

El diseño industrial español

A propósito de un coloquio del gran economista Galbraith en Madrid ⁽¹⁾

Por Antonio LAZARO VERON (*)

Un *diseño* de baja calidad es un factor deprimente importante del desarrollo económico nacional.

Esta definición no es válida sino comparando nuestra producción con la de otros países de nuestra área económica y cultural, pues no hay duda de que España no ha estado ociosa, y presenta, si se hace con otros pueblos, un avance que sería un error no reconocerlo.

Las medidas de corrección, en lo que respecta al *diseño*, no pueden ser improvisadas, ni para un período de tiempo, sino permanentes. Son educativas, principalmente, para lo que es necesario crear el adecuado medio en el que pudiera desarrollarse una cultura del *diseño* de exigencias estéticas (2).

El homo economicus no existe aislado de otras actividades, sería una entelequia. En su realización utilitaria es también un homo estheticus, socialis, politicus y religiosus.

EL HOMO ESTHETICUS

Para proceder al análisis del grado alcanzado por un pueblo en su formación estética, y en particular en el *diseño*, se deberán tener presentes muchos factores que concurren, además de la prueba tangible del producto logrado a ese nivel, siendo el principal su actitud.

Si se considera sólo los juicios estéticos o las representaciones, se origina una dirección que puede llamarse intelectualismo estético; la preferencia por el sentimiento produce la dirección de la estética «emocional» o «Hedonística», o sea, la estética del placer» (3). Es de tal forma consubstancial al hombre su sentimiento estético, que es inconcebible la vida humana —embellecimiento de edificios, hogares, vestidos, objetos de uso, arreglo personal, etc.— llenando de contenido su existencia. Es tal el rango elevado que ocupa en la sociedad y en la

economía de la misma, que se define por sí solo; además de ser un gran detector de su cultura.

La belleza es pura o auténtica creación del ser humano. «Lo bello —dice kant— es lo que ha sido reconocido sin concepto como el objeto de una *satisfacción necesaria*.»

No proclamo ningún *dilettantismo* estético basado en la belleza de los objetos diseñados, en sustitución al ya existente de minorías, del arte por el arte, sino patentizar otro arte de mayor raigambre social, que no es el intrínsecamente «dilettante», contemplativo y culturizado, nacido de las propias cosas recreadas por el hombre y de su función. De la *utilidad*.

La funesta costumbre de diseñar productos de mal gusto, se hagan imitaciones o se sometan los diseños a divulgaciones industriales malas, bajo el pretexto de rebajar el costo del producto, es otro de los atentados a la sufriente humanidad.

Todos somos consumidores —en este caso *consumidores de diseños industriales*— de algún modo, muchos son creadores de sencillos diseños; de todos, y principalmente de los profesionales del diseño dependerá la calidad de la vida en uno de sus principales aspectos y sentimientos: la belleza. Para ello es necesario tomar una decidida actitud. Si la sociedad española no es exigente consigo misma, ya que *vive* prácticamente entre sus diseños y es permisible a la mediocridad, es que está *enferma*, comprometiendo gravemente la economía del país, pero mucho más su propio ambiente humano, psíquico y físicamente. Como una prueba, ahí están algunos ejemplos acudidos con rapidez a mi mente: los montones de utensilios de plástico de colores chillones de los grandes almacenes, los de ropa confeccionada de baja calidad, las construcciones de casas en forma de cajón, las imitaciones de todas clases, las sustituciones de los materiales nobles, los muebles de falsas tallas y adornos, muchas de las obras de ingeniería perturbando la serena belleza del paisaje, el trabajo apresurado sin interés ni calor humano, etc.

¿Han bastado tantos siglos de arte elevado, tantos tesoros artísticos acumulados, tanto arte «dilettantista» para cambiar nuestra vida a bases más agradables y efectivas? España es rica en genios creativos, pero, pese a todo su valor, no podemos sentirnos igualmente orgullosos de la formación del *gusto estético* de nuestro pueblo. No se puede comprobar con datos ni cifras esta-

(1) Publicado en el suplemento *Los domingos de ABC*, domingo del 22 de marzo de 1981; reseña escrita por José Luis Carrascosa.

(2) Por lo que respecta a los planes de estudio del Bachillerato, el *Diseño industrial* no está programado como corresponde a su importancia dentro de la cultura actual. En las denominadas «Enseñanzas y actividades técnico-profesionales» sólo se le dedica un espacio como asignatura optativa de dos horas semanales en los cursos 2.º y 3.º.

(3) Ernesto Meumann, «Introducción a la Estética». Nació en 1862, m. 1915; filósofo alemán y Pedagogo. Profesor en varias universidades alemanas. Formó en el equipo de Wundt. Publicó numerosos libros de psicología y filosofía. Fue célebre en su tiempo con sus lecciones sobre pedagogía experimental, pero su personalidat se destaca en la *estética* por sus nuevas ideas, que impulsaron a los conocimientos de esta parte del saber humano. Dio gran importancia al factor psicológico en el proceso estético.

(*) Catedrático de Dibujo del I.B. «Barrio de Bilbao», Madrid.

disticas la gravedad de la *enfermedad*, y si es alarmante. Además de no ser el arte materia propicia para análisis, dadas sus características subjetivas; nadie, de una forma o de otra, creo haya verificado el *gusto estético* de los españoles, y menos en un estudio serio, para averiguar en *grados estéticos* del barómetro del gusto en que nos hallamos.

Hasta la actualidad, el sentido del *gusto* aún es positivo para muchas facetas humanas y como prueba para el producto —la crítica artística fundamenta en él gran parte de sus juicios— y en términos aceptables determina el valor añadido del diseño. Como prueba personal y colectiva de la sociedad, tiene su gran lugar. Ya, en 1876, *Gustavo Teodoro Fechner* (4) lo utilizó, con la intervención de la estadística, para la investigación estética, tomando muestras de opinión públicas sobre distintas formas.

El mal gusto no es ninguna enfermedad grave moral ni físicamente, por ende, no preocupante para ningún estamento social, ni altera nuestra vida vegetativa, pero no es de efectos ligeros para la vida económica, cuando se detectan síntomas alarmantes de fatiga exterior e interiormente del territorio nacional para adquirir los productos diseñados por españoles. Además, hasta qué punto tiene su valor en nuestra patria, a excepción del sector indicado, si no se estimulan suficientemente el sentimiento a la belleza estética en la enseñanza, en una sociedad hastiada de la escombrera de la vida donde se acumulan tantos derribos espirituales. «La *estética industrial, nacida del matrimonio entre técnica y filosofía, ha aportado, además del regalo material, cierto progreso social y un bienestar o riqueza espiritual. La estética se ha definido como aquel lugar donde los hombres se encuentran, se superan, progresan, conviven y encuentran su felicidad. También se puede entender como el factor inspirador que en las obras creativas —como las de diseño industrial— se complementa con el cálculo, con el análisis o con los métodos de pensamiento científico. El proceso creativo del diseño hay que entenderlo como la suma de raciocinio e intuición*» (5).

El futuro del *diseño* está trazado, como el ecológico, sin retroceso posible. Mejorando la vida con la experiencia de los errores, rectificando. «*El proyectista restablece hoy el contacto, perdido desde hace tiempo, entre el arte y el público, entre el arte, entendido en el sentido de algo vivo y el público que vibre y su destinatario. No ya el cuadro para el salón, sino el aparato electrodoméstico para la cocina. No debe existir un arte separado de la vida con cosas bellas para mirar y cosas feas para usar. Si lo que usamos en el presente está hecho con arte (no caprichosamente). Nada tendremos que ocultar.*» Esto dice *Bruno Munari*, y añadía, en otros párrafos de la misma obra (6). «*El que emplea un objeto proyectado por un auténtico diseñador, advierte la presencia de*

(4) Fechner (1801-1887). Filósofo alemán. Sus estudios sobre la estética son de los más notables de esta ciencia. Fechner opone la estética de arriba abajo, que parte de principios muy generales, a veces de afirmaciones sobre lo absoluto, para deducir de ellos consecuencias particulares; y la estética de abajo arriba, que estudia primero los datos para elevarse poco a poco a vistas más sistemáticas. Según *Challye*: la estética de abajo es experimental, toma como punto de partida la experiencia de lo que agrada o desagrade. *Fechner da al placer estético*, como rasgo definitivo, el carácter de inmediato, oponiéndose así a los estados psicológicos orientados hacia el porvenir, como lo útil.

La estética experimental es una rama de la psicofísica, que trata de medir las sensaciones por medio de las *impresiones físicas* que la preceden: por ejemplo, las sensaciones de temperatura mediante el calor apreciado por el termómetro.

El procedimiento esencial de la estética experimental así entendida es el *método de selección*: en cierto número de sujetos se provoca una elección entre diversos objetos dados.

(5) «El Diseño Industrial», por Jordi Mañá.

(6) «El Arte como oficio», por Bruno Munari.

un artista que ha trabajado para él, mejorando las condiciones de vida y favoreciendo las transformaciones de la relación habitual con el mundo de la estética.»

Al *diseño industrial español* lo ha señalado *John Kenneth Galbraith* (7) como una de las cuerdas flojas de nuestra economía en su proyección, principalmente al exterior; no sin cierta leve gracia sarcástica, como es privativo de hombres sensibles: «*No puede decirse que los sindicatos italianos sean más conciliadores que los españoles, o que el Gobierno italiano sea más eficaz o que los gerentes de las empresas italianas sean más imaginativos; sin embargo, buena parte de ustedes, que asisten a este coloquio, llevan corbatas, trajes o zapatos italianos —productos que España también fabrica— no sólo por su calidad, sino por el arte añadido, es decir, por su diseño. Esto es aplicable a muchos otros terrenos. En Estados Unidos no hay como tener un apellido italiano para ascender en una empresa de automóviles, porque hay que fabricar coches bonitos. No hablo de ilusiones. Este sector-arte de los que más han crecido en los últimos años. Ustedes no deberían descuidarlo. Adaptarse a los tiempos supone reconocer el grado de senilidad de muchas de nuestras industrias tradicionales —siderurgia, construcción naval, automóviles, incluso producción textil en bruto— que se están trasladando a un nivel de competencia irresistible a las nuevas potencias industriales del sudeste asiático.*»

Apostillado lo escrito por Galbraith, sólo dire que el pueblo de España puede optar por el electivo estético que quiera —pues no creo se deba este desfase a su idiosincrasia—, pero de cualquier modo, si quiere rectificarse para estar en la onda donde se hallan los demás y proteger el trabajo de muchos de sus ciudadanos, consideremos en todo su valor lo indicado por este gran economista, sensible también a la causa del hombre como tal. A lo que sólo tengo que añadir la acción a elevar la formación estética de nuestros conciudadanos y especialmente a los educandos de la enseñanza oficial en el ejercicio de las artes y del diseño con efectividad, por encima del regateo y la miopía de muchos, que, no acertando con el camino, lo han paliado.

¿QUE ES EL DISEÑO INDUSTRIAL CREATIVO CONTEMPORANEO?

Por mucho tiempo la palabra *diseño* fue sinónima de *dibujo*. Nuestro Antonio Palomino dice en su libro (8), cap.V «Es el *dibujo*, cuya universal comprensión es casi imposible; pero el que más se aproximare a esta universalidad será más digno de inmortal nombre, como que participa más de aquella soberana idea increada, de cuya suprema intelectual fuente es porción derivada el dibujo. A éste el italiano llama *diseño*; y agudamente lo explica el Zúcaro, diciendo: que es el *segno di dio, el sello, o signo de dios*, por la virtud creativa, que en él resplandece metafóricamente.» Sea como fuere, no se manifiesta en España la palabra *diseño* con un significado próximo al que tiene hoy, aunque tímidamente, hasta que no se produce un inicio de industrialización con la intervención de máquinas. Jovellanos escribe: *El director y profesionales cuidarán de recoger exactos diseños de las máquinas*.

(7) John Kenneth Galbraith, profesor de Harvard desde 1949. Trabajó con la Administración Roosevelt y con la de Kennedy, siendo de éste su principal asesor. Dirigió la revista *Fortune*, publicando importantes libros con cierta intuición sobre la economía como: «La Sociedad Opulenta», (1958), «El Nuevo Estado Industrial» (1967), «El Dinero» (1975), «La pobreza de las masas» (1980) y «La Era de la incertidumbre» (1981). Algunas han sido traducidas al castellano por Plaza & Janés, Barcelona.

(8) «Museo Pictórico y Escala Óptica».

Contemporáneamente, el amplio concepto que envuelve a la palabra *diseño*, y particularmente al *diseño industrial*, rico de resultados e intenciones, se diluye en un afán de abarcarlo todo, proyectándole un nuevo sentido a lo que nos rodea. No hace mucho pude oír en uno de los servicios públicos de noticias (televisión o radio) una expresión como ésta: *diseño económico*. Gillo Dorfles, en la introducción de su libro sobre el tema (9), previene a los estudiosos de ello: *Toda definición corre el riesgo de resultar defectuosa e imprecisa, tanto más si se refiere a un sector tan vasto y complejo como el que aquí nos proponemos tratar. Por esta razón, prefiero no dar definición alguna neta y axiomática del diseño industrial, dejando que el lector se vaya formando por sí mismo el concepto más idóneo y que mejor corresponda a la realidad de los hechos a través de la lectura de los párrafos que aquí siguen.*

El *diseño industrial contemporáneo* desafía todo concepto anterior y tradicional sobre el tema o próximo a él, por exhaustivo que sea, al haberse nombrado con ello toda una nueva concepción para la creación industrial. En menos de media docena de líneas despachaba nuestra gran *enciclopedia universal Espasa-Calpe* este artículo del *diseño* en sus años de la publicación; pudieron ser suficientes como sinónima de *dibujo*, pero hoy, en sus *suplementos*, este mismo artículo, transcurrido más de medio siglo aproximadamente, ha invertido para actualizarlo u buen número de páginas bien escritas, sin que por ello haya agotado el tema.

Dorfles perfila su definición sobre el *diseño* empezando por algunos juicios del filósofo Kant sobre la belleza, y comenta a la vez que el planteamiento teórico del concepto del *diseño industrial* tiene sus antecedentes en algunos postulados estéticos que se encuentran en el filósofo alemán y en los empiristas ingleses. Como axioma, dice Dorfles: «Una de las primeras condiciones necesarias para considerar que un elemento pertenece al sector que nos proponemos examinar es la de que sea producido con medios industriales y mecánicos; o sea, mediante la intervención, no sólo fortuita ocasional o parcial, sino exclusiva, de la máquina.» Pero aquí viene pintiparado otros de Jordi Mañá (10) que no puedo dejarlos pasar: «Por la propia descripción de sus términos, *diseño industrial*, remite al objeto producido por la propia industria, sobre el que se vivencia mediante la creación de objetos, los cuales, como extensión de sus facultades, constituyen la denominada "segunda naturaleza".»

Sería erróneo, ante todo, considerar que el *diseño industrial* es una doctrina relativa a un sector que haya existido desde siempre: el del objeto utilitario... y continúa Dorfles, como si quisiera reafirmarse más: *No se debe considerar el objeto artesanal como un analogón del industrial. Lo que se requiere para poder sostener que un objeto pertenece al diseño industrial es: 1) Su seriabilidad; 2) Su producción mecánica, y 3) La presencia en él de un cociente estético debido a la inicial proyectación y no a la posterior intervención manual de un artífice.*

«Lo utilitario y funcional no es absolutamente indispensable como componente esencial del *diseño industrial* (antes es éste uno de los más frecuentes errores de quienes consideran aún necesaria la presencia de tal elemento funcional como la base misma del objeto producido industrialmente). En efecto, puede concebirse la existencia (y, sobre todo, se da la existencia) de objetos inútiles, o sea, puramente ornamentales.»

Del *diseñador industrial* es, además de la forma del objeto y su proyecto, la adecuación de éste en el espacio, el medio y el ambiente. Nada está aislado, todo objeto deberá ocupar un lugar designado, bueno o malo, con una relación, además de física, psíquica y estética. Es fundamental también su *función* determinada para ello. En estas dependencias se asemeja la labor del *diseñador* con la del arquitecto. El *volumen* para el *diseño*, con la forma del objeto, debe concebirse dentro de la plástica, como obra de escultura, para ser contemplado y destinado a una función determinada, ornamental simplemente o utilitaria. Llenar el mundo de objetos diseñados sin ningún sentido material o estético o, lo más natural, con ambos a la vez en el mismo objeto, sería provocar una invasión de las cosas más absurdas, en un mundo ya excesivamente ocupado. Angustia, que el hombre está sintiendo, y que a contrastar con sus grandes descubrimientos en el espacio celeste inconmensurable, como una falta de espacio vital y de degradación del entorno. Posiblemente sean más psicológicos sus efectos que reales. No obstante, ya es para nosotros un placer extraño, además del estético, el que sentimos dentro de un templo diseñado en épocas anteriores bajo sus grandiosas bóvedas, similar al de visitar una celda monacal desnuda de todo, en su severa y «elegante» pobreza. Lo que se manifiesta, y cada vez más, en un dominio de la *Miniaturización* de los objetos, que más que obedecer al valor económico del espacio es consecuencia de ese exceso de *relleno* mencionado. La invasión de objetos diseñados por las mentes japonesas, que sufren las consecuencias indicadas mucho antes que el Occidente, tiende con sus diseños *superminiaturizados* a lograr metas en el ahorro de espacio nunca sospechadas. ¿Es bueno o malo? Seguramente para contestar, el mundo tenga que pasar por esa experiencia. El *diseñador*, de la mano del sociólogo y del psicólogo, deberán responder a ese desafío del espacio.

Deshecho el concepto simplicista *diseño-dibujo*, digamos ahora: *diseñar* es, en el más logrado juicio, la materialización y proyecto de *creación* de formas, en lo que al oficio artístico de un creador se refiere, desde las más variadas técnicas plásticas, arquitectónicas, escultóricas, etc., con el empleo de los diversos materiales existentes. Pero es algo más:

«... Para hacer el proyecto de cualquier cosa, aún cuando sólo sea el de una aspiradora, el de un fregadero de cocina, el de un grifo para el agua de la bañera o bien el de una simple silla, para no hablar del proyecto de un automóvil o de un teletipo, un tren o una casa prefabricada, se requieren muchos especialistas de todo género: ingenieros para los proyectos de los mecanismos y de las estructuras necesarias, otros ingenieros que estudien los materiales para fabricar los mecanismos y las estructuras o bien que investiguen los elementos indispensables, etcétera, y asimismo son precisos especialistas que estudien en matemáticas y en lógica y otros especialistas que estudien cómo podrá fabricarse estos mecanismos y estructuras estudiados por los ingenieros, etc.; y se necesitan, asimismo, especialistas que proyecten la forma, la imagen, la presencia y, más en general, el significado que una cosa, un objeto, un instrumento asume finalmente, para bien o para mal, cuando se deposita entre la gente, cuando entran en contacto con una determinada sociedad, con su historia, con sus religiones y creencias, con sus utopías, sus tabúes, con sus costumbres, con sus lenguajes, etc.

«Son estos últimos especialistas los que actualmente se denominan "diseñadores industriales" —o también *industrial designer*— para significar que diseñan aquellas partes del proyecto de un producto que tienen que ver con

(9) «El *Diseño Industrial* y su estética», por Gillo Dorfles, profesor de Estética de la Universidad de Milán.

(10) «El *Diseño Industrial*», por Jordi Mañá.

la relación global, física, cultural, psíquica, etc., del producto con la persona o las personas que lo usan (y lo consumen) y la relación también con la gente que habita los espacios donde aquel producto se encuentra, etc...» (11).

Ha sido, hasta hace poco, demasiado sencillo, al valorar las artes utilitarias, *subordinadas* al arte puro, como si éstas no fueran, por lo mismo de ser útiles, capaces de crear solas su arte apropiado. Los términos de decorativo, aplicado e industrial no han denominado siempre su más apreciable característica: la de servir. Este duelo no ha desaparecido aún, sólo plenamente se ha superado en el *diseño contemporáneo industrial*. Los grandes artistas actuales de *arte puro* han diseñado utensilios que se han hecho famosos. Los *diseñadores profesionales*, por su parte, tienen tal concepto de las creaciones industriales que las han elevado hasta el rango donde se diluyen las diferencias. Muchas obras de *diseño*, adquirida su fama, ya tienen ganado su puesto en el *Museo de Artes*. Sólo la *creación* las unifica y las valúa como arte, ya sean inspiradas para deleitar o ya para ser utilizadas.

El diseño industrial contemporáneo, arte nuevo. Entre-mos en una sala de escultura contemporánea —elegida como mejor ejemplo—. Dejemos antes a un lado los prejuicios de nuestras preferencias por uno y otro arte, si se oponen, principalmente, a un análisis objetivo. Inmediatamente percibiremos que los cauces históricos por los que una época es deudora de las anteriores se han trastornado; aquí las formas tradicionales del arte y la ornamentación, pródigas en elementos tomados de la *naturaleza*, apenas se manifiestan, dominados por lo que alguien ha llamado *segunda naturaleza*, no extraña a aquélla; sólo que se halla en su interior, en sus leyes, en su comprensión total, en lo cósmico, mineral y geométrico, con todo su bagaje plástico y expresivo; pero en la que aún subsiste la plástica intrínseca del arte de todas las épocas, y que reconocemos en cualquier obra tradicional bajo la hojarasca y el detalle precioso tomado de la naturaleza: volúmenes, espacios, planos, contornos, dintornos, coloraciones, contrastaciones, armonizaciones, efectos del tacto en blancos, negros e intermedios, superficies ásperas, rugosas o estriadas, lisas, pulidas, suaves, curvas y rectas de variedades infinitas, etc., y, sin embargo, pese al manejo de elementos tan viejos, es distinto, por lo que no tenemos el inconveniente de aplicarle, con toda propiedad, el calificativo de *nuevo*, puesto que le es estrecho el de *renovado*.

Hasta considerada la *función del diseño industrial*, se parece poco a la tradicional. Tomemos ejemplo de una obra de *asiento*. Científicamente o anatómicamente, es un aparato para descansar cómodamente, habiéndose conjugado en su creación arte y utilidad. ¡Qué lejos quedan de estas obras los viejos conceptos de belleza con su incómoda funcionalidad!

(11) Transcribo lo que dice Ettore Sottsass en la entrevista que sirve de introducción al libro «El diseño industrial», de Jordi Mañá. Sottsass, austriaco, gran impulsor del *diseño*, es reconocido como un gran innovador del *diseño*. Creador y expositor, ha sido premiado en la nación del *diseño*, Italia, y en varios países. Doctor Honoris Causa por el Royal College of Art de Londres.

Bachillerato

DIBUJO 1

DIBUJO TECNICO 2

DIBUJO TECNICO 3

DISENO ARTISTICO 2

DISENO ARTISTICO 3



DIBUJO TECNICO
DISEÑO ARTISTICO

Arturo Martínez
Jesús Bernal
Catedráticos de Dibujo

**DISTRIBUIDOR
EXCLUSIVO**

cesma, s.a.

Aguacate, 25 - MADRID-25
Teléf. 2 08 69 40