

18. Sánchez, Claudia Marcela

(Título de Grado: Diseñadora Industrial. Universidad: Universidad Nacional de Colombia, Colombia. Título de Posgrado: Mg. en Educación. Universidad: Pontificia Universidad Javeriana, Colombia. Cargo actual: Profesional Consultor Senior Business Design Lab).

De lo Oculto a lo Legible. Diseño de la Estética de los Concept cars General Motors en Estados Unidos entre 1945 y 1965.

Introducción

De lo Oculto a lo Legible en el Diseño de la Estética de los Concept Cars GM en Estados Unidos entre 1945 y 1965 es una investigación de enfoque cualitativo que estudia la praxis de los diseñadores desde la caracterización de su hacer, pensar y producto para hacer legible cómo se produce el diseño de la estética del objeto y reflexionar la agencia de los diseñadores con relación a su contexto de operación.

Enmarcada en la línea temática de Forma y Materialidad esta tesis combina material empírico y fenómenos como operaciones, ideas, personas, contextos, ideologías que describen diferentes puntos de entrada a la concepción de la estética del objeto para develar su multidimensionalidad. Al poner en relación las condiciones sociohistóricas de formación de las concepciones estéticas de la práctica como guía para la estructuración formal y el resultado obtenido en el cuerpo del automóvil se procura develar la sinergia que debe coexistir en los elementos compositivos del mensaje para la experiencia estética; la correspondencia entre la intención y lo concretado. Por último, promover la comprensión del rol del diseñador en un entorno que es condicionante y a la vez fuente de representaciones para la dimensión estética.

El anclaje de esta investigación es la praxis para el diseño de la estética del objeto en un estudio de caso cuyo recorte espacio temporal ofrece la posibilidad de deconstrucción no sólo de factores para las operaciones - productos, también la naturaleza relacional y performativa de este acto intencional de diseño desde la perspectiva institucional.

Estados Unidos entre 1945 y 1965, experimentó un momento de Segunda Posguerra Mundial en que celebraba su victoria con una situación económica y tecnológica que favoreció la aceleración de cambio políticos, sociales, de infraestructura y de dimensiones estéticas bajo el enfoque de un orgullo de nación que comandó la adhesión del individuo a la ideología del American Way Life como planteo disruptivo para marcar su diferencia con preceptos europeos y para promover los valores de democracia, libertad, progreso, supremacía americana que opone a cualquier manifestación de tipo comunista. La industria del automóvil contribuiría para alcanzar la promesa de un buen nivel de vida sustentado en el gusto por la vida material y con ello una sociedad orientada al consumo.

Se parte de 1945 momento de culminación de la guerra, como punto de inicio a una serie de transformaciones que ponen foco en el primer renglón económico e industrial de la nación: el automotriz. El automóvil representa un recurso de generación de empleo, el objeto aspiracional y de compensación de la clase trabajadora que se traduce en un medio de incentivo de la sociedad de consumo para la consolidación del capitalismo y para la sociedad en un medio de proyección social, de experimentación de la infraestructura de nación, de vida familiar y social.

Así que Estado y corporaciones se unen para promover nuevas dimensiones de atractivo a este objeto y la estética es del diseño de su apariencia es para la General Motors la vía para ganar visibilidad, aumentar sus ventas y marcar la vanguardia frente a su principal rival Ford que con respecto al *Streamline* como formas estéticas avaladas en las que se desarrollaron los brillos y líneas del Art Decó mantiene su foco en el costo y facilidad de manufactura.

Los años 50s son reconocidos como el periodo de oro de Estados Unidos como centro de innovación estética y tecnológica gracias a las corporaciones presentes, pero es la General Motors que en su programa Concept cars marca una nueva dirección en el diseño de la estética del automóvil; esta expresión alude a un automóvil concepto que propone una interpretación futurista en tanto vehículo y en tanto apariencia.

Se trata de una experiencia liderada por los diseñadores para el desarrollo paralelo a la línea comercial para la exploración de nuevas narrativas estéticas que aludan a representaciones presentes sino imaginadas pero que se conecten con los valores de ideología institucionales, de Estado y de una concepción propia de los diseñadores de la General Motors que surge de una construcción estrecha con el contexto social y de la finalidad comercial.

Dentro de la época se reconoce la presencia de quienes representaban el funcionalismo como modelo de pensamiento formal, del surgimiento del racionalismo funcionalista en Europa con centro en la Hochschule für Gestaltung de la ciudad de Ulm y con quienes conviven en Estados Unidos como producto de la diáspora de la Bauhaus. Si bien se menciona que en el sector automotriz se adhiere al punto de vista ideológico, la Deutscher Werkbund apostó por la fusión entre el arte y la máquina promoviendo la industrialización con discusiones como la que versa entre belleza y función o las posibilidades de materialización sin detrimento de la naturaleza artística, esta visión fue más orientada al objeto de la vida cotidiana. Atravesados por el pragmatismo, en su orientación de acciones por la finalidad. También constituyó una mentalidad de realización de nuevas posibilidades y de resolver los problemas mientras se construye la experiencia. El pensar y hacer avanzaron en estrecha relación con el contexto; sujeto y contexto se configuran mutuamente.

Para los ejecutivos de la General Motors seguir lo que denominan viejas líneas de pensamiento es jugar sobre seguro cuando observan que a ese punto modelos de marcas como Chrysler, Ford y de la General Motors tienen apariencias similares con dominancia de líneas orgánicas, pero con ausencia de un carácter propio, distintivo que pueda conectar con los diferentes grupos de consumo que están promoviéndose. La participación de artistas, modelistas, empíricos y diseñadores formados en escuelas como Pratt Institute va a enriquecería la construcción progresiva del artefacto industrial con un sello propio estadounidense que se distinga del carácter estético del europeo; otras escalas y proporciones, profusión en los detalles, ficción y valor de identidad son algunas de sus concepciones.

Nos centramos en la praxis de los Concept cars de la General Motors por tratarse de una experiencia que transita desde la intencionalidad, la idea a su manifestación material en una serie de operaciones progresivas que se correlacionan con multiplicidad de factores. Una práctica que no es un ejercicio de libre imaginación, sino que requiere de una articulación compleja de significados y de la producción de una fusión que se traducirá en un mensaje para la conexión sensible con los sujetos.

Los Concept cars en su manifestación material en la serie de modelos entre 1945 y 1965 ofrecen heterogeneidades y continuidades que sirven para contrastar la adecuación entre la concepción de sus narrativas y el mensaje de la imagen del automóvil en su expresión de ficción y valor de identidad. Para la sociedad estadounidense no sólo una manifestación material de un utilitario, también se trató de efectos inmateriales que aún prevalecen como parte de su patrimonio cultural.

Con la puesta en diálogo esta práctica con saberes de las Humanidades indagamos esta construcción humana reconociendo lo espacio temporal; los acontecimientos, circunstancias, ideología, imaginarios, otros valores que van a alimentar la formación del pensamiento estético y también condicionarlo por el intercambio en doble vía: lo que capta el diseñador y devuelve como mensaje en la apariencia del producto; lo que el colectivo humano le retorna como respuesta de juicio del gusto o la mediación que el diseñador hace entre la finalidad institucional, lo que las personas encuentran para conectar con su sensibilidad y la voz del diseñador.

El escenario de la investigación liderada por las disciplinas formales en su perspectiva de valoración de las cualidades del objeto o desde el enfoque al receptor abrió para nosotros la oportunidad de una investigación desde el diseño que no estudia al Concept car o automóvil concepto como objeto constituido sino como acto de asimilación progresiva a partir del foco praxis como unidad de análisis central de esta redescrición que según Juan Samaja es el producto de la investigación científica al fragmentar un objeto de estudio en componentes esenciales para caracterizarlos desde fundamentos teóricos para develar sus atributos relevantes y sus relaciones. Nos comprometimos con el desarrollo de marco integrado de saberes complementarios que facultará suficiente cobertura conceptual para el estudio de las diferentes dimensiones de las variables.

Optamos por un enfoque cualitativo porque sus diferentes atributos de investigación nos permitieron ahondar en la naturaleza particular del fenómeno con métodos como el exploratorio, el descriptivo, la interpretación rigurosa guiada por los instrumentos conceptuales para develar causalidades y relaciones estructurales que den cuenta de la estructura interna de esta praxis, hallando que el diseño de la estética es de tipo relacional y performativo en tanto operaciones como en las narrativas que construye soportadas en la metáfora por su valor de expresión simbólica y que faculta tanto representaciones figurativas como de ficción. Esta concepción estética de los Concept cars es la representación de aquello que se conoce (referente) y de otra que excede lo presente, da cuenta de un carácter propio y es evocador para promover la fantasía (autorreferente).

Con la caracterización de este pensar, hacer y producto, pudimos develar una etapa de conceptualización previa a la figuración que se nutre de la estructuración de información que circula en el entorno en sus diferentes representaciones y que dispuesta de manera sistemática muestra dimensiones sociológico - discursivas (de contenidos ideológicos y condicionantes institucionales), referencial - expresivas (referentes, patrones, estereotipos de sociedad y de la cultura material), y de la experiencia estética (entre leyes compositivas y el mensaje de fantasía) que nutren la producción imaginativa para otorgar un sentido a la estructura formal procurando la conexión con la sociedad que la apreciará, en este caso en su concreción material automóvil.

Al seguir de manera diacrónica el fenómeno, pudo develarse la importancia de tomar del pasado para proyectar lo que aún no existe (el componente ficcional), en el presente. Este caso mostró una hibridación de lo precedente con referentes de otras categorías para producir conceptos de ficción que cobraran sentido en el presente. Con el estudio sincrónico pudieron explicarse las relaciones de diseño - contexto para configurarse mutuamente: pensamiento proyectual y lo que el diseño luego ofrece al contexto para facilitar su asociación. Con relación a la utilización del conocimiento, este trabajo aporta nociones y hallazgos que nutren el debate teórico y también sirve como una referencia del conocimiento que ha legado un equipo de diseñadores con desafíos equiparables a los de la realidad actual: la concepción formal en su dimensión estética, sus ejes inmaterial y material con relación a los modos de su experimentación en contexto.

Consideramos que los hallazgos de esta investigación son relevantes para reflexionar en las competencias del diseñador para fusionar en una expresión llamada forma una serie de contenidos que constituyen mensajes que conectan con la sensibilidad de las personas y con ello se advierte la responsabilidad social del acto de diseño de la estética del objeto. En el plano cognitivo del proyecto, los aportes de este trabajo ofrecen instrumentos conceptuales y pragmáticos al diseñador para que asuma la complejidad de la producción de información frente a la imposibilidad de abarcar la totalidad de lo que está afuera, para aplicar unos principios que le otorgan criterio de agenciamiento reflexivo, intencional y consciente que reconoce que los resultados de sus operaciones pueden presentar fricciones internas, comportar inadecuación entre lo concebido y lo que expresa la imagen del objeto, como también la autonomía del receptor para hacer su propia interpretación a partir de un gusto particular.

A continuación, se describe la síntesis de los capítulos de la presente tesis:

El Capítulo I Estado de la Cuestión, Problema, Metodología y Marco Teórico. Inicia dando cuenta de las perspectivas de investigación con relación a la práctica del diseño de las cualidades estéticas del objeto, las concepciones de la Estética en el diseño encontrando que la liderada por las ciencias formales se enfocan en identificar y formalizar el tipo de reglas que asisten la composición formal y su parametrización; las leyes perceptuales con relación a configuraciones de la apariencia de objetos ya surgidos de la práctica del diseño. El análisis de valores como 'función estética' que aborda la apariencia externa del objeto como medio de comunicación para el receptor en conexión con patrones previamente asimilados para identificar patrones de preferencia. Luego, la desarrollada por ciencias fácticas en el campo de las ciencias sociales y humanas que refieren a las condiciones y contextos en que el objeto ya constituido y no en su acto de creación desde la concepción estética. Con relación al caso Concept cars predominan las catalogaciones historiográficas no articuladas a la disciplina del Diseño.

En el marco teórico se traza una plataforma conceptual que abre la posibilidad de atribuir una serie de cualidades empíricas para hacer legible las condiciones de la experiencia de formación del conocimiento que el diseñador adquiere con la práctica para lograr su objeto de acción en correlación con su contexto de operación para configurarse mutuamente. En tanto fundamentos teóricos desplegados el propósito es hacer legible la estructura interna de funcionamiento de esa praxis en sus modos particulares de experiencia.

En el apartado de metodología se da cuenta del diseño de la investigación, su enfoque y el sistema de matrices de datos desplegadas para la construcción y análisis de datos. El Capítulo 2 Pensamiento Estético analiza en la multidimensionalidad de factores, circunstancias, contextos y objetos la formación del pensamiento estético en la praxis General Motors de los Concept cars para caracterizar la estructura de formación del pensamiento estético como conjunto de concepciones que guía el actuar proyectual para estructurar la apariencia del Concept car como objeto estético.

El Capítulo 3 Acto de Diseño de la Estética del Objeto se caracteriza el conjunto de operaciones relacionales y performativas (esquematismo y diseño conceptual) que el diseñador ejecuta para la construcción progresiva de una estructura de contenidos que determina la esencia o carácter y las cualidades formales de la estética del Concept car. Deconstruye las operaciones retóricas de metáfora, adjetivación, narrativas con las que el diseñador desarrolla el carácter estético de la estructura formal del automóvil.

El Capítulo 4 Objeto Estético constata que el Concept car como objeto estético es multidimensional en su concepción y composición, así que se realiza una descriptiva de análisis cruzado de lo recogido en los capítulos previos de Pensamiento y Acto. Hace legible que se trata del producto del pensar - actuar y la intencionalidad del diseño; la estructuración de una información diversa que se organiza como narrativa autorreferente con mensaje metafórico, valores de representación de identidad, mensaje de ficción y un conjunto de cualidades formales con sentido estético. Como salida de las operaciones relacionales y performativas, se trata de una estructura sinérgica de contenidos. Se trata de una manifestación material una imagen autorreferente, valores de representación de identidad y de belleza funcional para la conexión con el sujeto.

19. Barra Cobo, Daniela

(Título de Grado: Bachelor of Fine Art and Design. Universidad: Savannah College of Art and Design, USA. Título de Posgrado: Mg. en Gestión del Diseño. Universidad: Universidad de Palermo, Argentina. Cargo actual: Docente de la Universidad San Francisco de Quito).

El diseño en los discos de música popular ecuatoriana en la década de 1960.

Introducción

En la década de 1960 se produjo un crecimiento significativo en la industria discográfica ecuatoriana, debido a la proliferación de los dispositivos conocidos como 'larga duración' -LP-, producidos en su totalidad en Ecuador (Godoy, 2017). Su desarrollo fue sin duda muy importante en el ámbito de la música popular y a partir de ella. A esta época se la llamó "época dorada del pasillo", el género musical ecuatoriano más grabado y escuchado en el país (Wong, 2011).

Gran parte de las investigaciones realizadas sobre los discos de la música popular ecuatoriana han sido analizadas desde la musicología, la historia político-cultural y el desarrollo industrial. Por ejemplo, la investigación del historiador Franklin Cepeda (2012),