que prevalece desde los albores del Movimiento *Arts & Crafts*. En 1951, la Trienal de Milán, con el lema *La forme dell'utile*²⁴, fue el lugar de encuentro más relevante para conocer los avances de diseño. Su objetivo era mostrar la relación en el arte y el diseño. Entre los proyectos más innovadores encontramos los sofás de espuma de Baldessari. Años antes, Marco Zanusso y Osvaldo Borsani, habían experimentando con los asientos reclinables y con almohadillados de gomaespuma cedidos por la empresa Pirelli, quien le había cedido material de prueba para buscar nuevos usos a esos materiales, gracias a ello, consiguieron diseñar muebles prácticos y adecuados para cubrir las necesidades de los nuevos hogares. El diseño italiano de los cincuenta buscó y encontró la forma de hacer objetos democráticos asequibles para distintas clases sociales, teniendo en cuenta sus necesidades y gustos. Se hicieron nuevas propuestas, buscando siempre la

²⁰ FIEDLER, J. y FEIERABEND, P., *Bauhaus*, Colonia, Könemann, 2000, pp. 74-77.

²¹ FIELL, C. y P. ob.cit., Madrid, Taschen, 2000, pp. 130-133.

²² SEMBACH, K., LEUTHÄUSER, G. y GÖSSEL, P., ob. cit., pp. 171-176.

²³ Desde la cuchara hasta la ciudad. BÖRNSEN-HOLTMANN, N. *Italian design*, Colonia, Taschen, 1995, p. 17.

²⁴ *Las formas de lo útil. Ibídem.,* p. 19.

innovación, ya fuese estética, de materiales o procedimientos de fabricación. En este período hay que destacar la expansión del uso de los termoplásticos, ello supuso una evolución en la estética de los objetos cotidianos, debido a su ductilidad, resistencia y gran variedad de colores lo que permitió su rápida popularidad. El material fue considerado barato y vulgar, pero eso no impidió que muchos diseñadores se interesaran por él, posibilitando abaratar los costes, tanto de producción como de venta. Kartell, fundada en 1949, fue pionera en la fabricación de objetos de plástico para uso cotidiano. Comenzaron trasladando diversas tipologías de objetos, -realizadas anteriormente por otros materiales como la madera, vidrio, cristal, porcelana, cerámica, etc.-, al nuevo material. Gino Colombini y Joe Colombo fueron dos diseñadores que trabajaron para esta firma, realizando grandes hitos de diseño en este material. El uso del plástico ha propiciado una de las más importantes revoluciones estéticas del siglo XX, expandiéndose a partir de la década de los sesenta por todos los países industrializados porque nos mostraba un nuevo mundo lleno de formas coloridas, brillantes, y hasta en algunos casos irreverentes.

Durante la década cincuenta conviven la tendencia racional-funcionalista con el organicismo, tanto en Europa como en Estados Unidos. A principios de los cuarenta, Eliot Noyes organizó el concurso *Organic Design in Home Furnishing* en el *Museum of Modern Art* de Nueva York²⁵. En la categoría “asientos para un salón” destacó la propuesta presentada por Eero Saarinen y Charles Eames²⁶, quienes hicieron un diseño revolucionario tanto por el material, -madera contrachapada y madera prensada-, como por la forma de producción; moldeo de forma única que inauguraba el concepto de contacto y soporte continuos²⁷. Estos diseños orgánicos tuvieron rápidamente una pronta influencia en el diseño de mobiliario, eran cómodos, económicos, humanos y *snobs*, lo que permitió tener un gran auge y desarrollo en Estados Unidos en las figuras de Charles y Ray Eames²⁸, Henry Bertoin o Eero Saarinen, con su famosa *silla tulipán*²⁹ de 1956 realizada en metal fundido y asiento acolchado, permitiendo eliminar la aglomeración de patas en nuestros interiores. En Europa, Arne Jacobsen fue uno de los primeros artistas que destacó por la realización de mobiliario orgánico, destacan sus sillas de la *Serie 7* (1951), realizadas para el ebanista Fritz Hansen, así como por sus esculturales sillas de estructuras metálicas recubiertas de acolchados como la silla *Swan* (cisne) y *Egg* (huevo), de finales de los cincuenta además de las innovadoras lámparas para Louis Poulsen. Verner Panton, tuvo un gran éxito por sus propuestas arquitectónicas innovadoras, como, una *casa plegable* (1955), la *casa de Cartón* (1957) o la *casa de Plástico* (1960), además de otras interesantes aportaciones presentadas en la Feria del Mueble de Colonia de 1960, para posteriormente conseguir fabricar una de las sillas más destacadas del siglo XX, una silla en voladizo, fabricada en 1960 y realizada en plástico inyectado a doble cara.

²⁵ KOENIG, G., *Eames*, Alemania, Taschen, 2006, pp. 11, 18-19.

²⁶ Eames encontró una solución innovadora; desintegró los objetos en piezas sencillas, combinando piezas de madera curvada para asientos y respaldos con varillas metálicas aseguradas con grapas. Para su fabricación usó la soldadura cónica, un proceso electrónico desarrollado por la *Chrysler Corporation* que le permitió unir madera y metal. Véase la obra en la colección virtual de la *Cranbrook Academy* [Consulta: 04/06/2013] <http://eamesdesigns.com/library-entry/cranbrook-academy-of-art/>

²⁷ KOENIG, G., Ob. cit. pp. 21-22; FITOUSSI, B., *Eames*, Madrid, Kliczkowski, 2002, pp. 9-19.

²⁸ En 1946, el MOMA organizó una exposición individual a Eames: *New Furniture by Charles Eames*.

²⁹ SERRAINO, P., *Saarinen*, Colonia, Taschen, 2006, p. 59.

4. Las particularidades del diseño español en la década de los cincuenta

Tras la Guerra Civil el país se encuentra sumido en una profunda crisis económica, social y política. Durante las primeras décadas después del conflicto, España va a sufrir un lento proceso de desindustrialización y regresión en todos los aspectos. Anteriormente al acontecimiento bélico, la nación pasaba por una gran crisis que se verá agravada tras el fin de la guerra en abril de 1939. En octubre del mismo año se redactó un documento llamado *Fundamentos y directrices de un plan de saneamiento de nuestra economía armónico con nuestra reconstrucción nacional*.³⁰ Entre otras cuestiones, lo que se pretendía conseguir era la modernización y la autosuficiencia económica del país. Ese mismo año se creó la Ley Nacional de Protección y Fomento de la Industria Nacional lo que llevaría a que unos años más tarde, en 1941, se fundase el Instituto Nacional de Industria (INI) en base al modelo italiano del *Istituto per la Ricostruzione Industriale* (IRI) cuyo fin principal era estimular la industria del país.

En cuanto al problema social, las clases explotadas serán llamadas y gobernadas por la clase dominante y por la autoridad de Franco como cabeza visible de un nuevo Estado. Estas imposiciones del régimen fueron acatadas por una deprimida sociedad española, lo que supuso un retroceso para España en todos los ámbitos, del cual no resurgiría hasta finales de los cincuenta y principios de los sesenta, cuando la condena de la ONU hacia el régimen hizo que se desencadenaran diferentes acontecimientos que llevaría a un lento y callado resurgir del país. La década de los cuarenta fue especialmente difícil para España, fueron los años de una lenta recuperación nacional tras el conflicto bélico. Sin embargo, y aunque antes de la Guerra Civil hubo claros ejemplos de asimilación de las tendencias internacionales, cítese por ejemplo la corriente Modernista³¹ o la asimilación del movimiento racional-funcionalista a partir de los años treinta por arquitectos y diseñadores vinculados al movimiento GATEPAC y GATPAC³², tendremos que esperar a mediados de los cincuenta para encontrar a los verdaderos precursores del diseño español. Entre las primeras iniciativas encontramos la creación en el año 1957 del IDIB, Instituto de Diseño Industrial de Barcelona y el SEDI, Sociedad Española de Diseño Industrial en Madrid. Durante la década de los cincuenta seguimos teniendo en activo a Miguel Fisac, Luis y Javier Feduchi, Francisco J. Barba Corsini y José Antonio Coderch entre otros. En 1953 Miguel Fisac realiza la *Lámpara Blancanieves*, es un primer intento por crear un sistema de iluminación con pantalla que permitiera ocultar el tubo fluorescente. Unos años más tarde también crea otros diseño paradigmáticos, como la *Butaca* para el Instituto Göerres, CSIC en 1956 y la *Silla Pata de Gallina* para el Centro de Estudios Hidrográficos, Madrid, 1957. Luis y Javier Feduchi realizan en 1953 uno de los diseños más paradigmáticos de la época, como es

³⁰ PAYNE, S. G., “La época de Franco. La España del Régimen (1939-1975)” en *Historia de España*, vol. 13, Madrid, Espasa Calpe, 2000, pág. 18. La bibliografía específica sobre el tema es muy extensa, pero valga citar algunas de las referencias bibliográficas más significativas en la materia, tal el caso de las obras de PAYNE, S.G., *El régimen de Franco: 1936-1975*, Madrid, Alianza, 1987 y HAMILTON, T.J., *Appearance's child: the Franco regime in Spain*, New York, Alfred A. Knopf, 1973 y otras interesantes por las afinidades con el mundo de la gráfica, AA.VV., *Dos décadas de cultura artística en el franquismo (1936-1956)*, [Acta de Congreso], Granada, Universidad, 2001 (2 vol.); LLORENTE, A., *Arte e ideología en el franquismo (1936-1951)*, Madrid, Visor, 1995; PELTA, R., “Pervivencias e ideologías: los ilustradores Decó en la época de la autarquía”, en *Espacio, Tiempo y Forma*, nº 9, Serie 7, 1996, pp. 383-400.

³¹ BOHIGAS, O., ob. cit.

³² URRUTIA NÚÑEZ, Á., *Arquitectura española, siglo XX, Madrid, Cátedra, 2005*; AA.VV.AC *Publicación del GATEPAC*, Barcelona, Fundación Caja de Arquitectos, 2005.

el *Sillón Parábola*, un diseño que sigue la influencia del racionalismo y el organicismo, e inspirado en un diseño de Paul Kjaerholm. Es una silla de gran sencillez, con una estructura de tubo de hierro pintado, sostenida por dos patas en forma de “v” y dos parábolas sobre las que se incluye el trenzado a cordel para formar el respaldo y el asiento. Posteriormente se hicieron versiones con tubo de plástico para exteriores. Es un modelo apilable y de gran ligereza visual y compositiva. Javier Feduchi también es el autor de la *Silla para la peluquería del Hotel Castellana Hilton*, Madrid, realizada en 1954. Es un mueble muy funcional, equilibrado en sus proporciones y extremadamente estilizado.

Francisco Barba Corsini se encarga de decorar unos apartamentos en el edificio de *La Pedrera* de Gaudí en el año 1955. Entre el mobiliario destaca un banco de madera para el vestíbulo de la planta, una mesa de cristal y una particular lámpara compuesta por un tambor metálico agujereado con un pergamino que sirve para tapar la bombilla interior, sobre unas características patas finas y metálicas, características de los años cincuenta, tanto en Europa como en Estados Unidos. Otros diseños interesantes de estos años son la *Lámpara de techo* diseñada por José Antonio Coderch en 1957, una lámpara de lamas que ocultaba la bombilla y emitía una luz difusa y agradable a los interiores. La lámpara tenía una estética innovadora, hasta el punto que pronto se convirtió en un símbolo de diseño moderno y delicado hasta el punto de que el arquitecto Max Bill la presentara oficialmente en una exposición celebrada en Zurich en 1958. En 1957, el escultor José Luis Sánchez diseña las *Vinagreras Convoy*, los objetos son un ejemplo de diseño que combina armoniosamente la estética con los principios del racionalismo. Todos los objetos eran susceptibles de ser diseñados por estos arquitectos, artistas y diseñadores preocupados por la estética de los objetos de consumo, por la creación de nuevos objetos que hicieran la vida más cómoda, importando los principales movimientos estéticos en el ámbito del diseño. El panorama estético de los cincuenta demuestra un gran cambio, gestándose dos grandes iconos que tendrán una rápida expansión durante los sesenta: el Toro de Osborne, diseño de Manolo Prieto³³ en el año 1955 y popularizado a partir de 1956 (Fig. 6), y el vehículo Seat 600, réplica del Fiat 500 de Dante Giacosa, diseñado en 1957, y popularizado a partir de la década de los sesenta, convirtiéndose en el símbolo de una época, la época del progreso y la popularización de los bienes de consumo, bienes como el vehículo que se democratizaba gracias a los competitivos precios de la marca SEAT³⁴.

5. De diseño a imagen

Durante estas décadas analizadas, la expansión del diseño gráfico corre parejo a la producción de objetos de consumo. La historia del diseño gráfico en la época industrial evoluciona de la misma forma que el diseño de productos. De modo, que a finales del siglo XIX y principios del XX tenemos a un gran número de artistas que trabajan para la industria, son los llamados artistas comerciales o artistas gráficos que siguen las modas imperantes. En Europa, los grandes movimientos se expanden hasta el grafismo, la cartelería y el packaging. Son los años en los que la publicidad y el anuncio están viviendo un gran apogeo y tenemos a artistas como Klimt, arquitectos como Olbrich, diseñadoras como Margaret MacDonald, y otros tantos artífices, vinculados a los principales ismos del siglo XX europeo, que están innovando la estática caja espacial heredada desde el nacimiento de la imprenta. Los años treinta y cuarenta

³³ AA.VV., *Manolo Prieto y el Toro Osborne*, Madrid, Asociación Cultural España Abierta, 1995.

³⁴ CAPELLA, J., *Made in Spain : 101 iconos del diseño español*, Barcelona, Electa, 2008.

conocen el gran resurgir del arte gráfico, tanto en Europa como en Estados Unidos. La Bauhaus inició una gran labor pedagógica y formativa al respecto, y tras la guerra, Suiza será la ciudad europea donde más pronto caló la importancia del diseño, de la publicidad, y su vínculo con el mensaje, comercio y objeto. Sin embargo, la disciplina no había hecho más que iniciar su andadura, porque aún quedaría por venir la popularización del uso de la fotografía y la apertura de nuevos horizontes con la era internet.



Fig. 6.- Toro negro de Osborne. Diseño de Manolo Prieto (1955-1956)

Desde los años sesenta del siglo pasado la fotografía ha desplazado en gran medida a la ilustración. Esta época coincide históricamente con una de los períodos más convulsos en la historia de los países del primer mundo; época de revueltas sociales en Europa, de conflictos internacionales, y de grandes cambios en la esencia misma del arte, poniendo como ejemplo la apropiación de la fotografía publicitaria del movimiento internacional Pop Art surgido tanto en Europa como en Estados Unidos. La publicidad se volvió *llamativa, provocativa, incorrecta...* y la fotografía publicitaria se volvió igualmente atrevida y provocadora contrastando con el trabajo que se hacía en las grandes agencias norteamericanas.³⁵

6. Conclusiones

Durante las primeras décadas del siglo XX, la mirada del artista seleccionó objetos industriales para convertirlos en obras de arte. Esta extensión de lo artístico a la vida cotidiana, hizo que se estableciese un fuerte vínculo entre los aspectos característicos de la modernidad y lo artístico. A partir de los años cincuenta conviven las dos tendencias; una que se apropia del objeto industrial y la convierte a en un objeto artístico, -favoreciendo la asimilación de sus cualidades estéticas-, y la otra tendencia que escoge objetos populares industriales y los trasfiere a la obra artística, pero

³⁵ EGUIZABAL MAZA, R., *Fotografía publicitaria*, Madrid, Cátedra, 2001. p. 29.

utilizando las herramientas, técnicas y procedimientos habituales de lo artístico. Desde los años sesenta hemos asistido a una progresión de movimientos y tendencias donde podemos ver esa traslación o interpretación de los objetos que nos rodean, desde el hiperrealismo, con Duane Hanson, el nuevo realismo francés con obras de Cesar, el arte povera, el arte basura, el accionismo, el happening, el arte minimal, el arte conceptual, etc. Sin embargo, la década de los sesenta será la más relevante, y a partir de la vinculación de lo artístico con los objetos de consumo en el arte pop, ya sean pintados o interpretados por artistas como Andy Warhol o Claes Oldenburg, hasta la conversión de los objetos en obras artísticas por autores como Rauschenberg en sus *combine painting*, e incluso, ironizando con el concepto mismo de la escultura en la obra de Allen Jones, en su conjunto *Chair, Table y Hat Stand*, de 1969, donde convierte a la mujer en distintos objetos de mobiliario.

Tanto en el campo de lo artístico, como en el de lo industrial, el plástico será el material que revolucionará la obra artística y la estética de lo objetual. Mientras, en el ámbito de lo gráfico, la fotografía será la que cobrará cada vez más protagonismo, relegando al dibujo a mínimos. En el ámbito de la producción de objetos de consumo, el sector del mueble prestó gran atención a la versatilidad de los espacios, de ahí que se diseñaran objetos apilables y plegables entre otros. En los años sesenta surgen los primeros grupos que cuestionan la misión social de los objetos, su utilidad, funcionalidad y la estética racionalista defendida por el Movimiento Moderno, lo que les lleva a centrarse en la parte estética de los objetos, diseñando objetos provocativos, banales y divertidos. Durante las últimas décadas todos los grandes museos y colecciones han ido digitalizando sus fondos, así, hoy día resulta indispensable la documentación web, puesto que muchas fuentes de época y archivos de grandes diseñadores están disponibles para su estudio e investigación. Entre los archivos que podemos consultar a través de la web encontramos el Victoria & Albert Museum³⁶, American Institute of Graphic Arts NY³⁷, la Universidad de Amsterdam³⁸, Rochester Institute of Technology (RIT)³⁹, y Universidad de Illinois en Chicago (UIC)⁴⁰ entre otros.

³⁶ [Consulta: 04/06/2013] <http://www.vam.ac.uk/>

³⁷ [Consulta: 04/06/2013] <http://desingarchives.aiga.org>

³⁸ [Consulta: 04/06/2013] <http://dpc.uba.uva.nl/inventarissen/ubainv58>

³⁹ [Consulta: 04/06/2013] <http://library.rit.edu/gda>

⁴⁰ [Consulta: 04/06/2013] <http://library.rit.edu/cary/collections/graphic-design-archive-online>

BIBLIOGRAFÍA FINAL

- AA.VV., *Amor por la letra. Ricard Giralt-Miracle diseñador gráfico*, Madrid, Real Academia de Bellas Artes de San Fernando, 1993.
- AA.VV., *Daniel Gil, diseñador gráfico*, Madrid, Biblioteca Nacional, 1990.
- AA.VV., *Dos décadas de cultura artística en el franquismo (1936-1956)*, [Acta de Congreso], Granada, Universidad, 2001 (2 vol.); LLORENTE, A., *Arte e ideología en el franquismo (1936-1951)*, Madrid, Visor, 1995.
- AA.VV., *Manolo Prieto y el Toro Osborne*, Madrid, Asociación Cultural España Abierta, 1995.
- AA.VV., *Mauricio Amster Tipógrafo*, Valencia, IVAM Centre Julio González, 1997.
- AA.VV. *AC Publicación del GATEPAC*, Barcelona, Fundación Caja de Arquitectos, 2005.
- BANHAM, R., *Teoría y diseño en la primera era de la máquina*, Barcelona, Paidós, 1985.
- BAYLEY, S., *Guía Conran del Diseño*, Madrid, Alianza, 1985.
- BÖRNSSEN-HOLTMANN, N., *Italian design*, Colonia, Taschen, 1995.
- CALVERA, A. y GIRALT MIRACLE, D., *1950-2000. 5 diseñadores gráficos. Doménech, Huguet, Pedragosa, Pla Narbona, Vellvé*, Oviedo, Caja de Asturias, 1996.
- CAPELLA, J., *Made in Spain : 101 iconos del diseño español*, Barcelona, Electa, 2008.
- DORMER, P., *El diseño desde 1945*, Barcelona, Destino, 1993.
- EGUIZABAL MAZA, R., *Fotografía publicitaria*, Madrid, Cátedra, 2001
- FAHR-BECKER, G., *El modernismo*, Colonia, Könemann, 1996.
- FERNÁNDEZ POLANCO, A., *Fin de siglo: Simbolismo y Art Nouveau*, Madrid, Historia 16, 1989.
- FIEDLER, J. y FEIERABEND, P., *Bauhaus*, Colonia, Könemann, 2000.
- FIELL, C. y P., *Diseño del siglo XX*, Madrid, Taschen, 2000.
- FIELL, C. y P., *Plastic Dreams. Synthetic Visions in Design*, Colonia, Fiell Publishing Limited, 2009.
- FITOUSSI, B., *Eames*, Madrid, Kliczkowski, 2002.
- HAMILTON, T.J., *Appeasement's child: the Franco regime in Spain*, New York, Alfred A. Knopf, 1973.
- KOENIG, G., *Eames*, Alemania, Taschen, 2006.
- LEFTERI, C., *The plastics handbook*. Hove (UK), Rotovision, 2008.
- LOYER, F., *Art Nouveau en Cataluña*, Colonia, Evergreen, 1991.
- LUPFER, G. y SIGEL, P., *Gropius*, Colonia, Taschen, 2006.
- MEIKLE, J., *American plastic: a cultural history*. New Brunswick, Rutgers University Press, 1995, pp. 118-121
- PAYNE, S.G., *El régimen de Franco: 1936-1975*, Madrid, Alianza, 1987.
- PELTA, R., "Pervivencias e ideologías: los ilustradores Decó en la época de la autarquía", en *Espacio, Tiempo y Forma*, nº 9, Serie 7, 1996, pp. 383-400.
- SEMBACH, K., LEUTHÄUSER, G. y GÖSSEL, P., *Diseño del mueble en el siglo XX*, Colonia, Taschen, 1989.
- SERRAINO, P., *Saarinen*, Colonia, Taschen, 2006.
- TORRENT, R. y MARÍN, J., *Historia del diseño Industrial*, Madrid, Cátedra, 2005.
- URRUTIA NÚÑEZ, Á., *Arquitectura española, siglo XX*, Madrid, Cátedra, 2005.

WEBGRAFÍA

- <http://library.rit.edu/cary/collections/graphic-design-archive-online>[Consulta: 04/06/2013]
- <http://eamesdesigns.com/library-entry/cranbrook-academy-of-art/>[Consulta: 04/06/2013]
- <http://dpc.uba.uva.nl/inventarissen/ubainv58> [Consulta: 04/06/2013]
- <http://www.cranbrookart.edu/Pages/History.html> [Consulta: 04/04/2013]
- <http://beda.org/> [Consulta: 04/04/2013]
- http://ec.europa.eu/europe2020/index_es.htm [Consulta: 04/04/2013]
- <http://www.vam.ac.uk/> [Consulta: 04/06/2013]
- <http://desingarchives.aiga.org> [Consulta: 04/06/2013]
- <http://library.rit.edu/gda> [Consulta: 04/06/2013]