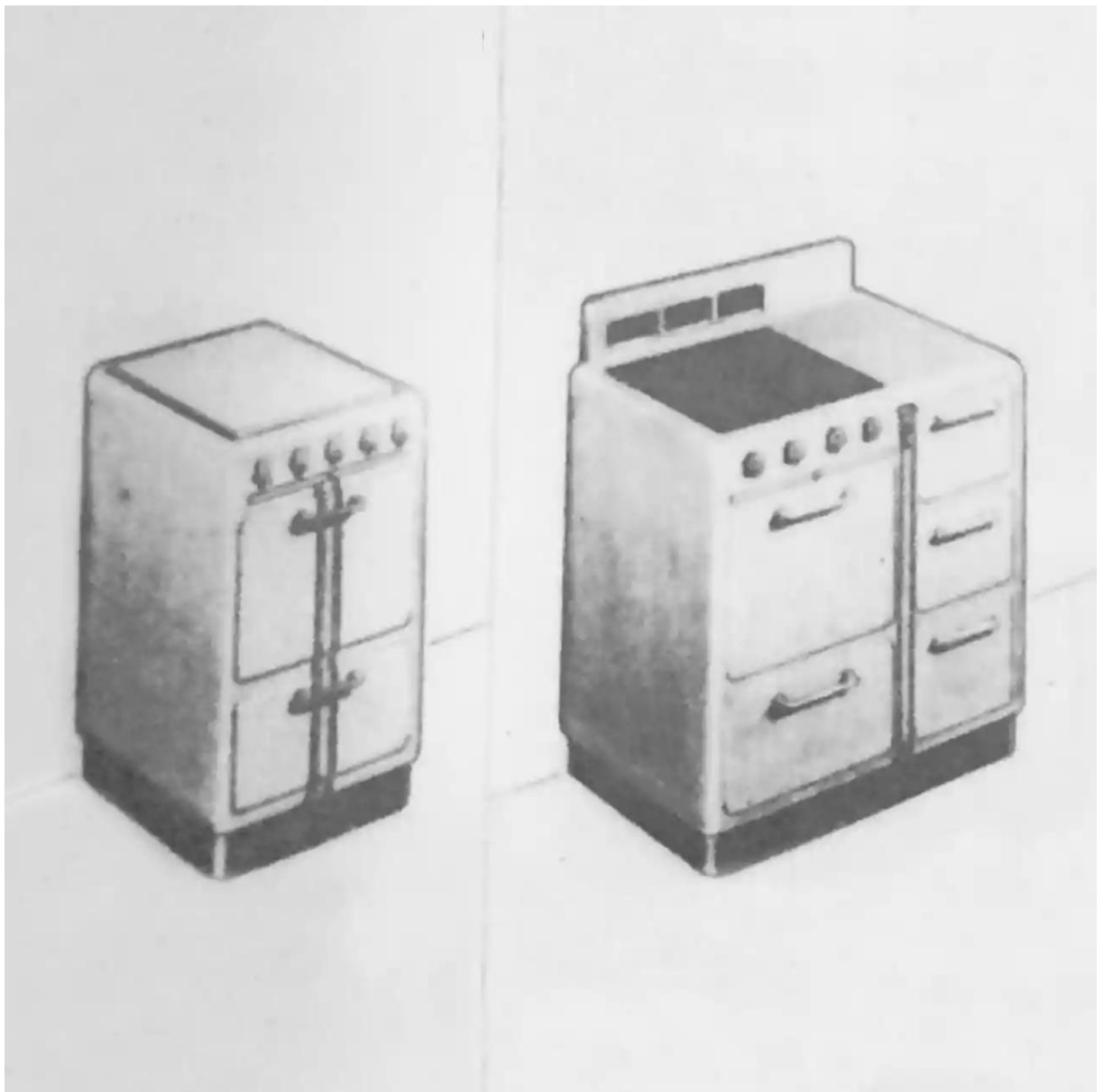


Un origen desconocido del diseño industrial

Por Federico Monroy

La versión europea sobre el origen del diseño industrial es desmentida por un artículo publicado en 1934 en la revista Fortune.

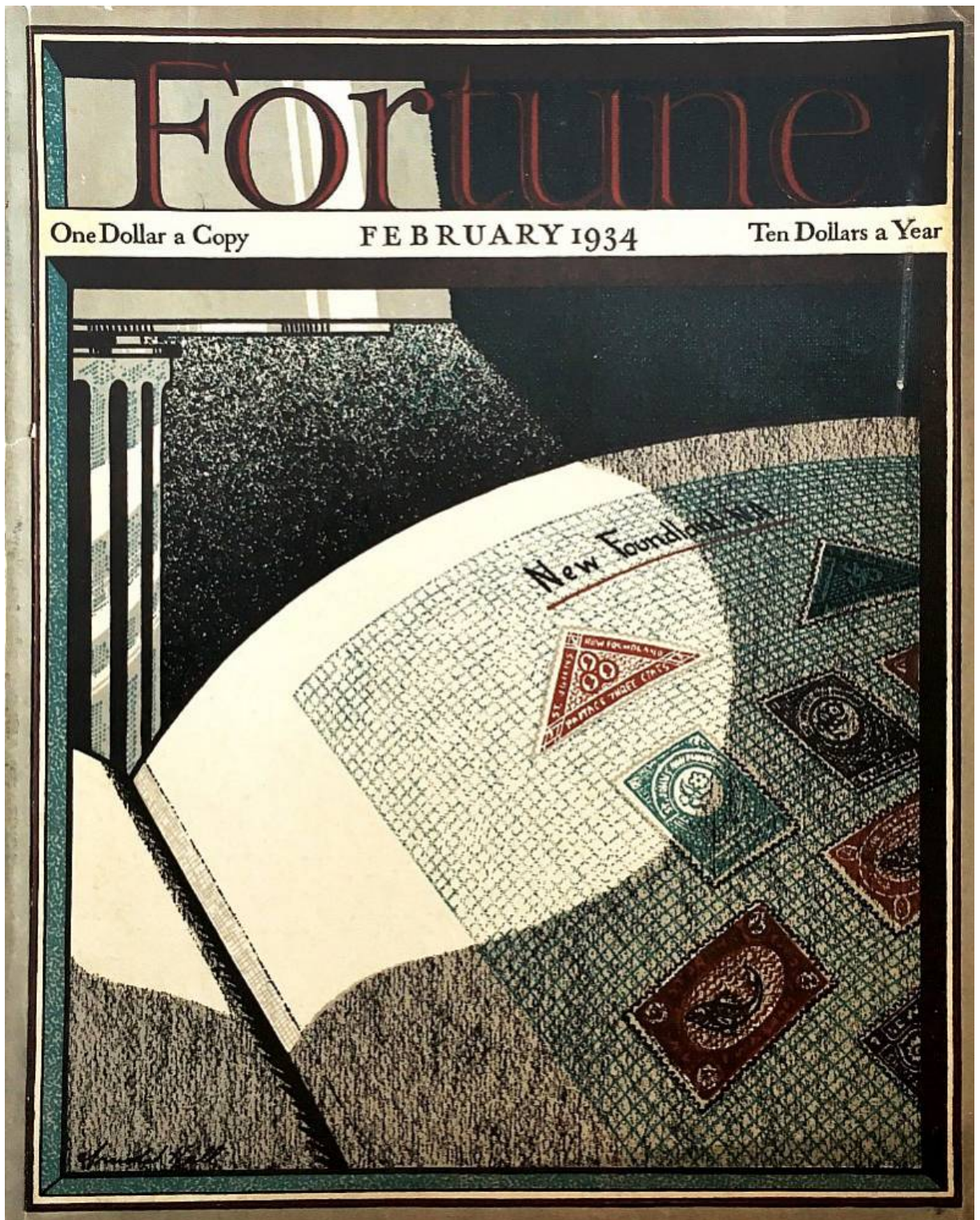


Dibujos finales para cocinas S.G.E, diseñadas por Norman Bel Geddes.

El contenido de este artículo está basado en una investigación realizada en

colaboración con las alumnas de diseño de la Pontificia Universidad Católica de Chile: Lilian Calderón y Gema Oyarzún.

Both Fish and Fowl, es el título de un artículo publicado en febrero de 1934 en la revista Fortune. Ese texto reconoce públicamente el diseño industrial como una nueva profesión en Estados Unidos, describiéndola como una actividad estratégica, interdisciplinaria y centrada en la investigación del mercado —usuarios e industria—, a diferencia de trabajo superficial sobre los productos industrializados que realizaban hasta entonces los artistas decorativos.



Portada de la revista *Fortune* publicada en febrero de 1934.

La década de 1930 comenzó trágicamente para la industria estadounidense luego del colapso de Wall Street en 1929. En medio de esa situación, un controversial Henry Luce, empresario norteamericano y dueño de Time-Life, crea un nuevo formato de revista. Nace así la *Fortune*, un impreso de alta gama con variado contenido y sofisticado diseño, cuyo precio de venta se fijó en un dólar; precio elevado en comparación con los 5 centavos de la *Sunday* del New York Times.

Por medio de esta exótica revista, dirigida a los «sofisticados líderes de la industria» (Gorman, 2003, p. 123), se promovían por primera vez los beneficios que el diseño industrial podía aportar para impulsar los negocios, desde una perspectiva comercial en lugar de artística.

A 4 años de la fundación de *Fortune*, el particular artículo *Both Fish and Fowl*, escrito anónimamente por el entonces desconocido diseñador George Nelson, ganador del Premio Rome en arquitectura de 1932 y contratado como editor asistente del Architectural Forum. El encabezado de la publicación hace alusión al modismo norteamericano «*neither fish nor fowl*» (que podría traducirse como «ni chicha ni limonada») para referirse a la visión integrada del diseñador como artista y hombre de negocios (Gantz, 2011).¹



Fotografía de George Nelson tomada por Herman Miller en 1964. Fuente: Vitra Design Museum (2008), *George Nelson: architect, writer, designer, teacher*.

George Nelson comienza el artículo citando al Dr. Oliver M. W. Sprague, secretario del tesoro

de Estados Unidos y académico:

«El fracaso de las industrias en adaptar políticas de diseño para abrir demanda adicional a productos industriales, a mi juicio, es la principal causa de la persistencia de la Depresión».

1934, p. 40

Así critica al mercado y expone su fracaso para atraer a los consumidores por medio del diseño de nuevos y diferentes productos (Gantz, 2014). Es entonces que el autor reconoce que el diseño industrial comprende una finalidad más compleja que la de decorar superficialmente los productos, para luego referirla como una profesión cuyo trabajo creativo contempla el conocimiento de los procesos técnicos de fabricación, necesarios para desarrollar un producto de manera eficiente y económica.

La publicación destaca a 25 diseñadores industriales que lideraban el negocio, entre ellos Norman Bel Geddes, Raymond Loewy, Walter D. Teague, todos provenientes de ambientes conectados con la publicidad y el diseño escenográfico, en un contexto comercial y de trabajo colaborativo (Heskett, 1980, p. 105); estos eran los precursores de un cambio en la industria norteamericana.

Una de las secciones más reveladoras de la publicación es «Historia de una cocina» (*Story of a Stove* en inglés). En ella, Nelson logra describir en profundidad los nuevos estándares que definen a esta profesión. La historia se sitúa en 1930 con W. Frank Roberts, el presidente de Standard Gas Equipment Corp., quien se encontraba preocupado por la baja en las ventas de sus consagradas cocinas debido a la competencia. Para mejorar esta situación acude a Norman Bel Geddes, un ex-diseñador de escenografías teatrales que en 1928 inauguró su oficina de diseño industrial para entrar en esta nueva profesión. Se destacan 4 puntos que exponen los nuevos estándares del diseño industrial:

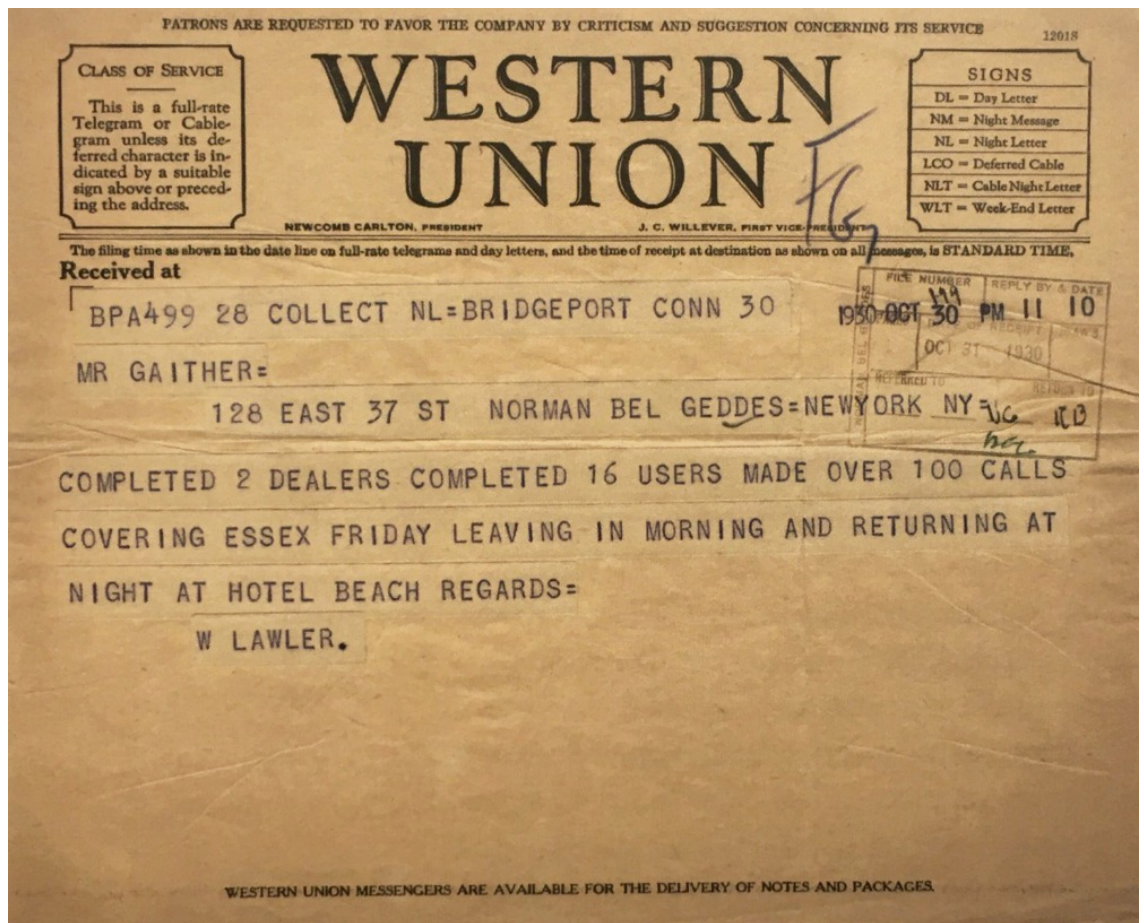
1. **Formalización de un encargo**

En una primera instancia, W. Frank Roberts esperaba pagar 1500 dólares por el diseño de la nueva cocina, pues no vio razón por la que los «dibujos» (diseños para Bel Geddes) no estuviesen listos en una o dos semanas. Pero Geddes veía el panorama de forma diferente. Él no estaba en el negocio de «vender cosas bonitas», por lo que estimó el valor del encargo en 50.000 dólares como anticipo y un año para el plazo de entrega.

2. **Investigación preliminar**

En lugar de hacer los esperados «dibujos» que le pidió su cliente, Bel Geddes inicia una etapa inédita de investigación, resultante en un informe de 300 páginas, en el que expuso los hallazgos obtenidos al observar detalladamente a cientos de amas de casa, los procesos de producción en la planta, los distribuidores y las estrategias de la

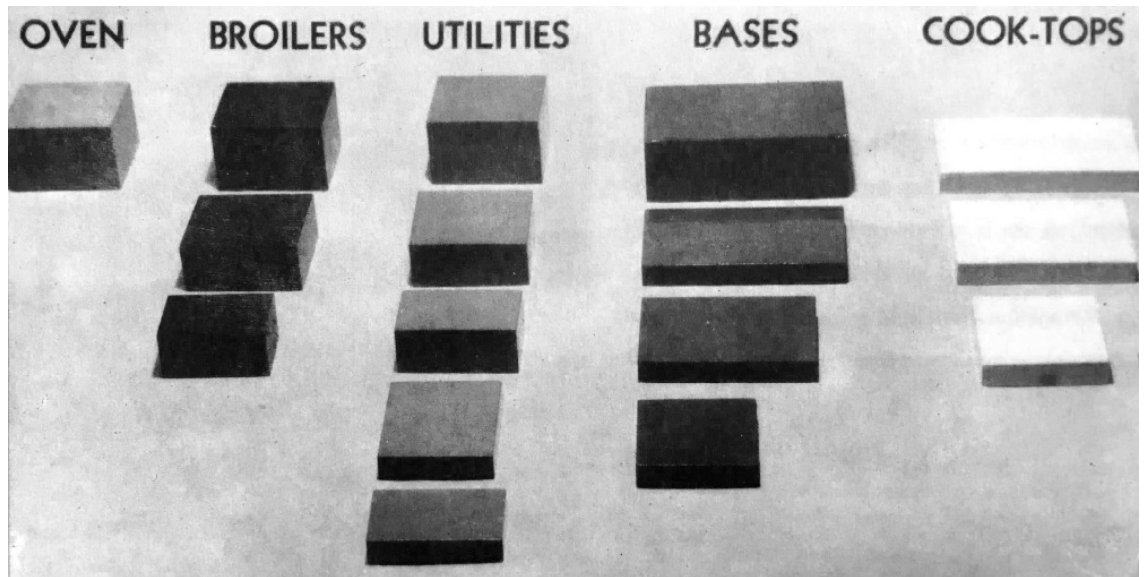
competencia.



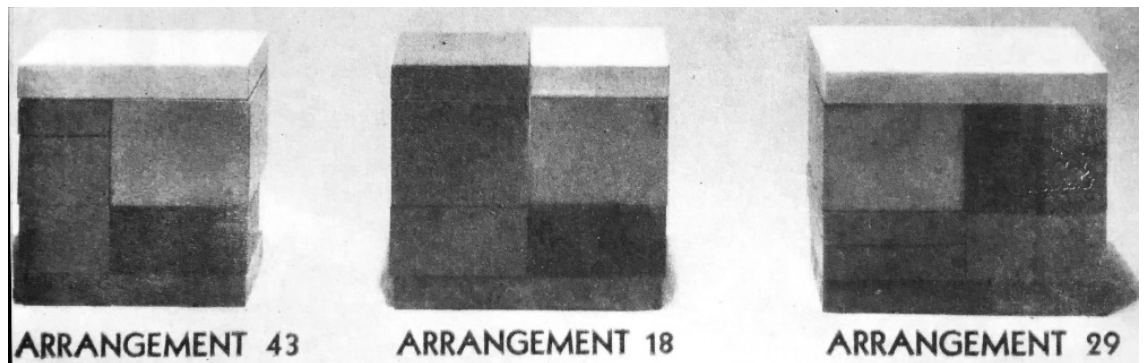
Telegrama que documenta la investigación de campo realizada por la firma de Geddes. Fuente: Harry Ranson Center, University of Texas (2012), *Norman Bel Geddes Designs of America*.

3. Diseño conceptual

A 6 meses del encargo, Geddes presenta al presidente de S.G.E., en forma lúdica, un pre-diseño de la cocina. Por medio de cientos de bloques de madera de distintos tamaños y colores representa a su cliente la excesiva cantidad de procesos que realizaba la fábrica para producir una cocina, y que finalmente logró simplificar en 16 módulos estandarizados que podían combinarse de diferente manera en el diseño de una nueva cocina. Es así que en esta etapa no se habla de estética o del modelo definitivo, sino de una lógica conceptual que comunica la simplificación de procesos.



Fotografía del libro Horizons (1932) que expone los 16 módulos presentados por Geddes al presidente de S.G.E.



Fotografía del libro Horizons (1932) donde se muestra la combinación de módulos usada para diseñar los distintos modelos de la cocina.

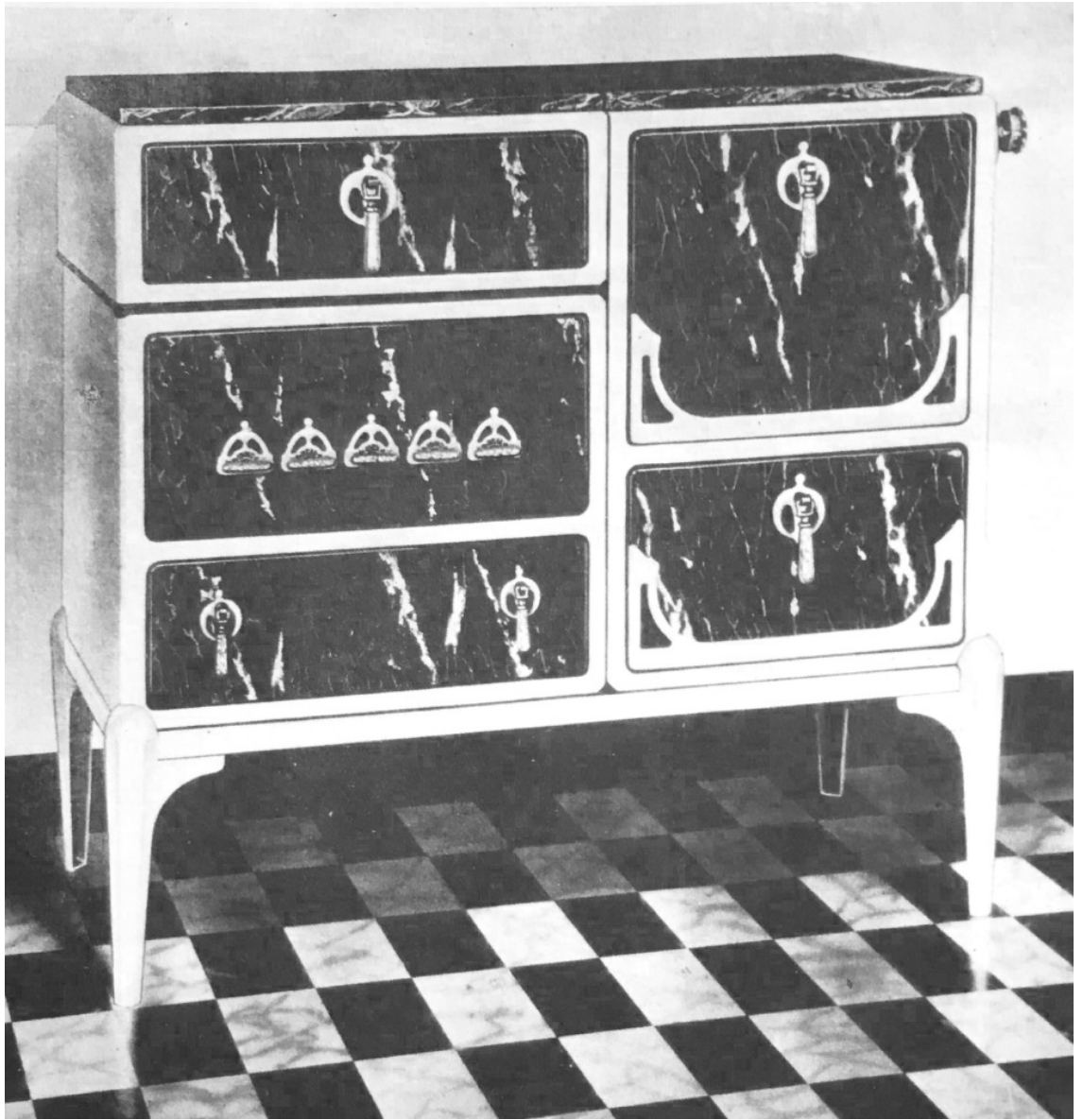
Aprobado el concepto inicial, Bel Geddes desarrolló con sus ingenieros el diseño de la cocina en todos sus detalles. Innovó en el uso de nuevas tecnologías, en el sistema constructivo y de fabricación, lo que mejoró la producción y el uso del producto por parte del usuario.

4. **Eficiencia y economía**

Al finalizar el relato, Nelson destaca que esta nueva profesión no solo se centra en las cualidades estéticas de un producto, sino en mejorar la eficiencia de estos y reducir los costos de fabricación (1934), lo que conlleva la democratización de los bienes para que sean accesibles a un mayor número de personas, y, por ende, al aumento de las ventas y mejora de la economía del país.



Fotografía del modelo final de la cocina diseñada por Norman Bel Geddes. Fuente: Harry Ranson Center, University of Texas (2012), *Norman Bel Geddes Designs of America*.



Fotografía del libro *Horizons* (1932) correspondiente a un modelo cocina inicial de la empresa S.G.E., intervenida por artistas decorativos.

A luz de esta investigación, parece poco coherente que autores como B. Bürdek (2005) reduzcan la labor del diseño industrial estadounidense de la época al *styling*, un movimiento estético que solo interviene la forma exterior del producto para hacerlo más atractivo al público, con fines únicamente comerciales. Visiones erradas como esta, han sido promovidas en los ámbitos académicos por autores como Maldonado, Sparke, Torrent y Marín, entre otros. Sin embargo, podemos advertir que la descripción de los procesos de diseño que refleja el artículo de George Nelson, se asemeja a la metodología aplicada por los diseñadores contemporáneos, y convierte a esta profesión en «relevante para las compañías que buscan estrategias de largo y corto plazo para desarrollar nuevos productos y servicios» (Lockwood, 2010, p. 4).

Es interesante revisar textos escritos tempranamente por los propios pioneros estadounidenses, que respaldan el pensamiento de Nelson respecto a los nuevos estándares

que definen esta profesión, y promueven la forma estratégica de abordar el diseño de productos para su industrialización. Entre esta bibliografía vale la pena mencionar las obras *Horizons* de Norman Bel Geddes (1932), *Industrial Design* de Harold Van Doren (1940), *Design This Day* de Walter D. Teague (1940), *Never Leave Well Enough Alone* de Raymond Loewy (1951) y *Designing for People* de Henry Dreyfuss (1955).

Para finalizar, cabe hacerse la siguiente pregunta: ¿Por qué la academia ha omitido documentos históricos que revelan el aporte del diseño estadounidense al desarrollo del diseño industrial?

Publicado el 22/10/2018

-
1. «*Both Fish and Fowl*» podría traducirse como «tanto chicha como limonada».

Bibliografía

- Bürdek, B. E. (2005). *Design: history, theory and practice of product design*. Basel: Birkhäuser - for Architecture.
- Gantz, C. (2011). *The industrialization of design: a history from the steam age to today*. Jefferson, NC: McFarland.
- Gantz, C. (2014). *Founders of American industrial design*. Jefferson, NC: McFarland.
- Gorman, C. (2003). *The industrial design reader*. New York, NY: Allworth Press.
- Heskett, J. (1980). *Industrial design*. New York, NY: Oxford University Press.
- Lockwood, T. (2010). *Design thinking integrating innovation, customer experience and brand value*. New York, NY: Allworth Press.
- Nelson, G. (1934, Febrero). *Both fish and fowl*. *Fortune*, 9(2), 40-98.u
- Torrent, R., & Marín, J. M. (2013). *Historia del diseño industrial*. Madrid: Cátedra.

FOROALFA

ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/articulos/un-origen-desconocido-del-diseno-industrial>

