

La aparición del diseño industrial profesional en los estados unidos de norte América

La primera guerra mundial estimulo una enorme expansión de la capacidad productiva de los estados unidos, que después de 1918, dio lugar a un gran auge de consumo. Con el crecimiento de la producción masiva, basada en enormes inversiones de capital, se buscaba bajar costos y aumentar las ventas. La normalización y la racionalización, los métodos de producción perfeccionados y las nuevas materias primas contribuían a bajar los costos de producción, al tiempo que la preocupación por la forma visual se convertía en un importante instrumento para fomentar las ventas, muchas veces la imagen visual tenia más importancia que el propio producto.

Sin embargo, en 1927 comenzó a manifestarse la recesión. Muchas pequeñas se fundieron o fueron absorbidas por las grandes empresa que todavía seguían en pie, y formaban grandes monopolios. La caída de Wall Street de 1929 produjo una intensa presión competitiva entre las empresas supervivientes.

Fue en aquel contexto económico que apareció una nueva generación de diseñadores industriales, procedían de campos muy diversos como también lo fueron sus métodos, muchos diseñadores industriales procedían de sectores relacionados con la publicidad y la presentación, y estaban acostumbrados a trabajar en un contexto comercial, trabajaban en equipos y tenían una carta de varios clientes al mismo tiempo.

Como es el caso de KODAK se encontraron que trabajando con un grupo de diseñadores en conjunto con los técnicos e ingenieros podían lograr productos de excelente calidad y terriblemente competitivos en el mercado americano. Tal fue la respuesta de los consumidores que al terminar la segunda guerra mundial, la empresa creo un departamenteo de diseño propio.

O ya sea el caso de Gestetner que en 1929 le encomendó a Raymond Loewy que rediseñara una maquina copiadora, el resultado fue una maquina de fácil manejo y un diseño agradable que resulto en un aumento de las ventas y el diseño de todas las maquinas posteriores, Loewy también hizo un excelente trabajo para la fabrica de heladeras Roebuck que cambio por completo con los estereotipos de la época , al simplificar y achicar la estructura esconder el motor, esto levanto significativamente las ventas. Otro caso es el de Henry Dreyfuss que había comenzado trabajando como escenógrafo y termino trabajando como diseñador, el fue quien creo el concepto por el cual los teléfonos son diseñados hoy en día, el decía que el diseño se debía adaptar al mecanismo y no el mecanismo al diseño. También dijo que las maquinas adaptadas a las personas serian más eficaces, durante muchos años recogió datos sobre el cuerpo humano que en 1961 resumió en un libro llamado "the measures of man" que contribuyo a definir a la ergonomía como herramienta fundamental para el diseñador.

Dentro de las empresa que dieron trabajo a cientos de diseñadores fueron las que fabricaban muebles que a principios del siglo veinte estaba entre las más importantes del mundo.

Los departamentos de styling daban trabajo a muchos a muchos diseñadores y constituían asimismo su campo de preparación, permitiéndoles diversificar sus actividades.

El diseño americano tenia una fuerte influencia europea ya que los diseñadores y artistas que se escapaban de las guerras huían hacia occidente donde introducían sus ideas y estilos.

La crisis no solo origino un planteamiento más profesional sino también un estilo aerodinámico que se a convertido en sinónimo de dinamismo y modernidad.

El visionario Bel Gaddes popularizo hasta tal punto la aerodinámica que hasta se convirtió en el símbolo del diseño americano de los años treinta y cuarenta. La aerodinámica es un estilo sin precedentes por cuanto

surgió de las condiciones de la investigación científica y de la producción industrial y no de una teoría estética.

La diferencia entre la aerodinámica europea y la americana es que la americana era abordada desde un punto más de vanguardia y barroco y el europeo era más clásico, simple y lujoso.

Pero la aerodinámica no solo alcanzo al diseño automotor y aeronáutico sino que llego a todas las áreas de tal modo que los electrodomésticos, escaparates, etc. , transmitían una sensación de movimiento y velocidad.

Pero aunque este estilo fue un furor en los años 30 y 40, los diseños que eran demasiado futurista no tenían éxito y por lo tanto los cambios estéticos debían ser incorporados de a poco, para que no cause rechazo en los consumidores.