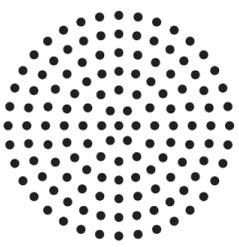
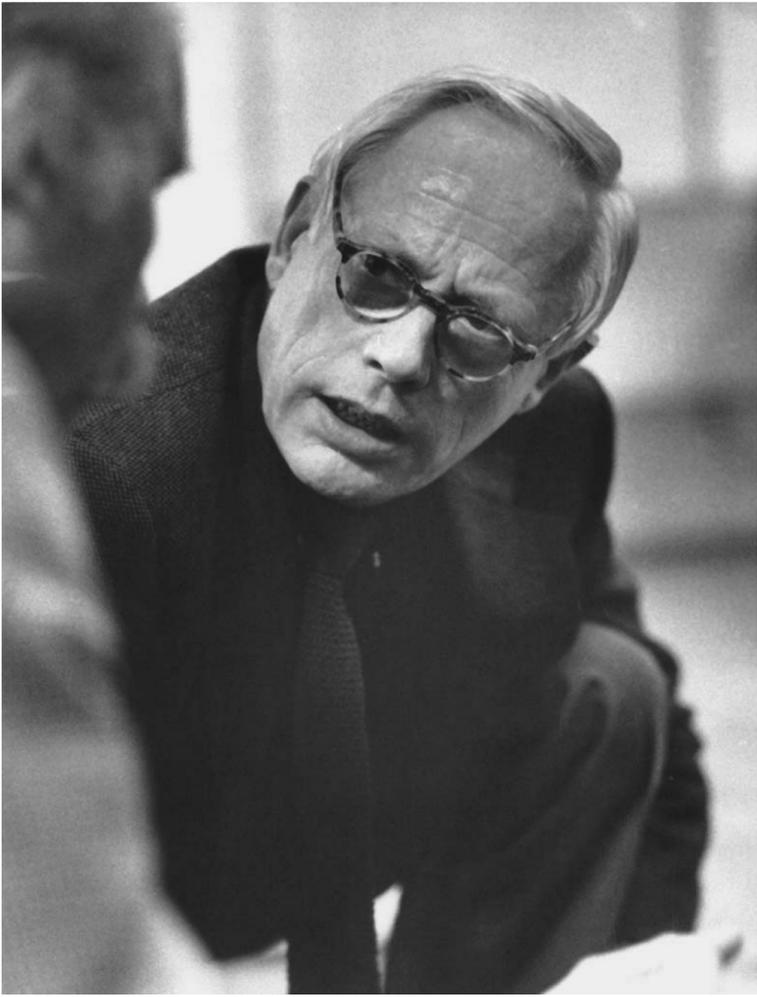


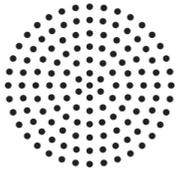
Dieter Rams





por Ayhan Ensici

Es cierto que entrevistar a Dieter Rams, hacer preguntas a este diseñador que tiene tanto que decir sobre el diseño, puede ser muy inspirador para los que comienzan en esta disciplina. Poder hacerle preguntas a un maestro que ha vivido el desarrollo de la historia de diseño en primera persona es un placer. Dieter Rams empezó su trabajo en Braun como arquitecto e interiorista en 1955. En 1956 realizó su primer proyecto de diseño en Braun y en 1957 hizo sus primeros bocetos de muebles para Otto Zapf. En 1961 se convirtió en el director del departamento de diseño de Braun. En 1997 (debido a que alcanzó la edad legítima de jubilación, que es 65) se retiró. Las preguntas que formulamos no son quizá originales pero queríamos saber lo que Rams diría sobre estas cuestiones que todo el mundo se plantea durante su etapa de formación. ¿Cómo considera su propio trabajo? Nuestra primera pregunta es cómo define su propio estilo de diseño. La respuesta es clara: claridad, entendimiento, modestia y simplicidad. Y por otro lado se centra en la utilidad. En otras palabras; el diseño del producto está centrado en la función. ¿Tiene un método específico que usa para diseñar? O ¿cómo define un buen diseño? Aquí él responde a todas nuestras preguntas con una sola respuesta. Las ideas básicas, la filosofía de Dieter Rams y sus colegas, está explicada en 10 principios simples. Estos 10 principios no son, ni deben ser, absolutos. Es más, los pensamientos que definen el diseño se desarrollan exactamente igual que se desarrollan la cultura y la técnica.



Un buen diseño es innovador

Un buen diseño no pretende lo ya conocido sino que intenta ser innovador en el desarrollo de su funcionalidad. Las posibilidades del diseño no acaban debido a las nuevas posibilidades que va ofreciendo desarrollo tecnológico.



Un buen diseño hace el producto útil

La gente compra productos para usarlos. Hay funciones secundarias pero lo primero es la optimización del uso.



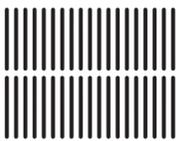
Un buen diseño es estético

La calidad estética de un producto y por tanto su valor es parte integral de su funcionalidad. Porque claramente utilizar un producto que es complejo de entender y usar resulta negativo y agotador. Dejando esto aparte es muy difícil comentar sobre la calidad de la estética por dos razones: primero de todo es muy difícil definir un concepto visual con palabras porque cada palabra significa algo diferente para cada individuo. La segunda tiene que ver con que su apariencia te resulte cercana y equilibrada en los elementos visuales, que tenga equilibrio en los detalles, su calidad estética, la necesaria intuición visual, que te proporcionan los argumentos necesarios para poder juzgarlo de manera fiable.



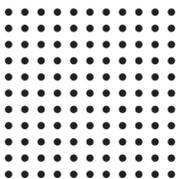
Un buen diseño hace el producto entendible

El diseño enfatiza la estructura del producto. Puede hacer incluso que el producto hable por sí solo. Idealmente el producto se define a sí mismo y de esta manera resuelve el inconveniente de tener que leer las instrucciones.



Un buen diseño no debe ser incómodo

Los productos cumplen un cometido convirtiéndose en herramientas. No son objetos decorativos o artísticos. Y por ello el diseño debe ser neutro. Los objetos para vivir, deben dejar espacio a la expresión del usuario.



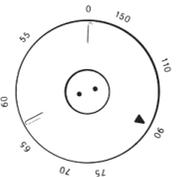
Un buen diseño es honesto

Un buen diseño no debe aparentar ser más (más útil, más innovador, más valioso) de lo que realmente es. No debe engañar ni al vendedor ni al consumidor.



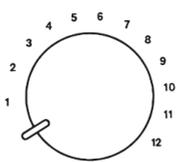
Un buen diseño es duradero

No posee elementos de moda que perjudiquen su vigencia. Así es como los productos bien diseñados se distinguen de aquellos triviales y de corta vida. Hoy en día estos productos no se consideran rentables.



Un buen diseño se piensa al detalle

El cuidado y la precisión del diseño es señal de respeto hacia el producto, sus funciones y al mismo tiempo de respeto al consumidor.



Un buen diseño es respetuoso con el medioambiente

El diseño debe proteger el medioambiente y no dañar los recursos. Debe reducir la contaminación del medioambiente no sólo física sino también visualmente.



Un buen diseño es el "mínimo diseño" posible.

Es el retorno a la claridad y simplicidad.

Después de definir el buen diseño, le preguntamos si -además de por su trabajo- le gusta el trabajo de otros diseñadores. La respuesta la encontramos en su propio jardín. Él descubre la simplicidad cerca de su lugar de trabajo, en la arquitectura tradicional japonesa.

Esa es la razón por la cual diseñó su jardín como los jardines japoneses. Además de la arquitectura japonesa le fascinan las iglesias Románticas. Tuvo la oportunidad de conocer el movimiento romántico en sus visitas al Monasterio Erback en Rheingau, a unos pocos kilómetros de dónde él nació. En su madurez esta visita resultó significativa.

¿Qué cosas utiliza en el diseño? ¿Ordenador? ¿Maquetas? ¿Qué importancia tienen en su trabajo? Sus respuestas a estas preguntas son breves: papel, bolígrafo, maqueta, ordenador; todas ellas tienen una importancia menor. Lo importante es pensar. El diseño empieza en la mente.

¿Trabaja en más de un proyecto a la vez? Cuando miramos su CV vemos que en 1955 después de empezar su trabajo en Braun, diseñó su primer mueble para Otto Zapf en 1957. El diseño de su propia casa y de su jardín es la respuesta a nuestra pregunta.

¿Hasta qué punto la funcionalidad es fundamental en el trabajo de Rams? Este artículo de Rams explica sus ideas sobre el asunto. >

Diseño funcional: ¿el cometido del futuro?

El término “funcionalidad” es tanto un punto clave del diseño como la denominación de un movimiento. Creo que es muy importante comprender las raíces de la “funcionalidad”, el motivo por el que es la clave del diseño industrial moderno, el modo en que ha sido ridiculizado y la razón de que no exista una alternativa al diseño funcional (y con funcional me refiero a que esté diseñado para servir a las personas). En mi opinión, considero que es muy importante analizar todo esto en detalle.

La palabra *functio* significa en latín ‘cumplimiento’. ¿Un acto que tiene un objetivo, la eficiencia en cumplirlo? Los matemáticos y los expertos en lógica emplean ese término con el significado de “dependencia inversa”. Kant definiría el término “función” como “producto del cerebro”. Los significados de *funksiyonal* y *funksiyonell* (refiriéndonos al texto original en alemán) son distintos pero al mismo tiempo, muy complejos. “Funcionalidad” y “funcional” se referían inicialmente a desarrollos en el marco de un estilo de diseño aplicado especialmente a la estructura externa. Se refieren a cosas que existen de una manera determinada porque están influidas por la *functio*, o porque la *functio* establece que las cosas se hagan de una manera determinada. Parece pues más que comprensible que, desde principios de los años treinta, los edificios, objetos e instrumentos se definieran como funcionales. Una casa, un martillo, una silla... ¿qué pueden aportar más que responder a la *functio*? La funcionalidad pasó a ser una obligación. Desde el final de la era artesanal, se comenzó a considerar a los elementos no funcionales como una sobrecarga para el diseño, lo que convirtió a la “funcionalidad” en el ideal de la nueva generación de diseñadores. Pero, por otra parte, el valor de un producto no depende simplemente de su adecuación para el uso, pues sigue imperando la obsesión por el prestigio, cuyo valor se ve incrementado por la admiración hacia el trabajo artístico. Pero entonces, ¿cómo se ha llegado a apreciar tanto el valor de los esfuerzos para elaborar productos funcionales? ¿Por qué esta manera de comprender el diseño se ha convertido en algo tan importante?

Evidentemente, influyen muchos factores. No tengo los conocimientos suficientes para valorarlo desde el punto de vista de la historia de la cultura, pero, por decirlo claramente, estoy seguro de que la razón primordial de la eficiencia de dicho concepto es su honestidad y su autenticidad. Una silla se fabrica para sentarse en ella, se vende para sentarse en ella, sirve para sentarse en ella. Así que una silla debe diseñarse para sentarse en ella. Pero el diseño funcional, a pesar de su absoluta simplicidad, ha ido perdiendo valor. ¿Cómo puede ser? ¿Cómo es posible pasar de una fórmula como “la forma sigue a la función” a “la función sigue a la forma”, sin que sea malinterpretada u objeto de burla? En relación con esto, los diseñadores comenzaron a percibir la funcionalidad como un movimiento artístico. Merece la pena analizar el cambio de “función” a “funcionalidad” y de consistir en una “actitud de cara al diseño” a convertirse en un “estilo artístico”. ¿Qué quiere decir la gente cuando dice “Esto es puro barroco” o “Esto es un verdadero Biedermeier”? ¿Se refieren a diseños que incluyen cualquier cosa excepto la funcionalidad? ¿O se refieren a que el diseño no sólo es funcional sino también decorativo? La “funcionalidad” empezó a desarrollarse desde un punto en que la “función” era la cuestión principal. Después, los arquitectos y diseñadores lo han convertido en un puro movimiento artístico.

Las soluciones para los problemas de diseño abren en realidad un amplio abanico de estilos funcionales. Desde mi punto de vista, lo que ha sucedido es una premeditada ignorancia tanto de la austeridad como de la simplicidad en el diseño. Por otro lado, pretender pasarlo todo a formas geométricas no es, en cambio, más que otro enfoque diferente. Si lo que se quiere es realizar el diseño más útil, no es forzosamente la manera más adecuada de hacerlo; de hecho, no es a menudo más que un intento de que algo parezca útil. Como resultado, el diseño de la utilidad se ha convertido en un estilo más. Esto es una paradoja, porque las ideas fundamentales de la funcionalidad sitúan al diseño más allá de todos los estilos y, por encima de cualquier otra cosa, lo definen en función de la realidad de su uso. Elementos que inicialmente parecían funcionales, se han pasado después a considerar demasiado alejados del mundo real y demasiado “humanizados”, especialmente en la arquitectura. El resultado suelen ser edificios donde da la impresión que vive siempre un mismo tipo de persona que hace siempre las mismas cosas; pero al mismo tiempo, son edificios donde parece que la simplicidad, que es un resultado de la utilidad, se ha aplicado sin ninguna imaginación. Pero a fin de cuentas, para despejar el caos en el que nos vemos inducidos a vivir, tenemos que aprender a dejar todo esto a un lado para comprender lo auténticamente importante.

Para mí, el mayor pecado que puede cometer un diseñador es pensar que la gente y sus vidas son iguales entre sí. El diseño que responde a las exigencias de la funcionalidad debe crearse en base a la realidad del uso humano, de la vida humana, de las necesidades humanas, de la voluntad y de emociones profundas, distintas y subjetivas. El diseño de un producto refleja la manera en que el diseñador concibe a la gente. Echar un vistazo a la casa de una persona nos puede revelar mucho sobre ella. Del mismo modo que, sólo con ver una silla, podemos comprender a qué tipo de consumidor la quiere destinar el diseñador. Por supuesto, tanto en el pasado como hoy en día, el punto de vista del diseñador sobre la realidad del uso resulta muy estrecho y superficial. Pues esta realidad del uso restringe las tareas que un producto debe cumplir. Ocurre lo mismo, por ejemplo, con las herramientas

especializadas para tareas específicas. Pero el consumidor no tiene porqué percatarse que una silla de oficina es ergonómica sólo porque esté diseñada para posturas específicas. Así es cómo actúa el diseño para integrar el componente humano en las máquinas. Una silla para el salón, por otro lado, cumple otras tareas también importantes.

Dado que todo producto debe ofrecer algo más que aquello asociado a sus funciones primarias, el contenido del término “función” se ha ido ampliando continuamente. Otros aspectos interesantes son las funciones psicológicas de los productos, que son desarrolladas por medio del diseño, de la estética o de la adaptación del usuario a su entorno. Pero si buscamos las funciones complementarias de los productos, es fácil que nos perdamos entre las infinitas posibilidades o que nos convirtamos en parte de aquello de lo que nos burlamos. Sin embargo, según los diseñadores, hoy en día el deber del diseño de productos que han demostrado su valor por medio del uso cotidiano sería el de destacar las esperanzas, los temores y los anhelos de toda una época. La ampliación de sus funciones puede llevarse en paralelo con las expectativas siempre cambiantes de la gente. Los productos completamente inútiles, por ejemplo, pueden tener cierto valor para las personas que se consideran diferentes de los demás y quieren demostrarlo. La teoría del diseño se ha complicado creándose un problema: desarrollar una definición que incluye al hombre (el ser humano) con el fin de elaborar una definición de la función que se aplica al producto. Pero el verdadero problema que hay que resolver en la práctica del diseño consiste en decidir qué funciones se deben omitir y cuáles se deben priorizar, así como determinar el volumen de trabajo que se va a realizar en base a dichas prioridades. Y puedo asegurar que esto es una tarea larga y minuciosa. Y lamentablemente no existe ninguna fórmula maestra ni solución rápida que lo resuelva. No es además una decisión que se pueda tomar en solitario. Trabajamos mucha gente en equipo, especialistas en temas como la gestión, la manufactura y el desarrollo del producto. Para llegar a una forma que añada funciones complementarias a las primarias de un modo razonable, hay que tratar de definir todos los factores relacionados. Así, el concepto de “sentido de un diseño” se moldea en base a las imágenes del mismo en la imaginación de la gente con la que trabajamos, o a nuestro conocimiento de las razones de las funciones que damos a los productos, o a nuestra capacidad de determinar las cosas que logramos gracias a las posibilidades que ofrece la empresa para la que trabajamos. Lo más importante sobre la función: funcionalidad y tener objetivos. Estos se desarrollan siempre dependiendo del uso directo, serio e intenso de la función primaria.

Para decirlo más claramente: una persona que quiere comprarse una tostadora no quiere ver en su mesa un signo de las esperanzas, los temores y los anhelos del mundo, sino un pan tostado. Este ejemplo revela lo siguiente: los productos que diseñamos los diseñadores de vanguardia son claramente “chifladuras” (exhibiciones de ironía, objetos que tratan de ser divertidos o herramientas locas). Como si la función primordial de dichos objetos fuera su carencia de función. Puede que esa mentalidad de diseño esté legitimada, ¿pero es auténtica?, ¿o valiosa? Yo lo considero experimentación artística, provocaciones o críticas incompletas a la cultura. No tiene nada que ver con el diseño industrial ni con el diseño de productos para la fabricación industrial de grandes series. En mi opinión, es precisamente lo contrario. Parece como si destacar los motivos secundarios y concederles un gran valor (importancia) se convirtiera en el principio básico para incrementar el valor total de un producto. Los productos industriales son herramientas de trabajo y deben seguir siéndolo. Cuando no están en uso, deben quedar en segundo plano para dar a la gente la oportunidad de diseñar sus entornos como les plazca. Dichos productos no son obras de arte ni objetos de culto, ni tampoco símbolos o accesorios de un estatus. Otro principio es la obligación de tomar y reflejar cuanto sea posible de las cosas que se piensan y se hacen en el entorno profesional. Trabajamos dentro del contexto del desarrollo cultural y técnico. Otro ejemplo extremo: incluso hoy por hoy, hay experimentos de diseño que se llevan a cabo partiendo del enfoque de tabula rasa. Se conciben las ideas de manera aislada, sin tener en cuenta el futuro ni el pasado. Yo no puedo ver en ello una innovación, puesto que la gente que realiza dichos experimentos no está teniendo en cuenta las soluciones ya existentes y no trata de mejorarlas. El modo en que se considera hoy en día el diseño funcional hace que, a menudo, los jóvenes diseñadores o quienes no son diseñadores piensen que es fácil diseñar un producto “como debe ser”, y que dicho producto sólo tienen que cumplir las tareas cotidianas. Estos enfoques, que se centran en la forma — como si no hubiera nada que diseñar o que pensar sobre un producto — son revivals de la degeneración especulativa de los hechos funcionales. En realidad, el diseño funcional es un compromiso del presente con el futuro. De ello se deriva que esta sigue siendo forzosamente una profesión muy joven. Todavía estamos en los albores. Con ninguno de nuestros diseños y detalles podemos alcanzar la perfección de los fenómenos naturales como un ala, un iris o una semilla, que son el resultado de la evolución natural. El desarrollo de la técnica está avanzando a un ritmo cada vez más rápido. El comportamiento, las necesidades y las actitudes, en definitiva: los hechos de la vida de las personas, están cambiando continuamente. Paralelamente, el entorno creado por el diseño funcional se mueve rápidamente y sin cesar. Nos aguardan nuevos problemas y tareas, pero tenemos experiencia y técnica.

Artículo redactado por Dieter RAMS en 2001. Designophy ©

