

# EL GEN CROMÁTICO DEL DISEÑO INDUSTRIAL ARGENTINO

**Raúl Calvimonte, Moriana Abraham y Leonardo Cagliero**

*Nombre:* Raúl Calvimonte (n. Córdoba, Prov. de Córdoba, Arg., 1970). Arquitecto. Profesor Titular Cátedra de Morfología I, Arquitectura, Universidad Nacional de Córdoba. Profesor Asistente Cátedra de Morfología I, II y III, Diseño Industrial, e Investigador Secyt. Universidad Nacional de Córdoba.

*Dirección:* Fac. de Arquitectura Urbanismo y Diseño UNC. Córdoba 5000, Argentina. E-mail: raulcalvimonte@hotmail.com

*Áreas de interés:* arquitectura, diseño, morfología, color.

*Nombre:* Moriana Abraham (n. Córdoba, Prov. de Córdoba, Arg., 1971). Diseñador Industrial. Profesor Asistente Cátedra de Morfología I, II y III, Diseño Industrial, e Investigador Secyt. Universidad Nacional de Córdoba. Profesor Titular Cátedra de Morfología 1 y 2, Licenciatura en Diseño Industrial, Universidad Nacional del Litoral. Profesor Adjunto Cátedra Morfología 3 y 4, Licenciatura en Diseño Gráfico, Universidad Blas Pascal. Socio fundador Estudio y Marca Que! Diseño.

*Dirección:* Fac. de Arquitectura Urbanismo y Diseño UNC. Córdoba 5000, Argentina. E-mail: moriana.abraham@gmail.com

*Áreas de interés:* morfología, diseño, color, semiótica.

*Nombre:* Leonardo D. Cagliero (n. Córdoba, Prov. de Córdoba, Argentina, 1986). Diseñador Industrial. Profesor Asistente Cátedra de Morfología I, II y III, Diseño Industrial, Universidad Nacional de Córdoba. Investigador Secyt, integrante del ELAPS (Espacio Laboratorio de Arte/s, performance/s y subjetividad/es). Facultad de Psicología, Universidad Nacional de Córdoba.

*Dirección:* Fac. de Arquitectura Urbanismo y Diseño UNC. ELAPS Fac. de Psicología UNC. Córdoba 5000, Argentina. E-mail: leocagliero@hotmail.com

*Áreas de interés:* morfología, semiótica, antropología, sociología, artes, derechos humanos.

## Introducción

En estas Jornadas nos referiremos al color como producto cultural, es decir no sólo como posibilidad de ser visualizado, sino también decodificado y convalidado por la sociedad. Colores que surgen y se incorporan al mundo objetual con determinada aceptación social, impensables en momentos inmediatos anteriores. El color se define de distintas maneras según las épocas. “El color no tiene nada de universal, ni siquiera en su percepción” (Pastoreau, 2013, p 117)

El énfasis de la exposición centra su mirada en el uso del color en los productos de diseño industrial argentino a lo largo de su historia, considerando al mismo como una cualidad que se expresa, a veces de manera intencional y deliberada y otras de manera arbitraria, en la superficie de las formas y productos. El lapso de tiempo seleccionado, se apoya en una propuesta del Diseñador Ricardo Blanco, quien plantea cuatro períodos notables de la disciplina en nuestro país, dos de los cuáles se relacionan fuertemente casi hasta formar uno. Esta selección, no pretende ser un estricto recorte cronológico, sino que señala cuatro generaciones de diseñadores de acuerdo a sus actitudes y posibilidades ante el diseño.



Cubetera Hielos Argentinos. Imágenes cortesía de Grupo Bondi.

Dicho análisis, pondrá en consideración el uso del color en relación con la base de pensamiento que enmarca la praxis de cada generación, identificando: el modelo racionalista a partir de los años 30, los años 70 en plena posmodernidad y de los años 90 en adelante la concepción contemporánea (Giordano, 1999, p 38). Por otra parte, repararemos en la influencia de la producción de Arte y Diseño en otros países (que modifican los lenguajes y generan estilos), en los condicionantes propios de los avances y las posibilidades que la tecnología ofrece para la aplicación del color en cada período, así como en los nuevos materiales que la industria ofrece al mercado y son tomados y resignificados por los diseñadores, además de la convalidación y/o aceptación social referida a un uso "correcto" o "esperado" del color y sus combinaciones en los objetos de diseño.

*“El color es un producto cultural, que no existe si no es percibido; es decir, que no sólo deben verlo los ojos, sino que también deben descodificarlo el cerebro,*

*la memoria, los conocimientos y la imaginación. Un color que nadie mira es un color que no existe". (Pastoreau, 2013, p 118).*

## Desarrollo

### Primera generación.

Conforme al pensamiento modernista que se impone en Europa en todas las manifestaciones culturales, la Bauhaus rompe con el historicismo del S XIX y propone una nueva mirada que relaciona el arte con la industria, innovando en formas, diseños y colores, en consonancia con las vanguardias artísticas que registran un paso de la figuración a la abstracción como manifestación de la imagen. Los preceptos básicos de esta corriente son: utilizar colores puros, asignarle importancia al todo sobre las partes, emplear formas simples y geométricas realizadas con precisión mecánica, trabajar con materiales industriales de la manera más neutral posible y diseñar sobre superficies inmaculadas lisas y pulidas.

Dicho pensamiento, se extiende a lo largo del planeta bajo la idea del progreso, generando un "proceso de modernización" que suprime saberes y realidades de culturas muy disímiles, debido a que se considera como el único válido y/o el ejemplo a seguir. Situación de la que tanto nuestro país, así como las prácticas en torno a la producción objetual y al uso del color no estuvieron exentas.



De izquierda a derecha: silla Safari de Amancio Williams; silla BKF de Bonet, Curchan y Ferrari y silla "W" de Cesar Janello

En este contexto encontramos en Argentina productos como la Silla W de César Janello, la silla Safari de Amancio Williams, la Silla Arpa (Silla de junco), y la Silla BKF -paradigmática en el mundo- que evidencian una dimensión conceptual y

estética acorde al racionalismo. La producción de estos diseñadores se difunde a través de la revista Nueva Visión, fundada por Tomás Maldonado, Alfredo Hlito y Carlos A. Méndez Mosquera en 1951, donde se incluyen debates sobre arte y se encuentran los primeros conceptos de lo que después se constituirán como las disciplinas de diseño gráfico y diseño industrial.

La primera generación de Diseñadores en Argentina comienza entonces en la década del 40 y se caracteriza por estar constituida por profesionales formados en diversas disciplinas (ingenieros, arquitectos y artistas plásticos), donde los productos están condicionados por la influencia de los países centrales, que difunden sus ideas a través de la prensa especializada europea y norteamericana que convalidan los modos, los materiales y los colores.

Podemos señalar que los criterios de uso del color en esta etapa se relacionan de manera directa con la expresión de los materiales utilizados, con su naturaleza misma, no importando el color sino la esencia del material utilizado, siendo la madera, el cuero y el metal las expresiones más notables en todas sus variantes, pero siempre valorando el color propio de cada material sin intervención más allá de acabados superficiales de protección.



## Segunda generación

La segunda generación se relaciona fuertemente con la primera, evidenciando una marcada impronta funcionalista debido a que fue muy influenciada por el trabajo de proyectistas de origen europeo que vinieron a nuestro país en la década del 40 y de esta manera “importaron” sus maneras de hacer y pensar al diseño.

En paralelo a la primera generación, se constituyen empresas de diseño y desarrollo de mobiliario como por ejemplo: Harpa que se caracteriza por responder a la iconicidad del movimiento moderno con claridad constructiva o Six que trabaja con conceptos de diseño sistémico y social. La búsqueda de la identidad no era una preocupación de los diseñadores en ese momento, pero sí atender a la comunidad. Podemos mencionar empresas como Comte, Interieur

y Circa con diseños conocidos como la silla Vienesa, la poltrona Costela y la silla Bull, por mencionar algunos.



De izquierda a derecha: poltrona Costela de Martin Eisler; sillón del hotel Liao Liao de Jean M. Frank para Comte y silla Ballerina de Walther Loos para Cirsa.

En esta etapa podemos notar que los criterios de uso del color y los materiales empleados no difieren significativamente de los del grupo anterior. La justificación del empleo de los mismos sigue estando en relación a la realidad europea y el modernismo, aunque podemos notar características relativas al uso de ornamentos, pieles y piedras naturales donde se enfatizan los colores y brillos originales. También surgen en estos momentos los “colores de alto valor”, colores pastel, que abrieron camino en el campo del consumo popular y el comienzo del diseño masivo a los colores luminosos, contrastados y alegres.



### Tercera generación.

Con la crisis de la modernidad aparece la posmodernidad como paradigma, como revalorización histórica, donde la idea central es la renuncia a la idea emancipadora de las vanguardias. Se trata de un cambio en la relación con el problema del sentido, según Jean Francois Lyotard “lo moderno es la conciencia de la ausencia de valores en muchas actividades, si se quiere, lo que es nuevo sería el saber responder al problema del sentido" (1979, p 69)

La Postmodernidad es un movimiento de "deconstrucción" y "desenmascaramiento" de la razón ilustrada como respuesta al proyecto

modernista y su consiguiente fracaso, se renuncia a las utopías y a la idea de progreso. Por esta razón, la filosofía posmoderna ha tenido como uno de sus principales aportes el desarrollo del multiculturalismo, demostrando un gran interés por lo alternativo en cualquiera de sus manifestaciones. Lo individual desplaza a los proyectos colectivos.

Esta generación nace alrededor de 1960, y se desarrolla de diversas maneras hasta los 90. Empresas como Siam que continúa con la idea modernista del purismo y la imagen de la escuela de Ulm, o Aurora, Noblex y Tonomac que proponen un diseño ecléctico a través de diversos lenguajes. El desarrollo de mobiliario para oficina y hogar viene de la mano de Stilka y Visiva por ejemplo. Algunos diseñadores destacados son Reinaldo Leiro, Alberto Churba, Ricardo Blanco y Hugo Kogan, profesionales que realizan su actividad en estrecha relación con la industria, con altibajos en la década del 70 y reactivándose a partir de 1983. Algunos ofrecen servicio a través de estudios particulares y otros se vuelven anónimos dado que trabajan dentro de las empresas.



De izquierda a derecha: Magiclick de Hugo Kogan para Aurora; radio Loop para Visiva y TV para Tonomac, ambas de Hogo Kogan; heladera de la firma Siam y sillón Rolo de Buró.

En este grupo encontramos dos propuestas en relación a la aplicación del color: la primera relacionada al diseño popular que a partir de la incorporación del plástico, aprovecha la posibilidad de aplicar el color en el proceso productivo permitiendo el uso de todas las variables del mismo, incluyendo el brillo y la transparencia. Por lo general los colores se utilizan saturados, plenos y puros, situación que atribuimos a la influencia del modernismo; aunque es interesante destacar que muchas veces un color se distingue de otros, no como desearía el diseño porque estén en conformidad con la forma y la función del objeto, sino por su atractivo o por su contraste con respecto a otros colores.

*“El fenómeno de las modas, que ha demostrado plenamente en la práctica lo difícil que es imponer unos gustos y unas opciones y, sobretodo, ha hecho ver hasta qué punto estos eran efímeros, sutiles inaprensibles, no individuales en realidad, pero tampoco realmente colectivos, difíciles por lo tanto de abordar psicológicamente pero también a través de un simple análisis sociológico” (Pastoreau, 2013, p 145).*

La segunda propuesta se relaciona con los nuevos paradigmas del momento, utilizando los colores en sus distintas gamas y combinados de manera no habitual. Se pondera la semántica del mismo, la mayoría de las veces utilizado en productos que tradicionalmente utilizaban colores “clásicos” (como el naranja en la plancha de Atma o la silla de Blanco).



#### **Cuarta generación.**

La Posmodernidad plantea posiciones que señalan que el paradigma moderno basado en la creencia en la ciencia y el progreso como las guías de la humanidad, ya no es funcional en un contexto multicultural, caracterizado por la globalización, la abundancia y el consumo. Para hablar de la globalización hay que tener una mirada retrospectiva de los movimientos históricos que constituyeron de manera lenta un sistema que facilitó la expansión del capitalismo comercial, en el cual se reafirmó la influencia exportadora de bienes económicos y culturales, y posibilitó el surgimiento de espacios que articularon e intensificaron un modo particular de vida a nivel socio-cultural, político y económico en el mundo entero. La acción de la globalización consiste principalmente en lograr una penetración mundial de capitales y surge como consecuencia de la internalización cada vez más acentuada de los procesos económicos, los conflictos sociales y los fenómenos políticos-culturales.

Podemos decir entonces que es un concepto que pretende describir la realidad inmediata como una sociedad mundial, más allá de las fronteras, diferencias étnicas, credos religiosos, ideologías políticas y condiciones socio-económicas o culturales, o sea un intento de hacer un mundo que no esté fraccionado, sino

generalizado, en el que la mayor parte de las cosas sean iguales aunque ya muy poco nos representen o signifiquen.

*“El color no se define, no se comprende, no se estudia si no es teniendo en cuenta lo que hace con él el hombre que vive en sociedad. La historia de los colores es inevitablemente una historia social.” (Pastoreau, 2013, p 147).*

En oposición a estas tendencias internacionales en los lenguajes de los productos industriales, ahora globalizados, surge un pensamiento y tipo de producción que exalta los valores de los materiales locales, las tecnologías artesanales y las imágenes que refieren a colores y texturas del lugar, con la finalidad de recuperar el sentido de las cosas y poder construir una identidad que los diferencie.

En paralelo, comienza a gestarse la cuarta generación que surge con la llegada de la democracia en un contexto local de escasa demanda profesional y elevadas carencias tecnológicas y materiales como consecuencia del gran desmembramiento industrial acontecido durante el período militar.

Dichas limitaciones, demandaron la puesta en valor de recursos y saberes locales con el objetivo de generar productos distintivos y de calidad que puedan competir con las importaciones, en concordancia con los paradigmas emergentes. Esto requirió como consecuencia, un quiebre tanto en las lógicas proyectuales así como en los criterios de aplicación del color.



De izquierda a derecha: banco Ojo, espejo Toruno, banco Brancusi, perchero Diáboló y banqueta rolliza. Imágenes cortesía de la firma Usos

Mediante estas nuevas prácticas se obtuvieron resultados de una gran calidad estético formal, manteniendo el acento en la semántica del producto y en



coherencia con los estándares internacionales, logrando así romper con las lógicas de la “colonialidad” que signaban la praxis. Ejemplo claro de esto fue la firma Usos que mediante la recuperación y puesta en valor de diversas técnicas de la cultura andina, generó una línea de productos tan original como transgresora donde el uso del color pasó a ser uno de los elementos distintivos de la marca.



De izquierda a derecha: macetas Bunita y asientos de caucho de Buna; portabolsas Etelvina, portacuchillos Yokuchi, portarollo Yokito-Kakita, dispenser de algodón Pablo y packaging de Etelvina de Pla. Imágenes cortesía de las firmas Buna y Pla!

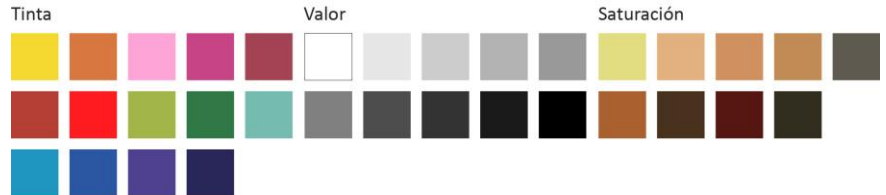
En la actualidad, podemos observar que gracias a que la oferta tecnológica y de materiales en los últimos años se ha incrementado considerablemente, la mayoría de los objetos diseñados en y para el mercado local se presenta en una amplia gama de colores, destacándose una gran variedad de tintas puras como en el caso de Vacavaliente, Silicosas, Pla, Nodo y Buna. Algunos de ellos aprovechan las posibilidades de los materiales y los procesos productivos utilizados, como en el caso del cuero ecológico, los plásticos, la cerámica y el metal (que permiten la adición, durante el proceso de fabricación de colores saturados o desaturados, la aplicación de una gama de valores, etc.); otros en cambio valoran y resaltan la apariencia del material en sí (madera, metal, mimbre, cemento).

Por otro lado, y debido a la introducción de la noción de la sustentabilidad en el campo del diseño, encontramos muchos proyectos donde la determinación del material y el color no son establecidos por los diseñadores, sino que derivan de los desechos y/o productos a reciclar, situación observable en las producciones de Alejandro Sarmiento, Luciana Gonzalez Franco y Grupo Bondi, entre otros.



De izquierda a derecha: banco Momo de Luciana Gonzales Franco; serie \_ctrol + O y Edison de la Sierra de Luciana Gonzales Franco (desarrollados para el estudio del DI Alejandro Sarmiento); bancos Buenos Aires, M. Almohadón, contenedor Once Surtido y banco M. Banquito de Grupo Bondi. Imágenes cortesía de Luciana Gonzales Franco y Grupo Bondi.

Debido a la diversidad de paradigmas que atraviesan las prácticas de la última generación, podemos notar un aumento significativo en la cantidad de tintas utilizadas, presentándose en una amplia variedad de valores y saturaciones que se adicionan las ya utilizadas por las generaciones anteriores



## Córdoba

Considerando que las presentes Jornadas se realizan en la ciudad de Córdoba, queremos resaltar que la producción de los diseñadores locales se caracteriza también por un marcado uso del color, en concordancia con lo que sucede en el resto del país. Característica que comienza a posicionarse como un rasgo distintivo del diseño Argentino.



De izquierda a derecha: perchero Pistiruli, mesa Socorro, mesa Isósceles, banco Rawe, mesa Isósceles edición especial, mesas Togué y mesas Panambi de Mestizo Diseño; Oso para recordar, reloj Big Norte, mate Pampa y alcancía Rose de Que! Diseño. Imágenes cortesía de Mestizo Diseño y Que! Diseño.

Ejemplos locales como Mestizo, Mínimo, enBruto, Mundo Aparte y Que! Diseño dan cuenta de ello, destacándose no solo el uso de una gran variedad de tintas puras o de alto valor, sino además la puesta en valor de las cualidades superficiales de materiales convencionales y no convencionales.



De izquierda a derecha: banco Rolo, silla Ema, sillón Cuenco, biblioteca Latorna y silla Oxida de enBruto; detalle de Aplique Textil, lámpara Cibeles edición natural, lámpara Aplique Textil, y lámparas línea Esenciales de Mundo Aparte. Imágenes cortesía de enBruto y Mundo Aparte.

## Conclusión

Pensamos que los colores que se utilizan actualmente no pueden entenderse si no se los relaciona con los colores del pasado, y en el diseño este pasado es muy próximo. Notamos una correspondencia estrecha entre los colores utilizados en los movimientos estéticos o vanguardias y la utilización del color en el Diseño

Industrial Argentino, así como con los modos de pensamiento que sustentan prácticas y conductas a lo largo del mundo.

Esto principalmente se puede observar en la relación del diseño, su concepción y sus procesos productivos, siempre relacionados a los paradigmas de diseño reinantes, al grado de desarrollo industrial, a la oferta de materiales y las políticas productivas, a las tendencias regionales o globales, donde muchas veces el proceso y color aplicado responde a un concepto e idea del diseñador o marca y otras se manifiestan las posibilidades productivas del momento o de la empresa.

Otro aspecto significativo es que el diseño en la sociedad de consumo busca la convalidación y/o aceptación social proponiendo objetos donde el color se aplica por cuestiones de moda, a veces de manera acertada y otras desaprovechando el objetivo principal y presentando productos cuya relación con el color no tiene coherencia ni productiva ni temporal ni cultural.

Es significativo enfatizar la potencialidad en las manifestaciones superficiales para construir identidad –regional o de marca, aspecto que a nivel regional colabora en la utilización de una amplia paleta de colores para ofrecer variantes un mismo producto.

### **Referencias Bibliográficas**

- BLANCO, R. (2013) La abstracción en el Río de la Plata. Su incidencia en el Diseño argentino, en Anales de IAA, 43 (2) pp 151-168. Recuperado el (27/04/2016) de <http://www.iaa.fadu.uba.ar/ojs/index.php/anales/article/view/115/103>
- BLANCO, R. (2015) Objetística. Diseño Argentino Contemporáneo. Catalogo de la Muestra realizada en la Feria del Libro de Guadalajara. Méjico. Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto.
- ESCOBAR, A. (2003) Mundos y conocimientos de otro modo, en Tabula Rasa,(1) pp 51-86.
- LYOTARD, J. F. (1979) La condición postmoderna. París: Editions de Minuit.
- MINISTERIO DE INDUSTRIA DE LA NACIÓN (s/f) Diseño Industrial Argentino. Colección la década ganada 2003-1013. Recuperado de <http://www.industria.gov.ar/wp-content/themes/twentyten/images/decada-ganada/LIBRO-DISENO-ARGENTINO.pdf>
- PASTOREAU, M. (2013) Diccionario de los colores. España: Editorial Paidós.