

---

# **Incidencia de la caracterización desde el producto icónico en las narraciones de Historia del Diseño**

Tesis para optar por el Título académico de Master en  
Gestión e Innovación de Diseño.

Tutora: MsC Milvia Pérez Pérez  
Maestrante: Danay Hernández Perdomo  
Enero 2018

---

*Dedico este proyecto enteramente a mi familia por siempre  
estar, ayudarme y no dejarme abandonar.*

---

*A Lucila Fernández por ser mi mentora en la disciplina,  
a Isabel Campi por la gentileza de hacerme llegar su libro  
que significó un impulso para enfrentar este  
proyecto de investigación,  
a mi tutora Milvia Pérez por confiar en mí,  
a mis colegas Flor de Liz y Deborah, por su tiempo y  
ayuda,  
a Marlén, Lianelis y Daniel, que desde su joven visión  
colaboraron con este proyecto,  
a mis estudiantes,  
a mi familia.*

*Gracias*

INTRODUCCIÓN.	6
DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	8
CAPÍTULO 1. CONTEXTO DISCIPLINAR Y DEFINICIONES TEÓRICAS	14
1.1.- Aproximación a la historiografía de la Historia del Diseño	15
1.1.1.- Independencia de la disciplina	17
1.1.2.- Las fases por las que ha transitado la disciplina de Historia del Diseño	22
1.1.3.- Las generaciones de historiadores del diseño, desde los enfoques y métodos empleados para abordarla	24
1.1.4.- Aproximación a la historiografía desde el Centro de Información y el departamento de Teoría del ISDi	24
1.1.5.- Conclusiones del análisis historiográfico expuesto de la disciplina	27
1.2. - Icono. El signo icónico	29
1.3. - Los Factores del Diseño	32
1.3.1- Definición de los Factores de Diseño	33
CAPÍTULO 2. ANÁLISIS DE LAS NARRACIONES Y LOS ICONOS	38
2.1.- Las narraciones de Historia del Diseño que ponderan la caracterización desde el producto icónico	39
2.1.1- El producto icono	41
2.2. - El análisis de contenido	42
2.2.2.- Análisis de la Silla de tubo de acero B3, conocida como Wassily, desde los textos seleccionados	46

2.2.3.- Análisis de las categorías en los productos seleccionados	54
2.2.4.- Resultado del análisis de documentos	63
2.3- Análisis de los Factores en el producto Silla B3	65
2.3.1- Contexto donde se desarrolló el producto Silla B3	66
2.3.2- Análisis del Factor Uso en el producto Silla B3	69
2.3.3- Análisis del Factor Función en el producto Silla B3	70
2.3.4- Análisis del Factor Tecnológico en el producto Silla B3	73
2.3.5- Análisis del Factor Mercadológico en el producto Silla B3	75
CONCLUSIONES DE LA TESIS DE MAESTRÍA	78
RECOMENDACIONES	80
BIBLIOGRAFÍA	82
ANEXOS	87
Anexo 1	88
Anexo 2	96

Las motivaciones que han impulsado este trabajo de investigación teórica surgen a partir del estudio de la bibliografía sobre Historia del Diseño. A la hora de buscar y compilar el contenido para el desarrollo de las conferencias, se visualizó que las narraciones son numerosas y que en varios casos se sumergen con facilidad en lo descriptivo o estético del producto icónico. Por lo que en ellas, la comprensión del Diseño como proceso cultural, técnico, social o económico queda disminuida a una suerte de iconos de buen diseño aislados de su contexto histórico.

Según Dilnot<sup>1</sup>, *“La historia del diseño ha creado una serie artificial de valores estéticos que pueden llegar a convertirse en un mito (...)”* ¿Cómo se manifiesta el mito en la historia del diseño? Según Dilnot, *“(...) reduciendo su objeto de estudio a una entidad autoevidente”*.

Esta investigación considera que la problemática radica en la contemplación del objeto atendiendo a su formalidad y aislándolo de su contexto y significación social, conduce a una visión de estilos abstraídos, como por ejemplo el estilo BAUHAUS, y minimiza el contenido interno del Diseño, convirtiendo el producto en un icono.

Como plantea Walker<sup>2</sup>, *“(...) el objetivo no es mitificar ni convertir el objeto de estudio en un fetiche ya que este no es el final de la historia, sino su punto de partida. Los objetos son entes muy atractivos, porque, al contrario de las teorías se pueden tocar. Pero más allá de su estricta materialidad, un producto es un conjunto de materiales que se han organizado para servir objetivos específicos”*.

La exploración de los procesos históricos conlleva necesariamente al investigador social a estructurar y representar sus conocimientos en esquemas explicativos del objeto de estudio. Es imposible una comprensión científica del producto sin el reconocimiento de su devenir en el tiempo, sin apreciar cómo se ha comportado y qué factores han condicionado su comportamiento.

---

<sup>1</sup>Dilnot, Clive. *The State of Design History. Part II, Problems and Possibilities*, en Campi, I. (2013). *La Historia y las teorías historiográficas del diseño*. México DF: Designio. Página. 49

<sup>2</sup>Walker, John A. *DesignHistory and theHistory of design*, en Campi, I. (2013). *La Historia y las teorías historiográficas del diseño*. México DF: Designio. Página. 55.

Cuando se entiende el diseño como profesión, la extensión de su alcance no puede quedar minimizada a una muestra de estilos u objetos, pues como define Margolin<sup>3</sup>: “*Los estudios sobre diseño abordan las cuestiones relativas a la concepción y planificación, producción, forma, distribución y uso de los productos y consideran estos temas en el presente así como en el pasado*”.

Estas narraciones toman como iniciativa la decodificación parcial de la información y minimizan el juicio sobre el resto de los factores que inciden en el proceso de diseño, otorgando como legitimador del valor la expresión formal de la tendencia.

El Diseño es tanto imagen como corporeidad, creación, producción y comunicación, afecta al individuo y a la sociedad en su conjunto. Todas las actividades que han conformado el panorama del Diseño en la historia son expresiones del hombre y de la mujer, de sus aspiraciones, deseos y muestra de la cultura material de su tiempo.

La Historia del Diseño tiene mucho que decir, no desde la iconicidad del producto, sino desde la realidad y sus necesidades. Más allá de los iconos que ocupan páginas en catálogos, revistas, libros y colecciones de museos de arte, los trabajos de los diseñadores en general son exponentes de una realidad que tiene sus propias necesidades y que se manifiesta a través de imágenes, gráficas, objetos, espacios habitables o virtuales. Están ahí para contar algo, para ser algo más que presencia y para demostrarnos que son el resultado de una cultura y de las necesidades de un contexto.

---

<sup>3</sup>Margolin, Victor. *Declaración pronunciada en el congreso Discovering Design*, Universidad de Chicago, 5-6 noviembre 1990, en Campi, I. (2013). *La Historia y las teorías historiográficas del diseño*. México DF: Designio. Página. 81.

### DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

#### Título:

Incidencia de la caracterización desde el producto icónico en las narraciones de Historia del Diseño.

#### Fundamentación del estudio:

La Historia del Diseño representa un importante papel en la construcción del discurso sobre la disciplina y debería ayudar a la comunidad del diseño a identificar y discutir sus problemas, desde una perspectiva ética, estética y social.

La Historia del Diseño constituye hoy una disciplina relativamente joven e independiente en la formación de diseñadores y estudiantes, pues anteriormente formaba parte de la Historia del Arte o de la Historia de la Arquitectura. En su tesis de doctorado Isabel Campi<sup>4</sup> cita que: *Jonn A. Walker define la Historia del Diseño como una disciplina cuyo objetivo es explicar el diseño como fenómeno histórico y social.* Las diferentes épocas y períodos de la Historia del Diseño demuestran que está íntimamente vinculado con su tiempo, con la problemática política, social, económica, técnica, creativa, ética y cognoscitiva de la sociedad.

Desde espacios tan profesionales como la Fundación Historia del Diseño y la revista *Design Issues*, se convoca a diseñadores e historiadores de todas las latitudes a pensar las formas más adecuadas de desarrollar la disciplina, para que no quede reducida a la compilación mimética de tendencias, fechas, obras y diseñadores, con un carácter básicamente descriptivo y no explicativo.

Los catálogos y libros ilustrados de iconos pueden adquirir un valor con el tiempo, pero como solo representan la formalidad de los productos no pueden mostrar la problemática tecnológica, ética, económica y sociológica que tiene detrás la profesión de diseño. La estética en el diseño es una parte constitutiva del complejo proceso desde todas las dimensiones que en él participan. Si se aísla, se valora como ornamento agregado y el producto pierde su pertenencia social y se convierte en una alusión estilística de un buen diseño.

---

<sup>4</sup>Campi, I. *El diseño de producto en el siglo XX. Un experimento narrativo occidental*. Investigación para obtener el grado de doctor. Facultad de Belles Arts Sant Jordi. Universidad de Barcelona, 2015.

Estas narraciones toman como iniciativa la decodificación parcial de la información y minimizan el juicio sobre el resto de los factores que inciden en el proceso de diseño, otorgando como legitimador del valor la expresión formal de la tendencia.

Es necesario entender, desde la historia, que la práctica del diseño se desarrolla a través del rigor, que se parte del objeto de la profesión para generar conocimiento útil sobre diseño. Que a través de la comprensión del proceso de diseño en la historia, el hombre ha logrado definir y establecer la profesión de diseño y el carácter y necesidad de los productos.

Para esta investigación se escogieron como objeto de análisis textos donde los contenidos están orientados desde la omnipotencia del producto icónico como legitimador del valor, para analizar el comportamiento de las caracterizaciones atendiendo a la presencia o ausencia de los Factores del Diseño.

Los Factores del Diseño, según Sergio Peña<sup>5</sup>, son el conjunto de elementos que se agrupan dentro de las áreas que definen los campos de acción (Producción, Circulación y Consumo) y que determinan, establecen y condicionan el Diseño de un Producto para que transite eficientemente por todo su Ciclo de Vida; resumen el contenido interno del proceso de diseño, permitiendo que el resultado de su análisis sea una descripción jerarquizada por el proceso de diseño.

### **Problema Científico:**

¿Cómo incide la caracterización desde el producto icónico en las narraciones sobre Historia del Diseño?

### **Objeto de estudio:**

Las narraciones de Historia del Diseño.

### **Campo de acción:**

La caracterización del producto icónico en las narraciones de Historia del Diseño.

### **Muestra:**

Las muestras se hacen necesarias, dada la imposibilidad de estudiar todo el campo, por limitaciones de intereses, de tiempo y de recursos.

---

<sup>5</sup>Peña Martínez, S. M. ( 2007). *Propuesta de Currículo para la formación de diseñadores*. Tesis de maestría. La Habana: ISDi.

La selección de la muestra responde a un perfil homogéneo, porque poseen como regularidad la caracterización a partir del producto icónico. Esto responde al propósito de la investigación de centrar su estudio en las incidencias de esta caracterización para las narraciones de Historia del Diseño.

1- 100 Diseños/100 años. Diseños innovadores del siglo xx, por Mel Byars con Arlette Barré-Despond, edición de McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V., 2001.

2- 1000 Sillas, Charlotte & Peter Fiell, edición de la TASCHEN, 1997.

3- El diseño del siglo xx, Charlotte & Peter Fiell, edición de la TASCHEN, 2005.

4- Iconos del diseño del siglo xx, edición Electa, 2006.

### **Objetivo general:**

Determinar las incidencias de la caracterización desde el producto icónico en las narraciones de Historia del Diseño.

### **Los objetivos específicos que se proponen:**

- Describir cómo se realiza la caracterización del producto icónico en las narraciones.
- Determinar qué incidencias tiene esa caracterización en el contenido de los Factores del Diseño
- Valorar qué consecuencias tienen esas incidencias en el contenido de los Factores del Diseño.

### **Hipótesis:**

Las narraciones de Historia del Diseño que ponderan la caracterización desde el producto icónico, minimizan el contenido de los Factores del Diseño, que constituyen los conocimientos esenciales para favorecer y desarrollar la actividad de diseño desde toda su complejidad.

### **Preguntas científicas:**

- ¿Cómo se caracteriza el producto icónico?

- ¿Qué incidencia tiene esa caracterización en el contenido de los Factores del Diseño?

- ¿Qué consecuencias tienen esas incidencias en el contenido de los Factores del Diseño?

### **Tareas de investigación:**

Caracterización del producto icónico desde las narraciones de Historia del Diseño:

Estudio del surgimiento del producto icónico en las bibliografías sobre Historia del Diseño:

- Análisis historiográfico del comportamiento de la bibliografía sobre la disciplina desde su génesis hasta la actualidad

- Determinar el comportamiento de las narraciones atendiendo a sus métodos de aproximación a la historia para seleccionar las que ponderan la iconicidad del producto.

Caracterización del producto icónico desde las narraciones de Historia del Diseño seleccionadas:

- Análisis de la caracterización del producto en estas narraciones.

- Determinación de las incidencias de esa caracterización para los contenidos de los Factores del Diseño.

- Valoración de las consecuencias de esas incidencias para el contenido de los Factores del Diseño.

### **La justificación de esta investigación:**

La necesidad de desarrollar esta investigación es **demostrar** que las narraciones que ponderan el producto icónico minimizan el contenido interno del proceso de diseño, por lo **que no constituyen fuentes fiables para un pleno conocimiento de la historia de la disciplina**. Los beneficios son **presentar como un aporte teórico, la caracterización de un producto en la Historia del Diseño a través del análisis de los Factores de Diseño**, para lograr un contenido estructurado que

se corresponda con la formación profesional de los diseñadores en Cuba y pueda ser desarrollado por los estudiantes y profesionales.

### **Métodos y técnicas a emplear en la investigación:**

Para dar consecución a estas tareas, se emplearon los métodos siguientes:

**Histórico-lógico:** para estudiar, en su esencia, el desarrollo histórico de la disciplina de Historia del Diseño e identificar el origen y caracterización del producto icónico en las narraciones.

**Inductivo-deductivo:** para realizar un análisis inductivo que permitiese seleccionar, describir y organizar cómo afecta la caracterización de los productos icónicos a una descripción jerarquizada por el proceso de diseño.

**Analítico-sintético:** en la obtención y el abordaje de la información contenida en las fuentes históricas, teóricas y metodológicas acerca de la Historia del Diseño, para hacer posibles deducciones y arribar a conclusiones y valoraciones.

También se utilizaron técnicas como:

**Fichado bibliográfico:** propició la recopilación y organización de las fuentes históricas consultables y hacer posible su análisis posterior y su crítica interna y externa.

**Análisis de contenido:** herramienta empleada en el análisis y la interpretación de las narraciones para identificar cómo su contenido aborda la caracterización del producto.

Este trabajo ha consistido en explorar la bibliografía sobre la disciplina Historia del Diseño y obtener aquella información pertinente a la investigación, por lo tanto, durante la lectura de este documento, se podrá advertir una profusión de citas bibliográficas que confirman el objetivo de esta investigación.

### **Contribución y novedad científica:**

La contribución y la novedad científica a la teoría radica en el método empleado en el capítulo tres, que permitió demostrar la carencia en estas narraciones de una teoría capaz de mostrar el contenido interno del proceso de diseño. Seguido de una propuesta de análisis de factores desde uno de los productos caracterizados para mostrar una correspondencia con la práctica profesional de estudiantes y

diseñadores que les permite encontrar, evaluar y extrapolar a sus proyectos los contenidos históricos de la disciplina a través de los Factores del Diseño.

Además esta investigación lista una referencia de textos y autores esenciales para conformar una bibliografía básica de Historia del Diseño. Y presenta como anexo una compilación bibliográfica actualizada del centro de información del Instituto Superior de Diseño en la disciplina Historia del Diseño.

### **Capítulos de la tesis:**

La tesis consta de la introducción, dos capítulos, conclusiones, recomendaciones, bibliografía y anexos.

#### **CAPÍTULO I. CONTEXTO DISCIPLINAR Y DEFINICIONES TEÓRICAS.**

El primer capítulo recorre a grandes rasgos dentro de la Historia del Diseño: origen, la historiografía y su comportamiento y los enfoques y métodos empleados para abordarla. También como este proyecto afronta la tarea de analizar el producto icónico como entidad portadora de información, define el concepto de producto icónico que emplea esta investigación para su estudio. Y por último, define dentro de la teoría del Diseño la conceptualización de los Factores del Diseño como los contenidos que determinan, establecen y condicionan el diseño de un producto.

#### **CAPÍTULO II. ANÁLISIS DE LAS NARRACIONES Y LOS ICONOS.**

El segundo capítulo presenta a través de la técnica de análisis de documento, un estudio de la caracterización en las bibliografías seleccionadas de los productos denominados iconos del diseño, para determinar las causas que promovieron esta investigación. Se muestran los resultados y se concluye con un análisis de factores para mostrar la complejidad del proceso de diseño.

# CAPÍTULO I

## CONTEXTO DISCIPLINAR Y DEFINICIONES TEÓRICAS

---

1.1.- Aproximación a la historiografía de la Historia del Diseño

1.1.1.- Independencia de la disciplina

1.1.2.- Las fases por las que ha transitado la disciplina de Historia del Diseño

1.1.3.- Las generaciones de historiadores del diseño, desde los enfoques y métodos empleados para abordarla

1.1.4.- Aproximación a la historiografía desde el Centro de Información y el departamento de Teoría del ISDi

1.1.5.- Conclusiones del análisis historiográfico expuesto de la disciplina

1.2. - Icono. El signo icónico

1.3. - Los Factores del Diseño

1.3.1- Definición de los Factores de Diseño

## **CAPÍTULO I. CONTEXTO DISCIPLINAR Y DEFINICIONES TEÓRICAS**

---

La presente investigación se desarrolla en el marco disciplinar de la Historia del Diseño y en particular en la Historia del Diseño Industrial. Para ahondar en su historiografía se ha trabajado con datos aportados desde investigaciones y libros escritos por reconocidos historiadores como Isabel Campi, Presidenta y fundadora de la Fundación Historia del Diseño, graduada en Diseño Industrial. Diplomada de Estudios Avanzados del programa de Doctorado en Investigación en Diseño de la Universidad de Barcelona y Especialista en teoría e Historia del Diseño Industrial ejerciendo la docencia desde 1977. Y Oscar Salinas, diseñador industrial desde 1975 y especializado en Pedagogía y Docencia desde 1978. Máster en Diseño Industrial desde 1983, Doctor en Arquitectura en el área de teoría e historia desde 1991.

En primer lugar, este capítulo se propone mostrar un análisis historiográfico del comportamiento de la bibliografía sobre la disciplina desde su génesis hasta la actualidad, para comprender como surge el producto icónico en la Historia del Diseño, entender su comportamiento y su desarrollo.

Después del análisis historiográfico se arriba a conclusiones que permiten mostrar las fases por las que ha transitado la disciplina, las generaciones de historiadores desde sus enfoques y métodos y la génesis y desarrollo de la iconicidad en la disciplina. Para finalizar con una descripción del comportamiento de las narraciones atendiendo a sus métodos de aproximación a la historia.

### **1.1.- Aproximación a la historiografía de la Historia del Diseño**

La Historia del Diseño hoy constituye una disciplina relativamente joven e independiente en la formación de diseñadores y estudiantes. Anteriormente formaba parte de la Historia del Arte o de la Historia de la Arquitectura.

Ahondando en la historiografía de la disciplina, no se puede precisar con exactitud cuando apareció la misma, pero sí se sabe que durante la segunda mitad de los años sesenta del siglo xx en Europa, se crearon nuevas escuelas de diseño, que dentro de sus objetivos o planes de estudio presentaban materias teóricas que formaban un profesional informado, culto y crítico. Estas primeras generaciones de estudiantes fueron las pioneras en la definición y especialización de la Historia del Diseño como disciplina, pues después de graduarse, algunos optaron por especializarse en estudios de humanidades y comenzaron a investigar la historia desde la profesión.

Estos primeros profesores no contaban con un cuerpo teórico y se enfrentaron desde una experiencia autodidacta a la conformación de la disciplina, con la falta de textos y trabajos de investigación para su desempeño. Aparte de la literatura sobre arte y arquitectura para comprender el discurso de la modernidad, estos historiadores solo tuvieron a su alcance un grupo muy reducido de obras que les sirvieron como punto de partida para desarrollar un relato canónico más o menos compartido con las referencias, Arte y Arquitectura.

El discurso fundacional de la Historia del Diseño es el libro *Pionero del diseño moderno* de Nikolaus Pevsner, publicado en 1936. Este autor de formación historiador del arte, por lo que su entrenamiento residía en la identificación de la excelencia estética, no prestó la importancia que merece a los factores implicados en un proceso de diseño. A pesar de esto, se le reconoce como la primera influencia para definir los elementos teóricos de la estética de la modernidad en el diseño. Su primer capítulo *Teorías del arte desde Morris hasta Gropius*, resultó de fundamental influencia para numerosos textos que se elaboraron con posterioridad. Sin embargo, su problema fundamental según Margolin<sup>6</sup>, “(...) es que no se exploró el núcleo fundamental de la historia del diseño”.

Pevsner también publicó *Los orígenes de la arquitectura y el diseño*, en 1969. Este libro continuó con sus investigaciones sobre el período 1850-1914, aunque lo hizo con más detenimiento en algunos aspectos que no tuvo en cuenta en su anterior publicación.

Otra contribución importante a los orígenes de la disciplina fue el volumen *Teoría y diseño en la primera era de la máquina*, del discípulo de Pevsner, Reyne Banham, en 1960. En el texto, su autor analiza el papel de la pintura, la escultura y la arquitectura en la génesis del diseño del siglo xx, y demostró que la teoría, más que una contribución de heroicos pioneros aislados del diseño, se debía al esfuerzo colectivo de muchos en un período turbulento de la historia europea.

El problema en común que tuvieron estas dos fuentes fue que no definieron con precisión qué era el diseño, de modo que quedó como una posible actividad que fluctuaba entre arte y arquitectura.

En 1948 apareció un libro que perfeccionó el panorama del diseño industrial, *Mechanization Takes Command. A contribution to Anonymous History* del alemán

---

<sup>6</sup>Margolin, Victor. *Design History or Design Studies: Subject Matter and Methods*, en Campi, I. (2013). La Historia y las teorías historiográficas del diseño. México DF: Designio. Página 78.

Siegfried Giedion, publicado por la Oxford University Press en 1948, y en español por la editorial Gustavo Gili en 1978, bajo el título *La mecanización toma el mando*. Este libro intentó desde sus páginas estudiar el diseño a un nivel social y no individual, presentándolo como resultado de las ideas dominantes en el momento de su desarrollo.

En 1970, Ann Ferebee, directora de la revista *Design and Environment*, publicó un pequeño libro titulado *A History of Design from the Victorian Era to the Present*, en el que expresó la necesidad de avanzar hacia una historia del diseño menos basada en los objetos y más relacionada con los procesos.

Otro ejemplo de literatura que abrió paso a una nueva conceptualización de la historia fue *The Roots of Modern Design. Functional Tradition in the 19th Century* de Herwin Schaefer, publicado en 1970. Resultó una excelente compilación de artefactos y objetos de producción industrial del siglo XIX, que se distinguían por su sencillez, forma y función y no se encontraban dentro de la lectura “pevsneriana”<sup>7</sup> de la Historia del Diseño.

Mediante esta antología, que presenta los libros más importantes con los que contaban los historiadores del diseño para 1970, se pudo articular un relato que marcó la periodización en la Historia del Diseño desde sus orígenes en el siglo XIX hasta la modernidad. Estas narraciones se convirtieron en el canon de la Historia del Diseño y sus esquemas todavía son perceptibles en libros y cursos académicos. Pero su mayor dificultad fue que no atendieron significativamente a los factores (tecnológicos, económicos, funcionales, éticos) generadores de un problema de diseño, sino que dieron por sentado un patrón de buen diseño establecido desde el Movimiento Moderno.

### 1.1.1.- Independencia de la disciplina

El desplazamiento de la Historia del Diseño que propone una superación del relato canónico de la historia, fue sobre todo un aporte de historiadores y críticos británicos y estadounidenses. Su origen comienza alrededor de los años 60 del siglo XX, con la emergencia del Pop. Paralelamente a esto se empezaron a cuestionar y buscar alternativas al relato canónico para adecuarlo a la realidad que necesitaba la disciplina. Se planteó en primer orden alejarse de los métodos de identificación de la excelencia estética heredados de la Historia del Arte y se concentraron en determinar los factores que evidenciaran la complejidad de un proceso de diseño.

---

<sup>7</sup>Se refiere a la influencia de narración de Nikolaus Pevsner

La primera organización que surgió para abordar los temas de investigación de la disciplina fue la *Sociedad de Historia del Diseño -Desing History Society-*, en 1977, en el Politécnico de Brighton, con cincuenta miembros fundadores. Esta organización, desde sus orígenes, desarrolló una reunión anual donde se presentaron investigaciones y reflexiones de sus miembros e invitados, con el objetivo de promover y apoyar el estudio de la Historia del Diseño.

Otras obras que se deben mencionar son *Objects of Desire*, de Adrian Forty, 1986; *Introduction to Desing and Culture*, de Penny Sparke, 1986 y *Twentieth Century Desing* de Jonathan M. Woodham, las cuales se alejaron completamente del relato “pevsneriano”. Estos tres trabajos se situaron en Gran Bretaña a la cabeza de la innovación en lo que a historiografía del Diseño se refiere por proponer métodos radicalmente distintos de los usados hasta ese momento.

En Latinoamérica cabe destacar la labor que ha desarrollado desde el punto de vista teórico y pedagógico Gui Bonsiepe, egresado de la Hochschule Für Gestaltung (HFG), en Alemania. A partir de 1954 entró en contacto con la región, y desde sus inicios desarrolló una postura crítica, a propósito de la realidad de los países de América Latina y la importancia de la disciplina para su progreso. Autor de numerosos libros que tuvieron por meta el análisis histórico de la situación de los países subdesarrollados y dependientes, su postura siempre partió de un estudio crítico de la Historia del Diseño entre los países centrales y periféricos a favor de un racionalismo crítico en el diseño.

John Heskett con su libro *Breve historia del Diseño Industrial*, publicado en 1980, va un poco más allá y procura describir las tendencias generales más significativas en la Historia del Diseño industrial a través de la pluralidad de fuerzas y factores que determinaron sus formas y su función social.

Dentro de las editoriales que se han planteado la publicación de materiales de Teoría e Historia del Diseño cabe destacar: Ediciones Infinito bajo la dirección de Carlos Méndez, junto a Tomas Maldonado, diseñador de la HFG de Ulm, que desde los años 50 del siglo xx publicó libros temáticos de la Historia del Diseño. La labor de la Editorial Gustavo Gili que se ha distinguido por un gran número de libros especializados en la disciplina. Además, en América Latina tenemos a Designio en México, que se especializa en la publicación de libros que desarrollan e invitan a la reflexión y la investigación en teoría e historia sobre el Diseño como disciplina.

La revista estadounidense *Design Issues*, publicada desde 1984, y la revista británica *Journal of Desing History*, publicada desde 1988, tanto en sus versiones en

papel como electrónicas, han sido plataformas de un análisis crítico que abogan por la necesidad de una Historia social del Diseño.

En 1984, y a petición de Victor Margolin, editor de la revista *Design Issues*, Clive Dilnot escribió dos artículos que resumían el estado de la Historia del Diseño como disciplina hasta ese momento. En el primero, *The State of Desing History I: Mappingthe Field*, elaboró un mapa de las diversas variantes de la Historia del Diseño y manifestó su queja por el retraso que las instituciones académicas tenían con respecto a la necesidad de propiciar investigaciones desde lo teórico e histórico. El segundo, *The State of Desing History II: Problems and Possibilities*, fue verdaderamente crítico al denunciar el enfoque que hasta ese momento había tenido la historia de mitificar iconos y autores, sin asumir una posición más representativa de los procesos que los generan.

En este mismo artículo, Dilnot manifiesta su preocupación de que la historia hasta ese momento se había encargado de crear una serie artificial de valores estéticos que podían convertirse en mitos, alejando el diseño de ser producto de un proceso donde aparecen una amplia gama de factores y separándolo de sus raíces sociales.

Una vez más desde las investigaciones se evidenció la necesidad imperante de la disciplina de encontrar un cuerpo teórico que no se desprenda del significado de los objetos aislados, sino que sea capaz de descubrir al diseño en toda su complejidad. En palabras de Dilnot<sup>8</sup>, “*El éxito de una disciplina como la historia no se deriva de los hechos o acontecimientos que se descubren, sino de la amplitud y el rigor de las preguntas que se hacen a partir de los datos que se obtienen*”.

En 1987, con el objetivo de ayudar a los estudiantes que se inician en la investigación histórica del diseño, Hazel Conway coordinó el libro *Desing History: a Students Handbook*, en el que además de un corto artículo del autor sobre los fundamentos de la historia del diseño, se presentan otros redactados por especialistas de vestuario, cerámica, interiores, gráfico y de diseño ambiental. El problema de esta publicación es que se muestra a un nivel muy práctico sin indagar en complejidad la historia.

Una de las obras escritas que más ha detallado cómo se debe enfrentar la difícil tarea de interpretar y escribir la historia ha sido el libro *Desing History and the History of Desing*, publicado en 1989 y escrito por John A. Walker. El objetivo declarado

---

<sup>8</sup>Clive Dilnot, *The State of Desing History II: Problems and Possibilities*, en Campi, I. (2013). *La Historia y las teorías historiográficas del diseño*. México DF: Designio. Página 51.

por el autor era proponer preguntas más que reproducir el conocimiento convencional del diseño que se tenía en aquel momento.

Entre los temas fundamentales que discursa el texto están: la definición del objeto de estudio, o sea la definición del término Diseño como actividad profesional, los temas relacionados y marginados del relato canónico y los agentes externos que inciden en el diseño. También desde su libro advierte que deben ser objetos de estudio las instituciones y museos, pues tienen poder para crear estados de opinión. Esta obra hoy se encuentra agotada y no se ha publicado en español.

Desde sus páginas nos muestra como en los catálogos y las guías por su carácter de colección, la historia queda reducida o descontextualizada como se visualiza en *100 diseños /100 años*, de la editorial McGraw-Hill o en *Diseño del siglo xx*, de la TASCHEN. Según Walker<sup>9</sup>, "(...) el objetivo no debe ser mitificar ni convertir el objeto de estudio en un fetiche ya que este no es el final de la historia, sino su punto de partida. Los objetos son entes muy atractivos, porque al contrario de las teorías abstractas de los diseñadores tienen entidad física y se pueden tocar. Pero, más allá de su estricta materialidad, un producto es un conjunto de materiales que ha sido organizado de una manera específica para servir a objetivos específicos".

Las exposiciones realizadas sobre colecciones de diseño por museos tan reconocidos como el MOMA, de Nueva York y el Victoria Albert Museum, de Londres, entre otros, son espacios que generan investigaciones y catálogos de gran factura, pero como son obras que parten de colecciones y de la visualidad de los objetos, no pueden dar una perspectiva del tema desde un universo más amplio que comprenda la sociología, la economía, la tecnología y el consumo del diseño.

En América Latina, Oscar Salinas publicó en 1992 su libro *Historia del diseño industrial*, resultado de una investigación minuciosa que realizó el autor para mostrar la evolución del diseño de forma más completa desde sus orígenes hasta la actualidad. En él incluyó además una visión de la proyección del diseño a nivel mundial.

En mayo de 1993 tuvo lugar un seminario sobre Historia del Diseño en el Center for Advanced Study in the Visual Arts de la National Gallery de Washington DC, en el que se propuso debatir la situación de la disciplina, su objeto y método de estudio así como su papel en la enseñanza y profesión del Diseño.

---

<sup>9</sup>John A. Walker, *Desing History and the History of Desing*, publicado en 1989, en Campi, I. (2013). *La Historia y las teorías historiográficas del diseño*. México DF: Designio. Página 55.

A partir de 1999 se desarrollan reuniones y congresos de carácter internacional, con el objetivo de demostrar la importancia del estudio de la Historia del Diseño como conciencia crítica de la especialidad. Las reuniones de Barcelona y La Habana llevaron a la creación inmediata del International Committee of Design History and Studies ICDHS, cuyos congresos promueven y propician investigaciones sobre la disciplina y sus alcances.

También la voluntad de apertura e internacionalización se deja sentir desde la Design History Society, que comenzó siendo una asociación de historiadores dedicados a investigar la historia del diseño británico y con el tiempo se ha convertido en una institución de referencia cuyo portavoz es la revista *Journal of Design History*.

La internacionalización de la Historia del Diseño es el fenómeno más característico del siglo XXI y con la organización de congresos a escala mundial se ha puesto de manifiesto que existe una cierta cantidad de historiadores dispuestos a debatir cuestiones historiográficas de gran trascendencia que superen el relato canónico de la Historia del Diseño.

En diciembre de 2006 se constituyó la Fundación Historia del Diseño (FHD), en Barcelona, con la misión de investigar, difundir y promover la Historia del Diseño, especialmente en el área de los países hispano-hablantes donde la situación de la disciplina se encontraba muy débil.

En el 2009 la historiadora australiana Denise Whitehouse publicó el artículo *The State of Design History as Discipline*, dentro del libro *Design Studies. A Reader*, de Hazel Clark y David Brody, en el que insistía sobre la necesidad de que la Historia del Diseño elabore relatos estratégicos que superen las narraciones “pevsnerianas”, que fueran capaces de mostrar el objeto de estudio, la relación con la historia contemporánea, la situación actual y los problemas de la historia global.

En el 2010 la Fundación Historia del Diseño, conjuntamente con la Editorial Designio, publicó el libro *Diseño e historia. Tiempo, lugar y discurso*, bajo la coordinación de Isabel Campi, historiadora de gran prestigio, que en su conjunto es una muestra de lo que se hace fuera del ámbito angloamericano.

En el 2013, Isabel Campi publicó con la editorial Designio su libro *La historia y las teorías historiográficas del diseño*, un volumen para reflexionar y entender la utilidad y sentido de la Historia del Diseño como elemento clave para el desarrollo de

una conciencia crítica. En palabras de Isabel Campi<sup>10</sup>: “*El diseño es una profesión joven pero no tanto como para que carezca de memoria; y la historia como dice John Lewis Gaddis, sirve para dar respuestas a preguntas trascendentales*”.

### 1.1.2.- Las fases por las que ha transitado la disciplina de Historia del Diseño como ciencia.

En 1999, durante la Primera Reunión Científica Internacional de Historiadores y Estudiosos del Diseño, celebrada en Barcelona, Tefvik Balcioglu<sup>11</sup> describió las fases por las que ha transitado la disciplina:

Según Balcioglu, la primera fase de la Historia del Diseño o de cualquier otra disciplina es la de la **dependencia**, que en este caso, se trata de la que se ha desarrollado con la Historia del Arte. En los primeros años la disciplina no contaba con profesionales preparados desde sus prácticas y fueron en su mayoría profesores de Historia del Arte o diseñadores que solo tenían como referente para su estudio lo que de esta disciplina se mostraba.

Como ejemplo de esta fase podemos citar al texto fundacional de la Historia del Diseño que fue el libro *Pionero del diseño moderno* de Nikolaus Pevsner que ponderaba la identificación de la excelencia estética de los productos y no los factores implicados en el contenido interno del diseño. A pesar de esto, se le reconoce como la primera influencia para definir los elementos teóricos de la estética de la modernidad en el diseño.

La segunda fase, la denomina **imitación**. Consiste en ensayar con métodos existentes en otras disciplinas para verificar si funcionan en el propio. En este período se empezaron a utilizar los métodos tomados de la Historia de la Arquitectura y de la Tecnología para ensayar discursos que intentaran analizar el proceso de diseño.

Balcioglu no especifica la cronología de esta fase, pero Isabel Campi<sup>12</sup> en su análisis historiográfico supone que fue alrededor de los años setenta con la fundación de la Design History Society.

---

<sup>10</sup>Campi, Isabel, en *Diseño e Historia*, Designio, 2010, página 11.

<sup>11</sup>Tefvik Balcioglu, *Observations on the rise of design historiography in the UK: a view from outside with a touch of globalization*, en Campi, I. (2013). *La Historia y las teorías historiográficas del diseño*. México DF: Designio. Página 142.

<sup>12</sup>Campi, I. (2013). *La Historia y las teorías historiográficas del diseño*. México DF: Designio. Página 143.

El resultado del análisis de estas dos fases, resume que los contenidos de las narraciones que se desarrollaron marcaron la periodización de la Historia del Diseño desde sus orígenes en el siglo XIX hasta la modernidad. Estas narraciones se convirtieron en el canon de la Historia del Diseño y sus esquemas todavía son perceptibles en libros y cursos académicos. Pero su mayor dificultad fue que no atendieron significativamente a los factores (tecnológicos, económicos, funcionales, éticos) generadores de un problema de diseño, sino, que dieron por sentado un patrón de buen diseño establecido desde el Movimiento Moderno.

En la tercera fase plantea que se llega a la **adolescencia**, donde la búsqueda de la identidad de la disciplina se convierte en el problema principal. Una disciplina encuentra su identidad cuando descubre cuál es su núcleo, su contenido, sus límites y sus objetivos. Para esta fase también en la misma referencia se define su inicio alrededor de 1984 con el debate generado por Clive Dilnot en sus artículos publicados por la revista *Design Issues*.

Significativamente a esto, comenzaron a surgir desde la enseñanza historiadores que empezaron a cuestionar y buscar alternativas al canon heredado de la historia del arte, la arquitectura y la tecnología para adecuarlo a la realidad que necesitaba la disciplina.

Se planteó por primera vez alejarse de los métodos de identificación de la excelencia estética heredados de la Historia del Arte y concentrarse en salir al encuentro de los factores que evidenciaran la complejidad del contenido interno del diseño.

A partir de 1999 se desarrollan reuniones y congresos de carácter internacional, con el objetivo de demostrar la importancia del estudio de la Historia del Diseño como conciencia crítica de la especialidad.

La internacionalización de la Historia del Diseño es el fenómeno más característico del siglo XXI y con la organización de congresos a escala mundial se ha puesto de manifiesto que existe una cierta cantidad de historiadores dispuestos a debatir cuestiones historiográficas de gran calado que superen el relato canónico de la Historia del Diseño.

La historia bajo estas premisas y como expone Isabel Campi<sup>14</sup>, debe “(...) servir para dar profundidad, erudición y sentido crítico a cualquier práctica profesional, ya

---

<sup>14</sup>Campi, I. (coordinadora). (2010). Diseño e historia. México: Designio. Página 11.

sea, la arquitectura, la ingeniería, el derecho o la medicina, la Historia del Diseño no debería perder de vista su objetivo de contribuir al desarrollo de la profesión”.

### **1.1.3.- Las generaciones de historiadores del diseño, desde los enfoques y métodos empleados para abordarla**

Los enfoques, métodos y temas para abordar la Historia del Diseño han ido cambiando a medida que pasa el tiempo, identificando básicamente dos generaciones de historiadores del diseño. La primera, de 1936 a 1970 aproximadamente, se inicia con la historia escrita por el precursor de la disciplina, Nikolaus Pevsner, al publicar en 1936 *Pioneers of modern design: from William Morris to Walter Gropius*, obra que se caracteriza por la influencia de la historia del arte, por su relación con la arquitectura y por el estudio de las obras producidas en el contexto europeo y estadounidense, pero principalmente por enfocarse en los diseñadores y sus obras.

En un artículo de Sergio Camacho referido al análisis historiográfico aparece, reflexionando sobre un planteamiento de Adrian Forty<sup>15</sup>, el problema que significa el estudio solo de los iconos alejados de sus realidades: *“considera que limitarse al estudio de la vida, productos y publicaciones de determinados diseñadores no brinda una explicación satisfactoria y completa de la importancia y la influencia del diseño. Sostiene que el método utilizado por historiadores como Pevsner, que se limita al estudio de quién hace el diseño, les evita los riesgos de estudiar qué hace el diseño. Destaca el aporte de Siegfried Giedion en La mecanización toma el mando al intentar estudiar el diseño a un nivel social y no individual, presentándolo como resultado de las ideas dominantes en el momento de su desarrollo”*.

La segunda generación de historiadores del Diseño surge en el período de 1970 a 1980, llegando hasta nuestros días, y busca llenar los vacíos en las historias del diseño existentes en esos momentos. Propone desde sus textos alejarse del enfoque heroico, ofreciendo una visión más completa de lo que es el diseño y su influencia en la sociedad.

### **1.1.4.- Aproximación a la historiografía desde el Centro de Información y el departamento de Teoría y Ciencias Básicas del ISDi**

El Instituto Superior de Diseño (ISDi), desde su fundación y con el trabajo de la

---

<sup>15</sup>En Camacho Lotero, S. (Enero-Junio, 2014). *Aproximación a la historiografía del diseño industrial, con énfasis en Colombia*. Revista NODO, vol. 8, N° 16.

profesora Lucila Fernández en la disciplina de Historia del Diseño, se propone resaltar los cambios en lo tecnológico, lo formal y lo estético que inciden en la estructura misma del objeto. A lo largo de su labor ininterrumpida, la profesora ha desarrollado como docente varias propuestas de contenido que van desde el origen del diseño como profesión hasta la problemática medio ambiental que hoy es un tema que demanda con urgencia la presencia del buen diseño.

El material *Imaginario del siglo XIX*, creado en el 2001-02 con la colaboración de estudiantes de las Carreras de Diseño Industrial y Diseño de Comunicación Visual de tercer año, propone un acercamiento a los inicios de los objetos industriales. Resume todo lo que acontece en la génesis de sus creaciones para adaptarlos a la producción industrial, exponiendo su contexto y evolución en este siglo como antecedentes del siglo XX. Es un estudio que atiende significativamente a cada temática que visualizó la evolución de la Historia del Diseño en el siglo XIX.

El segundo material de su autoría es *Todo el siglo XX*, realizado en el 2011 con la colaboración de Rebeca Valdés, diseñadora. Es un texto que pone de manifiesto la actualidad del ideario del Movimiento Moderno y las formas elaboradas por las diferentes corrientes del Diseño a todo lo largo del siglo XX. Además, comenta las íntimas relaciones entre arte, arquitectura y diseño ocurridas en ese siglo.

Ambos materiales son el fundamento metodológico y teórico del estudio de la disciplina en el ISDi. Pero les falta una aproximación más completa al proceso de diseño desde todos los factores que actúan en él, pues el diseño es una actividad interdisciplinaria que es afectada por factores tecnológicos, económicos, funcionales y contextuales.

En su libro *De la abstracción a la ironía*, la autora propone un estudio desde la formalidad histórica del diseño definida por ella como: “una formalidad histórica que dota de forma al diseño y resulta irreductible ante cualquiera de sus otros contenidos, lo que no significa formalismo, pues esa forma puede ser sólo un medio para viabilizar la concreción de los valores de uso, productivos, etc. Hasta hoy esta formalidad ha actuado como una especie de paradigma que reafirma que el hombre no puede ir más allá de sus horizontes históricos”. Esta propuesta de análisis histórico pretende desarrollar desde la práctica profesional la posibilidad de proyectar.

La Biblioteca del ISDi ofrece una considerable compilación bibliográfica<sup>16</sup>, que a lo largo de los años ha ido creciendo con el esfuerzo y la ayuda de instituciones y

---

<sup>16</sup>Se puede revisar en el anexo 1, actualizada hasta la fecha de esta investigación.

personas comprometidas con la enseñanza y la actividad profesional del Diseño. La búsqueda de referencias se dirigió fundamentalmente atendiendo a los objetivos de estudio de la asignatura Historia del Diseño Industrial. Esta muestra, por lo general, está constituida por ejemplares únicos y dentro de ella se encuentran libros citados ya en el primer epígrafe.

Las historias generales que están presentes en la compilación son obras desde las que se puede conocer el diseño a partir de sus orígenes, pero poseen diferentes enfoques según el criterio, formación y país de origen del autor.

Los diccionarios y las enciclopedias atienden significativamente a la muestra que presentan, por lo que el análisis puede resultar descontextualizado y centrado en el valor formal y funcional del objeto.

La historia por países y tendencias presenta la evolución de un producto a lo largo del tiempo, los cortes diacrónicos en la historia. Pero su problema radica en que no están escritos pensados en enfocar la evolución del Diseño como disciplina, sino desde la excelencia de la muestra que se investiga.

Por último las monografías por autores y los textos de cada período, resulta una bibliografía atractiva e íntima de la Historia del Diseño como por ejemplo Mackintosh, Alvar Aalto, Bonsiepe, Maldonado que presentan como dificultad que para descifrar totalmente su comprensión hay que poseer un conocimiento de la historia general.

Bajo el término de Sociología de los Objetos aparecen varios textos cuya intención es explicar desde diferentes puntos de vista el condicionamiento social de los objetos a lo largo de la historia. Por ejemplo *Objets of Desire: Design and Society 1750-1780* describe cómo los ideales sociales de higiene, estatus y otros, han condicionado a los objetos en cuanto a su concepción de uso y forma.

Por su parte Jordy Jobel en *Ideología y Mitología del Diseño*, explica de qué manera el advenimiento de la Modernidad y la Revolución Industrial crearon una manera muy particular de relacionarse entre el hombre y las cosas. Por su parte, Jean Baudrillard en su libro *El Sistema de los Objetos del año 1969*, que ya es un inicio a la Postmodernidad, explica desde una perspectiva psicoanalítica las miradas entre hombres y objetos.

Esta muestra por supuesto contribuye a profundizar en los temas más disímiles del diseño y es un útil instrumento de referencia para la comprensión de la Historia del Diseño.

### 1.1.5.- Conclusiones del análisis historiográfico expuesto de la disciplina

Atendiendo al resultado del estudio se pudo resumir que:

- El origen del problema de la iconicidad del producto en su génesis fue una necesidad, pues la disciplina en principio formaba parte de la Historia del Arte y la Arquitectura, por lo que partió de sus métodos para compilar las narraciones.

- A medida que se fue independizando, los historiadores ha ido mostrando conciencia e interés por determinar sus métodos de aproximación a la historia. Intenta contribuir a la formación integral del diseñador, dando herramientas conceptuales para comprender que la profesión está marcada por lo histórico, que implica un contexto sociocultural y económico determinado por una estética y técnica en cada momento.

- A pesar de esa toma de conciencia hoy prevalecen textos donde los contenidos están orientados desde la omnipotencia del producto icónico como legitimador del valor, que minimiza la profesión de diseño al fruto del ingenio, la creatividad y la sensibilidad estética de sus creadores transferidos a los objetos.

Aun con los esfuerzos realizados en congresos y reuniones anuales por historiadores dispuestos a superar desde sus narraciones la iconicidad de los productos, todavía se puede señalar que la realidad desde el contenido hoy es:

- En varios casos el foco de interés no se centra en el proceso de Diseño, sino en los resultados: objetos.

- Los discursos ponen énfasis en diseñadores individuales o tendencias de manera implícita o explícita, alejadas de su contexto.

- Varios se sumergen con facilidad en lo descriptivo o estético del producto icónico.

Lo más preocupante de la situación actual de la disciplina es que lo que en principio fue una necesidad hoy es una moda, pues los contenidos que jerarquizan al objeto como icono no pretenden entender la complejidad del contenido interno del Diseño.

Los contenidos de las narraciones sobre Historia del Diseño, muestran un

comportamiento que mayoritariamente se puede agrupar en tres tipologías según esta investigación:

**Textos donde prevalece la excelencia estética:** En un primer período la preferencia por una historia de los objetos extraordinarios (de élite) frente a los comunes (masivos) conecta fácilmente con la excelencia e instaura lo escaso como legitimador del valor.

**Textos donde prevalece la estética formal de la tendencia:** Estas narraciones pretenden ser consistentes, pero al eliminar el juicio sobre el resto de los factores que inciden en el proceso de diseño, otorgan como legitimador del valor la expresión formal de la tendencia.

**Textos donde se propone un discurso con un enfoque integrador para la comprensión de la disciplina:** Responden a la posición adoptada por los autores que pretenden un mejor conocimiento del contenido interno del diseño, porque desafían las nociones establecidas de los cánones extrapolados.

La Historia del Diseño representa un importante papel en la construcción del discurso sobre la disciplina y debería ayudar a la comunidad del diseño a identificar y discutir sus problemas, desde una perspectiva ética, estética y social. En palabras de Siegfried Giedion<sup>17</sup>: “(...) *para el historiador no hay cosas significativas. Al igual que el científico, el historiador no da nada por supuesto. Ha de ver los objetos, pero no tal como estos aparecen ante el usuario, sino como los vio el inventor cuando por primera vez cobraron forma*”.

La comparación entre los contenidos de la Historia del Diseño y el uso de los mismos, aún con sus limitaciones, ha puesto de relieve dos problemas. Por un lado la desigualdad de las opciones, no dando lo mismo una elección que otra, ya que cada una representa un lugar distinto desde el que reflexionar y actuar. Porque no sería igual de formador analizar la historia desde un texto que pondera la estética formal de la tendencia, como de uno capaz de desarrollar un enfoque integrador de la complejidad del proceso de diseño.

Por otro lado cabe la discusión acerca de cómo debieran ser escritos para que sean representativos de la complejidad de la profesión.

---

<sup>17</sup> Giedion, S. (1978). *La mecanización toma el mando*. Barcelona: Gustavo Gili, en Campi, I (coordinadora). (2010). *Diseño e historia*. México: Designio. Página 28.

Bonsiepe<sup>18</sup>, manifestó: *“Históricamente el Diseño ha puesto de manifiesto su versatilidad al ir adaptándose a los requerimientos sociales y económicos de cada época”*.

El análisis historiográfico muestra la necesidad desde la historia de estudiar los Factores del Diseño para lograr una visión más completa de la profesión. Heskett<sup>19</sup> aconseja *“(...) tener en cuenta que el diseño es una actividad interdisciplinaria que es afectada por factores culturales, políticos, económicos y tecnológicos, y que esos factores también se deben tener en cuenta para su estudio”*.

Margolin<sup>20</sup> insiste mucho en el hecho de que *“(...) el contenido de la Historia del diseño no debe guiarse por objetos o estilos, pues no son un elemento generador de diseño exclusivo. La historia debe fundar su génesis y estudio en la cultura humana discutiéndola dentro del análisis de los factores sociales, políticos, económicos. Pues los estilos son solo la consecuencia de estos factores.”*

Los nuevos cambios sociales, económicos y tecnológicos del siglo XXI son de gran envergadura, y hacen que el Diseño como profesión sea muy complejo de examinar por lo que los métodos experimentados en el siglo XX para compilar teoría en la disciplina deben ser mejorados y capaces de mostrar la complejidad del proceso de diseño.

### 1.2. - Icono. El signo icónico

Este proyecto afronta la tarea de analizar el producto icónico como entidad portadora de información. Como concepto fue definido por diversos autores como:

Para Groupe Mu<sup>21</sup> *“El signo icónico posee ciertos caracteres del referente, conforme a la definición clásica, pero, correlativamente, posee también ciertos caracteres que no provienen del modelo, sino del productor de la imagen”*.

Para Gurben<sup>22</sup> *“(...) la imagen icónica constituye, como es bien sabido, una forma de espectáculo, de acuerdo con su etimología grecolatina, pues deriva de los verbos mirar y observar. Pero con mucha frecuencia el espectáculo, por su vocación pre-*

---

<sup>18</sup>Bonsiepe, Gui. *Conferencia Los Usos del Diseño*, Encuentro Internacional de Diseño, UIS, Bucaramanga, Colombia, 1996.

<sup>19</sup>Heskett, John. *Industrial Design*, 1987. En Conway, H. (Ed.) *Design History: “A Students’ Handbook* (pp. 110-133). New York: Routledge”. En Camacho Lotero, S. (Enero-Junio, 2014). *Aproximación a la historiografía del diseño industrial, con énfasis en Colombia*. Revista NODO, vol. 8, N° 16.

<sup>20</sup>En Campi, I. (2013). *La Historia y las teorías historiográficas del diseño*. México DF: Designio. Página 104.

<sup>21</sup>Mu, G. (1992). *Traité du signe visuel. Pour une rethorique*. Traducción al español por Ed. Catedra.

*valentemente sugestiva, tiende a paralizar el sentido crítico y a negar el diálogo, a imponer un punto de vista sobre el mundo (el punto de vista del productor de la imagen), escindiendo así a la sociedad entre ciudadanía pasiva y escenario activo y deslumbrante de las figuras públicas y los fetiches del consumo”.*

Según Eco<sup>23</sup>, *“El icono es un signo que hace referencia a su objeto en virtud de una semejanza, de sus propiedades intrínsecas, que de alguna manera se corresponden con las propiedades del objeto”.*

El objeto es usualmente una fuente mucho más extensa y, sobre todo, más profunda, aparentemente inagotable, de significantes que la que puede transmitir un icono. En el icono se produce el tránsito del signo icónico a un objeto previamente privilegiado en tal sentido, segregado del continuo como objeto de rango icónico, que porta solo algunos rasgos de sus significantes.

Por tanto, el significante icónico viene precedido siempre del objeto reconocible. Para que se produzca el signo icónico debe haber un referente reconocible, un objeto cierto o, al menos, verosímil (del latín veritas y símil, verdad en el parecido). Como escribe Eco<sup>24</sup>, *“(…) no existe signo icónico de un objeto ignorado”.*

Haciendo una traslación de dicha definición al campo de estudio que delimita este proyecto se propone como **definición de esta tesis para producto icónico** en la Historia del diseño, aquel **objeto de rango icónico, que porta solo algunos rasgos de sus significantes apuntalados con una caracterización por un discurso expresivo.**

Para la investigación se determinaron como muestra cuatro bibliografías que clasifican los productos como iconos. Pues como quedó demostrado en el análisis historiográfico, este es un problema que conlleva a establecer límites en la información real del proceso de diseño.

Estas narraciones se caracterizan por utilizar imágenes (fotografías) de gran factura. Las imágenes también pueden leerse desde dos posibles perspectivas: lo que muestran explícitamente, que llamamos “denotación”; y el significado que contienen implícitamente, al cual llamamos “connotación”.

---

<sup>22</sup> Gurben, R. (1997). *La mirada opulenta*. Gustavo Gilli. Página 404.

<sup>23</sup> Eco, U. (1994). *Signo*. Barcelona: Labor. Página 57.

<sup>24</sup> Eco, U. (1994). *Signo*. Barcelona: Labor. Página 62.

## CAPÍTULO I. CONTEXTO DISCIPLINAR Y DEFINICIONES TEÓRICAS

---

En Barthes<sup>25</sup> *“Denotar es agotar el concepto mismo con la definición literal de la cosa/objeto (silla). Ejemplo: una silla es una silla y no otra cosa (no es una mesa u otro mueble)”*.

En Barthes, *“Connotar es darle otros significados diferentes a los convencionales, ya sea con una finalidad retórica, persuasiva, emotiva o estética”*.

Entonces, tener denotado implica que se puede reconocer el referente, es decir, el objeto o producto (supongamos una silla). La denotación ejemplificaría la función nominativa por excelencia, la referencialidad, con carácter objetivo (lo funcional), puesto que estaría captando el mundo real, mientras que la connotación sería pura subjetividad (lo estético-simbólico).

Un método para darle sentido unívoco a la imagen es incorporarle un texto. Este puede utilizarse para:

- Reducir las posibilidades significativas de la imagen.
- Complementar la imagen.

De este modo, la imagen y las palabras se complementan conformando un todo. La relación entre imagen y texto es dinámica y se articula en función de la historia que se narra generando un significado global.

La investigación centrará su reflexión en la caracterización que reciben estos productos en el texto incorporado, para demostrar que el contenido que se compila bajo estas inferencias solo representa una parte del producto que ha sido manipulada desde su condición de icono.

Como cita Campi<sup>26</sup> en su libro *“Para Margolin el diseño no es un tipo de objeto que pueda clasificarse como las mariposas, ya que se trata de una actividad que cambia constantemente”*. Y como asevera Campi, *“(…) la obsesión por clasificar proviene del siglo XIX, cuando los museos se pusieron a coleccionar todo tipo de objetos como flora y fauna, artes plásticas, tecnológicas y decorativas”*. Y Según Margolin en esta misma referencia, *“(…) este legado impregna la historia que escribió Pevsner y todavía hoy nos obsesiona”*.

---

<sup>25</sup> Barthes, R. (1999). *La imagen denotada*. siglo XXI editores, S. A. de C. V. Página 146.

<sup>26</sup> Campi, I. (2013). *La Historia y las teorías historiográficas del diseño*. México DF: Designio. Página 79.

### 1.3. - Los Factores del Diseño

En palabras de Margolin<sup>27</sup> los estudios sobre diseño: “(...) *abordan las cuestiones relativas a la concepción y planificación, producción, forma, distribución y uso de los productos y consideran estos temas en el presente así como en el pasado*”.

Atendiendo a que el proceso del diseño se localiza en un contexto socioeconómico, político y cultural concreto, y en un tiempo y lugar determinado, este es entonces dinámico, singular y por lo tanto irreplicable. Los Factores de Diseño que se reconocen como contenidos esenciales condicionan, limitan, facilitan, restringen y favorecen la actividad de Diseño. También son conceptos atemporales y universales perfectamente identificados en cualquier proyecto, que permiten, tanto en el pasado como en el presente, evaluar el contenido interno del proceso de diseño.

La definición atemporal de los Factores del diseño es su no pertenencia a ningún período histórico en específico. Por lo que de forma analítica y profesional se puede buscar a través de ellos, el contenido del proceso de diseño desde las tendencias y hasta el producto en cuestión.

Su universalidad está definida porque son conceptos generales de la actividad profesional del Diseño, por lo que permiten dentro del análisis histórico, un estudio crítico del objeto de conocimiento que genere un saber de la dinámica, evolución y desarrollo del mismo en un período determinado.

Al conocer los factores por los que transita un producto en su ciclo de vida, se puede entender eficientemente el proceso de diseño que dio paso a esa solución, demostrando que el resultado no es el producto aislado, sino la suma de todo un grupo de factores funcionales, tecnológicos, mercadológicos, contextuales y de uso.

Oscar Salinas<sup>28</sup> afirmó: “*Atendiendo significativamente al estudio de la génesis de los productos de diseño, es importante encontrar en la historia todos los factores que coexisten con un producto y son parte importante en su elaboración para desempeñar su función social. Son los procesos y su desarrollo los que dan forma al producto en cuestión, y entenderlos y aplicarlos es parte del actuar del diseñador para el éxito de sus propuestas.*”

---

<sup>27</sup> Margolin, Victor. Declaración pronunciada en el congreso Discovering desing, Universidad de Chicago, noviembre 1990.

<sup>28</sup> Tomado de, Guy Julier, ponencia: *Hacia una posible «tercera vía»* en Calvera, A., & Mallo, M. (1999). *Historias desde la periferia: historias e historias del diseño, Actas de la primera Reunión Científica Internacional de Historiadores y Estudiosos del Diseño*. Barcelona: Publicaciones Universidad de Barcelona UB.

*Hay que seguir la pista al objeto a lo largo de su historia, empleando un surtido de herramientas teóricas siempre que sea necesario para comprender su significado”.*

### 1.3.1- Definición de los Factores de Diseño

La cultura material de la humanidad mantiene un crecimiento exponencial; prácticamente todo el entorno artificial que el hombre necesita debe ser diseñado. El Diseño actúa sobre un espectro muy amplio de problemas y está presente en casi todas las esferas de la vida.

Se observa en la literatura una considerable diversidad de clasificaciones del concepto de Diseño y del objeto de la profesión. Para esta investigación se parte del principio que defienden Dacal, M. y Peña, S. L.<sup>29</sup>, donde exponen que el *“Diseño es una actividad única e integradora que no debe medirse por las cosas que abarca, puesto que son infinitas, ni por las soluciones que da y el modo en que lo hace porque son tan diferentes como cada necesidad, sino por su enfoque del comportamiento humano en su interrelación con el mundo material; el sentido del Diseño está en la definición y solución de problemas. Evidentemente, el término ‘problema’ y más allá de este, ‘el problema de diseño’, es aquel que abre las puertas del proceso capaz de finalizar con la solución del producto, resultado de la actividad de diseñar.”*

En este en particular se concuerda con A. Branzi<sup>30</sup>, destacado diseñador y teórico, cuando expone que: *“El diseño no reside en los productos acabados, sino en el acto de hacerlos. No en el resultado, sino en el proceso”.*

Para la tesis la visión más integradora de la definición de Diseño, además de ser la más acorde con la realidad de nuestra sociedad hoy en día, y de los conceptos y preceptos manejados por las prácticas profesionales en Cuba, es la de Sergio L. Peña, en su tesis de maestría, acerca del perfil profesional del diseñador, en la que concluye: *“Diseño es una actividad que tiene como objetivo la concepción de los productos para que estos cumplan eficientemente su finalidad útil y puedan ser producidos, garantizando su circulación y consumo. Se entiende por concepción, la creación y determinación de las propiedades multifacéticas (...) Resolver las relaciones funcionales y de significado, organizando el uso y las características formales y estructurales de la solución”.*

---

<sup>29</sup> Peña Martínez, S. M. (2007). *Propuesta de Currículo para la formación de diseñadores*. Tesis de maestría. La Habana: ISDi.

<sup>30</sup> En Pérez, M. M., & Peña, M. (2015). DISEÑO. *El Objeto de la profesión*. A3manos, N°2, la revista cubana del diseño.

## CAPÍTULO I. CONTEXTO DISCIPLINAR Y DEFINICIONES TEÓRICAS

---

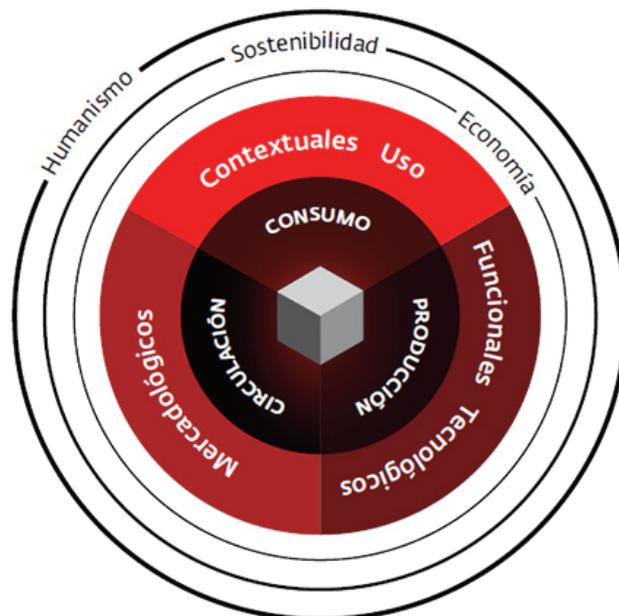
La solución de un problema de diseño no se puede obtener estudiando de manera aislada un producto, un diseñador o un factor implicado en el proceso de diseño, porque los problemas profesionales que afronta el diseño demandan para su solución del dominio y la interacción con muchas áreas del conocimiento, que tienen un accionar doble.

En una dirección determinan la posible solución y, en la otra, los resultados que impactan sobre ella. El diseñador deberá entonces dominar esos contenidos esenciales en cada grupo de factores que condicionan, limitan, facilitan, restringen y favorecen la actividad de Diseño.

Como define Peña en su tesis *“Los Factores de Diseño estarán estrechamente vinculados a un área, o se encontrarán en las fronteras entre ellas. En el caso de Producción, encontramos Factores Funcionales que condicionan otros Factores Tecnológicos. Sin embargo, estos mismos Factores Funcionales, son condicionados por Factores de Uso y Contextuales, en el área Consumo. Finalmente, en Circulación, los Factores Mercadológicos, estarán como resultado de los Factores Contextuales y de las derivaciones legales de los mismos.*

### *Estructura interna del Diseño*

**‘Factores contextuales:** Entorno físico y psíquico donde ocurre el proceso de satisfacción de necesidades (consumo). El contexto condiciona, participa, incide, media y modifica las relaciones de uso hombre-producto’.



El Factor Contexto es aquel que estudia las relaciones del entorno psíquico y físico del usuario y la solución. En él, se incluyen los elementos correspondientes a las características sociales, las condiciones ambientales y las relaciones espaciales.

Las características sociales abarcan tanto el sistema social (clases, grupos y legislaciones) como la cultura del usuario (tradiciones, herencia material, hábitos, costumbres y sistema de códigos). Estos elementos pueden tener repercusiones sobre la aceptación del producto por un determinado sector social, o sobre el pensamiento del propio diseñador durante el proceso creativo.

Las condiciones ambientales engloban a su vez varios elementos vinculados a la geología (topografía, posición, altura, presión y radiación solar), así como a las condiciones biológicas, climáticas (temperatura, humedad, fenómenos, meteorológicas), de iluminación (natural o artificial) y acústica (ruido y ambiente sonoro). También se incluyen en esta categoría los materiales (tipologías y materiales) y los recursos formales (cualidades formales y semánticas).

Por último, las relaciones espaciales están asociadas a la convivencia funcional (relaciones funcionales, dinámica del entorno y circulación) y a la distribución (ubicación, orientación y referencias). Estos parámetros deben considerarse, por ejemplo, en el caso de los espacios interiores, donde coinciden disímiles elementos arquitectónicos con el mobiliario, los objetos decorativos y la iluminación, necesitando entonces de una planificación de la distribución de estos objetos, previendo también las distintas circulaciones posibles para los usuarios.

***Factores de uso:** Relacionado con el uso del producto, el acto de apropiación, la utilización e interacción del hombre con el mensaje-producto para satisfacer sus necesidades’.*

El Factor Uso está establecido por la relación existente entre el usuario y la solución. En este se incluyen las características del usuario, así como las condiciones de uso.

Las características del sujeto en cuestión. Algunos parámetros, como la edad y el género, pueden condicionar el resultado del proceso de diseño. Siguiendo esa idea, también se consideran las particularidades cognitivas (psicológicas, socioculturales, etc.) y físicas (anatómicas, fisiológicas y antropométricas) que presentan los posibles usuarios. En dependencia de los elementos detectados, el producto puede necesitar de algunas consideraciones específicas durante su etapa de desarrollo (diseño para personas discapacitadas, para ancianos, para niños, etc.).

Por último, están las condiciones de uso, para las cuales se estudia el modo de uso (cómo se utiliza el producto, qué acciones se realizan para interactuar con él), la secuencia (en qué orden se llevan a cabo dichas acciones), la intensidad (el esfuerzo a realizar), la frecuencia (cantidad de veces que se repite) y la estructura. Estas observaciones son necesarias para definir las posibles maneras en que el usuario se relaciona con la solución de diseño.

**‘Factores funcionales:** *Relacionados con la finalidad útil, para lo que sirve el producto, su cometido, servicio que presta, acciones que desarrollan para contribuir a la satisfacción de las necesidades humanas. Funciones básicas, secundarias, agregadas’.*

El Factor Función, describe la relación existente entre la finalidad del producto y la solución propuesta. En este, se incluyen los elementos correspondientes a las características funcionales del producto, así como los recursos funcionales utilizados para cumplir con esas condiciones.

Siguiendo esa idea, se conoce que las características funcionales responden a un profundo análisis, que tiene en cuenta varios elementos como la finalidad útil (para qué sirve), la estructura funcional, las relaciones funcionales y las normas establecidas (parámetros de obligatorio cumplimiento). Partiendo de estos elementos, se definen entonces las funciones básicas, secundarias, complementarias y agregadas de cada producto.

En segundo lugar, se analizan los recursos funcionales que se utilizan para lograr que el producto cumpla con los objetivos propuestos. Dichos recursos abarcan los portadores funcionales que definen la estructura, la interfaz y los componentes de la solución.

Los portadores pueden ser de forma física, visual (recursos básicos y básicos de relación), táctil (forma, materiales, rugosidad, etc.), sonora, olfativa y gustativa. A partir de las acciones de uso definidas (correspondientes al análisis del Factor Uso) y de los portadores identificados, se realiza entonces una matriz funcional que los relaciona.

**‘Factores tecnológicos:** *Relacionados con la fabricación, elaboración, materialización del producto. Conjunto de procesos, organización de la producción, procesos productivos, métodos de fabricación, disponibilidad tecnológica, recursos humanos y materiales’.*

El Factor Tecnológico es el que describe la relación existente entre el proceso de producción y la solución final, a la vez que comprende las características productivas y los recursos empleados para realizar el producto. En él, se tienen en cuenta tres elementos esenciales: la fabricación, la organización de los procesos productivos, y la disponibilidad tecnológica y material.

***Factores mercadológicos:** Relacionado con el mercado, sus leyes, soportes y logística, la distribución, almacenamiento y transportación de los productos”.*

El Factor Mercadológico es aquel que incluye las relaciones del proceso de circulación con la solución, así como el ambiente social que condiciona el intercambio de bienes y servicios. Este abarca también las características del mercado y la logística de circulación. Las características del mercado se analizan de acuerdo a la competencia (precios, prestaciones, características funcionales), las tendencias (contextuales, de uso, funcionales, tecnológicas y de mercado) así como las legislaciones.

La Historia del Diseño también tiene un valor teórico, cultural y proyectual, que es considerablemente más importante que la visión espiritual que existe de la misma. Por lo que el contenido de sus narraciones debe legitimar el Diseño como profesión, y reforzar el nivel de pertenencia de todos los factores implicados en el proceso de diseño.

Este proyecto de investigación se propone, a partir de la conceptualización de los Factores de diseño precisados por Peña, definir las categorías a través de la técnica de análisis de contenido para determinar la ausencia o presencia de estos en los textos seleccionados.

# CAPÍTULO II

## ANÁLISIS DE LAS NARRACIONES Y LOS ICONOS

---

2.1.- Las narraciones de Historia del Diseño que ponderan la caracterización desde el producto icónico

2.1.1- El producto icono

2.2. - El análisis de contenido

2.2.2.- Análisis de la Silla de tubo de acero B3, conocida como Wassily desde los textos seleccionados

2.2.3.- Análisis de las categorías en los productos seleccionados

2.2.4.- Resultado del análisis de documentos

2.3- Análisis de los Factores en el producto Silla B3

2.3.1- Contexto donde se desarrolló el producto Silla B3

2.3.2- Análisis del Factor Uso en el producto Silla B3

2.3.3- Análisis del Factor Función en el producto Silla B3

2.3.4- Análisis del Factor Tecnológico en el producto Silla B3

2.3.5- Análisis del Factor Mercadológico en el producto Silla B3

### 2.1.- Las narraciones de Historia del Diseño que ponderan la caracterización desde el producto icónico.

Las narraciones que parten de la iconicidad de los productos tienen una preferencia por los objetos extraordinarios, caracterizándose por otorgar excelencia e instaurar lo escaso como legitimador del valor, donde la historia desaparece o se convierte en transparencia. Estas narraciones se sumergen con facilidad en lo descriptivo o anecdótico y ofrecen sólo un conjunto de materiales más o menos selectos y ordenados.

Según Roland<sup>31</sup>: *“El mito priva totalmente de historia al objeto del que habla. En él, la historia se evapora; es una suerte de criada ideal: prepara, trae, dispone, el amo llega y ella desaparece silenciosamente; sólo hay que gozar sin preguntarse de dónde viene ese bello objeto. O mejor: no puede venir más que de la eternidad; (...) Nada es producido, nada es elegido: sólo tenemos que poseer esos objetos nuevos de los que se ha hecho desaparecer cualquier huella de origen o de elección.”*

En su nueva condición de iconos, los productos pierden su función original y el contexto que los produjo carece de importancia. Estos trascienden con un enfoque platónico de la condición de ser modernos, donde los diseñadores y productos quedan expuestos como elementos de culto a imitar.

En este tipo de publicaciones, como cita el reverso de portada de *Iconos del diseño del siglo xx*, los productos se muestran como auténticos objetos extraordinarios, *“Los fascinantes objetos que ilustran este volumen incluyendo tanto muebles como electrodomésticos, automóviles o juguetes, así como muchos otros diseños han terminado trascendiendo su mera utilidad cotidiana para adquirir el estatus de diseño”*. El texto pone en juego distintas funciones, la más importante de las cuales es la valorativa, que se manifiesta especialmente cuando caracteriza los objetos como fascinantes y define esta cualidad como un estatus de diseño. Puede observarse como la argumentación traslada al lector directamente al disfrute del estereotipo y lo aleja del contexto social que dio nacimiento al producto.

Cada uno de los productos se presenta con imágenes de gran factura, así como una breve biografía de sus diseñadores y otros datos de interés. Este tipo de publicaciones confecciona un mensaje comprensible y anecdótico, para provocar efectos de disfrute estético convenciendo al consumidor de haber realizado un encuentro

---

<sup>31</sup> Barthes, R. (1999). La imagen denotada. siglo XXI editores, S. A. de C. V. Página 146.

con la historia cultural, de forma tal que no se plantee otras inquietudes. Colocando el criterio estilístico por encima de un análisis crítico que demuestre la complejidad del proceso de diseño, el producto pierde su pertenencia social y se convierte en una alusión de un buen diseño.

En *Iconos de la moda del siglo xx* como cita su presentación, “Desde la alta costura hasta el prêt-à-porter,(...) nos muestra el genio de los grandes creadores del siglo xx, y con ellos su particular estilo y sus creaciones”, el mensaje que se trasmite de diseñador competente queda idealizado a excelencia individual.

Estas narraciones toman como iniciativa la decodificación parcial de la información, desarrollando mensajes más sencillos que tienen una intención excitante para conducir las sensaciones de los lectores. En palabras de Eco<sup>32</sup>: “Un estilema, que anteriormente había pertenecido a un mensaje de prestigio, alcanza el éxito entre un público deseoso de experiencias cualificadas (...) Intentará construir un nuevo mensaje (por lo general tendente a la provocación de efectos), en el cual el estilema se inserta, y ennoblece el nuevo contexto (...) donde la referencia culta emerge provocativamente (...) y domina el contexto demasiado débil para soportarla.”

Una forma de desestimar el valor de la historia es colocarle adjetivos como árido, registro de política, entre otros, como se observa en la cita de la presentación del libro *100 Diseños/100 años. Diseños innovares del siglo xx*: “La historia puede ser más que un árido registro de política, economía y sociología. Puede,(...) hablarnos de nosotros mismos y quienes hemos sido a través de un panorama de objetos fascinantes, provocativos, divertidos o puramente utilitarios...”

Estos mensajes buscan introducir equivalentes icónicos de situaciones intelectuales y emotivas, para establecer una unidad entre imágenes y aspiraciones, como símbolo de estatus.

En la presentación de *1000 sillas* de la TASCHEN, se aprecia cómo se describe totalitariamente un producto por su condición estética: “El éxito de una silla determinada depende siempre de la calidad y del tipo de conexiones que el diseñador es capaz de crear en respuesta a una necesidad específica. En el aspecto funcional, a través de su forma y sus materiales, una silla crea conexiones físicas y psicológicas con el individuo que la usa. Al mismo tiempo es capaz de encarnar significados y valores que conectan con los usuarios en los terrenos intelectual, emocional,

---

<sup>32</sup> Eco, U. (2009). Apocalípticos e integrados. Fábula Tusquets. Página 122.

*estético, cultural e incluso espiritual. De todos los muebles, las sillas son el mejor medio para reforzar el ego y demostrar el 'gusto' propio".*

Estas publicaciones consideran iconos a los productos industriales que trascienden en el tiempo por su condición de prestigio, definida por su estética y lo que simboliza. Por ejemplo, los productos de la Bauhaus son muestras de la modernidad. El término sin atender críticamente al contexto queda excluido a un superficial vanguardismo del gusto y el sello de la modernidad y novedad con que se presentan los objetos alcanza su apoteosis en la parcela de la moda: moderno, nuevo, actual, al día.

### 2.1.1- El producto icono

El producto en estas narraciones es tratado como un signo, y según Barthes<sup>33</sup> *"(...) los signos (las imágenes de: fotos, dibujos, planos técnicos, etc.) contienen un doble carácter en su mensaje, el mensaje denotativo y el mensaje connotativo"*. (Conceptos definidos en el capítulo I)

Estos productos son elegidos como signos, y funcionan sólo por su formalidad aislada como estilo; por lo que en el mensaje que se recibe opera la connotación sobre la denotación, se llega a utilizar un producto más por su valor estético que por el servicio que ofrece.

Esta investigación plantea el análisis de los diez iconos del diseño que lista a continuación porque figuran en las cuatro bibliografías seleccionadas para, en consecuencia y frente a cada icono analizar su caracterización y determinar hacia donde apunta su contenido. A través de la Silla de tubo de acero B3, conocida como la Wassily, se indica cómo fue hecho el análisis y los otros productos se notificarán desde los resultados obtenidos.

Los iconos seleccionados fueron:

- La Silla de tubo de acero B3 o Wassily de Marcel Breuer, 1925-26.
- Lámpara de mesa MT8 de Wilhelm Wagenfeld, 1923-24.
- Silla Barcelona de Mies van der Rohe, 1929.

---

<sup>33</sup> Barthes, R. (1999). La imagen denotada. siglo XXI editores, S. A. de C. V. Página 146.

- Tumbona Modelo B306 de Le Corbusier, Pierre Jeanneret y Charlotte Perriand, 1928.
- Silla Panton de Verner Panton, 1959-60.
- Phonosuper de Hans Gugelot y Dieters Rams, 1956.
- Silla Ant (Hormiga) de Arne Jacobsen, 1951-52.
- Jarrón Savoy de Alvar Aalto, 1936.
- Silla LCW de Charles Eames y Ray Eames, 1945.
- Máquina de afeitar SIXTANT BRAUN de Hans Gugelot con Gerd Alfred Müller, 1961.

### 2.2.- El análisis de contenido

En el campo de la observación de los documentos escritos, existen varios tipos de análisis: de texto, del discurso, de contenido o ideológico.

La presente investigación selecciona el de contenido, por considerarlo el más demostrativo de acuerdo con los propósitos perseguidos. El análisis de contenido es una técnica basada en el análisis y la interpretación de las narraciones para identificar su contenido explícito e implícito.

Una de las primeras definiciones del análisis de contenido planteada por Berenson<sup>34</sup> lo conceptualiza como “(...) *una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido referido manifiesto de la comunicación*”.

Para Roberto Hernández<sup>35</sup> “(...) *es una técnica muy útil para analizar los procesos de comunicación en muy diversos contextos. El análisis de contenido puede ser aplicado virtualmente a cualquier forma de comunicación*”.

---

<sup>34</sup> Berelson B. Content analysis in communication research. New York: Free Press; 1952. En Oliver, J. G. (Manuscrito recibido el 5-9-2006 y aceptado el 19-2-2007). *El análisis de contenidos: ¿qué nos están diciendo?* Barcelona, España: Unidad de Medicina Preventiva y Salud Pública. Universitat Rovira i Virgili. Agència de Salut Pública de Barcelona.

<sup>35</sup>Hernández, Roberto et al. Metodología de la investigación. Mc Graw Hill, segunda edición. México DF, 1998. En Chaves, F. F. (junio 2002). *El análisis de contenido como ayuda metodológica para la investigación*. Revista de Ciencias Sociales, vol II, N°96.<http://www.redalyc.org/articulo.oa>

## CAPÍTULO II. ANÁLISIS DE LAS NARRACIONES Y LOS ICONOS

---

Kerlinger<sup>36</sup> lo considera sobre todo como “(...) *un método de observación y medición*”.

Y Díaz y Navarro<sup>37</sup> lo definen como “(...) *conjunto de procedimientos que tienen como objetivo desestabilizar la inteligibilidad inmediata de la superficie textual, mostrando sus aspectos no directamente intuitivos y, sin embargo, presentes*”.

Como método de observación y medición, el análisis de contenido incluye necesariamente los siguientes pasos:

- 1- Población
- 2- Muestra
- 3- Unidades de análisis
- 4- Categorías

Atendiendo al problema de investigación y por la concordancia con el tema se selecciona para este estudio como sigue:

La **población**, según Flory Fernández<sup>38</sup>, “(...) *está compuesta por todas y cada una de las unidades documentales escritas, susceptibles de ser estudiadas con el análisis de contenido y de interés para los propósitos de la investigación*”. En el caso de esta investigación la población queda definida por las narraciones de Historia del Diseño.

Las **muestras**, como cita Flory, “(...) *se hacen necesarias, dada la imposibilidad de estudiar toda la población, por posibles limitaciones de intereses, de tiempo y de recursos*”. La selección de la misma se definió por un perfil homogéneo, donde todas poseen como regularidad **la caracterización a partir del producto icónico**, respondiendo al propósito de la investigación de centrar su estudio en las incidencias que esto tiene para las narraciones de Historia del Diseño.

---

<sup>36</sup>Kerlinger, Fred N. Investigación del comportamiento. Mc Graw Hill, tercera edición. México DF, 1988. En Chaves, F. F. (junio 2002). El análisis de contenido como ayuda metodológica para la investigación. Revista de Ciencias Sociales, vol II, N°96. <http://www.redalyc.org/articulo.oa>

<sup>37</sup>Díaz, Capitolina y Navarro, Pablo. *Análisis de contenido*, en: Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales. Segunda reimpresión. Madrid, Editorial Síntesis, SA 1998. Tomado de Chaves, F. F. (junio 2002). *El análisis de contenido como ayuda metodológica para la investigación*. Revista de Ciencias Sociales, vol II, N°96. <http://www.redalyc.org/articulo.oa>

<sup>38</sup> Chaves, F. F. (junio 2002). *El análisis de contenido como ayuda metodológica para la investigación*. Revista de Ciencias Sociales, vol II, N°96. <http://www.redalyc.org/articulo.oa>

Como se ejemplifica en el epígrafe anterior, a través de varias citas seleccionadas, estas narraciones muestran su contenido fundamentado desde la personalidad del creador y la formalidad del producto.

**Muestra seleccionada porque poseen como regularidad la caracterización a partir del producto icónico:**

1- 100 Diseños/100 años. Diseños innovadores del siglo xx, por Mel Byars con Arlette Barré-Despond, edición de MCGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V., 2001.

2- 1000 Sillas, Charlotte & Peter Fiell, edición de la TASCHEN, 1997.

3- El diseño del siglo xx, Charlotte & Peter Fiell, edición de la TASCHEN, 2005.

4- Iconos del diseño del siglo xx, edición Electa, 2006.

Las **unidades de análisis**, según esta autora, “(...) son los segmentos que interesa investigar del contenido de los mensajes escritos, susceptibles posteriormente de ser expresados y desglosados en categorías”.

Para la presente investigación se definen como unidades de análisis los textos que caracterizan los productos icónicos seleccionados. El criterio de selección de los productos estuvo pautado por la presencia de los mismos en las cuatro publicaciones que quedaron definidas como muestra.

Las **categorías** son los niveles donde serán caracterizadas las unidades de análisis. Tal y como menciona Holsti<sup>39</sup>, “(...) son casillas en las cuales se clasifican las unidades de análisis. La selección de las categorías depende del planteamiento del problema”.

En este sentido las categorías están compuestas por las reflexiones hechas a partir de las perspectivas teóricas adoptadas para cada investigación en particular, y se transforman en los distintos niveles donde se expresan y desglosan las unidades de análisis. Estas se conceptualizan con el propósito de decodificar el discurso de los mensajes contenidos en los documentos analizados para detectar posibles contradicciones, ausencias, presencias o intenciones explícitas o implícitas.

---

<sup>39</sup> Holsti OR. Content analysis for the social sciences and humanities. Reading: Addison-Wesley; 1969. En Chaves, F. F. (junio 2002). *El análisis de contenido como ayuda metodológica para la investigación*. Revista de Ciencias Sociales, vol II, N°96. <http://www.redalyc.org/articulo.oa>

Krippendorff<sup>40</sup> señala **cinco tipos de categorías**:

- **De asunto o tópico**: se refiere al tema tratado en el contenido
- **De dirección**: se refiere a cómo está tratado el tema, o sea positiva o negativamente, favorable o desfavorablemente, etc.
- **De valores**: se refiere a qué valores expresa el contenido.
- **De receptores**: se refiere al destinatario de la comunicación.
- **Físicas**: se refiere a categorías para ubicar la posición y duración del contenido.

Esta investigación selecciona la categoría de **asunto o tópico** porque permite el recuento de los temas que quedan definidos por las categorías seleccionadas, para poder dar validez a la hipótesis planteada por esta investigación: las narraciones de Historia del Diseño que ponderan la caracterización desde el producto icónico, minimizan el contenido de los Factores del Diseño.

De esta hipótesis se desprenden **dos categorías**: una que apunta a la caracterización del producto ponderando su iconicidad y otra que apunta a la caracterización atendiendo a los factores del diseño. Para cada una se establecen cinco subcategorías que permiten aplicar con mejor precisión la división del contenido por los temas que representan las dos categorías.

Para esto se establece que:

**Diseño-Icono**: Los temas claves de esta categoría se fundamentan atendiendo a la exaltación y ponderación de los productos a través de los valores estéticos y simbólicos que lo enriquecen.

Connotar estatus (**CE**): Calificativo con el que se presenta el producto para indicar que su consumo muestra poder adquisitivo.

Connotar modernidad (**CM**): Calificativo con el que se presenta el producto para mostrar su actualidad.

Connotar cultura (**CC**): Calificativo con el que se presenta el producto para indicar que su consumo lleva a un conocimiento de la historia cultural (estilos).

---

<sup>40</sup> Krippendorff, K. (1990). Metodología de análisis de contenido. Teoría y Práctica. Barcelona: Paidós.

Connotar la individualidad creativa (**CIC**): Calificativo que presenta al producto desde el prestigio de su creador.

Connotar exclusividad (**CE**): Calificativo que presentan al producto como especial, distinguido.

**Diseño-Factores:** Los temas claves de esta categoría se fundamentan en la identificación de los contenidos a través de la presencia de datos de los Factores del Diseño. La definición de los factores se encuentra en el capítulo II.

Factores contextuales (**FC**)

Factores de uso (**FU**)

Factores funcionales (**FF**)

Factores tecnológicos (**FT**)

Factores mercadológicos (**FM**)

Se desarrolló una **primera tabla de análisis** para **estudiar la presencia o ausencia de las categorías en las unidades de análisis**. La **segunda tabla** de análisis **muestra la categoría más dominante** según los datos obtenidos. Las mismas se podrán apreciar más adelante.

A través de la Silla de tubo de acero B3, conocida como la Wassily, de Marcel Breuer, se mostrará cómo fue hecho el análisis y los otros productos se expondrán desde los resultados.

### **2.1.2.- Análisis de la Silla de tubo de acero B3, conocida como Wassily desde los textos seleccionados**

La Silla de tubo de acero B3, más conocida como Wassily de Marcel Breuer, proyectada en 1925, fue la primera hecha en este material. Producida y puesta a la venta en 1926 por la Standard Möbel de Berlín, se caracteriza por líneas que fluyen construyendo un mobiliario espacial y transparente que al doblarse circunscribe un espacio cúbico. Aprovecha la flexibilidad del tubo de acero con la tensión de la lona para crear un muelle sin necesidad de resorte, que la hace portadora de una búsqueda de la funcionalidad extrema a través de sus partes y materiales.

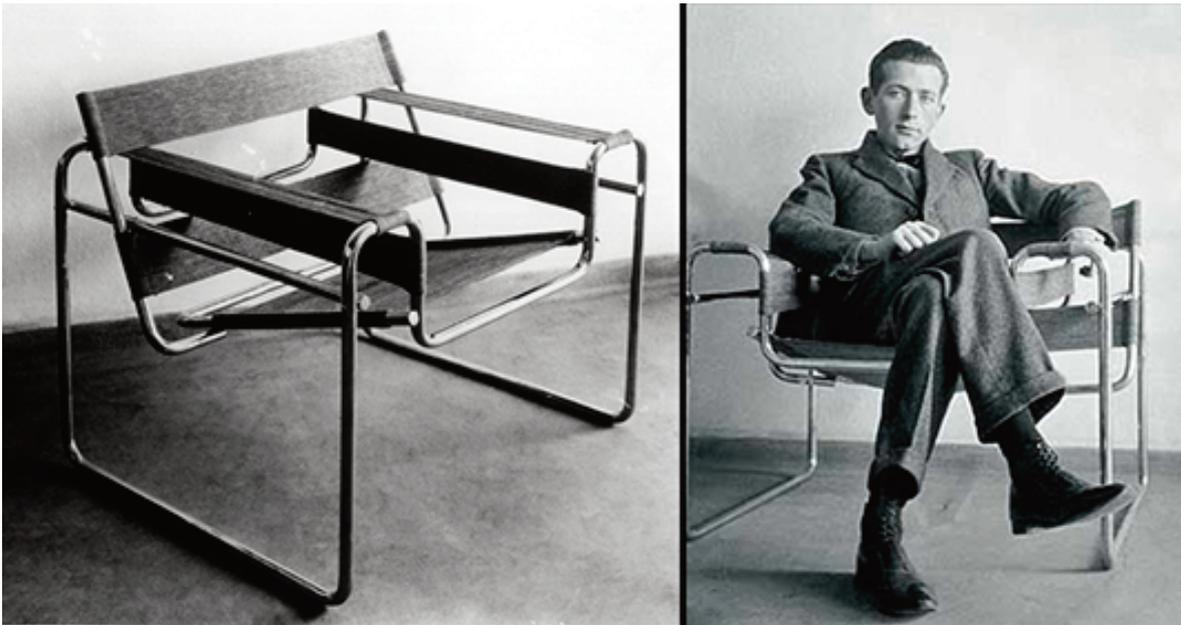


Figura 1: Marce Breuer y su silla de tubo de acero B3, conocida como Wassily

En palabras de Breuer<sup>41</sup> para describir su propuesta:

*“Los muebles de metal son parte de una habitación moderna. Ellos carecen de estilo, pues fuera de su finalidad y de la construcción que a ella conviene, no deben expresar forma deliberada alguna (...) no son recios, monumentales, con apariencia de firmeza, en realidad firmemente contruidos, sino airosos, dibujados, por así decirlo, sobre el mismo espacio de la habitación; no obstaculizan ni el movimiento ni la mirada a través de la pieza respectiva (...) para estos muebles he elegido en especial el material metálico, a fin de conseguir las propiedades de los modernos elementos espaciales”.*

**Contenido que caracteriza la silla a partir de los textos seleccionados:**

100 Diseños/100 años. Diseños innovadores del siglo XX (pág. 62-63)

*“Desde los primeros años de la década de 1920, el húngaro Marcel Breuer (1902-1981) estudió y después enseñó en la escuela de arquitectura, diseño y arte Bauhaus, donde empezó a trabajar en muebles de acero tubular. Antes de desarrollar su ahora casi ubicua silla en voladizo ‘B 32’, en madera, junco y acero tubular, creó*

---

<sup>41</sup> Marcel Breuer, "Das neue Frankfurt", enero de 1928, catálogo de la Bauhaus, en Salinas, Ó. (2012). *Historia del diseño industrial*. México: Trillas. Página 104.

*una abstracción del sillón intensamente acojinado que se usaba en los exclusivos clubes ingleses para hombres; al principio se le llamó la 'Club'. Pronto se le empezó a conocer como la silla 'Wassily', nombrada de este modo en honor del artista ruso Wassily Kandinsky, amigo de Breuer, pero que es probable no haya sido diseñada en específico para él, que residía en la Bauhaus en esa época. Un plomero ayudó a Breuer a soldar las piezas del primer modelo, hecho de tubos metálicos adquiridos de la Mannesmann, la enorme fábrica alemana de acero que inventó la tubería extruida sin costura de acero. Al principio, las bandas de la 'Wassily' se hicieron de fina tela de crin, la cual, para la producción en serie, se reemplazó por Eisengarn o Ironcloth, una resistente tela cruzada que se usaba para cinturones militares. En la actualidad, varias empresas fabrican la silla, con diversos niveles de calidad, con bandas de lona de algodón o de piel. Revisada varias veces, el modelo que se fabrica actualmente, incluyendo el ejemplo que se muestra, es una versión de finales de 1927 o principios de 1928.*

### **Análisis desde las categorías:**

#### **Diseño-Icono:**

- *“Desde los primeros años de la década de 1920, el húngaro Marcel Breuer (1902-1981) estudió y después enseñó en la escuela de arquitectura, diseño y arte Bauhaus, donde empezó a trabajar en muebles de acero tubular. Antes de desarrollar su ahora casi ubicua silla en voladizo B 32” , (individualidad creativa).*

- *“(…) creó una abstracción del sillón intensamente acojinado que se usaba en los exclusivos clubes ingleses para hombres; al principio se le llamó la 'Club'. Pronto se le empezó a conocer como la silla 'Wassily', nombrada de este modo en honor del artista ruso Wassily Kandinsky, amigo de Breuer, pero que es probable no haya sido diseñada en específico para él, que residía en la Bauhaus en esa época” , (ponderación cultural, comparación de la forma del objeto con culto hacia el estilo de exclusivos clubes ingleses y personalidad de Wassily Kandinsky).*

- *“Revisada varias veces, el modelo que se fabrica actualmente, incluyendo el ejemplo que se muestra, es una versión de finales de 1927 o principios de 1928” , (ponderación a la autenticidad, haciendo alusión a la versión que identifica al estilo Bauhaus por su fecha).*

### Diseño-Factores:

- *“Un plomero ayudó a Breuer a soldar las piezas del primer modelo, hecho de tubos metálicos adquiridos de la Mannesmann, la enorme fábrica alemana de acero que inventó la tubería extruida sin costura de acero. Al principio, las bandas de la ‘Wassily’ se hicieron de fina tela de crin, la cual, para la producción en serie, se reemplazó por Eisengarn o Ironcloth, una resistente tela cruzada que se usaba para cinturones militares”,* (breve alusión del proceso tecnológico y de los materiales empleados).

En la información que se recibe del texto solo se hace referencia desde el contexto a los años de estudio del autor de la silla, sin manifestar ningún tipo de estudio de la relación del producto con respecto a su entorno. Tampoco manifiestan datos que muestren las características del usuario, ni la relación del mismo con el uso atendiendo a la frecuencia e intensidad que necesita para interactuar con él. Sus dimensiones con respecto al usuario y la disposición de sus componentes quedan ausentes de este texto.

El Factor Función que incluye los elementos correspondientes a las características funcionales del producto, así como los recursos funcionales utilizados para cumplir con esas condiciones, tampoco queda esclarecido en el contenido. En cuanto a las características tecnológicas se hace una pequeña referencia sobre la tecnología empleada y los materiales. Y sobre su mercantilización se cita que se comercializa actualmente por varias empresas con diversos niveles de calidad.

La comparación que hace de la B3 con un mobiliario exclusivo de los clubes ingleses es una recreación anecdótica con calificativos de exclusividad, que no explica realmente el origen de la silla. Además expone probablemente el dato más publicitado de la silla que es su relación con el pintor ruso Wassily Kandinsky, transfiriendo al producto el culto hacia la personalidad del artista.

El texto se caracteriza por una simple exposición del producto atendiendo a su formalidad simbólicamente. El contenido queda reducido a un valor presentador de lo auténtico en este producto *“(...) creó una abstracción del sillón intensamente acojinado que se usaba en los exclusivos clubes ingleses para hombres; al principio se le llamó la ‘Club’. Pronto se le empezó a conocer como la silla ‘Wassily’, nombrada de este modo en honor del artista ruso Wassily Kandinsky”.*

1000 Sillas, Charlotte & Peter Fiell (pág. 105)

### **Diseño-Icono:**

- *“Diseñado para el apartamento de Kandinsky, en la Bauhaus de Dessau, el modelo B3 modificó profundamente el vocabulario de las sillas modernas. Era especialmente revolucionario por su tubo de acero y su método de fabricación”.*

### **Diseño-Factores:**

- *“Estructura de acero niquelado (posteriormente cromado) y doblado, asiento y respaldos de tela, lona o cuero”.*

Como primer dato y el único referido a su contexto histórico una vez más se expone su relación con el pintor ruso Wassily Kandinsky, transfiriendo al producto el culto hacia la personalidad del artista. Se señala la estética de la modernidad, como sello de novedad, pero no se explica realmente el producto dentro del contexto, lo que implicaría un análisis de todos los factores que determinaron su proceso.

Brevísimo texto que describe los materiales, sin dar a conocer los factores de uso, función, tecnología y contexto, que estuvieron implicados en el proceso de diseño de la silla.

El diseño del siglo XX, Charlotte & Peter Fiell (pág. 134 - 139)

### **Diseño-Icono:**

- *“En 1920, Marcel Lajos Breuer obtuvo una beca para estudiar en la Akademie(...) se desarrolla una pequeña reseña bibliográfica del autor (...) y continua con la descripción del mobiliario: diseñó una serie de mobiliarios de metal tubular en el que se incluían sillas, mesas, taburetes y armarios, fabricados y distribuidos por la Standard Model de Berlín. El metal tubular ofrecía grandes beneficios -precio asequible, higiene y una elasticidad intrínseca que proporcionaba confort sin necesidad de muelles- y Breuer consideraba sus diseños un equipamiento esencial para la vida moderna.*

- *“Su silla B3 o Wassily fue diseñada originalmente para Wassily Kandinsky. Breuer no solo creaba muebles estandarizados; en 1926 también diseñó una pequeña casa estandarizada de metal y un año más tarde su casa Bambos. Aquel mismo año realizó un gráfico sobre la evolución de la silla, que concluía con su ideal*

*etéreo de sentarse ‘sobre mullidas columnas de aire’(...)*” y continua la narración con más detalles biográficos del autor y una enumeración de algunos de sus diseños.

Una vez más se expone su relación con el pintor ruso Wassily Kandinsky, transfiriendo al producto el culto hacia la personalidad del artista. Se señala la estética de la modernidad con la frase: un equipamiento esencial para la vida moderna, recurriendo al término desde una interpretación de mito a lo moderno, nuevo, actual, al día.

Desde el contexto nuevamente solo se citan algunos datos de referencia bibliográfica del autor de la silla, pero ninguno que exponga la relación del usuario con el producto. Tampoco manifiesta datos que muestren las características del usuario, ni la relación del mismo con el uso atendiendo a la frecuencia e intensidad que necesita para interactuar con él.

### **Diseño-Factores:**

Las características funcionales del producto, así como los recursos funcionales utilizados para cumplir con esas condiciones, tampoco quedan esclarecidos en el contenido. Desde la tecnología se describen los materiales, y se mencionan sin argumentación las relaciones que se pueden establecer entre el material tubo de acero y sus cualidades precio, higiene y elasticidad, sin hacer un estudio en el producto sobre los factores de uso y función. Se expone que en su época fue fabricado y distribuido por la Standard Model de Berlín.

Iconos del diseño del siglo xx (pág. 38-39)

### **Diseño-Icono:**

Inicia con una breve reseña bibliográfica de Marcel Breuer, donde define el mobiliario creado por él a partir de 1922 al 25 como “(...)objetos únicos casi todos, son hoy carísimas piezas de colección muy buscadas”.

En cuanto a la B3 señala, *“Con la primera silla de acero tubular -bautizada posteriormente en honor del pintor ruso Wassily Kandinsky- Breuer dio un paso de gigante en el diseño de productos industriales. Incorporó los principios de diseño de De Stijl, que le fascinaban, a nuevos materiales y formas de construcción: desde construcciones a base de tornapuntas y paneles de madera hasta el acero tubular o zonas cubiertas por tejido tensado por un marco. Se cuenta que a Breuer le llegó*

## CAPÍTULO II. ANÁLISIS DE LAS NARRACIONES Y LOS ICONOS

---

*la inspiración de utilizar acero curvado en el diseño de mobiliario mientras montaba su bicicleta y se fijaba en el manillar”.*

En primer orden se puede señalar como un esteticismo de producto icónico la frase *objetos únicos casi todos*, y alcanza su apoteosis en la parcela de la moda con la expresión *son hoy carísimas piezas de colección muy buscadas*. Una vez más se expone su relación con el pintor ruso Wassily Kandinsky, transfiriendo al producto el culto hacia la personalidad del artista. Se hace referencia a la creatividad y la sensibilidad estética de su creador sin entrar en el contexto, igualándolo al adjetivo gigante. Se señalan datos históricos como la influencia de De Stijl, pero sin argumentar. Y apelando a la nostalgia se menciona la fuente de inspiración en el manillar de la bicicleta, como otro de los datos más publicitados de este producto.

### Diseño-Factores:

Texto que menciona los materiales, y las técnicas de elaboración “(...) *nuevos materiales y formas de construcción: desde construcciones a base de tornapuntas y paneles de madera hasta el acero tubular o zonas cubiertas por tejido tensado por un marco*”, sin hacer un estudio en el contexto histórico del producto sobre los factores de uso, función y tecnología que estuvieron implicados en el proceso de diseño de la silla.

Tabla donde se resume el comportamiento de las categorías según sus subcategorías para la Silla B3 o Wassily de Marcel Breuer.

### Diseño-Icono

La Silla B3 o Wassily	CE	CM	CC	CIC	CE
B-1	no	no	sí	sí	sí
B-2	no	sí	no	no	sí
B-3	sí	sí	sí	sí	sí
B-4	sí	sí	sí	sí	sí

### Diseño-Factores

La Silla B3 o Wassily	FC	FU	FF	FT	FM
B-1	sí*	no	no	sí*	sí*
B-2	sí*	no	no	sí*	no
B-3	sí*	no	sí*	sí*	no
B-4	sí*	no	no	sí*	no

## CAPÍTULO II. ANÁLISIS DE LAS NARRACIONES Y LOS ICONOS

---

Leyenda:

Bibliografía: **B**

**B-1** 100 Diseños/100 años. Diseños innovadores del siglo xx.

**B-2** 1000 Sillas.

**B-3** El diseño del siglo xx.

**B-4** Iconos del diseño del siglo xx.

**Categorías:**

Diseño-Icono (**DI**)

Connotar estatus (**CE**)

Connotar modernidad (**CM**)

Connotar cultura (**CC**)

Connotar la individualidad creativa (**CIC**)

Connotar exclusividad (**CE**)

Diseño-Factores(**DF**)

Factores contextuales (**FC**)

Factores de uso (**FU**)

Factores funcionales (**FF**)

Factores tecnológicos (**FT**)

Factores mercadológicos (**FM**)

En su evaluación se utiliza la nomenclatura de **sí** y **no** para expresar la presencia y ausencia de la categoría a través de sus subcategorías y (-) para cuando la bibliografía no contiene el producto analizado. El **sí\*** representa que esa subcategorías aparece de forma escueta.

De las 40 casillas que responden a las diferentes subcategorías correspondientes al producto en cada bibliografía, el 37,5% representa información que no aparece tanto en una como en otra categoría. Otro 37,5% representa la información relacionada con la categoría DI y el 25% restante representa la información relacionada con el DF, la cual incluso aparece generalmente de manera lacónica.

2.1.3.- Análisis de las categorías en los productos seleccionados



Lámpara de mesa MT8 de Wilhelm Wagenfeld, 1923-24

Diseño-Icono	CE	CM	CC	CIC	CE
B-1	sí*	sí	sí	sí	sí
B-2	-	-	-	-	-
B-3	no	no	no	sí	sí
B-4	no	sí	sí	sí*	sí

Diseño-Factores	FC	FU	FF	FT	FM
B-1	sí*	no	no	sí*	sí*
B-2	-	-	-	-	-
B-3	sí*	no	no	no	no
B-4	sí*	no	no	sí*	sí*

P/T=X/100%	Casillas (no)	Casillas (sí) <b>DI</b>	Casillas (sí) <b>DF</b>
	12/30=X/100	11/30=X/100	7/30=X/100
Resultados	X=40%	X=36,7%	X=23,3%

## CAPÍTULO II. ANÁLISIS DE LAS NARRACIONES Y LOS ICONOS



Silla Barcelona de Mies van der Rohe, 1929

Diseño-Icono	CE	CM	CC	CIC	CE
B-1	sí	sí*	sí	sí	sí
B-2	sí*	sí*	sí*	sí*	sí*
B-3	sí*	no	no	sí	sí
B-4	-	-	-	-	-

Diseño-Factores	FC	FU	FF	FT	FM
B-1	sí*	no	no	sí*	no
B-2	sí*	no	no	sí*	no
B-3	sí*	no	no	no	no
B-4	-	-	-	-	-

P/T=X/100%	Casillas (no)	Casillas (sí) DI	Casillas (sí) DF
	12/30=X/100	13/30=X/100	5/30=X/100
Resultados	X=40%	X=43,3%	X=16,7%

## CAPÍTULO II. ANÁLISIS DE LAS NARRACIONES Y LOS ICONOS



**Tumbona Modelo B306 de Le Corbusier, Pierre Jeanneret y Charlotte Perriand, 1928**

Diseño-Icono	CE	CM	CC	CIC	CE
B-1	sí	sí	sí	sí	sí
B-2	no	sí*	no	no	sí*
B-3	no	sí*	sí*	sí	sí*
B-4	sí	sí	sí	sí	sí

Diseño-Factores	FC	FU	FF	FT	FM
B-1	sí*	no	no	sí*	sí*
B-2	no	no	no	sí*	no
B-3	sí*	no	no	sí*	no
B-4	sí*	no	sí*	sí*	sí*

P/T=X/100%	Casillas (no)	Casillas (sí) DI	Casillas (sí) DF
	14/40=X/100	16/40=X/100	10/40=X/100
Resultados	X=35%	X=40%	X=25%



Silla Panton de Verner Panton, 1959-60

Diseño-Icono	CE	CM	CC	CIC	CE
<b>B-1</b>	sí	sí	sí	sí	sí
<b>B-2</b>	no	sí*	no	sí*	sí*
<b>B-3</b>	sí*	sí*	no	sí	sí*
<b>B-4</b>	sí	sí	sí	sí	sí

Diseño-Factores	FC	FU	FF	FT	FM
<b>B-1</b>	sí*	no	no	sí*	sí*
<b>B-2</b>	no	no	no	sí*	no
<b>B-3</b>	sí*	no	no	sí*	no
<b>B-4</b>	sí*	no	no	sí*	no

<b>P/T=X/100%</b>	Casillas (no)	Casillas (sí) <b>DI</b>	Casillas (sí) <b>DF</b>
	15/40=X/100	17/40=X/100	8/40=X/100
<b>Resultados</b>	X=37,5%	X=42,5%	X=20%

## CAPÍTULO II. ANÁLISIS DE LAS NARRACIONES Y LOS ICONOS



Phonosuper de Hans Gugelot y DietersRams, 1956

Diseño-Icono	CE	CM	CC	CIC	CE
B-1	sí	sí	sí	sí	sí
B-2	-	-	-	-	-
B-3	no	sí*	no	sí	sí
B-4	no	sí	sí	sí	sí

Diseño-Factores	FC	FU	FF	FT	FM
B-1	sí*	no	no	sí*	sí*
B-2	-	-	-	-	-
B-3	sí*	no	no	sí*	no
B-4	sí*	sí*	sí*	sí*	sí*

P/T=X/100%	Casillas (no)	Casillas (sí) DI	Casillas (sí) DF
	8/30=X/100	12/30=X/100	10/30=X/100
Resultados	X=26,7%	X=40%	X=33,3%

## CAPÍTULO II. ANÁLISIS DE LAS NARRACIONES Y LOS ICONOS



Silla Ant (Hormiga) de Arne Jacobsen, 1951-52

Diseño-Icono	CE	CM	CC	CIC	CE
<b>B-1</b>	-	-	-	-	-
<b>B-2</b>	no	sí	no	no	sí
<b>B-3</b>	no	sí*	no	sí	sí*
<b>B-4</b>	no	sí	sí	sí	sí

Diseño-Factores	FC	FU	FF	FT	FM
<b>B-1</b>	-	-	-	-	-
<b>B-2</b>	no	no	no	sí*	sí*
<b>B-3</b>	sí*	no	no	sí*	no
<b>B-4</b>	sí*	sí*	sí*	sí*	sí*

<b>P/T=X/100%</b>	Casillas (no)	Casillas (sí) <b>DI</b>	Casillas (sí) <b>DF</b>
	12/30=X/100	9/30=X/100	9/30=X/100
<b>Resultados</b>	X=40%	X=30%	X=30%

## CAPÍTULO II. ANÁLISIS DE LAS NARRACIONES Y LOS ICONOS



Jarrón Savoy de Alvar Aalto, 1936

Diseño-Icono	CE	CM	CC	CIC	CE
B-1	sí	sí	sí	sí	sí
B-2	-	-	-	-	-
B-3	sí*	no	no	sí	sí
B-4	sí	sí	sí	sí	sí

Diseño-Factores	FC	FU	FF	FT	FM
B-1	sí*	no	no	sí*	no
B-2	-	-	-	-	-
B-3	sí*	no	no	no	no
B-4	sí*	no	no	sí*	no

P/T=X/100%	Casillas (no)	Casillas (sí) <b>DI</b>	Casillas (sí) <b>DF</b>
	12/30=X/100	13/30=X/100	5/30=X/100
Resultados	X=40%	X=43,3%	X=16,7%

## CAPÍTULO II. ANÁLISIS DE LAS NARRACIONES Y LOS ICONOS



Silla LCW de Charles Eames y Ray Eames, 1945

Diseño-Icono	CE	CM	CC	CIC	CE
B-1	sí*	sí	sí	sí	sí
B-2	no	sí*	no	no	sí*
B-3	no	sí*	sí*	sí	sí*
B-4	-	-	-	-	-

Diseño-Factores	FC	FU	FF	FT	FM
B-1	sí*	no	no	sí*	sí*
B-2	sí*	no	no	sí*	no
B-3	sí*	no	no	sí*	no
B-4	-	-	-	-	-

P/T=X/100%	Casillas (no)	Casillas (sí) DI	Casillas (sí) DF
	12/30=X/100	11/30=X/100	7/30=X/100
Resultados	X=40%	X=36,7%	X=23,3%

## CAPÍTULO II. ANÁLISIS DE LAS NARRACIONES Y LOS ICONOS



**Máquina de afeitar SIXTANT BRAUN de Hans Gugelot con Gerd Alfred Müller, 1961**

Diseño-Icono	CE	CM	CC	CIC	CE
B-1	sí*	sí	no	sí	sí*
B-2	-	-	-	-	-
B-3	no	sí*	sí*	sí	sí*
B-4	sí	sí	sí	sí*	sí

Diseño-Factores	FC	FU	FF	FT	FM
B-1	sí*	no	sí*	sí*	sí*
B-2	-	-	-	-	-
B-3	sí*	no	no	sí*	sí
B-4	sí*	sí*	sí*	sí*	no

<b>P/T=X/100%</b>	Casillas (no)	Casillas (sí) <b>DI</b>	Casillas (sí) <b>DF</b>
	6/30=X/100	13/30=X/100	11/30=X/100
<b>Resultados</b>	X=20%	X=43,3%	X=36,7%

### 2.1.4.- Resultado del análisis de documentos

#### Casillas analizadas

En la Lámpara de mesa MT8 de las 30 casillas que responden a las diferentes subcategorías, el 40% representa información que no aparece tanto en una como en otra categoría, el 36,7% representa la información relacionada con la categoría **DI** y el 23,3% restante representa la información relacionada con el **DF**.

En la Silla Barcelona de las 30 casillas que responden a las diferentes subcategorías, el 40% representa información que no aparece tanto en una como en otra categoría, el 43,3% representa la información relacionada con la categoría **DI** y el 16,7% restante representa la información relacionada con el **DF**.

En la Tumbona Modelo B306 de las 40 casillas que responden a las diferentes subcategorías, el 35% representa información que no aparece tanto en una como en otra categoría, el 40% representa la información relacionada con la categoría **DI** y el 25% restante representa la información relacionada con el **DF**.

En la Silla Pantón de las 40 casillas que responden a las diferentes subcategorías, el 37,5% representa información que no aparece tanto en una como en otra categoría, el 42,5% representa la información relacionada con la categoría **DI** y el 20% restante representa la información relacionada con el **DF**.

En el Phonosuper de las 30 casillas que responden a las diferentes subcategorías, el 26,7% representa información que no aparece tanto en una como en otra categoría, el 40% representa la información relacionada con la categoría **DI** y el 33,3% restante representa la información relacionada con el **DF**.

En la Silla Ant de las 30 casillas que responden a las diferentes subcategorías, el 40% representa información que no aparece tanto en una como en otra categoría, el 30% representa la información relacionada con la categoría **DI** y el 30% restante representa la información relacionada con el **DF**.

En el Jarrón Savoy de las 30 casillas que responden a las diferentes subcategorías, el 40% representa información que no aparece tanto en una como en otra categoría. el 43,3% representa la información relacionada con la categoría **DI** y el 16,7% restante representa la información relacionada con el **DF**.

En la Silla LCW de las 30 casillas que responden a las diferentes subcategorías, el 40% representa información que no aparece tanto en una como en otra categoría,

el 36,7% representa la información relacionada con la categoría **DI** y el 23,3% restante representa la información relacionada con el **DF**.

En la Máquina de afeitar SIXTANT BRAUN de las 30 casillas que responden a las diferentes subcategorías, el 20% representa información que no aparece tanto en una como en otra categoría, el 43,3% representa la información relacionada con la categoría **DI** y el 36,7% restante representa la información relacionada con el **DF**.

Como resultado se evidencia que la categoría **Diseño-Icono** es la de mayor presencia, por lo que la caracterización de los productos en estas narraciones tiene una marcada función valorativa para connotar la singularidad y distinción del producto y de su autor, apoyada por adjetivos como *gigante, únicos, carísimas, modernas, exclusivos*. La categoría **Diseño-Factores** es la de menor presencia y su contenido se expresa generalmente de manera lacónica.

De esta forma el objeto queda completamente aislado del contexto histórico social que le dio origen y las ideas que expresa otorgan como legitimador de valor la excelencia convirtiendo a estos productos en un símbolo de culto.

### **El problema que genera este tratamiento de los textos es que:**

- Presta demasiada atención a las cuestiones estéticas, minimizando otros aspectos importantes del diseño como pueden ser los tecnológicos, los sociales y los económicos.
- Pondera el culto a la personalidad del diseñador.
- Es demasiado restrictiva pues solo ilustra los objetos iconos del diseño.
- Los textos que se generan a partir de los iconos, son solo un listado canónico de piezas de historia del diseño

La ausencia de contenido genera una valoración de las formas de los productos que resta valor a la complejidad del proceso de diseño, como señala Nuria<sup>41</sup>: *“El diseño no es ‘lo estético’ del objeto. La estética es, ciertamente, una parte constitutiva del diseño, pero el diseño es una realidad compleja en la que diferentes dimensiones convergen e interactúan entre sí”*.

---

<sup>41</sup> Ortega, N. R. (Nº 11 Junio 2010 Universidad de Málaga). *Una reflexión necesaria, estética y diseño revisiones en el marco de la cultura contemporánea*.

La historia, para la práctica del diseño, debe generar un conocimiento útil que demuestre que a través de la comprensión del proceso de diseño, el hombre ha logrado definir y establecer la profesión, el carácter y la necesidad de los productos.

Cuando el análisis de un producto se realiza desde la iconicidad la historia de su proceso integrada a su contexto desaparece. La contemplación del objeto en su pura formalidad, desvinculándolo de su contexto, su función, su significación social, etc., reduce la complejidad del diseño y lo que más nos preocupa, desvirtúa la comprensión de cuál será su papel para desempeñar una función social.

Producto de este tratamiento icónico la Silla B3 o la Wassily es producida y comercializada por Knoll International con un valor de 1270 euros (2006), como cita la fuente consultada<sup>42</sup> que permitió aseverar esta afirmación“(...) *pues forma parte de los objetos considerados iconos del diseño, que experimentan una especie de culto destinado a la ostentación de una estética BAUHAUS*”.

Sobre esto exponemos una cita de su creador Marcel Breuer manifiesta en 1977, y tomada de la misma fuente cuando se le propone producir una silla con cincuenta años de antigüedad: *“También me parece raro desenterrar la silla ahora; deberíamos comprimirla en un devocionario”*.

### 2.2- Análisis de los Factores en el producto Silla B3 o Wassily

La Historia del Diseño representa un importante papel en la construcción del discurso sobre diseño y debería ayudar a la comunidad del diseño a identificar y discutir los problemas de Diseño desde una perspectiva ética, estética y social. En palabras de Siegfried Giedion<sup>43</sup> : *“(...) para el historiador no hay cosas significativas. Al igual que el científico, el historiador no da nada por supuesto. Ha de ver los objetos, pero no tal como estos aparecen ante el usuario, sino como los vio el inventor cuando por primera vez cobraron forma”*.

**Producto** para el diseño según Peña<sup>44</sup> es *“(...) todo lo que sea resultado de un proceso de producción, independientemente de la escala del mismo. Se utiliza para resumir el universo de objetos de trabajo de la profesión. Pueden ser soportes de comunicación que operan en el plano, la secuencia y la tridimensión o productos*

---

<sup>42</sup> Feierabend, P. & Fiedler Jeannine. *BAUHAUS*. (2013). H.f.ullmann publishing GmbH. Página. 624.

<sup>43</sup> Giedion, S. (1978). *La mecanización toma el mando*. Barcelona: Gustavo Gili.

<sup>44</sup>Peña Martínez, S. M. ( 2007). *Propuesta de Currículo para la formación de diseñadores*. Tesis de maestría. La Habana: ISDi.

*audiovisuales o de interacción en la informática. Así como objetos, accesorios, vestuario, calzado, equipos, maquinarias, espacios y cualquier otro portador de función”.*

El enfoque desde la historia de esta tesis propone un acercamiento a la misma a partir de los factores que estructuran el desarrollo de un proceso de diseño para elaborar un marco teórico capaz de abarcar la complejidad del diseño como profesión. Para esto se desarrolla un estudio de los Factores de Diseño en la Silla B3 o Wassily.

### 2.2.1- Contexto donde se desarrolló el producto Silla B3 o Wassily

El siglo XIX se convirtió en un medio para llenar y abarrotar el espacio de adornos. El primer paso en el mobiliario para lograrlo consistió en aumentarles el tamaño y la decoración. Las butacas tapizadas y confortables eran generalmente esqueletos enteramente ocultos bajo telas con cojines voluminosos, donde el corpulento tratamiento subrayaba su supuesta cualidad acolchada. Las dimensiones crecían como símbolos de comodidad y la movilidad y ligereza del mueble se perdía, el asiento resultaba como una suerte de almohadones de dudoso equilibrio y confort. Estas piezas grandes, acolchadas y pesadas se convirtieron en los símbolos de buen gusto.

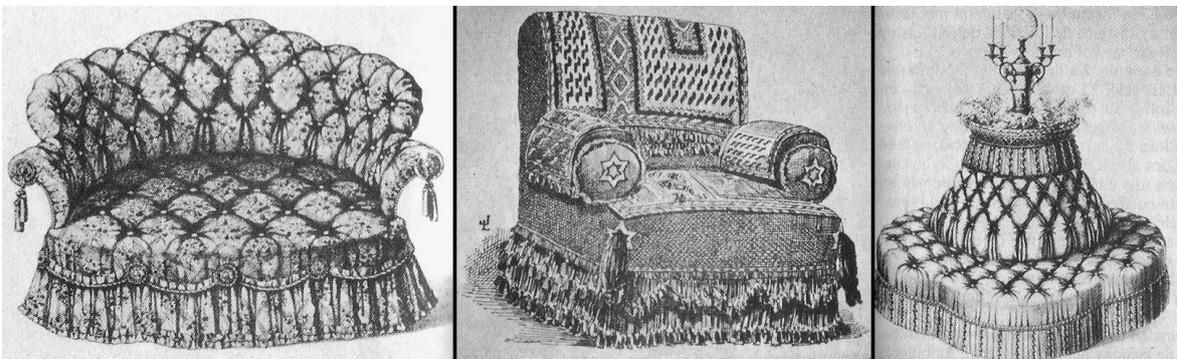


Figura 2. Marquesa, 1863. Fauteuil-Coussin Confortable, 1880. Borne con jardinera y candelabro, 1863. En todos los casos el armazón está cubierto de una aglomeración de cojines y flecos.

En oposición a estos antecedentes, el diseño desde los inicios del siglo XX en Europa se define por una postura racionalista en el tratamiento de la forma que se le da a los productos industriales. Este proceso comenzó a partir de nuevas premisas, donde la intención no era crear piezas individuales, sino que la habitación pasara a ser considerada como una entidad de diseño que tenía como máxima la prioridad de la función.

## CAPÍTULO II. ANÁLISIS DE LAS NARRACIONES Y LOS ICONOS

---

En el caso de Alemania, el país donde surge el producto que se analiza, las condiciones dejadas por la Primera Guerra Mundial ponían de relieve a un país con la necesidad de eliminar las deficientes condiciones habitacionales, higiénicas y de salud que dejó la guerra. Así fue como, bajo proyectos sociales de urbanización liderados por escuelas como la Bauhaus, nacen estos productos.

Los principios básicos de la silla tubular se formaron acorde a los principios constructivos de Walter Gropius en su proyecto de la nueva Bauhaus de Dessau. La arquitectura movilizó el entusiasmo por los nuevos materiales y la nueva estética racionalista. El mobiliario, por su parte, nutrió sus nuevas creaciones de los conceptos de espacialidad, nuevas tecnologías y racionalidad que proponían los proyectos arquitectónicos de los que formaban parte.

Estos diseñadores tomaron como principio poner atención a las necesidades reales y no pretender desde el producto una propuesta de objeto elegante o refinado. Una frase de Gropius<sup>45</sup> que resume este ideal: *“Un objeto está determinado por lo que es. Para crearlo de tal forma que funcione correctamente... se debe investigar primero su identidad ya que debe servir plenamente a su finalidad, esto es, debe cumplir en la práctica con sus funciones”*.

El origen del mueble de tubo de acero al que pertenece la Silla B3 o Wassily, no nace de la demanda popular ni de un requerimiento de la industria sino de la voluntad de los diseñadores de ese período de plantear un mobiliario con criterios radicalmente nuevos y acorde con la idealización de la máquina como proceso industrial, alejados de los criterios estéticos del siglo XIX.

La experimentación con nuevos materiales se convirtió en una nueva línea creativa porque la madera se veía como material vinculado a procesos artesanales, anticuado y susceptible de acumular adornos y suciedad. En cambio el metal era símbolo de nuevas tecnologías, higiene, resistencia y maleabilidad. Estos productos formaron parte de las propuestas diseñadas para proyectos habitacionales de vivienda. La intención no era crear piezas individuales, sino tipos capaces de satisfacer todas las necesidades. Sin embargo, estos proyectos quedaron como propuesta pues no tenían la aceptación o reconocimiento social de la época.

El diseño entonces fue la herramienta para una respuesta a la necesidad de contribuir con el desarrollo de la vivienda como problema social inminente, desde la

---

<sup>45</sup> Gropius, Walter, Principios de la producción de la Bauhaus, 1926, en Wingler, H. M. (1980). *La Bauhaus, Weimar, Dessau, Berlin 1919-1933*. Gustavo Gili.

## CAPÍTULO II. ANÁLISIS DE LAS NARRACIONES Y LOS ICONOS

---

proyección del utensilio doméstico hasta la habitación acabada. Estas nuevas tipologías aparecieron durante la segunda mitad de los años veinte casi en paralelo en Alemania, Holanda, Gran Bretaña y Francia, pero solo fueron aceptadas por élites culturalmente avanzadas, que veían estas propuestas como símbolo de lo nuevo. La silla de Breuer fue sin dudas deudora de esta estética.

Como ejemplo de este proyecto podemos citar la Colonia Weissenhof en las proximidades de la ciudad de Stuttgart, realizada en 1927, bajo la dirección de Mies Van Der Rohe, para la segunda exposición del Deutscher Werkbund. Aprovecharon que su ayuntamiento tenía registrada la existencia de un déficit de viviendas en el municipio, donde financiaron además las edificaciones con la única condición de que, concluida la exposición, las viviendas serían destinadas al municipio que las alquilaría a vecinos de la localidad.

Las relaciones espaciales de estos muebles están determinadas por su tipología, tipos capaces de satisfacer todas las necesidades, que se idearon pretendiendo crear formas universales sin ninguna relación simbólica o de pertenencia a ningún ambiente o grupo social en específico.



Figura 3. Colonia Weissenhof, salón amueblado por Marcel Breuer .

Los principios básicos que van a regir estos tipos se pueden resumir entonces en el énfasis de llevar la estructura a la función y el deseo de transparencia para lograr ligereza sin volumen material. El resultado entonces es una forma neutra que rechaza cualquier relación simbólica de pertenencia a ningún grupo social, a partir de una reducción de sus componentes básicos por el principio del "*más con menos*". El concepto de tipo estándar respondía a las mismas características funcionales de ligeros, discretos, cúbicos, fáciles de fabricar en diversas medidas y tamaños.

Los experimentos de Breuer llamaron la atención de Gropius quien le encargó el diseño de las sillas del auditorio, los taburetes del comedor, las mesitas, sillas y camas para las habitaciones de toda la escuela. Todos ellos convivieron como expresión de esa tipología en un ambiente arquitectónico diseñado bajo los mismos principios de una rígida racionalidad.

### 2.2.2- Análisis del Factor Uso en el producto Silla B3 o Wassily

#### 1. Tipos de relación entre el usuario y la silla

Como el origen de la silla nace de la voluntad de los diseñadores de ese período de plantear un mobiliario con criterios radicalmente nuevos y acorde con la idealización de la máquina como proceso industrial, el usuario de esa época no se siente identificado con el producto. Su producción fue experimental y escasa a nivel industrial, y el consumo del mismo quedó por élites culturalmente avanzadas que veían estas propuestas como símbolo de lo nuevo.

La comercialización y circulación masiva de estos tipos no fue hasta los años 30 donde gracias a la publicidad generada como modernos empezaron a ser un producto competitivo, comercializado por potentes firmas.

Muchos de los clásicos muebles metálicos enarbolados como iconos por la historia no fueron realmente objetos de diseño industrial, a pesar del empleo de materiales con la máxima expresión tecnológica de su época, porque su fabricación escondía laboriosos procesos manuales<sup>46</sup>.

#### 2. Características del sujeto

El usuario meta de estas propuestas fue la persona joven, dinámica, moderna, que aceptaba esta nueva forma y se planteaba una ruptura radical con el siglo XIX.

---

<sup>46</sup> La fabricación de la silla de Breuer no se resolvió satisfactoriamente hasta los años sesenta cuando Casina encontró la manera de sustituir la soldadura por el montaje roscado. En Campi, I. (2016). *El diseño de producto en el siglo XX. Un experimento narrativo occidental*. Tesis doctoral. Barcelona, España: <http://hdl.handle.net/10803/394063>.

Esta tipología de mobiliario se desarrolló dentro del contexto de la Bauhaus por lo que sus usuarios fueron básicamente sus profesores y estudiantes.

### 3. Condiciones de uso

Las acciones de uso se encuentran en secuencia, para ejemplificar el modo de uso del producto. La intensidad del mismo se mide atendiendo a tres parámetros: baja, media y alta, en dependencia del tipo de esfuerzo que haga el usuario.

Acciones de uso	Intensidad
1- Visualizar silla	Baja
2- Sentarse	Baja
3- Levantarse	Baja
4- Asir silla	Baja
5- Desplazar silla	Baja
6- Higienizar silla	Baja

Los materiales con los que se fabrica el producto favorecen la reducción de la intensidad de las acciones a efectuar cuando el usuario interactúa con la silla, pues como bien citan todas las referencias el tubo de acero es un material muy ligero que permite la reducción al máximo del volumen para obtener linealmente un mueble donde el acero funciona como muelle, conformando una estructura ligera y fuerte, en contraposición con su antecesor, donde el confort se buscaba a través del acolchonado excesivo de cojines, que caracterizaba el mobiliario ornamental del siglo XIX.

### 2.2.3- Análisis del Factor Función en el producto Silla B3 o Wassily

En 1920 los diseñadores se propusieron rebasar la decoración y proyectar un nuevo tipo de mueble fundamentado desde la actividad proyectual. Este proceso comenzó a partir de nuevas premisas, donde la intención no era crear piezas individuales, sino que la habitación pasara a ser considerada como una entidad de diseño que tenía como máxima la prioridad de la función. Todo el contenido del producto estaba pensado desde esa teoría, por lo que su forma era el resultado de su función, siendo este el factor rector de su diseño.

### 1. Características funcionales

Las funciones detectadas fueron:

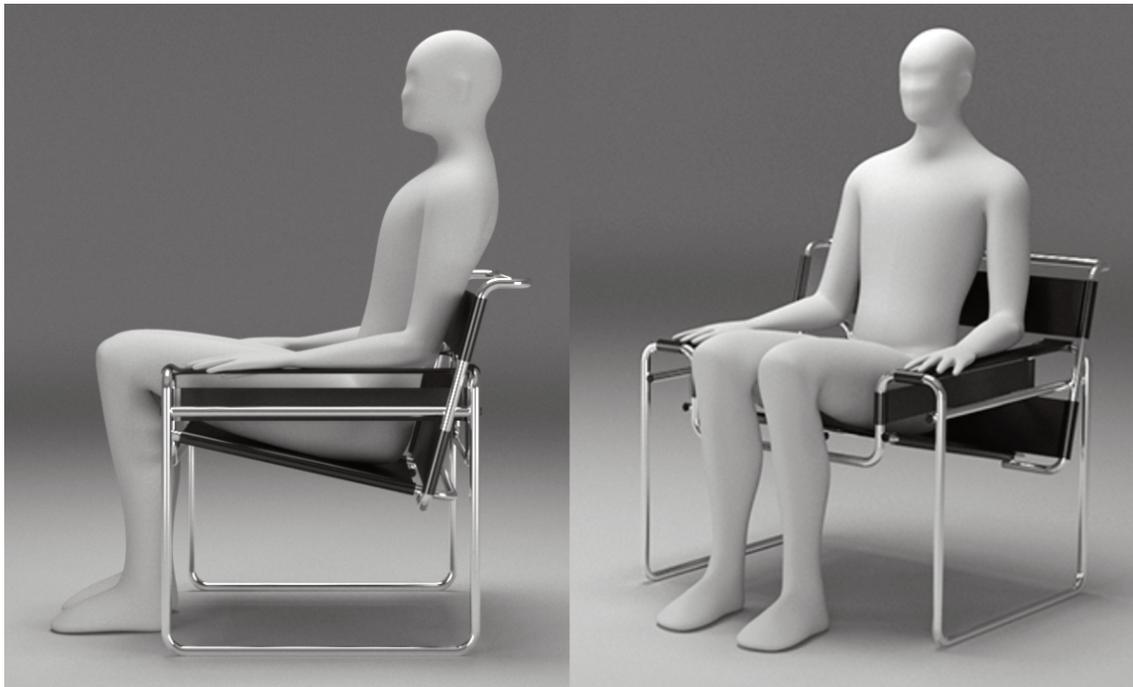
- Básica: Soportar el cuerpo en posición sedente
- Secundarias: Soportar la espalda
  - Apoyar los brazos
  - Garantizar la sustentabilidad
- Complementaria: Permitir el desplazamiento
- Agregada: Posibilitar la higienización
  - Brindar confort
  - Posibilitar ventilación

Para cada función identificada anteriormente se desarrolló la Matriz Funcional que permite identificar los portadores funcionales y las acciones de uso:

Función	Portador funcional	Acciones de uso
Soportar el cuerpo en posición sedente.	Asiento en crin de caballo y estructura de acero. Patas con tubos de acero.	Adoptar posición sedente. Mantener posición sedente. Incorporarse.
Soportar la espalda.	Respaldo en crin de caballo y estructura de acero.	Mantener posición sedente.
Apoyar los brazos.	Reposabrazos en crin de caballo y estructura de acero.	Mantener posición sedente. Incorporarse.
Garantizar la sustentabilidad.	Estructura de acero.	Adoptar posición sedente. Mantener posición sedente. Incorporarse.

## CAPÍTULO II. ANÁLISIS DE LAS NARRACIONES Y LOS ICONOS

Permitir el desplazamiento	Estructura de acero	Trasladar objeto. Eleva objeto. Asir objeto
Posibilitar la higienización.	Estructura de acero. Textil en crin de caballo en tiras separadas.	Frotar la superficie con un paño.
Brindar confort.	Textil en crin de caballo en tiras separadas.	Mantener posición sedente.
Posibilitar ventilación.	Textil en crin de caballo en tiras separadas.	Mantener posición sedente.



La función básica de esta silla, como se aprecia en la imagen, es sentarse, y como secundaria se puede apreciar la posibilidad del asiento y respaldo elásticos para reclinarse. Sus partes son portadoras de esas funciones. Las tiras de cuero se mueven como membrana permitiendo que el cuerpo descansa sin presionarlo y acomodándolo desde la posición de reposo. La flexibilidad de las tiras y su separación garantizan una mayor comodidad, a la vez que se ventila el producto. Los tubos de acero construyen linealmente el mueble y funcionan como muelle, conformando una estructura ligera y fuerte gracias a las propiedades del material.

La primera variante de la silla tiene un problema con el desplazamiento. Había que sujetarla por los reposabrazos porque si se agarraba por el respaldo se sacaba la lona, error rectificado en las variantes posteriores para producción en serie. El textil empleado (crin de caballo) resulta bastante costoso, así que fue sustituido posteriormente por la lona, más económica y de producción industrial.

Desde un análisis estético simbólico esta silla connota modernidad para su época por dos componentes. El primero es la estructura tubular de acero como símbolo de un material novedoso y tecnológico. En palabras de Bernhard<sup>47</sup> para ejemplificar este simbolismo: *“La fascinación por los nuevos métodos constructivos condujo a los ‘muebles tipo’ que se concebían en perfecta sintonía con su función. Sin embargo esta fascinación por la tecnología se convirtió en un carácter simbólico nuevo e independiente. El tubo de acero en interiorismo llegó a ser el distintivo de la vanguardia intelectual”*.

El segundo en estrecha comunicación con las vanguardias plásticas como cita Lucila Fernández<sup>48</sup>, *“(…) tomó del cubismo, la abstracción y el constructivismo, elementos para la elaboración de un lenguaje básico de la forma que permite a partir de un cubo y a través de un análisis del crecimiento de la estructura, construir un mueble con un nivel de abstracción que valora la espacialidad de las formas geométricas”*.

### 2.2.4- Análisis del Factor Tecnológico en el producto Silla B3 o Wassily

La elección de este material tuvo más que ver con los propósitos de los diseñadores que con las posibilidades tecnológicas del mismo en ese período para esas funciones. El material en palabras de Marcel Breuer<sup>49</sup>: *“El acero empleado, y especialmente el aluminio, son de notable ligereza. (...) Todos los tipos están contruidos en función de las mismas piezas normalizadas, de diseño elemental, desarmables y cambiables en todo momento.”*

El proceso productivo que permitió el empleo del tubo de acero se conoce como el efecto Mannesmann, descubierto por el técnico industrial alemán Reinhard Mannesmann, quien logró en el año 1884, en colaboración con su hermano, un proceso para producir tubos de acero sin costura que permite doblarlos sin romperse en las

---

<sup>47</sup> Bernhard, E. (2002). *Diseño.Historia, teoría y práctica del diseño industrial*. Barcelona: Gustavo Gili .

<sup>48</sup>Fernández, L. (2015). De la abstracción a la ironía. Las transformaciones de la forma en el diseño del siglo. La Habana: edición impresa en ISDi. Página 15.

<sup>49</sup> Marcel Breuer, "Das neue Frankfurt, enero de 1928, catálogo de la Bauhaus. En Salinas, Ó. (2012). *Historia del diseño industrial*. México: Trillas. Página 103

uniones. Así es como esta tecnología es llevada al mango de la bicicleta y posteriormente, a la estructura de la silla y a otros mobiliarios.

Pero su producción masiva en ese momento no fue posible. A pesar de la nueva industrialización a principios del siglo xx, los diseñadores y arquitectos fabricaban en talleres de forma experimental y artesanal. La novedad del material implicaba una tecnología que no estaba completamente desarrollada, siendo los muebles de madera mucho más baratos de realizar.

La importancia que se le dio a la técnica y al material como las vías de solución para lograr una forma radicalmente necesaria fue vital. En palabras de Moholy Nagy<sup>50</sup>, plástico, constructivista y profesor de la Bauhaus, *“La técnica es un factor vital orgánico en desarrollo. A pesar de las múltiples deformaciones a causa de intereses gananciales, falsas aspiraciones de acumulación, etc., no se puede concebir fuera de nuestra vida, ni por motivos estéticos, éticos ni higiénicos.*

*Es el instrumento indispensable del nivel de vida. Podría nivelar diferencias y organizar tiempo y espacio, facilitando la armonía entre los hombres. La posibilidad del trabajo realizado por medio de la máquina(...) debería conducir a una producción en masa razonable, y sin perder de vista su objetivo: la satisfacción de las necesidades colectivas(...) Así pues, la consigna no es contra la técnica, sino -entiéndase bien- con ella”.*

El resultado más importante de este período fue la entrada de la forma técnica en los ambientes cotidianos de la vivienda, lo que se dio a través de la utilización de nuevos materiales como el acero.

Los primeros muebles de tubo de acero se desarrollaron vinculados al entorno de la Bauhaus, de la mano de Marcel Breuer cuando era responsable del taller de mobiliario. Este joven maestro inició las investigaciones y según los episodios narrados por varias fuentes, se inspiró en los tubos de las bicicletas Alder que circulaban por Dessau.

Para lograr producir el material de sus sillas acudió directamente a Mannesmann y adquirió una serie de piezas, ya dobladas de acuerdo a sus especificaciones. Seguidamente y con la ayuda de un fontanero pasó a los procesos de unión y soldadura<sup>51</sup>. Después de varios meses de experimentación, en enero de 1926 logra

---

<sup>50</sup> Tomado de Wick, Rainer. (1993). La pedagogía de la Bauhaus. Madrid: Editorial Alianza.

<sup>51</sup> Will, Christopher. Marcel Breuer. Furniture and interiors, The Architectural Press, Londres, 1981, pág. 37. En Campi, I. (2016). *El diseño de producto en el siglo XX. Un experimento narrativo occidental*. Tesis doctoral. Barcelona, España: <http://hdl.handle.net/10803/394063>. Página 224.

presentar en el Kunsthalle de Dessau un sillón cuya estructura estaba constituida por nueve tubos de acero niquelado, doblados y unidos mediante tornillos visibles.

### 2.2.5- Análisis del Factor Mercadológico en el producto Silla B3 o Wassily

Los tipos de tubo de acero fueron producidos para los nuevos conceptos del hábitat doméstico. Participaron del intento de diseñar, a partir de una idea creativa de base, desde una casa hasta una taza de café. Con este nuevo concepto de vivienda se pretendía por un lado propagar nuevas pautas estéticas, reducción a las funciones elementales, y por otro ofrecer un producto a precios asequibles.

En 1925 Breuer inició por su cuenta una pequeña producción de este modelo y aunque aparece a menudo amueblando los hogares de profesores e intelectuales vinculados con la Bauhaus, no fue producido en esa escuela. Primeramente fue la Standard Möbel con el nombre de B3, luego la Thonet y finalmente la firma Cassina quien en 1962 lo bautizó con el nombre Wassily en homenaje a la defensa pública que hiciera el pintor de este modelo y que animó a Breuer a continuar con sus propuestas<sup>52</sup>.

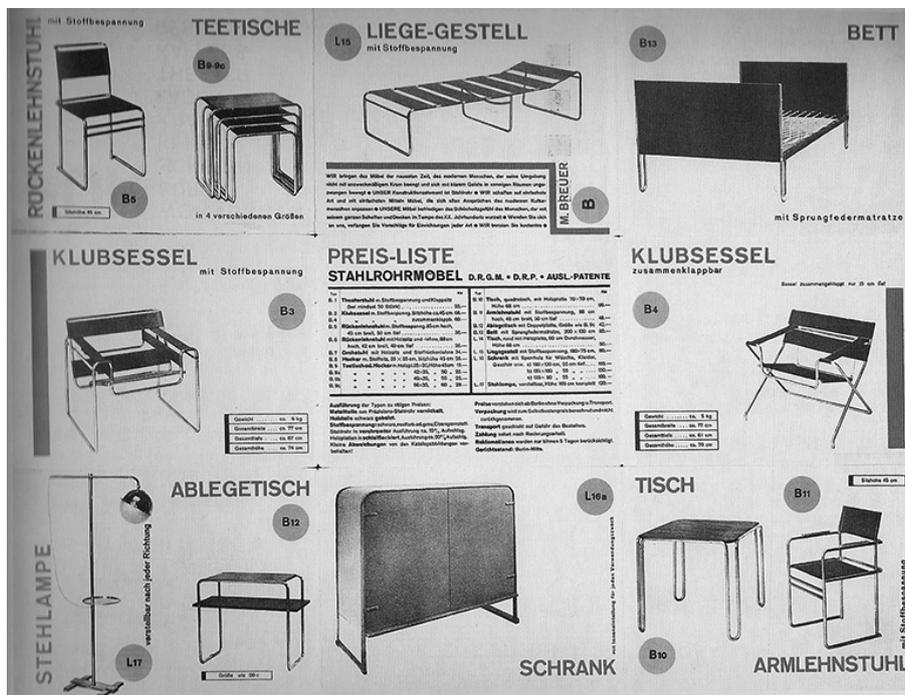


Figura 4. Catálogo de Standar Möbel en 1935.

<sup>52</sup> Will, Christopher. Marcel Breuer. Furniture and interiors, The Architectural Press, Londres, 1981, pág. 37. En Campi, I. (2016). *El diseño de producto en el siglo XX. Un experimento narrativo occidental*. Tesis doctoral. Barcelona, España: <http://hdl.handle.net/10803/394063>. Página 224.

## CAPÍTULO II. ANÁLISIS DE LAS NARRACIONES Y LOS ICONOS

---

Desde 1968 son construidas y comercializadas por la empresa norteamericana Knoll que es la apoderada de la patente. Estos muebles nunca llegaron a convertirse en patrimonio de las grandes masas, pues su novedad tecnológica todavía no estaba preparada para asumir esa condición. La silla Wassily de Marcel Breuer se puede encontrar en la sección de Arquitectura y Diseño del MOMA (Museo de arte moderno de Nueva York).

El racionalismo constituyó la plasmación del deseo de ordenación científica. Una ordenación nueva que, al contrario de la conciencia estética del siglo XIX orientada hacia el pasado (el Eclecticismo, el Neoclasicismo, el Neogótico), opta por un orden universalmente reconocido, con formas originadas en ideas abstractas, que se materializan en la síntesis de tres aspectos: uniformidad, estandarización y rigurosidad estético-expresiva.

El mobiliario moderno, al igual que la nueva arquitectura, fue en definitiva más un símbolo del espíritu de la época que una alternativa real. La forma Racionalista de la década del 1920 fue enarbolada en muchísimas propuestas de catálogos y libros como la buena forma del diseño, una categoría que se le concedió posterior a su surgimiento y que ha sido manipulada como fórmula para lograr iconos. Descontextualizándola, queda expuesta como magia para lograr excelencias.

La Bauhaus dio nacimiento al producto industrial moderno, bajo una concepción sustentada por la forma como expresión de la función. No es saludable sacarlo de contexto y tomarlo como una fórmula para diseñar porque las demandas hoy son otras y responden a la realidad sociocultural que las genera.

Bonsiepe<sup>53</sup>, manifestó: *“Históricamente el Diseño ha puesto de manifiesto su versatilidad al ir adaptándose a los requerimientos sociales y económicos de cada época”*.

---

<sup>53</sup> Bonsiepe, G. (1996). *Los Usos del Diseño*. Encuentro Internacional de Diseño, UIS, Bucaramanga. Colombia.

**CONCLUSIONES,  
RECOMENDACIONES  
Y BIBLIOGRAFÍA**

---

---

## CONCLUSIONES

A través de los diferentes capítulos se ha ido exponiendo y investigando el problema planteado por esta investigación. También se ha arribado a conclusiones parciales según las temáticas abordadas que permiten en este punto definir las generales.

### **La caracterización del producto icónico en las narraciones de Historia del diseño seleccionadas:**

- Presta demasiada atención a las cuestiones estéticas, minimizando otros aspectos importantes del diseño como pueden ser los tecnológicos, los sociales y los económicos.
- Pondera el culto a la personalidad del diseñador.
- Es demasiado restrictiva pues solo ilustra los objetos iconos del diseño.
- Los textos que se generan a partir de los iconos, son solo un listado canónico de piezas de historia del diseño

**El contenido que manifiestan de los Factores del Diseño es lacónico** porque el criterio estilístico está por encima de un análisis crítico que demuestre la complejidad del proceso de diseño atendiendo a cada uno de los factores implicados en el proceso, por lo que el producto pierde su pertenencia social y se convierte en una alusión de un buen diseño.

### **Las consecuencias de este tratamiento:**

- Se mostró que a través del estudio de la forma y la individualidad creativa del autor se minimiza la dimensión de la profesión. Porque este tipo de caracterización carece de un estudio profundo que muestre todos los factores que intervienen en un proceso de diseño que es resultado de una labor multidisciplinaria.
- Los catálogos y libros ilustrados de iconos pueden adquirir un valor con el tiempo, pero como solo representan la formalidad de los productos no pueden mostrar la problemática tecnológica, ética, económica y sociológica que tiene detrás la profesión de diseño. Estos mensajes buscan introducir equivalentes icónicos de situaciones intelectuales y emotivas, para establecer una unidad entre imágenes y aspiraciones como símbolo de estatus.

- Los objetos de diseño como productos de una actividad creadora son sensibles a la manipulación simbólica, donde desde una apreciación puramente formal alejada de su comprensión original, son vendidos como iconos de diseño que satisfacen una experiencia estética de cultura superior.

- La propuesta desde fuentes como Iconos del Diseño del siglo xx, 100 Diseños/100 años. Diseños innovadores del siglo xx, El diseño del siglo xx, 1000 sillas, entre otras, lejos de legitimar al diseño desde la comprensión de sus contenidos esenciales, promueven una finalidad ostentadora de prestigio de un objeto

La estética en el diseño es una parte constitutiva del complejo proceso desde todas las dimensiones que en él participan. Si se aísla, se valora como ornamento agregado y el producto pierde su pertenencia social y se convierte en una alusión estilística de un buen diseño.

---

## RECOMENDACIONES

La necesidad de entender la historia desde su complejidad nos lleva a proponer un estudio desde los factores interrelacionados en el proceso (análisis realizado en el capítulo III), que son una estructura invariable presente en todos los períodos y manifestaciones del diseño, para establecer una nueva relación con los hechos y fenómenos del pasado, donde el contenido debe ponderar:

- Un estudio histórico crítico que haga frente a la distracción que genera toda la contemplación y publicidad de los productos en torno a su diseño y consumo.
- Que contribuya a legitimar el diseño como disciplina, a darle visibilidad profesional y no con carácter de espectáculo o moda.
- Capaz de visualizar al diseño como el resultado del conocimiento científico, tecnológico y metodológico de su tiempo.

Como por ejemplo la propuesta de análisis de factores que se desarrolló en el capítulo III. Porque constituyen desde las prácticas profesionales, el entrenamiento y conocimiento que va desarrollando un diseñador o equipo de diseño, para elaborar y solucionar un problema de diseño. Son por lo tanto el contenido interno de un producto para alcanzar su finalidad útil.

Es fundamental que los futuros diseñadores reflexionen acerca de la especificidad de su disciplina y del rol del diseñador en el proceso de la historia. La Historia del Diseño debe contribuir a la formación integral del diseñador, dando herramientas conceptuales para comprender la disciplina, entender que la profesión del diseñador está marcada por lo histórico, que implica un contexto sociocultural y económico determinado por una estética y técnica en cada momento.

La historia forma parte del conocimiento y la conciencia social de los profesionales dentro de su actuar. Por eso como dijo Víctor Margolin<sup>54</sup> *“Actuar con conciencia histórica es actuar con una mayor conciencia de lo que puede y debiera ser hecho”*.

El diseño de un producto puede significar un proyecto especialmente atractivo, pero el Diseño como profesión es una actividad pensada para el mejoramiento humano desde la satisfacción de necesidades con un responsable compromiso social.

---

<sup>54</sup> Entrevista a VictorMargolin, por Eduardo Castillo, diseñador de la Pontificia Universidad Católica de Chile, sobre su proyecto de: Hacia una historia mundial del diseño, en la 4ta Bienal de Diseño de Santiago de Chile, a fines de 2010.

En el nuevo panorama del siglo XXI, donde nuestro contexto queda invadido por fórmulas predeterminadas para distinguir o valorizar símbolos de prestigio, la historia de la disciplina tiene que ser capaz de alejarse de esos postulados y mostrar la profundidad de la profesión, sus valores éticos y sociales, alejados de esa visión de estilos abstraídos.

Con este nuevo enfoque se pretende demostrar que la Historia del Diseño no debe, como manifiesta Margolin<sup>55</sup>: “(...) guiarse por los objetos o los estilos porque el estilo no es un elemento central del diseño ni un persuasivo medio de organización, el estilo en todo caso es una consecuencia de estos factores que se encuentran estrechamente vinculados a cuestiones económicas, sociales, políticas o estéticas”. Las narraciones deben ser una expresión de la complejidad de la profesión, desde todos los factores que condicionan, limitan, facilitan, restringen y favorecen la actividad del Diseño.

Además esta investigación puede servir como reservorio de obras y autores esenciales para conformar una bibliografía básica de la Historia del Diseño.

---

<sup>55</sup>Campi, I. (2013). *La historia y las teorías historiográficas del diseño*. México: Designio. Página 104.

---

## BIBLIOGRAFÍA

- Baltanás, J.** (s.f.). *Diseño e historia. Invariantes*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Banham, R.** (1985). *Teoría y diseño en la era de la máquina*. Barcelona, Buenos Aires, México: Paidós.
- Bardin, L.** (2.a edición, 1996). *El análisis de contenido*. Madrid, España: Ediciones Akal.
- Barthes, R.** (1970). *La semiología*. Buenos Aires: Tiempo.
- Barthes, R.** (1999). *La imagen denotada*. Siglo XXI editores, S. A. de C. V., decimosegunda edición.
- Bonsiepe, G.** (1996). *Los Usos del Diseño*. Encuentro Internacional de Diseño, UIS, Bucaramanga. Colombia.
- Bürdek, B. E.** (2002). *Diseño historia, teoría y práctica del diseño industrial*. Barcelona: Gustavo Gili 3ra ed.
- Calvera, A.** (2003). *Arte¿?Diseño. Nuevos capítulos en una polémica que viene de lejos*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Calvera, A.** (2007). *Para una estética del diseño: algunas reflexiones en torno de su actualidad. De lo bello de las cosas*. Materiales para una estética del diseño. Barcelona: Gustavo Gili.
- Calvera, A.** (junio de 2011). *En torno a una posible estética del diseño: hipótesis de partida y cuestiones de fondo*. Estética y diseño, revisiones en el marco de la cultura contemporánea.
- Calvera, A., & Mallo, M.** (1999). *Historias desde la periferia: historias e historias del diseño, Actas de la primera Reunión Científica Internacional de Historiadores y Estudiosos del Diseño*. Barcelona: Publicaciones Universidad de Barcelona UB.

Camacho Lotero, S. (Enero-Junio, 2014). *Aproximación a la historiografía del diseño industrial, con énfasis en Colombia*. Revista NODO, vol. 8, N° 16.

Campi, I. (2010). *Diseño e historia*. México: Designio.

Campi, I. (2013). *La Historia y las teorías historiográficas del diseño*. México DF: Designio.

Campi, I. (2016). *El diseño de producto en el siglo XX. Un experimento narrativo occidental*. Tesis doctoral. Barcelona, España: <http://hdl.handle.net/10803/394063>.

Cánovas, S. M. (2000). *Palabra e imagen. Problemas semióticos del texto publicitario*. Revista de investigación lingüística. N°1, vol III, págs 113-155. Universidad de Murcia, España.

Caseres Serrano, A. (septiembre de 2006). *Historia, razón y método. Una introducción didáctico programática a los problemas del método en las ciencias humanas*. Revista de filosofía. <http://serbal.pntic.mec.es/AParteReil/>.

Charlotte, & Fiell, P. (1997). *1000 Sillas*. TASCHEN.

Charlotte, & Fiell, P. (2003). *El diseño de la A a la Z*. Taschen.

Charlotte, & Fiell, P. (2005). *Diseño del siglo xx*. Taschen.

Chaves, F. F. (junio 2002). *El análisis de contenido como ayuda metodológica para la investigación*. Revista de Ciencias Sociales, vol II, N°96.

Chaves, M. B. (1986). *Aplicación del análisis de contenido a la entrevista*. Ciencias Sociales N°33, 135-143.

Cobbers, A. (2007). *Marcel Breuer, 1902-1981, definidor formal del siglo xx*. Taschen.

Colle, D. R. (s.f.). *El contenido de los mensajes icónicos*. Revista Latina de Comunicación Social. La Laguna (Tenerife): D.L.: TF - 135 - 98 / ISSN: 1138 - 5820 <http://www.lazarillo.com/latina>.

Dorfles, G. (1972). *Naturaleza y Artificio*. Barcelona: Lumen.

Droste, M. ( 1992). *Marcel Breuer: design*.Taschen.

**Droste, M.** (s.f.). *Bauhaus 1919-1933*. Taschen.

**Eco, U.** (1983). *Cómo se hace una tesis*. Barcelona, España: Editorial GEDISA SA 6a Edición.

**Eco, U.** (2015). *La estructura ausente*. Introducción a la semiótica. Barcelona: Debolsillo.

**Eco, U.** (1994). *Signo*. Barcelona: Labor.

**Eco, U.** (2000). *Tratado de semiótica general*. Barcelona: Lumen.

**Eco, U.** (2009). *Apocalípticos e integrados*. Fábula Tusquets.

**Feierabend, P. & Fiedler Jeannine.** BAUHAUS. (2013). H.f.ullmann publishing GmbH.

**Fernández, L.** (2015). *De la abstracción a la ironía. Las transformaciones de la forma en el diseño del siglo*. La Habana: edición impresa en ISDi.

**Forti, A.** (1986). *Objects of Desire: Design and Society 1750-1980*. Londres: Thames and Hudson.

**Ganer, P.** (1978). *Enciclopedia of Decorative Arts 1880-1940*. Phaidon.

**Gay, A., & Samar, L.** (2004). *El diseño industrial en la historia*. Argentina: Ediciones tec.

**Giedion, S.** (1978). *La mecanización toma el mando*. Barcelona: Gustavo Gili.

**González Herrera, U. M.** (2011.). *La periodización en la Ciencia Histórica. Antecedentes en la historiografía cubana*. Revista Cuba Arqueológica, número 2 . Cuba: Instituto Cubano de Antropología, Departamento de Arqueología, C.C.S, CITMA.

**Gurben, R.** (1997). *La mirada opulenta*. Gustavo Gili.

**Heskett, J.** (1985). *Breve historia del diseño industrial*. Barcelona: Ediciones del Serbal.

*Iconos del diseño del siglo XX*. (2006). Electa.

Juan Amat, A. (s.f.). *Publicidad y sociedad. De la denotación imaginaria a la connotación real*. Revista Castellano-Manchega de Ciencias Sociales. Nº 10, pp. 165-173, 2009, ISSN: 1575-0825, e-ISSN: 2172-3184.

K., K. (1990). *Metodología de análisis de contenido. Teoría y Práctica*. Barcelona: Paidós.

Lucie-Smitah, E. (1983). *A History of Industrial Design*. Oxford: Phaidon Press Limited.

Maldonado, T. (1987). *El futuro de La Modernidad*. Barcelona: Arte & Arquitectura.

Maldonado, T. (1993). *El diseño industrial reconsiderado*. Barcelona: Gustavo Gili.

Margolin, V. (2005). *Las políticas de lo artificial, ensayos y estudios sobre diseño*. México: Designio.

Margolin, V. (2009). *Design in History*. Design Issues, Vol.25, nº2.

Margolin, V., González, C., Salinas, O., Rodríguez, L., Morales, E., Losada, A. M., . . . Giménez, J. L. (2009). *Las rutas del diseño. Estudios sobre teoría y práctica*. México: Designio.

Mel, B., & Barré-Despond, A. (2001). *100 DISEÑOS/ 100 AÑOS, diseños innovadores del siglo XX*. McGraw-Hill.

Mu, G. (1992). *Traité du signe visuel. Pour une rethorique*. Traducción al español por Ed. Catedra.

Munari, B. (2004). *¿Cómo nacen los objetos?* Barcelona: Gustavo Gili .

Núñez Jover, J. (2014). *Universidad, conocimiento, innovación y desarrollo local*. La Habana: Editorial Universitaria Félix Varela.

Oliver, J. G. (Manuscrito recibido el 5-9-2006 y aceptado el 19-2-2007). *El análisis de contenidos: ¿qué nos están diciendo?* Barcelona, España: Unidad de Medicina Preventiva y Salud Pública. Universitat Rovira i Virgili. Agència de Salut Pública de Barcelona.

Ortega, N. R. (Nº 11 Junio 2010 Universidad de Málaga). *Una reflexión necesaria, estética y diseño, revisiones en el marco de la cultura contemporánea*.

Peña Martínez, S. M. (2007). *Propuesta de Currículo para la formación de diseñadores*. Tesis de maestría. La Habana: ISDi.

Pérez, M. M., & Peña, M. (2015). DISEÑO. *El Objeto de la profesión*. A3manos, Nº2, la revista cubana del diseño.

Pevsner, N. (1983). *Estudios sobre arte, arquitectura y diseño del manierismo al romanticismo, era victoriana y siglo XX*. Barcelona: Gustavo Gili.

Pevsner, N. (2001). *Pioneros del diseño moderno. De William Morris a Walter Gropius*. Buenos Aires: Ediciones Infinito.

Raigada, J. L. (s.f.). *Epistemología, metodología y técnicas*. Estudios de Sociolingüística 3(1), 2002, pp. 1-42.

Ruiz Ortiz, M. (2010). *El conocimiento histórico. Tiempo histórico y categorías temporales. El historiador y sus fuentes. Nuevas líneas de investigación*. Sección Temario de oposiciones de Geografía e Historia. ISSN: 1139-6237. <http://clio.rediris.es>.

Salinas, Ó. (2012). *Historia del diseño industrial*. México: Trillas.

Sparke, P. (1987). *Diseño historia en imágenes*. Hermann Blume.

Sparke, P. (1999). *El diseño en el siglo XX: Los pioneros del siglo*. Barcelona: Blume.

Torrent, R., & Marín, J. (2015). *Historia del diseño industrial*. Madrid: Ediciones Cátedra.

Wingler, H. M. (1980). *La Bauhaus, Weimar, Dessau, Berlin 1919-1933*. Gustavo Gili.

Wick, Rainer. (1993). *La pedagogía de la Bauhaus*. Madrid: Editorial Alianza.

# **ANEXOS**

---

---

## Anexo 1

### Compilación bibliográfica sobre Historia del Diseño Industrial

Actualizada en 2017

Esta compilación fue realizada en 1997 por Lucila Fernández Uriarte y Liuva Fernández Larroque. Como dentro de los objetivos de la investigación está el estudio de la bibliografía, se hizo una actualización de la misma desde lo que hoy existe físicamente en el centro de información del ISDi.

La búsqueda de referencias se dirigió fundamentalmente atendiendo a los objetivos de estudio de la asignatura Historia del Diseño Industrial.

La información se organizó por temáticas: HISTORIA DEL DISEÑO INDUSTRIAL como tema general, luego como temáticas específicas, TENDENCIAS y PRODUCTOS, finalmente como temáticas relacionadas el COLOR, DISEÑADORES, INSTITUCIONES y SOCIOLOGÍA DE LOS OBJETOS.

Toda la información relacionada está localizada específicamente en libros impresos y digitales y artículos de revistas especializadas.

### Historia del Diseño

#### Libros:

L-1865. Aicher, Otl. *El mundo como proyecto*. Barcelona: Gustavo Gili, 1994.

L-0998. Argan, Giulio Carlo. *El Concepto del espacio arquitectónico del barroco hasta nuestros días*. La Habana: Editorial Arte y Literatura, 1987.

L-1169. Banhan, Reyner. *Teoría y diseño arquitectónico en la era de la máquina*. Buenos Aires: Nueva Visión, c1971.

L-0416. Baudrillard, Jean. *El sistema de los objetos*. Siglo Veintiuno, 1969.

L-0253. Benevolo, Leonardo. *Historia de la arquitectura moderna I, II*. La Habana: Edición Revolucionaria, 1968.

L-0923. Bonsiepe, Gui. *El Diseño de la periferia*. Barcelona: Gustavo Gili, 1985.

---

L-1550. **Bonsiepe, Gui.** *Las Siete Columnas del Diseño*. Conferencias y entrevistas. La Habana: ONDI, 1993.

L-2718. **Bonsiepe, Gui.** *Design, Cultura e Sociedade*. São Paulo: Blucher, 2011.

L-2607. **Bonsiepe, Gui.** *Historia del diseño en América Latina y el Caribe*. Coord. Silvia Fernández, GuiBonsiepe. Sao Paulo: Brúches, 2008.

L-1856. **Bürdek, Bernhard E.** *Diseño historia, teoría y práctica del diseño industrial*. Barcelona: Gustavo Gili, 2002.

L-1827. **Calvera, Anna**, editor. *Historiar desde la periferia historia e historias del diseño*. Barcelona: Universitat de Barcelona, 1999.

L-1355. **Doblin, Jay.** *One hundred great product designs*. New York: Van Nostrand Reinhold, 1970.

L-0490. **Dorfles, Gillo.** *Naturaleza y artefacto*. Barcelona: Lumen, 1972.

L-0722. **Dorfles, Gillo.** *Símbolo, comunicación y consumo*. Barcelona: Lumen, 1984.

L-0617. **Dorfles, Gillo.** *Del significado a las opciones*. Barcelona: Lumen, [s.a.].

L-1334. **Drew Egbert, Donald.** *El arte y la izquierda en Europa de la Revolución Francesa a mayo de 1968*. Barcelona: Gustavo Gili, 1981.

L-1676. **Droste, Magdalena.** *Bauhaus 1919-1933*. Köln: TASCHEN, 2006

L-2716. **Fiedler Jeannine y Peter Feierabend**, ed. *BAUHAUS*. Ed. española h.f.ullmann publishing GmbH, 2013.

L-0425. **Forty, Adrian.** *Objects of desire design and society*. Londres: Thames and Hudson, 1980.

L-2462. **Frateili, E.** *Diseño y civilización de la máquina*. ISDI, 1988.

L-1366. **Friemert, Chup.** *Die Glaserne Arche Kristall palast London 1851 und 1854*. Dresden: Vedverlag der Kunst, 1984.

---

L-0547. **Giedion**, Siegfried. *La Mecanización toma el mando*. Barcelona: Gustavo Gili, 1978.

L-1180. **Heskett**, John. *Breve historia del diseño industrial*. Barcelona: Ediciones del Serbal, 1985.

L-1469. **Jervis**, Simon. *Art & design in Europe and America 1800-1900*. New York: Victoria & Albert Museum, 1987.

L-2179. **Jubriás**, María Elena. *Plástica xx (1900-1975)*. Primera Parte, La Habana: Editorial Pueblo y Educación, 1986.

L-1497. **Jubriás**, María Elena. *Arte del Siglo xx. Selección de lecturas*. La Habana: MES, 1988.

L-2173, **Jubriás**, María Elena. *Plástica xx. Segunda Parte. "Conferencias sobre el arte del siglo xx 1900-1975"*. La Habana: Empresa de Producción y Servicio del Ministerio de Educación Superior, 1983.

L-1045. **Llovet**, Jordi. *Ideología y metodología del diseño. Una introducción crítica a la teoría proyectual*. La Habana: Editorial Félix Varela, 2012.

L-0630. **Lucie-Smitah**, Edward. *A History of Industrial Design*. Oxford: Phaidon Press Limited, 1983.

L-0407. **Maldonado**, Tomás. *El futuro de La Modernidad*. Barcelona: Arte & Arquitectura, 1987.

L-0485. **Maldonado**, Tomás. *El diseño industrial reconsiderado definición, historia, bibliografía*. Barcelona: Gustavo Gili, 1981.

L-0107. **Maldonado**, Tomás. *Diseño industrial*. [S.l.]: [s.n.], [s.a.].

L-0703, **McIlhany**, Sterling. *Art As design Design As Art a contemporary Guide*. New York: Van Nostrand Reinhold, 1970.

L-1729. **Meggs**, Philip B. *A History of Graphic Design*. Segunda edición, New York: Van Nostrand Reinhold, 1992.

L-1660. **PennySparke**. *Diseño historia en imágenes*. HermannBlume, 1987.

L-0450. Pevsner, Nikolaus. *Estudios sobre arte, arquitectura y diseño del manierismo al romanticismo, era victoriana y siglo xx*. Barcelona: Gustavo Gili, 1983.

L-1130. Russell, Beverly. *Architecture and design 1970-1990 new ideas in America*. New York: Harry N Abrams, 1990.

L-0660. Segre, Roberto. *Historia de la Arquitectura y del Urbanismo Moderno*. La Habana: ISPJAE, [s.a.].

L-2649. Segre, Roberto. *Arquitectura y urbanismo modernos capitalismo y socialismo*. La Habana: Editorial Félix Varela, 2013.

L-0631. Strandh, Sigvard. *Máquinas. Una historia ilustrada*. Gotemburgo: Hermann Blume, 1982.

#### **Libros electrónicos:**

LE-544. Bürdek, Bernhard E. *Diseño: historia, teoría y práctica del diseño industrial*. Barcelona: Editorial Gustavo Gilí, 2002.

LE-202, Heskett, John. *Breve historia del diseño industrial*. Barcelona: Ediciones del Serbal, 1985.

LE-229, Penny Sparke. *Diseño: historia en imágenes*. Madrid: Hermann Blume, 1987.

#### **Referencias:**

RF-0135. Fernández Uriarte, Lucila (comp.). *Imaginario XIX*, (CD-ROM), Ciudad de La Habana: ISDI, 2002.

#### Artículos:

R-0063. Bistolfi, Marina. *La HfG de Ulm: esperanzas, desarrollo y crisis*. Revista: Artefacto, (1985) - no.2, p.14-27.

R-0006. Cuendias Cobreros, José. *La formación de diseñadores: lo particular en 25 años de la experiencia cubana*. Revista: A3manos, (2014)-V0, no.1, p.5-20.

R-0207. Fernández, Lucila. *Una isla de diseño Cuba de 1960 a 2000*. Revista: Revolución y Cultura, (2012) - no.2, (abril-junio) p.8-18.

---

R-0167. Fontana, Rubén. *De signos y siglos*. Revista: Tipográfica, (2004) - a.18, no.60, p.12-17, (abr.-may.).

R-0163. Gartman, David. *Harley Earl and the art and color section: the birth of styling at General Motors*. Revista: DesignIssues, (1994) - v.10, no.2, p.3-26.

R-0167. Margolin, Victor. *Una historia mundial del diseño*. Revista: Tipográfica, (2003) - a.17, no.58, p.10-17, (oct.-nov.).

R-0005. Sánchez de Antuñano, Jorge A. *Modernismo y postmodernismo, la influencia del Pensamiento filosófico en la arquitectura*. Revista: Taller Servicio 24 horas, (2000) - a.2, no.3, p.16-24.

### **Tendencias:**

#### **Art Decó**

L-0037. Bouillon, Jean-Paul. *Diario del Art Decó 1903-1904*. Barcelona: Ediciones Destinos, 1989.

L-1902. Van de Lemme, Arie. *A guide te Art Deco Style*, [s.l.]: [s.n.], [s.a.].

LE-803. Charles, Victoria. *Art Deco*. Victoria Charles; Klaus H. Carl. New York: Parkstone Press International, 2012?.

#### **Art Nouveau**

L-0755. Tschudi Madsen, Stephan. *Art Nouveau*. La Habana: [s.n.], 1988.

#### **Constructivismo**

L-1104. Mosquera, Gerardo. *El Diseño se definió en octubre*. La Habana: [s.n.], 1987?.

#### **Diseño Ecológico**

L-0481. Alves, Ronald. *Energía para la vida*. Madrid: Herman Blume, 1985.

L-0439. Butti, Ken. *Un hilo dorado 2500 años de arquitectura y tecnología solares*. Madrid: HermannBlume, 1985.

L-0437. **Cádiz Deleito, Juan Carlos.** *La Energía eólica tecnología e historia.* Madrid: HermannBlume, 1984.

L-0492. **Dickson, David.** *Tecnología alternativa.* Madrid: Herman Blume, 1980.

L-1601. **Manzini, Ezio.** *Artefactos. Hacia una Nueva Ecología del Ambiente Artificial.* Madrid: Celeste Ediciones, 1992.

L-0939. **Sabady, Pierre Robert.** *Arquitectura solar concepto, cálculo y ejecución de edificaciones solares.* Barcelona: CEAC, 1982.

L-0438. **Watson, Donald.** *La casa solar diseño y construcción.* Madrid: Hermann-Blume, 1985.

LE-181. **Fuad - Luke, Alastair.** *Manual de diseño ecológico: un catálogo completo de mobiliario y objetos para la casa y la oficina.* Palma de Mallorca: Editorial Cártago, 2002.

LE-183. **Wilhide, Elizabeth.** *Eco: diseño, interiorismo y decoración respetuosos con el medio ambiente.* Barcelona: Blume, 2004

### **Diseño Orgánico**

L-0186. **Noyes, Eliot F.** *Organic design in home furnishings.* New York : The Museum of Modern Art, 1969.

L-0176. **Nelson, George.** *Problems of design.* New York: Watson-Guption , 1965.

L-1149. **Schildt, Göran.** *Alvar Aalto del oeuvre aux écritas.* Paris : Centre Georges Pompidou, 1988.

L-1191. **Winkler, Von Oszkár.** *Alvar Aalto.* Berlín: Henschel, 1987.

L-0726. **Wirkkala, Tapio.** *Helsinki: The Finnish Society of and Design,* 1985.

L-0689\_\_\_\_\_ *Alvar Aalto furnitaure* . Museum of Finnish Architaecture, 1984.

L-0972\_\_\_\_\_ *Alvar Aalto.* London: Editorial Alec Tiranti, 1963.

L-1701\_\_\_\_\_ *Alvar Aalto.* Milano: Cosmit, 1998.

---

### Kitsch

L-1458. Slavov, Iván. *El Kitsch fenomenología, fisonomía y pronóstico*. La Habana: Editorial Arte y Literatura, 1989.

### Neorracionalismo

L-0098. Bonsiepe, Gui. *Teoría y práctica del diseño industrial elementos para una manualística crítica*. Barcelona: Gustavo Gili, 1978

R-0063. Bistolfi, Marina. *La HfG de Ulm: esperanzas, desarrollo y crisis*. Revista: Artefacto, (1985) - no.2, p.14-27.

### Postmodernismo

L-1265. Capella, Juli. *Diseño de arquitectos en los 80*. Juli, Capella, Quim Larrea. Barcelona: Gustavo Gili, c1987.

### Racionalismo

L-1169. Banhan, Reyner. *Teoría y diseño arquitectónico en la era de la máquina*. Buenos Aires: Nueva Visión, 1971.

L-2639. Dachs, Sandra, ed. *Mies van der Rohe objects and furniture design*. Sandra Dachs, Patricia de Muga and Laura García Hintze. Barcelona: Ediciones Polígrafa, 2010.

L-1676. Droste, Magdalena. *Bauhaus 1919-1933*. Köln: TASCHEN, 2006.

L-2716. Fiedler Jeannine y Peter Feierabend, ed. *BAUHAUS*, ed española h.f.ullmann publishing GmbH, 2013.

L-0488. Kandinsky, Wassily. *Punto y línea sobre el plano contribución al análisis de los elementos pictóricos*. Barcelona : Labor, 1986

L-2619, Karl-Heins, Hüter. *Das Bauhaus in Weimar*. Berlin: Akademie, 1976.

L-0107. Maldonado, Tomás. *1922- Diseño industrial*. [S.l.] : [s.n.], [s.a.].

L-2023. Moholy-Nagy, Lazlo. *Vision in motion*. L. Moholy-Nagy, Paul Theobald. Chicago : CUNEO PRESS, 1947.

L-0023. Moholy Nagy, Laszlo. *La nueva visión y reseña de un artista*. La Habana: Edición Revolucionaria, 1968

L-0443. Wingler, Hans M. *La Bauhaus Weimar Dessau Berlín 1919-1933*. Barcelona : Gustavo Gili, 1980.

L-1869.\_\_\_\_\_ *Gestaltung Art and Design*. Bauhaus - Universitat Weimar. [s.a.]

Styling

L-0396. Loewy, Raymond. *Lo feo no se vende*. Barcelona : IBERIA, 1955

L-1152.\_\_\_\_\_ *Raymond Loewy un pioner du design américain* . [Paris] : [s.n.], 1990.

## Anexo 2

Los objetos de diseño, como productos de una actividad creadora son sensibles a la manipulación simbólica. Donde desde una apreciación puramente formal alejada de su comprensión original, son vendidos como iconos de diseño que satisfacen una experiencia estética de cultura superior.

El problema entonces radica en que bajo estos criterios los productos quedan descontextualizados y comercializados bajo un referente de categoría "vanguardista" y los precios con los que se comercializan son el resultado de esa categoría alcanzada. A continuación se muestra una búsqueda realizada en la venta por internet el 12 de agosto de 2017 para revelar el alcance de esos precios.

**Knoll** SHOP & BROWSE DESIGN & PLAN DISCOVER KNOLL

By Category By Room By Designer KnollTextiles Inspiration

Shop & Browse / Wassily Chair

### Wassily Chair

**Marcel Breuer 1925**  
 Inspired by the frame of a bicycle and influenced by the constructivist theories of the De Stijl movement, Marcel Breuer was still an apprentice at the Bauhaus when he reduced the classic club chair to its elemental lines and planes, forever changing the course of furniture design.

Retail price of current configuration:  
**\$2498**

Estimated Delivery: 2-3 weeks **QUICKSHIP**

Sling: Belting Leather, Black

**REQUEST A SAMPLE**

Quantity: 1

**Knoll** SHOP & BROWSE DESIGN & PLAN DISCOVER KNOLL

By Category By Room By Designer KnollTextiles Inspiration

### Barcelona® Chair

**Ludwig Mies van der Rohe 1929**  
 One of the most recognized objects of the last century, and an icon of the modern movement, the Barcelona Chair exudes a simple elegance that epitomizes Mies van der Rohe's most famous maxim –"less is more." Each Barcelona piece is a tribute to the marriage of modern design and exceptional craftsmanship.

Retail price of current configuration:  
**\$5592**

Estimated Delivery: 2-3 weeks **QUICKSHIP**

Upholstery Type: Volo leather

**VOLO LEATHER** ACQUA LEATHER

SABRINA LEATHER

Leather: Volo, Black

DESIGN WITHIN REACH

New Living Dining Bedroom Workspace Outdoor Storage Lighting Rugs Accessories Designers Sale



**LC4 Chaise Longue**  
 Designed by Le Corbusier, Charlotte and Pierre Jeanneret, produced by O  
~~\$3,875.00 - \$4,810.00~~  
**\$3,293.75 - \$4,088.50**  
 The Semiannual Sale: Save 15%

**Step 1: Select your Material**

FABRIC LEATHER

**Step 2: Select your Upholstery**

Canvas  


Cowhide  


Categorías » Marcas » Vitra » Panton Chair Classic - VITRA



**Panton Chair Classic - VITRA**

Plazo de entrega entre: 6 y 8 semanas

**1.161,00 €**  
 El precio incluye el IVA y la entrega. **Gastos de envío gratuitos** i Si no encuentras lo que buscas, llámanos al **941 271 141** !

Color

Forma de entrega posible: Entrega estándar (con DHL)

Poner en la lista de la compra  Recomendar compra

Categorías » Marcas » Vitra » Plywood Group LCW - VITRA



**Plywood Group LCW - VITRA**

Plazo de entrega entre: 6 y 8 semanas

**1.400,00 €**  
 El precio incluye el IVA y la entrega. **Gastos de envío gratuitos** i Si no encuentras lo que buscas, llámanos al **941 271 141** !

Acabado

Forma de entrega posible: Entrega estándar (con DHL)

Poner en la lista de la compra  Recomendar compra