

DOCTORADO EN DISEÑO

TESIS DOCTORAL

De lo Oculto a lo Legible

Diseño de la Estética de los Concept cars

General Motors en Estados Unidos entre

1945 y 1965

D.I. MAG. Claudia Marcela Sanchez

Director:

Dr. Arq. Sergio Rybak

Forma y Materialidad

Agosto de 2020



Facultad de Diseño
y Comunicación

PROYECTO DE GRADUACIÓN

TRABAJO FINAL DE GRADO

CUERPO

B

De lo Oculto a lo Legible

Diseño de la Estética de los Concept cars
General Motors en Estados Unidos entre
1945 y 1965

Claudia Marcela Sanchez

0099134

Doctorado en Diseño

Tesis Doctoral

Forma y Materialidad

Agosto, 2020



Facultad de Diseño
y Comunicación

Agradecimientos

Expreso mi agradecimiento a la Universidad de Palermo que con su equipo humano ofrece esta valiosa oportunidad de avance para el Diseño y sus profesionales comprometidos con la teoría y la práctica reflexiva en sus diferentes latitudes.

A la General Motors como facilitadora del fenómeno de estudio, permitiéndome hacer legible parte del conocimiento que su praxis ha legado al Diseño. Quiero referirme especialmente a Christo Datini y John Kyros del GM Heritage Center en Detroit, Michigan por su generoso apoyo durante mi visita para la colección y posterior análisis de los datos.

Al director de mi tesis Sergio Rybak quien además de su solidez como investigador y teórico, tiene la magia para sacar lo mejor de mis reflexiones y escritura.

A Mark, mi compañero, mi patrocinador, quien me recuerda la lección del principito: ‘Lo único imposible es aquello que no estás dispuesto a intentar’.

A Camilo mi hijo, motor e inspiración en mi vida. A mi familia, amigos, compañeros que con su gentil presencia y confianza aliviaron momentos de fatiga y tensión.

A todos quienes me han enseñado: profesores, estudiantes, colegas, jefes y seres que enriquecen cada diálogo, inspiran cada acción y ponen excedentes de significado.

A mí porque con mi perseverancia, pasión y disciplina he decidido ser aburrida por un tiempo y alcanzar esta meta con la firme intención de adquirir más sensibilidad y entendimiento para ofrecer estos aportes a la praxis del Diseño.

A mi papito que desde el cielo está diciendo que está lleno de emoción por mí.

A Dios que me dado tanto cada día y me llena de amor para ejercer mi existencia.

Contenido

Índice de Tablas.....	7
Índice de Figuras	7
Índice de Esquemas	15
Abstract.....	16
Introducción.....	17
CAPÍTULO 1: ESTADO DE LA CUESTIÓN, PROBLEMA, METODOLOGÍA Y MARCO TEÓRICO	23
1. Estado de la Cuestión, Problema, Metodología y Marco Teórico.....	23
1.1 Estado de la Cuestión	23
1.1.1 Estética del Diseño	24
1.1.2 Experiencia Estética	26
1.1.3 Propiedades Estéticas del Diseño del Objeto	29
1.1.4 Concept Cars de General Motors en Estados Unidos.....	35
1.2 Problema de Investigación.....	41
1.2.1 Preguntas, Hipótesis y Objetivos.....	44
1.3 Metodología.....	45
1.3.1 Enfoque	45
1.3.2 Estudio de Caso Único con Enfoque Histórico	48
1.3.3 Métodos	50
1.3.3.1 Análisis de Contenidos: Verbal y Visual.....	50
1.3.3.2 Fuentes y Colección de Datos	51
1.3.3.3 Tratamiento de Datos.....	53
1.3.3.4 Población y Muestra	55
1.3.3.5 Diseño de la Investigación.....	55
1.4 Marco Teórico	62
1.4.1 Noción de la Estética en Relación con el Diseño	64
1.4.2 Hacia una Idea del Pensamiento Estético del Diseño.....	68
1.4.3 Dimensión Comunicativa del Diseño de la Estética.....	70
1.4.4 Información como Forma	72
1.4.5 Forma y Contenido	74

1.4.6	Carácter Performativo del Diseño	77
1.4.6.1	Lo que Muestra la Imagen	79
1.4.7	Carácter Relacional del Diseño	80
1.4.8	Dicotomías: Pares Estructurales	81
1.4.9	Forma y Experiencia Estética	82
1.4.10	Gusto.....	84
1.4.11	Belleza	85
CAPÍTULO 2: PENSAMIENTO ESTÉTICO		88
2.	Pensamiento Estético.....	88
2.1	Interpretación de Pensamiento.....	88
2.2	Campo de Formación	91
2.2.1	Campo y Diseño Estético: Influencia Recíproca.....	93
2.2.2	Simbolismo e Imaginarios del Campo	94
2.2.3	Imaginario Social: Lo Instituido y lo Instituyente.....	96
2.3	Dicotomía: Sujeto – Objeto	97
2.4	Ideología del Campo: Fantasía, Identificación y Goce	98
2.5	Utopía Estadounidense de la Segunda Posguerra Mundial	99
2.6	Pragmatismo: Del Pensamiento a la Acción.....	101
2.7	Diseño el Gran Diferenciador.....	104
2.7.1	Primer Concept Car	108
2.7.2	Ficción y Pensamiento Estético.....	111
2.7.3	Carácter Estético de los Concept Cars.....	115
2.7.3.1	Aura	118
2.7.3.2	Autorreferencia.....	119
2.7.3.3	Aeroestética y Entretenimiento	121
2.7.3.4	Narrativa de los Concept Cars	124
2.7.4	Principios de Experiencia Estética	129
2.8	Pensar Estético del Diseño Concept Cars, ¿Kitsch?.....	131
Conclusiones Parciales		140
CAPÍTULO 3: ACTO DE DISEÑO DE LA ESTÉTICA DEL OBJETO ...		142
3.	Acto de Diseño de la Estética del Objeto	142

3.1 Diseño de la Estética del Objeto con Enfoque Pragmático	142
3.2 Acto de Diseño: Relacional y Performativo	143
3.2.1 Operaciones Relacionales.....	144
3.2.1.1 Esquematismo	144
3.2.1.1.1 Concepto.....	146
3.2.1.1.2 Cualidad Sensible	146
3.2.1.1.3 Categoría	147
3.2.1.2 Esquema	152
3.3 Diseñador.....	157
3.3.1 Habilidades del Diseñador.....	160
3.3.1.1 Interpretación	160
3.3.1.2 Reflexividad	164
3.3.1.3 Agencia.....	165
3.3.1.4 Imaginación	165
3.4 Diseño Conceptual.....	167
3.4.1 Construcción de Sentido Estético en el Diseño Conceptual.....	169
3.4.2 Dimensión Semántica del Diseño Conceptual	174
3.4.2.1 Narrativas o Historias	177
3.4.2.2 Adjetivación	181
3.4.2.3 Metáforas: Verbal y Visual.....	184
3.4.3 Otros Medios de Expresión del Diseño Conceptual.....	189
Conclusiones Parciales	193
CAPÍTULO 4: CONCEPT CAR GM, OBJETO ESTÉTICO	195
4. Concept Car GM, Objeto Estético.....	195
4.1 Objeto Estético: Concepción Multidimensional.....	195
4.2 Forma: Estructura Sinérgica de Contenidos	199
4.2.1 Pensamiento Estético/Campo	199
4.2.2 Pensamiento Estético/Forma Externa.....	204
4.2.3 Pensamiento Estético/Forma Interna.....	208
4.2.4 Campo/Pensamiento Estético	209
4.2.5 Campo/Forma Externa.....	213
4.2.6 Campo/Forma Interna.....	216
4.2.7 Forma Externa/Pensamiento Estético.....	218

4.2.8 Forma Externa/Campo.....	219
4.2.9 Forma Externa/Forma Interna	222
4.2.10 Forma Interna/Pensamiento Estético	225
4.2.11 Forma Interna/Campo.....	226
4.2.12 Forma Interna/Forma Externa	227
4.3 Concept Car: Imagen de Objeto Estético	231
Conclusiones Parciales	237
CONCLUSIONES Y CONSIDERACIONES FINALES	239
GLOSARIO	250
REFERENCIAS	254
BIBLIOGRAFÍA	263

Índice de Tablas

Tabla 1 Síntesis Estado de la Cuestión Estética del Diseño	32
Tabla 2 Síntesis Estado de la Cuestión Concept Cars	40
Tabla 3 Organización de Información Colectada en el GM Heritage Center 2019	54
Tabla 4 Población de la Muestra Concept Cars GM 1945 – 1965	55
Tabla 5 Sistema de Matrices de la Investigación	58
Tabla 6 Matriz del Nivel Supraunitario	59
Tabla 7 Matriz de Nivel de Anclaje.....	60
Tabla 8 Matrices de Nivel Subunitario.....	61
Tabla 9 Matriz de Síntesis de las Categorías – Conceptos Encontrados en el Esquematismo.....	149
Tabla 10 Pares Polares y Significados Operacionales.....	152
Tabla 11 Conceptualización de los Elementos Compositivos de la Forma Total.....	180
Tabla 12 Comparativo de Morfologías Basado en Adjetivación.	182
Tabla 13 Grupos Compositivos para Comparación Binaria.....	198

Índice de Figuras

Figura 1-2. Foto del Cadillac de Ville convertible coupé 1947 vista lateral	102
Figura 2-2. Foto del Cadillac de Ville Convertible Coupé 1951 Vista Lateral. Fuente: GM Heritage Center	103

Figura 3-2. Foto del Cadillac de Ville Coupé Convertible 1956 Vista Lateral. Fuente: GM Heritage Center	103
Figura 4-2. Foto del Cadillac de Ville Coupé Convertible 1959 Vista Lateral. Fuente: GM Heritage Center	104
Figura 5-2. Foto de Cita de Harley Earl. Fuente: https://www.azquotes.com/author/20016-Harley_Earl	107
Figura 6-2. Foto de cita de Raymond Loewy. Fuente: https://www.azquotes.com/author/20016-Raymond_Loewy	107
Figura 7-2. Foto del Primer Concept Car GM Buick Y-Job 1938. Perspectiva Cuerpo. Fuente: GM Heritage Center.....	110
Figura 8-2. Foto del Primer Concept Car GM Buick Y-Job 1938. Vista Superior. Fuente: GM Heritage Center.....	111
Figura 9-2. Foto del Anuncio del Primer Concept Car GM Buick Y Job (1938). Fuente: GM Heritage Center.....	112
Figura 10-2. Foto de Ilustración de la Visión del ‘Equipo de Sueños GM’ (Dream Team). Fuente: GM Heritage Center.....	112
Figura 11-2. Foto de Patente Otorgada al Firebird II Concept Car de la GM (1957). Fuente GM Heritage Center.....	113
Figura 12-2. Foto de Exhibición Masiva del Firebird en 1956 como parte de una gira de promoción nacional. En la esquina inferior derecha Harlow Curtice presidente de la GM. Fuente: GM Heritage Center.	114
Figura 13-2. Foto de Harley Earl GM con el Prototipo del Firebird 1956. Fuente GM Heritage Center.	115
Figura 14-2. Foto de Avión P-38 Lightning Fighter (1944) Fuente: https://www.thoughtco.com/world-war-ii-p-38-lightning-2361085	119
Figura 15-2. Foto de Cadillac El dorado Biarritz 1959. Fuente: GM Heritage Center.	120
Figura 16-2. Foto de Catálogo para la Serie Cadillac El dorado Biarritz 1959. Fuente: GM Heritage Center.	121
Figura 17-2. Foto de Motorama 1949 en el Waldorf Astoria New York. Fuente: GM Heritage Center.	123
Figura 18-2. Foto de Exhibición Motorama 1956. Fuente: GM Heritage Center	123
Figura 19-2. Foto de Acto de Entretenimiento Motorama 1956. Fuente: GM Heritage Center.....	124
Figura 20-2. Foto de Earl socializando ideas del Concept car Buick Le Sabre 1951 con miembros de Ingeniería, Marketing y Negocios. Fuente GM Files Design Heritage Center	126

Figura 21-2. Foto del Concept Buick Le Sabre 1951 Vista Lateral. Fuente: GM Heritage Center	127
Figura 22-2. Foto de Avión caza F86 Sabre II Guerra Mundial vista lateral, referente inspiración del Concept Buick Le Sabre 1951. Fuente: GM Heritage Center	127
Figura 23-2. Foto del Concept Buick Le Sabre 1951 vista superior. Fuente: GM Heritage Center	128
Figura 24-2. Fotos de Concept Buick Le Sabre 1951 vista perspectiva. Fuente: GM Heritage Center	128
Figura 25-2. Foto de Avión Caza F86 Sabre. Fuente: https://www.pinterest.es/pin/57069120262885765/?lp=true	129
Figura 26-2. Foto de Buick Y-Job 1941 Valor Personal y Vida Social (1952). Fuente: GM Heritage Center	130
Figura 27-2. Foto de Poster del Concept Car Oldsmobile Golden Rocket 1956. Fuente: GM Heritage Center	132
Figura 28-2. Foto de Exhibición del Concept car Oldsmobile Golden Rocket 1956. Fuente: GM Heritage Center	133
Figura 29-2. Foto del Concept Car Oldsmobile Golden Rocket 1956 en Uso. Fuente: GM Heritage Center	134
Figura 30-2. Foto del Concept car Buick Cyclone 1959. Perspectiva Delantera. Fuente: GM Heritage Center	135
Figura 31-2. Foto del Concept Car Buick Cyclone 1959. Vista Lateral. Fuente: GM Heritage Center	136
Figura 32-2. Foto del Concept Car Buick Cyclone 1959. Detalles Cuerpo. Fuente: GM Heritage Center	136
Figura 33-2. Foto del Concept Car Buick Cyclone 1959. Sección del Trasero. Fuente: GM Heritage Center	137
Figura 34-3. Foto de Diseñador con Esquema del Concept Buick Le Sabre 1951. Fuente GM Heritage Center	153
Figura 35-3. Foto de Bocetos Originales de Diseño Conceptual Firebird III. Fuente: James, N (2007) Libro Of Firebirds & Moonmen.....	154
Figura 36-3. Foto del Equipo de Diseño (1947). Foto GM Heritage Center	158
Figura 37-3. Foto de Bocetos del Diseño de Carl Renner Modelo XP-100. Fuente: Temple, 2016	159
Figura 38-3. Foto del Boceto de Bob Veryzer 1957 para el Sting Ray. Foto GM Heritage Center	159
Figura 39-3. Foto de Evento NASA con el Programa de Investigación Hipersónica 1959. Fuente: https://www.aiaa.org/about/History-and-Heritage/History-Timeline	163

Figura 40-3. Foto de Familia Estadounidense Viendo Televisión Años 60s. Fuente	163
Figura 41-3. Foto de Elvis Presley en Presentación al Público Años 50s. https://pbs.twimg.com/media/DkGob0nX4Ag_6TQ.jpg	164
Figura 42-3. Foto de Diseñadores Trabajando. Fuente: http://www.autoenminiatura.com/wp-content/uploads/2017/04/gm-design16.jpg	169
Figura 43-3. Foto de Equipo de Diseño Trabajando 1957. Fuente: GM Heritage Center.....	172
Figura 44-3. Foto de Niños Observando el Buick Cyclone 1959. Fuente: https://i.pinimg.com/564x/46/86/30/468630a15ddc49063ebc019c3c68c61c.jpg	173
Figura 45-3. Foto de Chevrolet en Texas 1956. Fuente: Robert Frank (1989) Estados Unidos	176
Figura 46-3. Foto de Concept Corvette 1961. Fuente: GM Heritage Center	177
Figura 47-3. Foto de Adjetivación de Cyclone 1959. Fuente: elaboración propia	183
Figura 48-3. Ilustración de Adjetivación de Firebird II 1958. Fuente: elaboración propia	183
Figura 49-3. Foto de Fragmento Magazine GM Motorama Fuente: GM Heritage Center.....	185
Figura 50-3. Foto de Bosquejo de Parqueadero Automático. Fuente: GM Heritage Center.....	185
Figura 51-3. Foto de Corvette Sting Ray 1963 e Ilustración de la Mantarraya. Fuente: GM Heritage Center	187
Figura 52-3. Foto Aérea de Sección Trasera del Corvette Sting Ray 1963 y Sección Dorsal de la Mantarraya. Fuente: GM Heritage Center	188
Figura 53-3. Foto de Equipo de Diseñadores del Color Trabajando. Fuente: GM Heritage Center	189
Figura 54-3. Earl y Diseñador Observan Modelo del Club Le Mere 1956. Fuente: https://i.servimg.com/u/f13/19/23/67/30/60391910.jpg	190
Figura 55-3. Foto de Área de Modelos. Fuente: GM Heritage Center.....	191
Figura 56-3. Modelos y Trabajo Colaborativo. Fuente: GM Heritage Center ...	191
Figura 57-3. Maqueta Estructural Firebird III. Fuente: GM Heritage Center ...	192
Figura 58-3. Modelos de Detalles Concept Cars. Fuente: GM Heritage Center	192
Figura 59-4. Foto del Buick Le Sabre 1951 Pieza Promocional del Mismo Año. Fuente: GM Heritage Center	200

Figura 60-4. Foto del Concept Buick Le Sabre 1951 Escena Social. Fuente GM Heritage Center	201
Figura 61-4. Foto del Concept Buick Le Sabre 1951. Detalles de Identidad de Marca y de País. Fuente: GM Heritage Center.....	202
Figura 62-4. Foto del Concept Buick Le Sabre 1951 Aparecer de Sofisticación. Fuente: GM Heritage Center	202
Figura 63-4. Foto del Corvair Super Spyder 1963 Perspectiva Delantera. Fuente: GM Heritage Center	203
Figura 64-4. Foto del Corvair Super Spyder 1963 Perspectiva Trasera. Fuente: GM Heritage Center	204
Figura 65-4. Foto Harley Earl y Jim Friel 1951 Puntualizando Detalles del Concept Buick Le Sabre. Fuente: GM Heritage Center	204
Figura 66-4. Foto Terminal Concept Buick Le Sabre 1951. Fuente: GM Heritage Center.....	205
Figura 67-4. Foto del F 86 Sabre Detalle Aleta Superior Trasera. Fuente: https://worldwarwings.com/original-f-86-sabre-roars-loud-planes-fame/	205
Figura 68-4. Foto del Concept Buick Le Sabre 1951 Sección Volumen Central Fuente: GM Heritage Center.....	205
Figura 69-4. Foto del F 86 Sabre Detalle Volumetría Cuerpo. Fuente: https://worldwarwings.com/original-f-86-sabre-roars-loud-planes-fame/	205
Figura 70-4. Foto del Concept Buick Le Sabre 1951 Luz Central Encendida Fuente: GM Heritage Center	206
Figura 71-4. Foto del Concept Buick Le Sabre 1951 Luz Central Apagada Fuente: GM Heritage Center	206
Figura 72-4. Foto del Carruaje. Fuente: GM Heritage Center	207
Figura 73-4. Foto del Logo Símbolo del Corvair Super Spyder 1963 Fuente: GM Heritage Center	207
Figura 74-4. Foto Aérea de Capó Corvair Super Spyder 1963. Fuente: GM Heritage Center.....	207
Figura 75-4. Foto Detalles Exostos del Corvair Super Spyder 1963. Fuente: GM Heritage Center	207
Figura 76-4. Foto Izquierda Araña. Fuente: https://estaticos.muyinteresante.es/media/cache/760x570_thumb/uploads/imagenes/gallery/59772c085baf8df833c986c/arana.jpg	208
Figura 77-4. Foto Corvair Super Spyder 1963 Frente Detalle Luces. Fuente: GM Heritage Center	208
Figura 78-4. Foto collage artistas años 50s y 60s y joven con apariencia de la época. Fuente: https://www.google.com/search?q=50s+america+&tbm=isch&ved=2ahUKEw	

jZ6dGphvPpAhVHYKwKHTO8AdQ2cCegQIABAA &scient=img&ei=cp7eXtnoFcfAsQWz-IaoDQ&bih=799&biw=1352&hl=en	210
Figura 79-4. Foto Collage de Artistas Años 50s y 60s. Fuente: https://www.google.com/search?q=50s+america+&tbm=isch&ved=2ahUKEw jZ6dGphvPpAhVHYKwKHTO8AdQ2cCegQIABAA &scient=img&ei=cp7eXtnoFcfAsQWz-IaoDQ&bih=799&biw=1352&hl=en	211
Figura 80-4. Foto de Aviso de Cine al Aire Libre Años 50s. y 60s. Fuente: https://www.google.com/search?q=50s+america+&tbm=isch&ved=2ahUKEw jZ6dGphvPpAhVHYKwKHTO8AdQ2cCegQIABAA &scient=img&ei=cp7eXtnoFcfAsQWz-IaoDQ&bih=799&biw=1352&hl=en	211
Figura 81-4. Foto del Cadillac Serie 75 Fleetwood de 1960. Fuente: GM Heritage Center.....	212
Figura 82-4. Foto de Elvis al lado de su Elvis Rose. Fuente: https://www.excelenciasdelmotor.com/noticia/los-autos-de-elvis-presley.....	212
Figura 83-4. Foto de Café Estadounidense Tipo de los 50s y 60s. Fuente: https://internewscast.com/remarkable-black-and-white-images-capture-the-stores-along-historic-route-66-during-the-1950s/	213
Figura 84-4. Foto de pieza publicitaria año 1952 del Buick XP-300 1951. Fuente: GM Heritage Center	213
Figura 85-4. Foto del Concept Buick XP-300 1951 perspectiva trasera. Fuente: GM Heritage Center	213
Figura 86-4. Foto del Concept Buick XP-300. Fuente: GM Heritage Center....	214
Figura 87-4. Foto del Edificio Chrysler. Fuente: https://www.pinterest.ca/pin/402016704228523312/.....	215
Figura 88-4. Foto Derecha de Gárgola Edificio Chrysler. Fuente: https://www.pinterest.com/pin/565131453210941027/.....	215
Figura 89-4. Foto Tapa Radiador del Chrysler 1929. Fuente: James Maher (2007) https://www.jamesmaherphotography.com/new-york-historical-articles/chrysler-building/	215
Figura 90-4. Foto Motorama 1952 Personas Asistiendo a la Feria. Fuente: GM Heritage Center	217
Figura 91-4. Foto de Ilustración de Arthur Radebaugh, mayo 4 de 1958. Fuente: https://paleofuture.gizmodo.com/this-cop-car-of-the-future-from-1958-was-pretty-intimid-1568730912	218
Figura 92-4. Foto del Concept Buick Le Sabre 1951 Vista Lateral. Fuente: GM Heritage Center	219

Figura 93-4. Foto del Concept Buick Le Sabre 1951 Corte Perspectiva Trasera. Fuente: GM Heritage Center	219
Figura 94-4. Foto del Concept Corvette 1961 Pieza Publicitaria. Fuente: GM Heritage Center.....	220
Figura 95-4. Foto del Concept Corvette 1961 en Campo. Fuente: GM Heritage Center.....	221
Figura 96-4. Foto del Corvette 1961 en Campo. Fuente: https://www.motor1.com/photo/1164246/wheels-wallpaper-1961-chevrolet-	222
Figura 97-4. Fotos del avión F86 Sabre y el Concept Buick Le Sabre 1951. Fuente: GM Heritage Center	223
Figura 98-4. Foto Cadillac Eldorado Biarritz Convertible 1959 aleta y luz traseras. Fuente: GM Heritage Center	223
Figura 99-4. Foto Cadillac Cyclone 1959 Perspectiva. Fuente: GM Heritage Center	224
Figura 100-4. Foto del Concept Firebird III 1959. Fuente: GM Heritage Center	224
Figura 101-4. Foto Izquierda Magazine: Firebird en The Detroit News Pictorial Magazine, September 14 of 1958. Foto derecho: Firebird III en Campo. Fuente: GM Heritage Center.....	226
Figura 102-4. Foto de Grupo de Adolescentes en Estación De Comidas. Fuente: https://thestudioscoop.com/2012/06/18/the-car-peoples-fascination-with-the-machine-car-culture-in-america-in-1950s-part-6/	227
Figura 103-4: Foto de Tiburón Azul. Fuente: https://www.tiburoneswiki.com/Imágenes/tiburones-azules.jpg	228
Figura 104-4. Foto del Concept Corvette Mako Shark 1961 Perspectiva Delantera. Fuente: GM Heritage Center.....	228
Figura 105-4. Foto del Concept Corvette Mako Shark 1961 Perspectiva Trasera. Fuente: GM Heritage Center	229
Figura 106-4. Foto del Concept Corvette Mako Shark 1961 Perspectiva Delantera. Fuente: GM Heritage Center.....	229
Figura 107-4. Foto del Concept Mako Shark 1961 Detalle Remate Delantero. Fuente: GM Heritage Center	230
Figura 108-4. Foto del Concept Mako Shark 1961 Detalle del Logo Símbolo. Fuente: GM Heritage Center	230
Figura 109-4. Fotos del Concept Le Sabre 1951 Perspectivas Delantera y Trasera. Fuente GM Heritage Center	232
Figura 110-4. Fotos del Concept Firebird II 1958 Perspectivas Delantera y Trasera. Fuente GM Heritage Center	232

Figura 111-4. Foto Izquierda Corte Trasero del Concept Firebird II 1958. Fuente: GM Heritage Center	233
Figura 112-4. Foto Derecha Corte Delantero del Concept Firebird II 1958 Fuente: GM Heritage Center	233
Figura 113-4. Foto del Concept Le Sabre 1951. Detalles. Fuente: GM Heritage Center.....	233
Figura 114-4. Foto del Concept Cadillac Eldorado Biarritz Convertible de 1959. Perspectiva Delantera de la Superficie Envolvente. Fuente: GM Heritage Center.....	234
Figura 115-4. Foto del Concept Cadillac Eldorado Biarritz Convertible de 1959. Perspectiva Trasera de la Superficie Envolvente. Fuente: GM Heritage Center	234
Figura 116-4. Foto del Concept Cadillac Eldorado Biarritz 1959. Corte Delantero. Fuente: GM Heritage Center.....	235
Figura 117-4. Fotos del Concept Cadillac Eldorado Biarritz 1959. Luz Trasera. Fuente: GM Heritage Center	235
Figura 118-4. Izquierda: Foto del Concept Firebird II 1958. Sección Puntera Delantera. Fuente: GM Heritage Center.....	236
Figura 119-4. Derecha: Foto del Concept Firebird II 1958. Sección Vista Aérea Trasero. Fuente: GM Heritage Center.....	236
Figura 120-4. Foto del Concept Firebird II 1958 en Campo. Fuente: GM Heritage Center.....	236

Índice de Esquemas

Esquema 1-2. Esquema de Componentes de Formación del Pensamiento Estético del Diseño. Fuente: elaboración propia	91
Esquema 2-3. Categorías y Conceptos del Sentido Estético del Campo. Fuente: elaboración propia	155
Esquema 3-3. Grupos Compositivos de la Forma Total. Fuente: elaboración propia	156
Esquema 4-3. Forma Total. Elaboración propia.....	156

Abstract

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 como diferentes puntos de entrada a la concepción de la estética del objeto para develar su multidimensionalidad. 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, para develar la naturaleza relacional y performativa de este acto intencional de diseño desde la perspectiva institucional. 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. Los hallazgos de esta investigación son relevantes para reflexionar acerca de 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.

Palabras clave: diseño, estética, relacional, performativo, praxis, diseñador.

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 no 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 *redescripción* 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.