

Índice

Introducción	1
Capitulo 1 El Funcionalismo	
1.1. Origen del funcionalismo	5
1.2. Analogías funcionalistas	7
1.3. Funcionalismo Antropológico	10
1.4. Características del Funcionalismo	12
1.5. Bauhaus (1919 – 1932)	14
Capitulo 2 El Diseño	
2.1. Definiciones y fundamentos	20
2.2. El proceso del Diseño	22
2.3. Diseño de Interiores	26
2.4. Relación del individuo y el entorno	30
Capitulo 3 La Comunicación como medio de expresión	
3.1. Definición	33
3.2. Modelo de Comunicación según Shannon y Weaver	33
3.3. Características de la Comunicación	36
3.4. Modelo Lingüístico de la Comunicación	38
3.5. Escuela de Palo Alto	39
3.6. Lenguaje Visual	41
Capitulo 4: Philippe Starck	

4.1. Biografía – En búsqueda de su estilo	45
4.2. Análisis de Objetos y Espacios Comerciales y Gastronómicos	52
4.3. Análisis de Diseño Interiores en Hoteles	56
Capitulo 5: Diseño = Función + Comunicación	
5.1. Estructuras del Imaginario	67
5.2. Diseño = Función + Comunicación	72
5.3 Análisis de Diseños de Philippe Starck en función a los Imaginarios.	76
Conclusiones	80
Bibliografía de referencia	84
Bibliografía consultada	90

Introducción:

La temática del presente Proyecto de Grado consiste en demostrar la importancia de la funcionalidad en el Diseño de interiores y su relación con la comunicación.

Tomando como punto de partida el pensamiento referido al diseño de Phillippe Starck: “Con el funcionalismo no es suficiente. Hoy hace falta algo mas, se necesita comunicación. Hace falta la estética que te grafique” (Clarín, Suplemento de Arquitectura, Julio 2010, p.5), se busca dar a conocer y analizar la relación existente entre la comunicación y el diseño de interiores. Para ello fue necesario analizar los diseños de Starck e investigar acerca de esta relación, según textos de De Fusco (2008)

Se busca mostrar la diversidad de objetos y diseños funcionales que pueden realizarse no siguiendo los planteamientos a habituales. No existe una “fórmula” mediante la cual un producto de diseño resulte funcional; cada diseñador puede encontrar su manera de hacerlo. El diseñador ajusta y dirige su actividad sobre la base de un sistema de interpretación de la realidad que incluye los diferentes recursos profesionales y personales. Cada diseñador tiene un método distinto de aprender, así como para enfrentar y solucionar problemas de diseño. Un producto de diseño puede ser funcional sin tener la necesidad de crear formas convencionales y simples, depende del arquitecto o diseñador y de su pensamiento en cuanto a la funcionalidad. Dentro de la posibilidad de apartarse de estos planteos se encontraría el perfeccionamiento en cuanto a formas, materiales, disposición y que, en consecuencia, ganan en belleza sin perder su funcionalidad.

En el capítulo uno se analiza el Funcionalismo: Su origen en 1908 en DWB (*Deutsch Werkbund*), la labor de Peter Behrens y su aplicación posterior en Bauhaus (1919-1932). Se desarrollan también los principales conceptos del Funcionalismo en relación con representantes como Le Corbusier, Walter Gropius, Hannes Meyer, Mies Van der Rohe y

se busca diferenciar los conceptos de funcionalidad y belleza. Por otra parte se investigó acerca de la historia de la Bauhaus, haciendo hincapié en su formación y sus integrantes; en el ámbito artístico y en los conceptos que se enseñaban, profundizando en su segunda etapa (Dessau), donde el concepto principal era el de funcionalidad.

En el capítulo dos se define al diseño, según Frascara, Gropius y otros. Según Scott, se lo define planteando las causas del diseño y, teniendo en cuenta los diferentes componentes, los elementos conceptuales, visuales, de relación y prácticos definidos por Wong. Se aborda el tema desde la semiología, con Saussure, definiendo el Signo, con significado y significante en el Lenguaje Verbal. Finalmente se profundiza en el campo del diseño de interiores y la relación que guarda con la función. Se investiga acerca de las distintas aplicaciones y las diferentes posibilidades de trabajo del diseñador como así también cual es la relación del individuo y el entorno que habita.

En el capítulo tres se estudian los conceptos de comunicación, para poder explicar cómo es el proceso comunicativo. Se presenta la Teoría de la comunicación y tres funciones del *feedback* según Shannon y Weaver, como así también las seis funciones del Lenguaje presentadas por Roman Jakobson, además de los axiomas presentados por integrantes de la Escuela Palo Alto. Se analiza el concepto de Lenguaje Visual y el vínculo que guarda con la comunicación, interiorizando en la relación objeto – signo. En este capítulo se busca crear las bases para poder comprender posteriormente cual es la relación de la comunicación con el diseño y cómo el mensaje que quiere expresar el diseñador a través de su diseño, es recibido por los usuarios.

El capítulo cuarto consiste en la investigación acerca de Philippe Starck, su biografía, su pensamiento, su estilo y su aporte dentro del diseño de interiores. En este capítulo se analiza su estilo para explicar el por qué de la afirmación mencionada al comienzo; “con el

funcionalismo no es suficiente. Hoy hace falta algo más, se necesita comunicación. Hace falta la estética que te grafique” (Clarín, Suplemento de Arquitectura, Julio 2010 p. 5). Se analizan sus objetos de diseño, su diseño en Interiores (principalmente en Hoteles y espacios gastronómicos), en cuanto a texturas, organización funcional, colores, materiales.

El capítulo cinco hace referencia a la relación que existe entre la función y la comunicación y su resultado en el campo del diseño. Con base en los textos “El placer del arte” (Renato de Fusco, 2008), se explica la necesidad de representar la función por medio la forma. Por otro lado surge el concepto de estética y belleza como consecuencia de la capacidad del individuo de percibir dentro del espacio lo agradable y la forma en que el hombre comunica a través del diseño. Al mismo tiempo se ejemplificara con diseños de Philippe Starck, relacionándolos con las estructuras del imaginario desarrollados en el mismo capítulo.

Cuando se diseña, se elaboran y comunican formas; por lo tanto se lo puede caracterizar como un hecho comunicacional. El mensaje puede ser interpretado y formar parte del fenómeno que se produce entre al menos dos personas, llamado comunicación. De esta manera, el propósito del proyecto consiste en llegar a dar sustento a la afirmación mencionada en un principio, donde Starck considera necesaria la suma de función y comunicación para dar como resultado el Diseño; y finalmente concluir con ejemplos que den sustento a los conceptos teóricos tratados a lo largo del proyecto.

Se han consultado Proyectos de Graduación de alumnos de la Universidad de Palermo, en relación a los temas tratados en la presente investigación, Entre ellos: Babsky, Roxana (2012), Botta, María Josefina (2012), Buey Fernández (2012), Chiapparoli, Florencia (2010), Criscuolo, Luciana (2012), Deffasi, Lara (2010), Di Leoni, Virginia (2011), Pares, Ivana (2012), Ríos Quintana, Carolina (2010), Sturzenegger, Laura (2010).

El presente Proyecto de Graduación, se encuadra en la categoría de investigación y ayudará a determinar si los diseños de Starck resultan funcionales o es simplemente una forma de expresión artística. Se indagará acerca del resultado de su obra, ya sea en cuanto a materiales, forma, color, técnicas. Se darán conclusiones sobre el problema planteado: La función, ¿define al diseño?, tomando como ejemplo sus Diseños, que fueron descritos en base a viajes realizados, experiencias personales en los ambientes y bibliografía traducida al español, dado que todos sus libros se presentan en francés e inglés.

La metodología empleada fue la exploratoria, descriptiva y explicativa, a través de técnicas de investigación, observación personal y búsqueda bibliográfica.

Como última etapa se expresarán en las conclusiones, las ideas y afirmaciones personales que surgieran a partir de los conocimientos adquiridos a lo largo del desarrollo y avance del Proyecto de Graduación.

Capítulo I: Funcionalismo

En el presente capítulo se definirá el origen del funcionalismo en la Arquitectura, sus principales representantes, teorías funcionalistas, las diferentes analogías que se utilizan para demostrar la validez del funcionalismo. Se analizan las posturas de la ornamentación, si cumplen o no con requisitos funcionalistas. Se desarrolla también, desde el punto de vista antropológico, analizando las necesidades del hombre. Por último, se analiza la Bauhaus, lugar donde fue aplicado y desarrollado el funcionalismo; sus diferentes etapas, describiendo las tareas, las formas de enseñanza y el contexto político de la época.

1.1 Origen del funcionalismo.

Funcionalismo es un término que surge dentro de la Arquitectura moderna una vez superado el periodo de *Art Nouveau*; como un concepto basado en la utilización y adecuación de los medios materiales con fines utilitarios, que puede ser considerado como medida de perfección técnica pero no necesariamente de belleza. El concepto de función se aplica al planteamiento en general, pero existe también un enfoque funcional de la estructura. En el uso alemán, se identifica el funcionalismo con la *Neue Sachlichkeit* (Nueva Objetividad) que implica una utilidad perfecta y pura. (Foster, 2006)

Surge en Munich, en 1908 cuando sus conceptos se aplican por primera vez en el *Deutsche Werkbund* (asociación de arquitectos, artistas y industriales), promovido por el estado; al realizar Peter Behrens la imagen corporativa, la arquitectura, el diseño industrial e interior para la AEG (*Allgemeine Elektricitäts- Gesellschaft*) (Fig.1, cuerpo C); aplicando en todas las áreas los conceptos funcionalistas, excluyendo de ornamentos al diseño puesto que sostiene que la belleza se deriva del confort. (Meggs, 1991)

Las teorías funcionalistas toman como principio básico la estricta adaptación de la forma a la finalidad que se encuentra sintetizada en la frase de Sullivan (1896) “*form follows function*” (“la forma sigue a la función”). La función es considerada la belleza básica; pero a su vez, no se considera incompatible con el ornamento, sino que, de existir, debe cumplir la principal condición de justificar su existencia mediante alguna función práctica, ya que debe articular la estructura o describir la función del edificio o producto, y tener un propósito útil. Fue el mismo Sullivan quien sostuvo que el ornamento era necesario para la Arquitectura, siempre que su utilización sea fundamentada.

Según Sullivan (1896), todas las cosas en la naturaleza tienen una forma que expresa su vida interior y cuando se analizan revelan la esencia de las cosas. Cuando la función no cambia, la forma no cambia. Es la ley que impregna todas las cosas. La forma siempre sigue a la función. Es la ley. Lo que existe en el espíritu busca y encuentra siempre su contraparte en la forma, su imagen visible.

Louis Sullivan creía que el exterior de un edificio debía evidenciar su estructura y sus funciones interiores. El ornamento, en donde fuera usado, debía ser derivado de la Naturaleza, rechazando referencias clásicas. Su frase mencionada “La forma sigue a la función” se convirtió en un patrón referencial dentro de la arquitectura, aunque él nunca la aplicó de forma literal, sino en el sentido de que la idea de un proyecto podía partir simplemente de sus consideraciones funcionales. Es por esta razón que puede comprenderse su estilo ornamental, incluso en los rascacielos. (De Zurko, 1970)

La forma sigue a la función, entra en la Historia de la Arquitectura como consecuencia del *Guaranty Building*, (Fig.2, cuerpo C) edificio construido en 1895 por Sullivan y su socio Adler. Se logra la idea de verticalidad, una cornisa contundente remata el edificio, y un rascacielos con estructura de acero.

En 1893, Adolf Loos, arquitecto vienés reconocido por obras con fachadas austeras (Fig.3, cuerpo C), llega a Estados Unidos, a la Escuela de Chicago, y es allí donde conoce a Sullivan y se ve influenciado por el funcionalismo que se estaba desarrollando. Contemporáneos como arquitectos, pero mientras que Sullivan aceptaba el ornamento con la única fundamentación que sea fundamentado, Loos lo consideraba un delito. Crítico del *Art Nouveau*, movimiento artístico caracterizado por la utilización de formas curvas, de formas naturales como flores, y presencia de ornamento en obras arquitectónicas. En 1908 regresa a Austria, y luego de recorrer Nueva Guinea y conocer a los “negros” tatuados en cara y cuerpo realiza una comparación entre el ornamento y el delito. Sostiene que el ornamento es fuerza de trabajo desperdiciada. El ornamento encarece un producto; pero resulta paradójico que quien fabrica un objeto ornamentado gana menos dinero que si se tratara de un objeto simple; la cantidad de material a utilizar resulta el mismo, pero la carencia de ornamento tiene como consecuencia la reducción de horas de trabajo. El cambio del ornamento trae como consecuencia la desvaloración del producto de trabajo: “la forma de un objeto debe ser tolerable el tiempo que dure físicamente” (Loos,1972).

1.2. Analogías Funcionalistas:

Para demostrar la validez del funcionalismo, se utiliza un enfoque racional y para ello se utilizan analogías. En primer lugar se encuentra la Analogía mecánica que da origen al Funcionalismo Mecanicista, basada en la convicción de belleza, en donde las máquinas más perfectas, constituyen una importante fuente de inspiración para los arquitectos. Esto se refleja en el aforismo de Le Corbusier (1923 p. 4) “La casa en una maquina de habitar” (Realizada en serie y con una gran economía de espacio).

Le Corbusier (1923) tomó 5 principios instrumentales básicos para construir, basados en fachadas independientes de la estructura, plantas libres, ventanas anchas de corte horizontal que dejen entrar la luz y el aire, construcción de pilotes que descargan los muros de su función de soporte y la existencia de una azotea también llamada terraza jardín (Fig.4, cuerpo C). Sintetiza sus inquietudes estéticas en la invención del "modulor"; un nuevo uso de la proporción que subordina las medidas de los edificios a las medidas del hombre (pensamiento funcionalista). Construye edificios cuyo propósito es cumplir con una función y proyecta sus ideas a nivel de la urbanización, se integran las diferentes actividades humanas de manera práctica y armoniosa. A su vez, utiliza una serie de principios conceptuales, en donde la Arquitectura es planteada como una creación racional, propia del hombre, a diferencia del mundo de lo natural. Por otro lado, separa funciones como habitar, trabajar y recrearse y finalmente inventa una tendencia de concepción de vivienda como un producto *standard*.

En segundo lugar se encuentra la Analogía Biológica que da origen al Funcionalismo Orgánico. Este se basa en la convicción de que la naturaleza es bella y perfecta, por lo que debe considerarse fuente de inspiración para los arquitectos. Esta idea surge con Frank Lloyd Wright, quien profundiza en la Naturaleza, lo que lleva a introducir el jardín en los interiores y surge también la idea de horizontalidad, la idea de figura geométrica. (Fig.5 –a y b, cuerpo C)

En su trabajo, los elementos subjetivos eran tan importantes como las exigencias mecánicas. Sus edificios estaban inspirados por los ideales humanistas ya que el edificio debía revelar los requerimientos e intereses del individuo. Tiene en cuenta la armonía de colores y de la vivienda con el entorno; además de la acústica. Con el organicismo se recuperan materiales como el ladrillo o la piedra y la arquitectura comienzan a tener formas

más libres, otorgándole mayor flexibilidad al espacio. La casa se convierte en un espacio de protección. (Mumford, 1952)

Frank Lloyd Wright considera una serie de principios conceptuales como ser la luminosidad, los límites virtuales y los materiales (arquitectura orgánica), que intentan generar la convergencia de las fuerzas de vanguardia en un movimiento unitario que sea capaz de rebatir toda la producción edilicia y modificar totalmente el ambiente en el cual el hombre vive y trabaja. A su vez, intenta promover, para cumplir ese objetivo, la síntesis de todas las artes y la abolición de la contraposición entre la artesanía y la industria, postulando a ambas como polos complementarios en la producción del ambiente que habita el hombre. Plantea la conexión entre la forma y la función, es decir, no contraponer las exigencias funcionales a las formales dentro del sistema de valores, sino ver una y otras integradas bajo un nuevo punto de vista. Busca generar una arquitectura que simbolice el espíritu de los tiempos modernos. En paralelo a estos principios, establece una serie de principios instrumentales basados en la composición a partir de volúmenes macizos, pero articulados libremente sobre el terreno y en la libertad absoluta en el planteo de los ventanales, desvinculando a las ventanas de toda relación proporcional con las fachadas y atendiendo sólo a la expresión de las funciones interiores.

Por último, se encuentra la Analogía Moral, que da origen al Funcionalismo Moralista y debe reflejar y fortalecer los ideales morales y éticos del hombre. Las formas deben ser lo que parecen, deben representar y alcanzar la finalidad por la que se las realizó. Los materiales y sistemas estructurales deben ser utilizados con integridad. Las formas ornamentales inútiles deben ser rechazadas, especialmente cuando producen un efecto de “disfraz”.

El elemento moral también forma parte de los escritos de Frank Lloyd Wright en los cuales comenta que una buena arquitectura debe ser íntegra, honrada y verdadera, y que el arquitecto debe incorporar a su construcción el concepto de la vida sana como un nuevo tipo de belleza, evitando todo aquello que no tenga significado. (De Zurko 1970)

La idea de función no es simple. Existen diversos tipos interrelacionados de funciones, tales como las demandas prácticas o materiales de los ocupantes de un edificio: la expresión funcional de la construcción, la función social y la función simbólica-monumental de la arquitectura. El funcionalismo va asociado generalmente a la demanda práctica del ocupante; sin embargo algunos funcionalistas tienen una concepción más amplia; por ejemplo André Lurçat que hace hincapié en la función social de la arquitectura; mientras que Le Corbusier le otorga un significado emocional por medio de la afirmación “el objeto de la arquitectura es crear relaciones emocionales por medio de la materia bruta” (De Zurko, 1970 p.18)

1.3. Funcionalismo Antropológico:

Desde el punto de vista antropológico, Bronislaw Malinowski es considerado precursor del Funcionalismo, denominación que surge a partir de la definición, búsqueda y comprensión de las instituciones de la vida indígena, entendiendo como institución al “conjunto de ideas, creencias, valores y reglas que condicionan las formas de intercambio social” (Malinowski, 2004). Esto implica una relación entre la cultura y los individuos como un sistema biológico en que el individuo está en relación con la cultura y cada una de las partes tiene un efecto y función sobre las otras. Desarrolla un esquema de relaciones funcionales que se basa en que los individuos tienen necesidades básicas (nutrición, reproducción, crecimiento, movimiento) que son satisfechas por las instituciones sociales y

culturales. Estas necesidades son relacionadas con una función, que se expresa a través de la cultura, por medio de una respuesta a necesidades instrumentales (economía, familia, alojamiento y vestido, protección, educación, comunicación).

Según Malinowski (1996), las prácticas sociales solo cumplen una función si conducen a la satisfacción de las necesidades. Por ello distingue tres niveles fundamentales: las necesidades biológicas primarias, necesidades sociales y las necesidades sociales integradoras.

Las necesidades elementales son aquellas propias del hombre (necesidades biológicas) que posee el individuo desde su nacimiento; no se crean por el contacto con la cultura o por el aprendizaje dentro de la sociedad. Existe también otro tipo de necesidades que derivan de que el hombre vive en sociedad, que son satisfechas por instituciones como la religión. Son inducidas por procesos de adaptación del hombre dentro de la sociedad.

No solamente el individuo depende del grupo sino que también el grupo y sus miembros dependen del desarrollo del conjunto. Existe una relación entre como el individuo satisface sus necesidades dentro de la sociedad y como la sociedad va progresando, satisfaciendo todas esas necesidades en paralelo a los logros tecnológicos (inventos) y teorías que se van poniendo en marcha para satisfacerlas.

Es aquí donde se encuentra una relación entre el funcionalismo en el ámbito arquitectónico y el antropológico, ambos sostienen la idea de satisfacer las necesidades del hombre, ya que en el caso de la Arquitectura la función principal consistiría en dar protección al individuo independientemente de las formas que tome el edificio. Actualmente, este edificio además de cumplir con esa función, debe complacer otro tipo de exigencias, como el confort, la comodidad; producidas como consecuencias de la vida del hombre en sociedad y el progreso tecnológico.

Malinowski concluye por definir a la Función como “el papel que juega un aspecto en relación al resto de la cultura y en última instancia, orientado siempre a la satisfacción de las necesidades humanas: la supervivencia” (Malinowski 1996 p. 29); si se toma una vivienda humana, al analizarla, se nota que la función integral del objeto debe ser tomada en cuenta cuando se estudian las varias fases de construcción tecnológica y los elementos de su estructura. Este concepto de función es recogido después por todo el pensamiento arquitectónico y urbanístico.

1.4. Características del Funcionalismo:

Pareciera que el funcionalismo debía llevar a suprimir las opiniones y los gustos personales para dar paso al conocimiento objetivo, a la forma necesaria; pero lo que sucedió fue lo contrario. Produjo una arquitectura cuya característica principal era el individualismo, en vez de generarse patrones y estándares arquitectónicos, surgió la posibilidad de diferentes soluciones. Cada arquitecto encuentra formas distintas para las mismas funciones. Es así como por ejemplo, Wright solamente empleaba rectas y planos paralelos a los ejes, mientras que Van de Velde, Haring y Scharoun (Fig.6, cuerpo C) proyectaban habitaciones curvas porque consideraban que eran las formas más adecuadas. Cada arquitecto buscaba por un camino diferente con la certeza de que algún día encontrarían una certeza común. Pero no existe ningún camino establecido que conduzca a obtener la forma que exige el funcionalismo. (Echaide, 1976).

La Arquitectura es un arte y como tal considera una teoría estética basada en los principios enunciados por Gottfried Semper en “El estilo en las Artes Técnicas y Tectónicas” (Moyano Navarro, 1950). Explica que todas las formas del arte y del adorno derivan genéticamente de las propiedades del material, de la técnica de su elaboración y del uso al

que se destina. Explica también que la valoración de estas formas no puede ser separada del conocimiento de su origen técnico, doctrina que se ve reflejada en el racionalismo, derivando dos de los dogmas fundamentales de la arquitectura funcionalista: el primero consiste en la expresión del material empleado y de sus propiedades y el segundo que se basa en la adecuación a una función pre-establecida.

Constructivamente, el funcionalismo se caracterizó por la necesidad de obtener una composición realista, por lo que se necesitaba un material de construcción nuevo y adecuado que más tarde se conoció como hormigón armado. Sus cualidades sintetizan en solidez y resistencia; lo que permite dividir y contener el espacio. La aplicación del cemento armado se desarrolló ampliamente, desde baldosas hasta todos los elementos de construcción industrial. La característica fundamental de esta arquitectura corresponde a que la resistencia del edificio se encuentra en los marcos estructurales, es decir que los muros funcionan como divisiones, pudiéndose suprimir en algunos casos para formar grandes vanos abiertos o vidriados. Los pisos y techos se construyen completando los espacios de viga a viga con ladrillos especiales o armando losas que actúan como vigas apoyadas en sus extremos. En ambos casos, pisos y techos constituyen un solo elemento que puede construirse sin apoyos en uno de sus extremos.

Se utilizaron fachadas de vidrio con estructura metálica, para lo cual se tuvo que innovar construyendo pilares internos; esto crea una transparencia interior y exterior, que permite la fusión y la superposición de espacios, creando un ambiente funcional. También se inauguraron los techos- azotea, contruidos en cemento armado con evacuación de agua en el interior del edificio.

“Es funcional aquel sistema constructivo en que el empleo de los materiales esta siempre de acuerdo con las exigencias económicas y técnicas en el logro de un resultado artístico. Al decir arquitectura funcional se quiere indicar, aquella arquitectura que logra, o se esfuerza por lograr, la unión de lo útil con lo bello, que no busca solo lo bello olvidando la utilidad, y viceversa” (G. Dorfles, 1970 p.32)

El Funcionalismo fue aplicado y desarrollado dentro de Bauhaus, cuya filosofía seguía destacando el predominio de la función por sobre la forma y la ausencia de ornamentos debido a la búsqueda funcional.

1.5. Bauhaus:

Bauhaus, (etimológicamente: “Casa de la Construcción”) fue una Escuela de artesanía, diseño, arte y arquitectura que se convirtió en el centro de diseño moderno en Alemania durante la década de 1920, y estableció una vinculación entre el diseño y las técnicas de producción industrial. Fue fundada en 1919 por el estado de Weimar, dirigida por Walter Gropius y clausurada por el parlamento de Dessau el 30 de septiembre de 1932. (Droste, 1991)

Desde su fundación en el mes de abril de 1919 y durante los catorce años que le sucedieron, su existencia estuvo amenazada por la escasez de recursos, la hostilidad oficial, y las disputas internas. Cuando fue cerrada por decisión del parlamento de Dessau, se había trasladado ya dos veces y había producido menos de 500 graduados; se la considera un centro de enseñanza ejemplar, radicalmente innovador y de solida cohesión interna. (De Micheli, 1977)

No puede hablarse de una enseñanza unitaria dentro de Bauhaus ya que coexisten y se enfrentan diversas corrientes; como por ejemplo la orientada hacia el arte, mayoritaria durante del periodo de Gropius; y la orientada hacia la arquitectura y técnica, dominante durante la enseñanza de Meyer.

Dentro de los logros más significativos de la escuela, se encuentra el conocimiento directo de los materiales y la utilización de los procedimientos técnicos de su elaboración, el desprejuicio en la conformación del objeto, la ampliación de la actividad creadora hacia nuevos campos de comunicación (fotografía, cine, teatro, publicidad, arte gráfico). A ello debe agregarse la objetividad en la confección del proyecto y como consecuencia, la despersonalización del diseñador.

Su objetivo consistía en alcanzar una nueva síntesis estética mediante la integración del arte y la artesanía, para elevar las cualidades funcionales y estéticas de la producción. Su filosofía didáctica aspiraba a una nueva síntesis de arte y tecnología, por lo que había que liberar la capacidad individual de expresión y desarrollar una estética objetiva, basada en el conocimiento científico. Para comprender la Bauhaus y la arquitectura funcionalista en general, es necesario entender su concepto de libertad, así como su ideal de orden. “Expresión” no significaba satisfacción personal sino la capacidad para hacer uso creativo de los resultados de la investigación científica y el desarrollo tecnológico.

Funcionalmente, el edificio de la Bauhaus de Dessau constaba de tres áreas: la escuela propiamente dicha, los talleres y los dormitorios para los estudiantes. Cada una de estas áreas ocupaba un ala del edificio, solución que evidenciaba el típico deseo de la diferenciación funcional, y que al mismo tiempo posibilitaba la relación entre el edificio y el ambiente. Acentuaban más esta idea, los puentes que unían la escuela con los talleres; que a su vez contenían el área administrativa y el Departamento de Arquitectura. La economía expresiva, los volúmenes puros y sin ornamentación y sus grandes fachadas de vidrio componen una de las más importantes realizaciones del Movimiento Moderno. (Norberg Schulz, 1980)

La base de la enseñanza del complejo estaba en la formación en los talleres, dando especial importancia a la formación práctica de los alumnos. Los talleres eran de escultura, pintura, teatro, ebanistería, alfarería, tapicería, publicidad, arquitectura, grabado y servían para experimentar la producción industrial y en serie, vendiendo en ocasiones las patentes a diferentes fabricantes

Bauhaus atraviesa tres etapas:

Primera Etapa: “Etapa idealista y romántica” (1919 – 1923): Surge en 1919 en Weimar, Turingia (Fig.7, cuerpo C); cuando Walter Gropius (director) propone la fusión de la Escuela Superior de Arte de Gran Ducado y la Escuela de Artes y Oficios con el propósito de lograr que los artistas y artesanos establezcan juntos la “construcción del futuro” (Meggs, 1991).

El objetivo de la escuela en esta primera etapa consistía en que el alumno debía ser instruido en artesanía y dibujo, para de esta manera poder construir un edificio íntegramente, y así podrían contribuir todos los oficios. Para ello tenían un maestro de forma y otro de artesanía que debían formar conjuntamente a los alumnos. (Fig. 8, cuerpo C)

En los primeros años la enseñanza estaba constituida por un Curso Preparatorio de seis meses dedicado a prácticas de taller con diversos materiales: piedra, madera, metal, barro, vidrio, colorantes y tejidos, con nociones de dibujo y modelado; los estudiantes debían manifestar que material le resultaba más atrayente y para que trabajos se lo utilizaría. El profesor a cargo era Johannes Itten. En el curso (*Vorkurs*), se investigaban los componentes visuales como la textura, color, forma, contorno y materiales. Esto llegó a conocerse más tarde como "Método Bauhaus". El segundo periodo de la enseñanza consistía en talleres y los alumnos recibían una instrucción práctica y formal por tres años. Luego, de los exámenes

que evaluaban a los estudiantes en el ámbito artístico, se elegían a los estudiantes más destacados. Los que fueran seleccionados recibían cursos prácticos en las fábricas.

La Bauhaus se vio amenazada no sólo por la crisis económica de principios de los '20, sino por la política y en 1925 se desataron manifestaciones en todo el país, tanto de la derecha como de la izquierda, que amenazaba con derribarlo. La escuela debía cerrar sus puertas pero la propuesta de un cambio de sede ofrecida por Dessau posibilitó su reapertura.

Segunda Etapa: "Etapa Racionalista" (1923 – 1929): Hannes Meyer, colaborador de Gropius, inaugura con su dirección la segunda etapa de Bauhaus, en Dessau, caracterizada por darle importancia a la arquitectura funcionalista y social y el aumento de la producción.

En el ámbito proyectual, se tiene como principal objetivo crear productos que posean un alto grado de funcionalidad y que, a su vez, fueran accesibles económicamente. Es, en esta etapa, cuando se desarrolla el concepto funcionalista; donde se entiende por funcionalidad el obtener en el diseño un acuerdo entre las exigencias de la producción industrial (técnica, realización y materias primas) y las condiciones sociales (necesidades de la población, requerimientos de planificación social) (Burdek, 1994)

Dentro de la escuela, se estableció un Departamento de Arquitectura al mismo nivel que los talleres. Tras completar el curso preliminar, si el estudiante optaba por estudiar arquitectura, no estaba obligado a adquirir conocimientos en artesanía de ningún tipo.

Bajo la dirección de Meyer, la Bauhaus asume el carácter de Escuela de Arquitectura. (Fig. 9, cuerpo C) Se organiza en dos áreas: Teórica y Práctica de la construcción y Diseño de Interiores, incluyendo también muebles y utensilios. Todos los talleres quedan subordinados a la Escuela de Arquitectura, excepto el Departamento de Publicidad, el

laboratorio de Teatro y las clases de pintura a cargo de Klee y Kandinsky. (Valdés de León, 2012)

Se crea el curso de “Arte tipográfico y publicitario” con Herbert Bayer como profesor, integrado al taller de imprenta. (Fig. 10, cuerpo C)

Tercera Etapa: “Fase de desintegración” (1928 – 1932): Meyer es despedido de la Bauhaus a causa de una denuncia de Kandinsky por diferencias políticas. Tras la toma de esta decisión, los estudiantes deciden hacer una huelga y tras discusiones por ideas políticas encontradas, son expulsados los estudiantes comunistas. En 1932, la escuela es cerrada por el Parlamento. A la expulsión de Meyer, le sigue la de los estudiantes comunistas. (Whitford, 1991)

En 1932 Mies Van der Rohe se convierte en director de la escuela cuando se decide trasladarla a Berlín. Abre una escuela propia, conservando el nombre, pero deja de ser del Estado pasando a ser privada, la escuela ya había dejado de ser la Bauhaus oficial. Sin embargo, Mies continúa con ella y restándole importancia a la función comienza a diseñar la construcción como una obra de arte espacial: espacios fluidos, proporciones armónicas, materiales nobles, mobiliario selecto. En 1933, los profesores de Bauhaus deciden votar a favor de la disolución de la Escuela, marcando el final de la institución. Muchos de los profesores debieron emigrar a Estados Unidos para escapar de las persecuciones; y el 11 de abril de ese mismo año la policía decide cerrarla. (Droste, 1991)

Actualmente, la arquitectura funcionalista puede percibirse como un modo de pensamiento enfocado a un compromiso que va más allá de una solución completa y adecuada, este compromiso implica decisiones relacionadas a lo económico, ecológico, materialidad. Lo mismo sucede en Diseño de Interiores, cuyo objetivo consiste en resolver un

problema espacial de acuerdo a las “necesidades” del comitente, en donde la funcionalidad sigue prevaleciendo por sobre los demás conceptos.

Capítulo 2: Diseño

En el presente capítulo se define al diseño tanto etimológica como conceptualmente. Se establecen también las diferentes instancias del proceso proyectual y los elementos conceptuales, visuales y de relación que componen el diseño. De esta manera, se desarrollarán las bases para luego comprender uno de los temas a analizar en futuros capítulos: el Diseño de Interiores. Se establecen las diferencias con otras profesiones, y las tareas a cumplir de los interioristas.

2.1. Definiciones y Fundamentos:

Etimológicamente diseño deriva del término italiano *disegno*, “lo por venir”. “Lo hecho” es la obra, “lo por venir” es el proyecto. El acto de diseñar consiste en el proceso previo en la búsqueda de soluciones. Consiste en plasmar mediante bocetos, dibujos o esquemas.

“El diseño es la organización de los materiales y procesos de la forma más productiva, en un sentido económico, en un equilibrado balance de todos los elementos necesarios para cumplir una función. Es la integración de requerimientos técnicos, sociales y económicos, necesidades biológicas, con efectos sociológicos y materiales, forma, color, volumen y espacio; todos ello pensado e interrelacionado” Lászlo Moholy Nagy (1930 p.12)

El diseño es considerado un “Proceso de creación y elaboración por medio del cual el diseñador traduce un propósito a una forma” (Scott, 1974 p.8) Es un proceso de creación, lo que indica que es un proceso mental, de imaginar y proyectar. El diseñador identifica el problema cuyo propósito consiste en darle forma a una función.

Según Frascara (1983), diseñar es programar, proyectar en el espacio y en el tiempo. Implica la solución de un problema que será precedida por el análisis, la identificación y la definición de dichos problemas. El diseñador debe poseer la capacidad de combinar el

pensamiento concreto y el abstracto, lo lógico y no lógico, lo estético y utilitario, económico y expresivo, tecnológico y sensible. Diseñar implica tener objetivos, definir problemas, establecer estrategias y producir resultados.

Scott (1974) postula que el proceso de diseño presenta diferentes causas. La llamada Causa Primera, implica la existencia de un motivo que impulsa a diseñar; sin él, no existiría tal diseño. La Causa Formal consiste en la forma preliminar, la solución concebida debe tomar forma, una idea aproximada, primero mentalmente y después gráficamente. La tercera es la Causa Material que surge a partir de la adaptación del material elegido a la forma, que será llevada a mediante técnicas apropiadas luego de la elección del material, lo que se denomina Causa Técnica.

Luego de plantear estas causas, se puede establecer si el diseño logra o no su finalidad. La respuesta depende de la correspondencia de las relaciones causales mencionadas anteriormente. Si la forma realizada satisface la causa primera, si se expresa a través de materiales apropiados, si estos están bien tratados, y finalmente, la totalidad se realiza con economía y elegancia, se puede afirmar que es un buen diseño. En el diseño, la finalidad puede ser compleja, y se la considera desde dos puntos de vista: una determinante será estructural y funcional, la otra, expresiva. No es necesario que se plantee un conflicto entre ambas, sino que pueden coexistir.

El Diseño nunca es un fin para el diseñador; sino que es el medio para llegar a la fabricación y el propósito de su contenido se limita estrictamente a la correspondiente comunicación. El diseñador tiene que tener la habilidad de resolver un problema o una posibilidad, teniendo en cuenta los condicionantes y escoger, disponer y decidir adecuadamente. Tiene que ser capaz de superar las limitaciones impuestas y transformarlas en posibilidades para que estén a su favor; tiene que ser capaz de aceptar situaciones

complejas en la que esté trabajando como miembro de un equipo. Debe ser razonablemente expresivo, ser realista y estar preparado para las responsabilidades compartidas con otra gente. De esta manera, cada producto de diseño posee dos factores necesarios que dan sentido a la abstracción: la realización y el uso.

Existen una serie de principios que resumen la labor del diseñador que se deben tener en cuenta durante el proceso de diseño. Entre ellos se pueden mencionar: La Autodeterminación que permite transformar las limitaciones en oportunidades. La Conformidad que representa la coherencia y la posibilidad de discusión, que da lugar al diseñador. El Anonimato que posibilita la supresión de los detalles sin justificación. Otro de los principios se encuentra representado por un Estilo que permite solucionar los problemas del diseño por medio de lo sencillo y funcional. El diseñador exterioriza sus propias ideas por medio del dibujo y de los bocetos. (Potter 1999)

Según Wong (1998) el diseño es la mejor expresión visual de la esencia de “algo”, ya sea este un mensaje o un producto. Para hacerlo fiel y eficazmente, el diseñador debe buscar la mejor manera posible para que ese “algo” sea conformado, fabricado, distribuido, usado y relacionado con su ambiente. Su creación no debe ser solo estética sino también funcional.

2.2. Proceso del Diseño:

El diseño, al contrario de lo que se cree generalmente, no es el objeto realizado, sino el proceso mental y material a través del cual se llega a él. La comprobación de que el “mensaje” a comunicar ha sido recibido por el Destinatario, es también parte del proceso de diseño. El acto de diseñar no implica azar, ni se encuentra librado al gusto del diseñador,

sino que se rige por un sistema ordenado de acciones, que establecen una serie de posibles soluciones hasta llegar a la más adecuada y conveniente. Esa solución tendrá una forma y una función, que traducidos al lenguaje verbal representa al significante y significado respectivamente.

Para poder entender estos últimos dos componentes del signo (Significado y Significante) es importante también definir algunos conceptos dentro ámbito de la Semiología, entendiendo como tal la ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de la vida social. Se evidencia en qué consisten los signos y cuáles son las leyes que los gobiernan. En la teoría del Signo según *Saussure* se define al signo como una entidad binaria. Por un lado la Imagen Acústica, que es la representación material que da testimonio sensorial; y por otra parte el Concepto que se encuentra ligado a un aspecto psicológico o mental del signo. Saussure decide denominar signo a la relación entre ambas y de esta manera llamar Significado al concepto y Significante a la imagen acústica. En los lenguajes visuales el término Significante carece de sentido ya que se refiere específicamente a una imagen acústica. (Valdés, 2012)

Surgen, de esta manera dos conceptos: Denotación, que constituye el tipo de significado de una palabra, que es objetivo y se da en el plano de la Lengua. Es el significado universal, el que una palabra tiene para todos los usuarios de una lengua, sin que exista mayor discrepancia entre ellos. Se trata del significado tal como se presenta fuera de cualquier contexto. El segundo tipo de significado se suele contraponer al denotativo y se denomina Connotación. Es de carácter subjetivo y se da en el plano del Habla, porque es el significado personal e individual que construye una persona concreta en los contextos y situaciones concretas y no está establecido en los diccionarios.

Según Valdés de León (2012), el proceso de diseño está compuesto por una serie de instancias: En primer lugar lo ocupa el Encargo, que constituye el punto de partida y es la demanda de un comitente (cliente). Esto puede ser privado, como sucede generalmente en arquitectura o Diseño de Interiores, en el cual el comitente aspira a mejorar su calidad de vida o status social por medio de proyectos. Este encargo se concreta mediante una serie de enunciados verbales (orales o escritos) producidos por el comitente. (Hecho de lenguaje).

La segunda instancia corresponde al Proyecto, que implica la representación mental, visual y luego corpórea de imágenes, objetos o procesos inexistentes en el momento presente y que posteriormente se materializarán. Es un proceso abierto a numerosas posibilidades conceptuales, funcionales y formales. Es aquí cuando el diseñador se encarga de conocer el campo en el cual intervendrá y actúa como experto en la solución de la problemática planteada.

La tercera es el Método, que se encuentra condicionado por técnicas, materiales y herramientas disponibles en cada momento histórico. No existe un método lineal, sino que el proceso se encuentra sujeto a una serie de vaivenes, propios de las diferentes ideas y materiales. La cuarta instancia representa la Utilidad; puesto que todo objeto de diseño se encuentre destinado desde su origen a cumplir una función práctica y por lo tanto tendrá un valor de uso. Dicha función puede estar asociada a reducir y facilitar las tareas a realizar por el comitente. De esta manera guardará una función comunicacional, función que se agotará al interrumpirse el contacto visual.

La Forma representa la quinta instancia, que surge a partir de la necesidad del diseñador de representar mediante imágenes visuales en forma de bocetos y las imágenes mentales generadas en torno a la idea. La forma dependerá en primer lugar de la función que el objeto debe cumplir. La sexta instancia corresponde a la Significación: el objeto es

producido y utilizado como signo, en tanto signifique su usabilidad. El objeto en su manifestación visual (forma, materiales, tamaño y textura) se presenta como apto para su uso. Se le atribuye también un significado secundario, producto de los materiales utilizados en su fabricación, en su prestigio o imagen del diseñador que lo creó. El diseño además de significarse a sí mismo, significará a su poseedor ante la mirada social, transfiriéndole el valor del significado secundario.

La última de las instancias está representada por la Técnica y Tecnología, entendiendo a la primera como el procedimiento mental y manual que median entre la idea y su materialización; y al término Tecnología como el conjunto de conocimientos cuya instrumentación se concreta en materiales, herramientas, soportes físicos, procesos de construcción y fabricación, embalaje, transporte y almacenamiento.

Dentro de los conceptos que componen al diseño se puede encontrar, en primer lugar, al Lenguaje Visual que es la base de la creación del diseño. Para comprenderlo, se debe interpretar este lenguaje y explorar todas las situaciones visuales posibles dentro de las exigencias, para que pueda ser deducido por cualquier persona.

Dentro de las características que definen al Lenguaje Visual se encuentran, la conjunción equilibrada de elementos visuales y el uso de signos. El diseño es práctico, y por eso debe dominar el Lenguaje Visual. Dejando a un lado el aspecto funcional, existen principios, reglas o conceptos en cuanto a la organización del espacio que son importantes a la hora de proyectar.

Por otro lado, se deben tener en cuenta los elementos que componen al diseño. Según Wong, W. (1998), ellos comprenden los conceptos básicos y se encuentran relacionados conformando cuatro grupos. El primero corresponde a los elementos

conceptuales: punto, línea, plano y volumen; representando el grupo de los no tangibles. En segundo lugar se encuentran los elementos visuales que comprenden la dimensión, la forma, el color y la textura y son los que se perciben (con mayor facilidad). El tercer lugar, lo ocupan los elementos de relación que implica la ubicación y la interrelación de las formas en el diseño: dirección, posición, espacio y gravedad; y por último se encuentran los elementos prácticos, representando el contenido y el alcance del que tenga dicho contenido: representación (la forma deriva de la naturaleza), significado (cuando emite un mensaje) y función (sirve a un determinado propósito).

La gramática y la sintaxis del Lenguaje Visual proveen las “herramientas” y criterios formales, sin embargo el Diseño, no se basa meramente en formas, sino que utiliza el lenguaje como medio de comunicación. (Frascara, 1983)

Dentro del diseño existen especialidades, cada una representa a un área determinada. De esta manera, cuando se trata del ámbito que se encuentra orientado a resolver cuestiones del entorno habitable de acuerdo a los requerimientos del usuario, se trata del Diseño de Interiores.

2.3. Diseño de Interiores:

El interiorismo es la actividad profesional del diseño que indaga los aspectos ambientales, arquitectónicos y del diseño del producto, además de la decoración tradicional. Se ocupa del tratamiento del espacio, el cual se debe adaptar y modificar según los

requerimientos y medios del comitente, buscando siempre la mejor solución espacial, funcional, tecnológica y económica.

El Diseñador de Interiores, como profesional independiente realiza espacios, resolviendo problemas concretos referentes al diseño interior y exterior, la distribución de áreas y su equipamiento, con fundamentos estéticos y funcionales. Concibe el diseño interior, como unidad integral, en la que relaciona el interior con el exterior en un todo. Es quien debe estar atento a las distintas variables que conforman el espacio arquitectónico: la funcionalidad, la iluminación, la morfología, los materiales, la orientación. (Arqa, 2009)

Combinando el conocimiento con una visión estética, los diseñadores de interiores trabajan con clientes y otros profesionales para desarrollar soluciones funcionales y atractivas. Se debe organizar un espacio y presentarlo de manera tal, que pueda ser comunicado al cliente. Se deben tener en cuenta los materiales y productos que se utilizarán, conocer de texturas, color, iluminación y otros factores que se combinan y actúan recíprocamente.

El diseño de interiores incluye una serie de tareas y servicios: el estudio y análisis de los requerimientos de los clientes, la formulación preliminar en dos (plantas, vistas, cortes) y tres dimensiones (axonometrías, croquis, renders) de las propuestas planteadas, la elaboración de presupuestos, el armado de cronogramas de tareas y tiempos de obra, la selección de materiales, colores, texturas, mobiliario y equipamiento; hasta llegar al planteamiento total del proyecto con la documentación respectiva, pudiendo intervenir también en la dirección de obra.

Cuando se habla de espacio dentro del ámbito de la arquitectura e interiorismo, se hace referencia a cualquier volumen que sea contenido dentro de las paredes y sea habitable. El volumen se define en tres dimensiones: longitud, amplitud y altura de la

habitación. Es entonces el manejo del espacio, el principal factor a tratar, el espacio se debe adaptar y modificar según las pretensiones del cliente, buscando siempre la mejor solución espacial, funcional, tecnológica y económica. Una vez entrevistado el cliente y teniendo en claro sus demandas, el diseñador se encargara de realizar planos, bocetos, con los cuales se mostrarán las diferentes texturas, colores, formas de iluminación, las proporciones y el equipamiento que se utilizará.

Es muy común confundir la decoración de interiores con el Diseño de interior, pero éste último indaga aspectos mucho más concretos y complejos como la Arquitectura y la Psicología ambiental además de la decoración (como tradicionalmente se le conoce). Se diseña sobre espacios arquitectónicos vacíos o se remodela sobre un espacio ya existente. En cambio, el decorador es aquel que basa su proyecto en organizar elementos que pueden ser quitados sin afectar el interior; se encargan de embellecer el interior o el vacío, por medio de cortinas de ventana, muebles, objetos decorativos, límites virtuales.

El campo de acción de la profesión es muy amplio y diariamente se está diversificando; en términos generales el diseñador analiza las demandas del cliente, crea las propuestas y los bocetos, selecciona colores y materiales tanto de los muebles como del ambiente, gestiona y administra los costos, confecciona los planos, supervisa la obra y elabora las evaluaciones.

Dentro de sus funciones se encuentran, en primer lugar, el diseño de viviendas, ya sean unifamiliares, departamentos, lofts, monoambientes, casa quinta; sosteniendo el principal objetivo de mejorar la calidad de vida por medio del confort, la optimización de los espacios y la mejor solución espacial y económica. Otra de las funciones corresponde a la transformación de un espacio que anteriormente correspondía a una vivienda, en un espacio nocturno, un local comercial (Idea de reciclaje) teniendo presente que los espacios

comerciales se apoyan en el diseño de interiores para cumplir su principal objetivo: vender. Es así como las vitrinas, restaurantes, bares, boutiques, centros de entretenimiento, buscan el servicio del diseñador para diferenciarse de sus competidores y llamar la atención de los clientes potenciales. alguna de las funciones surgidas últimamente se relaciona con el rediseño de los espacios de trabajo, diseño de stand para ferias y otros espacios comerciales. (UAC, 2009)

Existen varios estilos en los que el Diseñador se puede basar para realizar una ambientación:

El Estilo Moderno, basados en interiores integrados y diseño ordenado, desarrollados principalmente por Mackintosh, Wright y Hoffman entre otros. Influenciado por el Art Decó. El Estilo Minimalista, se caracteriza por la simplicidad de sus formas, líneas puras, espacios despejados y colores neutros, en un ambiente con equilibrio y armonía. El Estilo Zen, busca alejarse de la ornamentación excesiva y el "barroquismo". El equilibrio que logra está dado por pocos objetos, materiales naturales y presencia de aromas. El Estilo Oriental, basado en la interpretación exótica; colores, objetos, murales y adornos que remiten en todo momento (o copian) la estética y costumbres de la cultura milenaria. El Estilo Clásico, se basa en la casa burguesa del siglo pasado. Lo forman materiales clásicos que dan calor y comodidad, además de estampados, plantas, murales, zócalos, amplios cortinados y adornos. Los colores que utiliza son los granates, verdes, rojos oscuros y marrones; motivos de pájaros, flores, frutas y rayas.

Otro de los Estilos es el Retro, se basa en una vuelta a modelos y diseños del pasado, incorporando los avances tecnológicos actuales. La fusión de lo "neo" y lo "vintage" produce el estilo decorativo retro. El Estilo Rustico se destaca por el uso de materiales nobles y naturales poco tratados, como la madera, el mimbre o la esterilla, aplicados tanto en

objetos y utensilios como en paredes y pisos. El kitsch se destaca por el predominio del color y las formas, la utilización de elementos antiestéticos y llamativos. Predominan los colores rosa chicle, azul cielo, verde manzana y rojo. Las texturas utilizadas son también muy variadas: el alambre, las pieles sintéticas, el cristal, el plástico y el papel. El Shabby chic se destaca en objetos y muebles antiguos pero actualizados, desgastados o con pátinas, pero que no luzcan antiguos. Shabby significa desaliñado, deteriorado, pero en este caso que luce a nuevo, agiornado, y de allí el término chic. (Estilo ambientación, 2010)

Uno de los aspectos más importantes a tener en cuenta en el Diseño de Interiores es la iluminación: tanto natural como artificial. Esta iluminación puede presentarse de manera general, puntual, de ambiente o decorativa. La general, es la luz principal que permite la libre circulación por los espacios, ya que ilumina de forma continua, lo que permite no generar sombras, como es el caso de los tubos fluorescentes. La luz puntual, se utiliza para generar mayor intensidad en un objeto o puesto de trabajo. Suelen utilizarse las dicroicas, o lámparas de pie.

La luz de ambiente, genera una sensación teatral. Ilumina de forma difusa y debe completarse con iluminación general. Es similar a la decorativa, que en general se la utiliza para destacar cuadros, plantas u objetos.

Otro de los aspectos a tener en cuenta se encuentra representado por las texturas: tanto en el solado, como en revestimientos y mobiliario. Los solados, presentan texturas como alfombras, de pelo largo o corto, piso de goma, frialdad en cerámicos, porcelanato y granito y calidez en la madera. Dentro de los revestimientos, se encuentran el ladrillo, la piedra, el azulejo, los empapelados con y sin textura en relieve.

2.4: Relación del individuo y el entorno

Según la USACE (*US Army Corps of Engineers, 1997*), existe una relación entre los individuos y el entorno, en función de la forma a la forma en que ellos perciben el espacio interior y cómo reaccionan en él. Dicha percepción depende de factores psicológicos, sociológicos y diferencias entre individuos. El entorno influye sobre el comportamiento.

Todas las sensaciones generadas por el individuo, llevan a reconocer, comparar y descubrir el entorno. En este proceso intervienen tres conceptos relacionados entre sí: la percepción, la cognición y el comportamiento espacial. La percepción del entorno es el proceso de comprender el espacio por medio de la información que se obtiene a través de los sentidos. La cognición resulta del procesamiento mental de las sensaciones (pensar, recordar o evaluar la información). El comportamiento espacial incluye las reacciones a la información del entorno adquirida por medio de los dos conceptos anteriores.

La percepción el entorno influye en el proceso de interacción social de los individuos. Se la puede dividir en cuatro niveles: privacidad, espacio personal, territorialidad y hacinamiento. La privacidad comprende un proceso de regulación que permite que las personas se hagan más o menos accesibles a las otras. El espacio personal comprende la zona que rodea al individuo y a la que no se puede ingresar sin su autorización.

La territorialidad puede darse por un individuo o por un grupo, e implica un control del espacio en forma exclusiva, determinado por límites perceptibles. El hacinamiento se produce cuando los mecanismos del espacio personal y la territorialidad no funcionan de forma efectiva, produciéndose un exceso contacto externo con la sociedad.

Cada persona responde de forma única ante situaciones específicas, respuestas que se pueden clasificar en: sociológicas, psicológicas y fisiológicas. Las determinantes sociológicas abarcan las necesidades sociales y los problemas del individuo como son las

dinámicas de grupo y la comunicación. Factores a tener en cuenta al momento de diseñar. Las determinantes psicológicas están relacionadas con las preocupaciones de los ocupantes, deben ser consideradas la privacidad visual, acústica y estética. La privacidad visual limita la visión de los demás y se puede lograr mediante el uso de mobiliario, paredes o cortinas. La privacidad acústica surge del tratamiento efectivo del entorno: cielorraso, muebles, solado. La apreciación estética está influenciada por el entorno y para definirlas el diseñador debe comprender que el concepto de belleza varía de acuerdo al tiempo, al lugar, al propósito y contexto.

Las determinaciones fisiológicas se refieren a las necesidades físicas de los ocupantes: funcionalidad, ergonomía, seguridad y preocupaciones relacionadas a la salud. La eficiencia funcional se refiere al grado en que las necesidades fisiológicas son contempladas en la planificación espacial. El diseño ergonómico reconoce que el entorno influye e impacta en el comportamiento humano. La ergonomía combina con la antropometría (datos de las medidas del cuerpo humano en respuesta a necesidades del usuario en relación al entorno). Esta información es utilizada para diseñar espacios adaptados a las proporciones humanas. La seguridad y lo relacionado a la salud está centrado en respuestas hacia estímulos negativos.

Todo diseñador busca la manera adecuada de poder comunicar, la forma de poder interactuar con el usuario, haciendo que este interprete correctamente lo que aquel le quiere comunicar. Para ello debe representar visualmente aquello que desea que el usuario comprenda y, por medio de imágenes descubra ese significado que el diseñador tiene por objetivo comunicar. Ese diseño es una forma de Lenguaje Visual que debe ser interpretado para que el proceso de comunicación se complete.

Capítulo 3: La comunicación como medio de expresión

En el presente capítulo se explicará qué es, como se desarrolla y las características del proceso de comunicación. Se ejemplificará con un caso de la vida cotidiana. Luego se definirá el lenguaje visual como una de las características principales que se desprende de la comunicación. También se desarrollarán los diferentes tipos de lenguaje visual, profundizando en el lenguaje Objetual, que es el que luego servirá para comprender la finalidad del proyecto.

3.1. Definición:

La comunicación está presente en muchos de los hechos de la vida cotidiana, cuando se habla con alguien, cuando se escucha un discurso en un acto político, cuando se observan y leen afiches publicitarios en la vía pública, todas acciones en las que algo se comunica. Es entonces necesario conocer que significa y como se realiza un acto comunicacional.

Comunicación es todo proceso de interacción social por medio de símbolos o sistema de mensajes. Incluye todo proceso en el cual la conducta de un ser humano actúa como estímulo de la conducta de otro ser humano. Puede ser verbal, no verbal, interindividual o intergrupal (Lomonosov, 1989)

3.2. Modelo de Comunicación según Shannon y Weaver:

En 1949 en Estados Unidos, el ingeniero electrónico Claude Elwood Shannon, con aportes de Warren Weaver desarrollaron la teoría T.M.C (*Mathematical Theory of Communication*) que presenta la comunicación como la transferencia de un mensaje, desde una fuente de información, y que por, medio de un emisor y un receptor, llegan a un destinatario (Marc y Picard, 1992). Ésta se relaciona con las leyes matemáticas que rigen la transmisión y el procesamiento de la información, afirmando que la transmisión de esta

información podría considerarse como un fenómeno estadístico utilizado para determinar la capacidad de un canal de comunicación en términos de bits (unidad de medida de información). Para Shannon era necesario establecer una base teórica para dicho proceso, ya que las vías de comunicación (teléfono, radio) se volvían complejas. Este sistema se basa en la cadena de los siguientes elementos: la fuente (de información) que produce un mensaje, el codificador o emisor que transforma el mensaje (los sonidos de la voz) en señales a fin de hacerlo transmisible, el canal que es el medio que se utiliza para transportar las señales, el decodificador o receptor que reconstruye el mensaje y por último el destino que es la persona que recibe el mensaje (Fig.11, cuerpo C). La transmisión de las señales puede ser afectada por un fenómeno conocido como ruido, factor que perturba dicha transmisión de información. Por ruido se entienden las interferencias ajenas al sistema, que afectan al Canal dificultando el desplazamiento de las señales y como consecuencia, también su correcta recepción. El silencio también es considerado un ruido. Se trata de un esquema derivado de la telecomunicación: implica una comunicación individual o de masas por medio de artefactos eléctricos o electrónicos.

Desde que se inventó el teléfono, los artefactos técnicos que permiten la comunicación a distancia comparten factores comunes: los sonidos de la voz de la Fuente, son tomados por un micrófono que la transforma en señales eléctricas moduladas (Emisor) que son transmitidas casi instantáneamente por un cable (Medio – Canal) que se conectan físicamente al auricular (Receptor) que transforma las señales eléctricas en sonidos similares de la voz de la fuente, que son recibidos por el Destino. (Valdés de León, 2012)

De esta manera se verifica que la teoría de la información se basa en las telecomunicaciones y en los medios masivos, de manera que los mensajes son no-subjetivos y están dirigidos a un público de carácter anónimo. La comunicación es lineal y

unidireccional: el mensaje se desplaza desde por ejemplo, instituciones u organismos de poder; a masas consumidoras y no existe espacio para que se genere la circularidad o *Feedback*

En la comunicación, la cuestión del código se hace presente. Es por eso que se definirá al término *Codificación* como la función técnica que cumple el Emisor: transformar las vibraciones de orden físico de la voz de la Fuente en señales eléctricas y *Decodificación* a la tarea inversa que realiza el receptor. (C. Shannon)

A continuación se ejemplificarán estos términos a través de una situación de la vida cotidiana, según Valdés e León (2012)

Suponiendo que dos personas hablan el mismo idioma y por consiguiente utilizan el mismo Código, no existiría nada por decodificar. De esta manera quien habla (A) comunica a quien escucha (B), ideas que serán denominadas por Saussure como representaciones psíquicas o Significados, que serán expresados mediante imágenes acústicas o Significantes. De esta manera B escuchará Significantes que se aproximan a los Significados que A comunicó (significados que serán compartidos por ambos), y entenderá lo que A enuncia. En caso de producirse alguna duda en cuanto a algún significado pronunciado por A o si no se comprendiese, B interrogará a A y su respuesta despejará las dudas.

Se mencionaba anteriormente el concepto de *Feedback* o también conocido como retroacción que designa la reacción del receptor al mensaje emitido y su retorno hacia el emisor. Se pueden distinguir tres funciones del *Feedback* según Shannon y Weaver:

La primera es la función de regulación, destinada a mantener una situación estable. El emisor envía una señal, y el receptor le reenvía las respuestas que indican los efectos de

este mensaje. En la comunicación humana implica todas las señales que demuestran que el receptor recibió correctamente el mensaje y que la emisión puede continuar.

La función de acumulación cíclica está destinada a hacer evolucionar una situación en espiral. El destinatario reenvía a las fuentes sus propias señales a las cuales añade nuevos datos. De esta forma, en cada vuelta de comunicación, se va agregando nueva información, enriqueciendo el conocimiento.

La función de acumulación didáctica está destinada a reenviar hacia la memoria de la fuente, informaciones sucesivas sobre los efectos de los mensajes. Existe la construcción de un saber y almacenamiento en la memoria, lo que permite a la fuente nuevas estrategias de comunicación que integran experiencias pasadas.

3.3. Características de la Comunicación:

Dentro de este mismo proceso de comunicación se pueden observar diferentes datos a tener en cuenta. La comunicación es una práctica social de la vida cotidiana. Toda persona, al vivir en sociedad, participa de alguna manera del acto comunicacional.

El primer dato a tener en cuenta es que se describe la comunicación como una práctica que únicamente puede llevarse a cabo por humanos ya que es la única especie que posee la capacidad innata de simbolizar, facultad que se denomina Lenguaje. Se definirá al Lenguaje como la capacidad de poder representar la realidad por medio de un sistema de signos acústicos o significantes, que tendrán una relación arbitraria con los fenómenos y conceptos representados o significados. El segundo dato es la Alteridad; para que se produzca la comunicación, es necesaria la presencia de dos o más personas. Cuando la

comunicación se da entre dos personas que se encuentran frente a frente, a la comunicación verbal se le suma la riqueza de los gestos, expresiones y miradas.

En tercera instancia se encuentra la Intencionalidad o Deliberación, que surge cuando un sujeto se dirige al otro con el propósito de comenzar un diálogo, garantizando la estabilidad, duración y eficacia del mismo. La Terceridad implica un sistema artificial de signos: la Lengua, mediante la cual los interlocutores pueden comunicarse; mientras que la Circularidad comprende la condición necesaria para que el acto comunicacional sea efectivo. Implica que el destinatario escucha e interpreta las palabras al mismo tiempo que el emisor las pronuncia, y este (destinatario) puede manifestar mediante recursos no verbales su acuerdo, o desinterés, con aquello que está escuchando.

La Interpretación indica que lo que se dice puede no coincidir, dentro del acto comunicacional, con lo escuchado, aunque los significantes sean los mismos. Esto puede explicarse dado que los significantes pueden no poseer el mismo significado para ambos (polisemia). Los Factores lingüísticos no verbales comprenden los espacios físicos y las actuaciones acústicas o visuales de los sujetos. Los lenguajes no verbales no pueden sustituir completamente a los significantes que se pronuncian o se escuchan (no son lenguajes autónomos)

El Propósito pragmático muestra como los interlocutores (o uno de ellos) participan en el acto comunicacional con el propósito de alcanzar un fin práctico que puede ser común entre ambos, diferentes o contrapuestos. El diálogo y la comunicación son las herramientas que la sociedad ha diseñado para concretar este propósito pragmático.

Otro de los datos a tener en cuenta es el Contrato comunicacional que implica reglas que casi nunca están escritas referidas a la prioridad al hablar, la posibilidad de interrumpir al hablante, la manera de ponerle fin al diálogo, los límites de las expresiones no verbales.

Estas reglas serán establecidas de acuerdo al contexto social, al espacio físico donde se produzca el diálogo y presencia de los interlocutores.

La Semiósfera que, sea bajo la forma de versiones visuales escriturales como icónicas y no- icónicas, o bien de formas de expresiones no verbales o musicales, todos los discursos configuraran la cultura, que con sus posibilidades y limitaciones; motivan y sostienen la vida del hombre en sociedad. Es entonces que, mediante los actos comunicacionales, el hombre constituye el mundo de la Semiósfera. (Valdés de León, 2010)

La comunicación es un proceso interactivo en donde no solamente interviene la palabra, sino que en una situación de co-presencia, la percepción que cada uno tiene del otro es también portadora de significaciones, que se basa principalmente en la vestimenta, la apariencia física, los gestos. Cada comportamiento se convierte en un mensaje implícito y provoca una reacción en retorno. Este comprende el fenómeno relacional de la comunicación en el que los participantes, la situación y comportamientos interactúan entre sí formando un sistema circular de acciones y reacciones, de estímulos y respuestas. (Marc y Picard, 1992)

3.4. Modelo Lingüístico de la Comunicación

Existe otro planteo sobre el sistema de comunicación, realizado por Roman Jakobson en 1983. No se puede asimilar un intercambio de mensajes a la transmisión física de la información. Resulta necesario describir la comunicación humana en toda la complejidad de los elementos que intervienen. Utiliza un modelo componencial con el que intenta mostrar las funciones comunicativas específicas de cada componente. Explica la existencia de seis funciones del lenguaje; las funciones básicas: la expresiva, la apelativa, la referencial, y el desdoble de las básicas: la fática, la poética y la metalingüística. (Fig.12, cuerpo C)

La función expresiva está centrada en el emisor. Esta función le permite al emisor la exteriorización de sus actitudes, de sus sentimientos y estados de ánimo, así como la de sus deseos, voluntades y el grado de interés o de apasionamiento con que realiza determinada comunicación. La función apelativa se centra en el destinatario.. Es la que intenta influir en la conducta del receptor. Se da en lenguaje coloquial, es dominante en la publicidad y propaganda política e ideológica en general. Mediante el uso de esta función se pretende causar una reacción en el receptor. La función referencial, se centra en el contexto y contenido de la información. Se da cuando el mensaje que se transmite puede ser verificable, porque claramente reconocemos la relación que se establece entre el mensaje y el objeto (referente).

La función poética se encuentra orientada al mensaje. Aparece siempre que la expresión atrae la atención sobre su forma, en cualquier manifestación en la que se utilice el lenguaje con propósito estético. Y la función metalingüística, se centra en el código de la lengua. Se manifiesta en declaraciones y definiciones.

3.5. Escuela de Palo Alto:

La escuela de Palo Alto es conocida también como la Universidad Invisible, ya que en sus inicios no poseía una sede física “visible”, sino que se trataba de una serie de investigadores que fueron llegando a la ciudad de Palo Alto (California, Estados Unidos). Se caracterizó por ser una escuela que estudia la Comunicación humana y se destaca por considerar la comunicación como una interacción social.

El principal aporte de la corriente es que “el concepto de comunicación incluye todos los procesos a través de los cuales la gente se influye mutuamente” (Bateson y Ruesch,

1984, p. 32). La comunicación fue estudiada como un proceso permanente y multidimensional, un conjunto integrado, que no se puede interpretar sin el contexto en el que sucede el acto comunicativo. Bateson y Ruesch sostienen que la comunicación es un proceso social y permanente que integra un gran número de modos de comportamiento, como ser: la palabra, el gesto, la mirada y el espacio individual.

Uno de los principales representantes de esta escuela fue Paul Watzlawick (1971), quien escribe 5 axiomas relacionados a la teoría de la comunicación humana:

En primer lugar sostiene que es imposible no comunicar: todo comportamiento comunica.

En segundo lugar sostiene la idea que toda comunicación tiene un nivel de contenido y un nivel de relación: el último clasifica como primero creando una metacomunicación. La comunicación tiene el significado de las palabras acompañado por cómo quiere el enunciador ser entendido y cómo quieren que lo entiendan; el receptor a su vez entiende el mensaje e interpreta. Para finalizar, el primero actuará ante esta respuesta.

El tercer axioma indica que la naturaleza de una relación depende de los hechos comunicacionales que los participantes realicen entre ellos: se inicia una comunicación en la que cada uno de los integrantes interpretan su propio comportamiento como mera relación ante el otro. Cada uno cree que su conducta es causa de la conducta del otro, aunque en realidad no es correcto. El proceso es cíclico y cada uno contribuye a la continuidad del intercambio.

El cuarto axioma explica que los seres humanos se comunican tanto digital como analógicamente. La comunicación digital posee un carácter abstracto, se limita al Lenguaje, a las palabras habladas; mientras que la comunicación analógica corresponde a la no verbal (lo que se quiere decir) y se construye a partir del contenido y el contexto. Por dicha razón

Watzlwick define a la comunicación como un proceso de interacción que forma el conocimiento.

El quinto axioma explica que los intercambios comunicacionales pueden ser tanto simétricos como complementarios, lo que depende si la relación entre las personas se basa en intercambios igualitarios o si está basada en intercambios aditivos, donde ambos se complementan produciendo un acoplamiento recíproco de la relación. Una relación complementaria presenta autoridad (como padre e hijo) mientras que la asimétrica presenta condiciones igualitarias (como amigos o hermanos)

3.6. Lenguaje Visual:

Dos características importantes se desprenden de la comunicación: por un lado, la capacidad potencial de las comunicaciones visuales como formas de transferencia de mensajes y por otro, la importancia de la comunicación visual en cuanto a objetivos de orientación, conocimiento y desarrollo humano.

El hombre se comunica a través del lenguaje, lo que implica la comunicación de un significado por medio de signos (Kepes, G 1969). En cambio, en el diseño, se comunica un significado por medio de signos visuales. El Lenguaje Visual contiene un mensaje que comprende dos niveles: el nivel semántico que representa la relación entre los signos y su significado y el nivel sintáctico comprende la relación entre los signos del lenguaje. El circuito de la información está dado por una serie de componentes: El diseñador; quien se encarga de realizar un proyecto interpretando las demandas del usuario. El mensaje se encuentra definido por el producto. Por último el usuario será el destinatario quien como consecuencia será informado, se sentirá identificado o persuadido por el mensaje visualmente diseñado.

Según Valdés de León (2012), dentro del Lenguaje Visual se pueden distinguir diferentes tipos, entre los cuales se encuentran el lenguaje corporal (gesto – signo), el lenguaje objetual (objeto – signo), lenguaje artístico (imagen), el escritural (signos) y el gráfico (imágenes visuales), y; compartiendo una única condición que es la de ser percibidos por el sentido de la vista. Por otro lado también existe el lenguaje no visual representado por el sistema braille, el sonido de la ambulancia o de un patrullero. En el Lenguaje Gestual, el hablante utiliza el cuerpo para comunicar enunciados a su interlocutor. Esto sucede cuando se encuentran frente a frente y ante la imposibilidad de comunicarse verbalmente a causa de ruidos molestos, dada una distancia física o alguna discapacidad auditiva. El gesto- signo es efímero, ya que dura lo que el interlocutor tarda en percibirlo, comprenderlo y actuar en consecuencia. Como es el caso de gestos, miradas, movimientos corporales

Se define Lenguaje Artístico a la imagen como simulacro. Comprende un conjunto de objeto-artístico, objetos-imagen y de imágenes visuales cuya inclusión dentro de las esferas de la comunicación y estética, de la información y la expresión, resultan un género ambiguo. Se incluyen las artes plásticas, cualquiera sea el material que las soporte, las técnicas y temáticas, siempre que cumplan una función narrativa o descriptiva y pueda generarse un enunciado.

El Lenguaje Escritural, está formado por un sistema de Signos que son interpretados, luego de un proceso de aprendizaje, como una transcripción visual de los sonidos de la lengua. Se trata de imágenes visuales abstractas, diseñadas con el propósito de comunicar. La escritura se concibe como un producto social que garantiza la permanencia en el tiempo de los enunciados lingüísticos. Promueve y posibilita la comunicación a distancia, y al tener la posibilidad de registrarse en un espacio físico, se puede leer, corregir, releer. La escritura,

el sistema de signos llamado alfabeto, los lenguajes ideográficos, los pentagramas, partituras.

El Lenguaje Gráfico implica una comunicación generada por intermedio de imágenes visuales, situación que se ve incrementada a partir de la invención de Gutenberg. Se distinguen tres tipos de imágenes visuales: Las imágenes icónicas que tienen correlato directo con la realidad material, objetiva y subjetiva. Son representaciones de objetos registrados por un sujeto sobre un soporte físico que garantice su permanencia en el tiempo. El segundo tipo son las imágenes concretas que carecen de correlato empírico, son construcciones de origen matemático que no representan objetos sino que se representan a sí mismas. Este tipo de imágenes están presentes en las imágenes geométricas que generalmente no se encuentran visibles en la naturaleza, sino que se utilizan en la construcción de composiciones, como grilla u organizadores. Por último se encuentran las imágenes arbitrarias que expresan los enunciados que el interlocutor se propone comunicar al público. Pinturas, fotografías, cine.

Por último, se encuentra el Lenguaje Objetual que implica “una comunicación intersubjetiva y entre sujetos sociales que se establece por intermedio de objetos físicos, materiales, a los cuales, por convención, se les han otorgado significados lingüísticos puntuales” (Valdés de León, 2012). Implican una relación con el tiempo diferente a los otros, ya que dependiendo del material con el cual se construyeron, perdurara a través del mismo. En este caso el proceso de comunicación se produce entre la persona que observa y el objeto, que representa a la fuente de comunicación.

Según Dondis (1973) existen leyes que implican que utilizan los diseñadores para organizar la información y construir composiciones. Entre ellas:

El equilibrio, que indica que de acuerdo a la posición del objeto respecto a los ejes vertical-horizontal, se le atribuirá a una composición el carácter de liviana, pesada, estable o inestable. La ley de tensión, radica en la falta de equilibrio de una imagen que se convierte en un factor que desconcierta al ojo. El punto de tensión representa al sector de la composición que rompe con la regularidad, atrae la vista y desencadena un recorrido visual que permite la interpretación los objetos de udel diseño. Otras de las leyes son las de atracción y agrupación: el hombre tiende a conectar visualmente elementos similares, por lo que los objetos que mantengan una relación visual, serán agrupados automáticamente por el ojo, mientras que los distintos, se separarán.

La comunicación es el proceso que implica la transmisión de información, teniendo presente que no se agota allí. Este es el que se utiliza a la hora de diseñar. Y es, justamente, Philippe Starck quien utiliza al diseño de objetos como medio para comunicar y hacer notar al usuario cuál es su estilo.

Capítulo 4: Philippe Starck

Para describir al diseñador Philippe Starck, sus ideas, sus diseños en múltiples ámbitos, las producciones que hacen notar su personalidad, no basta con citar textualmente sus frases, sería necesario combinar imágenes y palabras para demostrar que aquello que quiere mostrar visualmente se relaciona con sus criterios. Para ello, se indagará desde su nacimiento, conociendo sus estudios y trabajos, destacando su talento y versatilidad al momento de contribuir en diferentes áreas, profundizando en el ámbito estético y funcional de sus obras. No se lo puede definir como diseñador o arquitecto, Starck es también un artista que elige el diseño para expresarse, un diseño que abarca desde edificios para empresas, hoteles y restaurantes hasta un cepillo de dientes, un exprimidor o una silla. Se buscará el estilo, las características y rasgos tipológicos que definen la obra de Starck, para lo cual se analizarán algunas de sus obras, principalmente hoteles, ya que en ellos hay mayor cantidad de espacios a describir.

4.1 Biografía - En búsqueda de su estilo.

Nace en París el 18 de enero de 1949, hijo de un ingeniero naval, de quien hereda su vocación por la ingeniería. Estudia en la *École Nissim de Camondo*, lugar donde en 1969 diseña una casa inflable que le otorga tanta relevancia que lo conduce a realizar su primer éxito: el *Salon de l'Enfance*; y a fines de los 60, con veinte años, comienza a formar parte del estudio de *Pierre Cardin* como director artístico. En los años 70 trabaja como diseñador independiente, realizando, entre otras cosas, los *night clubs* de París: *Le Bains Douches* (Fig.13, cuerpo C), *La Main Bleue* y el *Club de Starck* en Dallas. A los 30 años, luego de un viaje alrededor el mundo, funda su primera empresa de diseño: la *Starck Products*. Su vocación por la ingeniería francesa origina una conjunción de innovación y elegancia propia

del estilo francés. Se lo reconoce inicialmente por su labor como interiorista y, posteriormente, como diseñador industrial y de mobiliario. En 1983, el presidente Francois Mitterrand elige el proyecto de Starck para decorar las residencias privadas en el Palacio *Elysée* (Fig.14 A y B, cuerpo C) y al año siguiente diseña el *Café Costes*, un nuevo local funcional y elegante que establece su reputación internacional como diseñador de interiores y arquitecto. Su triunfo en este campo se debe en parte a su habilidad para construir referencias vinculadas con escenas de la vida cotidiana que es enteramente original. Dos factores contribuyen a este éxito: en primer lugar su interés y la fascinación con el mundo que lo rodea en todas sus formas. La segunda de las cualidades es su honestidad de propósito. Las temáticas del diseño de Starck están enmarcadas en aspectos sociales, en la agenda política o en desafíos técnicos de diseño. La visión hacia el objeto deriva de dicha fascinación, como así también de la sensibilidad visual. (Traficante, 2009)

A partir de los 90, contribuye con un mensaje de diseño distintivo (con una impronta “a lo Starck”), la influencia a una ideología contestataria que él mismo denomina *Diseño Suver-chic* (“chic” pero “subversivo”). Con base en características propias del surrealismo, del clasicismo y del futurismo y agregados de la ciencia ficción, realiza piezas que fusionan diferentes estilos, materiales y técnicas. (Sweet, 1999)

Según Morgan (1999), algunos aspectos de su personalidad son el sarcasmo en el Diseño grafico: el humor le permite alcanzar una expresión en lo gráfico sin opacar los objetos diseñados por él mismo (el exprimidor). Este sarcasmo implica también una forma de conocimiento propio y la aceptación de sí mismo. La preferencia por la complejidad se observa en los productos diseñados; nunca diseña lo sencillo; se ocupa de poner énfasis en lo funcional y económico, desarrollando objetos que combinan lo estético con lo práctico. Esa referencia implica también dar una solución diferente a un solo problema, por ejemplo la

línea de prendas para mujer, ya que una sola unidad permite la flexibilidad, adaptándose a diferentes ocasiones.

La tolerancia a la ambigüedad para la función de un objeto (como los anteojos de sol) demuestran, una vez más, la multifuncionalidad de sus diseños; resaltándose en este ejemplo por la posibilidad de uso en las diferentes edades y aspecto físico. El psicodinamismo puede observarse en los halls de hoteles y bares, donde la teatralidad que genera combinando estilos (conocido como estilo ecléctico) demuestran dinamismo al momento de diseñar, no se conforma con una sola forma, estilo o lineamiento.

El último aspecto es la Motivación, el motivo de un diseño muchas veces tiene la naturaleza de un impulso. Su motivación se observa en el deseo de avanzar hacia el compromiso del diseñador con el usuario, no centra su atención en el objeto o espacio diseñado sino que también se preocupa por el usuario dentro de la sociedad.

Su voluntad para comprometerse con lo especializado o los productos de lujo, parece contradecir su interés por la producción en masa mostrada en el diseño de sus sillas, por ejemplo. Pero aun así, ha evitado lo que él llama diseño de gesto, es decir que ha decidido aceptar que el diseño responsable también puede incorporar placer responsable, afirmando: “Negándose a aceptar la realidad del placer es negarse a aceptar la oportunidad de amar” (Morgan, 1999.)

Define al diseño no solamente como una cuestión de producción de objetos, sino también como un acto de creación que integra pasiones, deseos, motivaciones y una percepción del Medio ambiente y el mundo. Cree que el verdadero desafío consiste en preguntarse cómo podría ayudar a su tribu cultural (entendiéndose como población) para mejorar la calidad de vida. Su eje principal es hacer del oficio algo honesto, ofrecer el verdadero servicio solicitado, que no solamente pasa por lo material. Lo material es lo fácil,

sin embargo toma como labor el hecho de transformar lo material en un hecho comunicacional. Todo diseñador necesita recordar que tiene una responsabilidad no solo para el cliente sino también para la sociedad y, a su vez, la obligación de mantener la integridad propia. El diseño es entonces, tanto una actividad política como práctica. (Starck, 1991)

Starck huye de lo vulgar, pero no de lo cotidiano, busca la sorpresa pero sin llegar a lo absurdo; busca la funcionalidad pero sin racionalizarla. Intenta reducir la forma a la expresión más simple, respetando sus principios minimalistas. Se compromete también a llegar directamente al usuario por medio de un catálogo (*Good Goods Catalogue*), donde lo que busca transmitir no es el impacto a través de la percepción (lenguaje común de la publicidad), sino con una explicación detallada y clara de cada producto de manera que el usuario pueda elegir de manera consciente y no compulsiva. Con esto se busca generar el contenido semántico de las imágenes de lo cotidiano, para que no solo sea una función educadora sino para que también el diseño pueda llevarse a cabo; y de esta manera ser consecuente con el slogan de *NC- No Creation* “no exaltar las marcas del diseño, para que se ajusten simplemente a lo que necesiten básica y realmente”. Lo que busca es un cambio o una transformación en el ámbito cultural del consumo, más allá de la idealización de un nuevo diseño, materializado. (Starck, 2004)

Según Morgan (1999) produce una estrategia en contra del consumo, en contra de lo que define como el objeto inmaterial. Reacciona contra el slogan de Raymond Loewy: (diseñador industrial) “Lo feo no vende bien”. Lo define como un sistema comercial, basado en el consumo. Actualmente se puede inventar por medio de la tecnología, el objeto no material el “no-objeto”. Son no-productos en cuanto a que ellos satisfacen necesidades básicas (ropa, utensilios de cocina, iluminación) más que lujosas. Los no-consumidores

están representados por aquellas personas que se sienten marginados por la corriente consumista de la sociedad pero que necesitan, como todos, vestirse, comer, dormir y también la inclusión a la vida moderna, para ellos, el *Good Goods Catalogue*. Con ello apunta a que, con esta visión del futuro, los diseñadores asuman una responsabilidad especial en el proceso, tienen la obligación de facilitar la evolución del amor por el hecho de ser una cualidad humana y concepto abstracto que puede desarrollarse. Sostiene la idea que el diseñador es un mediador, ya que un diseñador mediador, estaría inevitablemente envuelto en el proceso de producción. El diseñador debería escuchar a los clientes buscando la mejor solución para la problemática y a partir de esto buscar soluciones a los problemas que presentan. Así, el diseñador tiene un rol más amplio en la sociedad, evitando que sus medios de expresión se limiten a los sistemas de producción. La producción es solo el medio de expresión y debería ser el último recurso. Todas las otras soluciones posibles deberían explorarse con anterioridad, sin involucrar el material de consumo. Promueve entonces, lo que él llama Ecología democrática, es decir, dar a la sociedad creaciones de alta tecnología a precios accesibles, fácilmente utilizables. Se lo puede describir como un diseñador cuya meta consiste en mostrar visualmente a través de sus diseños, la innovación y libertad. (S+arck, 2005)

Se caracteriza por poseer un estilo propio de últimas tendencias pero con un agregado "bizarro" o si se prefiere *kistch*, que le confiere una línea muy personal y, sin duda distintiva (su diseño condice con su personalidad). *Kistch* se denomina al arte que es considerado copia inferior de un estilo existente, aquel que responde exclusivamente a la intención estética del diseñador; incluye también a las manifestaciones artísticas que producen patrones estéticos populares, coloridos y de alto consumo público. Es la principal característica de su obra: conjuga materiales naturales, como madera y pieles, y sintéticos

como plástico, aluminio, vidrio o piedra en terminaciones cromadas o brillantes que le dan un aire irreverente (Perfil: Philippe Starck, 2009)

Se define como emocional y afirma que su único estilo es “la libertad de crear un objeto cuándo, dónde, cómo y para quién quiere”. Opina que el estilo no se cambia según los proyectos, se aplican siempre los mismos valores, la misma lógica y el mismo proceso de pensar, solo se adapta a las necesidades del proyecto con la mayor libertad. El estilo es parte de ámbitos culturales que conforman la moda e implica contribuir al consumismo. Un estilo nuevo sustituye a otro, y como consecuencia la gente cambia sus hábitos sólo por imposición de medios de comunicación y no porque determinado estilo sea más funcional que otro. Sus proyectos se basan en elecciones que pueden servir a la gente. Muestra su despreocupación por la estética, definiéndola como un juicio cultural sin valor por su intemporalidad, como un mecanismo que sirve a la moda, al consumo, a la idea de “me gusta, no me gusta” y define a lo bello como una apelación burguesa sin sentido y a la estética, como una trampa cultural. Define su trabajo como un funcionalismo ilustrado, la belleza de un objeto es su propia competencia para expresar una función. Busca sustituir la idea de Belleza con la de Calidad y Bondad y, de esta manera un objeto o ambiente sea bueno para el comitente, donde este pueda vivir y expresarse. (La revolución del Diseño, 2007)

Starck ha propuesto un nuevo énfasis en lo que denomina de alta moda democrática, es decir de alta calidad. Cree que el diseño de buen gusto debería estar al alcance de todos, propuesta que carece de originalidad en su premisa básica, ya que se remonta a conceptos de *Deutsche Werkbund*.(asociación de arquitectos y diseñadores).

Starck rechaza cualquier etiqueta sobre su propuesta estética y, describe su forma de trabajo a partir de una observación de la sociedad y la transformación. Considera que el único medio de comunicación es el objeto que diseña y lo materializa justamente para que sea comprendido: de inventar algo bello pero que no llegara al público, lo destruiría por no cumplir con su objetivo. (Delclós, 1987)

Se considera a sí mismo como un diseñador funcionalista y demuestra que se pueden crear objetos perfectamente funcionales sin necesidad de caer en los planteamientos habituales. (Proyectando, 2005) Esta afirmación, se puede comprobar al observar su línea de aparatos de radio, a los que le otorga formas esféricas y a pesar de ello, los objetos no pierden su funcionalidad pero ganan en belleza. En sus diseños, todo detalle decorativo es abolido, situación que se ve reflejada en el slogan “El confort y la practicidad de la ropa debe estar unida a una función practica definida”. (Proyectando,2005)

“Soy fundamentalmente intuitivo y por eso no retoco mis primeros bocetos. No hay modificaciones. Cuando trabajo no me suscito problemas estéticos sino de funcionalidad”. (Delclós, 1987) Es aquí que se reafirma su preocupación e interés por la funcionalidad de sus diseños y a su vez la flexibilidad dentro del diseño, caracterizado por ser a lo Starck (su estilo es su firma), simple, estético, poético.

Es por eso que Starck declara “Con el funcionalismo no es suficiente. Hoy hace falta algo más, se necesita comunicación. Hace falta la estética que te grafique” (Clarín, 2010) porque su diseño se define como liberal, flexible, adaptable. Considera que el diseño debe reflejar la personalidad del autor y debe ser reconocido como propio.

Por dicha razón, se utiliza esta frase como referente de esta investigación, para explicar que un objeto o espacio puede ser funcional y al mismo tiempo comunicar, como a

partir de un mismo espacio se puede crear una diversidad de opciones para resolver las necesidades del usuario.

4.2. Análisis de Objetos y Espacios Comerciales y Gastronómicos

Dentro de los diseños funcionales se encuentran las butacas *Magic Hole* (Fig.15, cuerpo C): se proponen agujeros que se definen como espacios útiles ganados a la estructura del asiento, que funcionan como revisteros. La silla, también laborada en sofá de doble plaza, está realizada en polietileno, y más allá del agujero-revistero, el asiento le ofrece ventajas como el ser ligera, resistente al agua y a los golpes; que sirve para interior y exterior; aplicable tanto a jardines como terrazas de bares de diseño.

Otro de los diseños de Starck es *La M.I.S.S. Cassina* (Fig.16, cuerpo C): un proyecto de diseño basado en la idea de la fusión de tecnologías para el hogar y muebles. Los sofás están diseñados para integrar los altavoces (instalados en los extremos de la parte posterior) y el *subwoofer*, el dispositivo de control de graves (se instala en la parte inferior del brazo de mayor tamaño). De la misma manera, incluyó la tecnología en los *Zik* (Fig.17, cuerpo C), unos audífonos con diseño minimalista, con una conexión vía *bluetooth*, con control de volumen de audio por medio de pantalla táctil y sensor de detección de cabeza, para detectar si el usuario lo lleva puesto o debe apagarse; además de 4 audífonos que reducen el ruido hasta un 98%.

Starck triunfa también dentro del ámbito del diseño de interiores, tanto en hoteles como en locales comerciales. Posee un método de diseño particular, siempre apunta al enfoque teatral, sostiene que cliente debe ser tratado con respeto y asegurarse de que quiera volver. Es el negocio de la hospitalidad, que se logra en parte por la decoración y el

ambiente global y también por ejecutar el nivel de detalle. Sostiene que “Tener una habitación con cien grandes ideas no es tan importante como tener un buen ambiente”. (Morgan, 1999)

Uno de los ejemplos dentro del campo de los locales comerciales es el *Café Costés* (Fig.18, cuerpo C). Fue diseñado en 1994 y consistía en una pequeña planta en ambos lados de las escaleras y una sala grande y cuadrada en el nivel inferior, iluminado por un largo tragaluz (Fig.19, cuerpo C). Las sillas de tres patas del café se colocaron alrededor de pequeñas mesas redondas. Dos pilares se coronaban por un extraño reloj (Fig.20, cuerpo C) que únicamente tenía el número ocho. La escalera era protagonista y se eligieron colores ocres pálidos y amarillos para las paredes y techo. Lo extraño es que los pilares parecían lo suficientemente grandes como para soportar un boque de oficinas pero simplemente condujo a un tragaluz, que se utilizó como medio para aprovechar la iluminación artificial. Según cuenta Starck, las famosas sillas de tres patas (Fig.21, cuerpo C) fueron diseñadas para evitar las lesiones de los camareros, reduciendo el número de patas con las que podían tropezar. El *Café Costés* fue reconocido como un lugar tan hermoso y triste como el buffet de la estación de ferrocarril de Praga; en parte refleja la falta de propósito y sentido que sufría la población parisina en la década del 80. (Morgan 1999)

Otro ejemplo en el rubro gastronómico es *Felix*, un restaurant ubicado en la planta número 28 del *Hotel Península* de Hong Kong. El interior es surreal y contemporáneo, con una enorme pared de aluminio (Fig.22, cuerpo C) y dos fachadas de cristal curvo para revelar una de las vistas más extraordinarias de Kowloon en un lado y Hong Kong isla, del otro (Fig.23, cuerpo C). Camino al sanitario de hombres, se puede observar el panorama de luces de neón del *Victoria Harbour* (puerto de Hong Kong) (Fig.24, cuerpo C). El ambiente de arte contemporáneo de *Felix* contrasta con el estilo colonial del resto del hotel *Península*.

Color crema y vainilla adornan las paredes que están diseñadas de manera tal que representan las olas de las aguas en el Puerto Victoria. Además de la zona principal del restaurante, que también incluye una zona VIP en la esquina que ofrece vistas al Puerto Victoria, existe una terraza, un bar de vinos, un bar americano y, como pieza central, una caja de color verde que recrea una pista de baile conocido como *Crazy Box*. El solado está diseñado para dar la ilusión de que las huellas de los pasos están incrustadas en el hielo.

Incluso si fuera la primera persona en llegar para la cena, el espacio da la sensación de concurrida (Fig.25, cuerpo C); esto se debe a que cada una de las sillas cuenta con el retrato fotográfico impreso de cada uno de los miembros de su tribu (familia) incluyendo a su hija Ara, su novia Patricia Bailer y un retrato de él mismo. (The Peninsula, 1994)

El *Nani-Nani* (Fig.26, cuerpo C) representa un edificio de oficinas para la empresa *Rikugo Group*. Se encuentra ubicado en Shirikanedai, en la ciudad de Tokio. Fue completado en 1989 y considerada la primera obra de arquitectura de Starck. Una de las fuentes de inspiración para el *Nani-Nani* (según Starck) fue el dinosaurio Godzilla, el cual apareció en varias películas de ciencia ficción japonesa de la década del 50 y 60. Godzilla es un fenómeno que se puede interpretar en dos niveles: como una fuerza de oscuridad letal que ataca sobre Hiroshima y Nagasaki; o como una fuerza natural que simboliza el renacimiento de Japón; en conclusión una amenaza y una promesa. De esta manera, el Edificio *Nani-Nani* (cuyo nombre se refiere al grito que los japoneses dan al ver un fantasma: ¿qué es?, ¿qué es?) representa una gran joroba verde de reptil.

Propone una cafetería en la planta baja y *showrooms* y oficinas en los pisos superiores. No es revolucionario en sus características espaciales, pero el edificio aparece como un monovolumen complejo, de curvas cambiantes pero siempre con líneas continuas. (Fig.27, cuerpo C)

El material que configura su aspecto final es chapa metálica y las uniones evitan el acabado plástico. (Starck Ting, 2005)

Un nuevo ámbito en el que intervino Starck fue en el diseño integro de un Yate (Fig.28, cuerpo C): el yate A es propiedad del empresario ruso Andréi Melnichenko. Tiene 120 metros de eslora y 19 de manga. En el buque abunda el cristal, los espejos (una de las aficiones de Starck) y las superficies brillantes. En total, el navío tiene espacio para 14 personas. Se encuentra repleto de objetos de lujo en su interior, entre los que se pueden mencionar varios cuadros de Monet, una cama ubicada en lo alto de la torre que rota en 360 grados para lograr una vista panorámica, un helipuerto, un aerodeslizador, un *hovercraft* y un garage con espacio para los lujosos autos de Melnichenko. (Fig.29 A y B, cuerpo C)

También posee una colección de más de 2000 Dvd's a bordo, y dos grandes piscinas que se ubican en la cubierta. La seguridad es algo importante en esta embarcación. Todas las puertas se abren con sensores de huellas digitales, posee la última tecnología en sensores de movimiento y reflectores de seguridad. Cuenta con una *discotheque* cuya barra se desarrolla en cristal de Baccarat. En referencia al diseño se debe destacar su originalidad, sus formas inspiradas en un submarino y lo imponente que resulta esta embarcación. Su casco con forma de cuchillo fue proyectado de esta manera para que no levante ninguna ola a velocidad crucero de 24 nudos. (Megayates, 2010)

Al momento de estudiar a Starck y teniendo como finalidad comprender su metodología de trabajo, el estilo y rasgos distintivos de sus obras, es necesario analizar proyectos como los hoteles, ya que en ellos se encuentran la mayor cantidad de sectores y rubros. Para ello es necesario también realizar una comparación entre varios de los hoteles

diseñados: *Faena Hotel + Universe, Royalton, Delano, Mondrian, St. Martinslane y Sanderson.*

4.3. Análisis de Diseño de Interiores Hoteles:

El Faena Hotel + Universe pertenece al empresario Alan Faena. Fue inaugurado a fines de 2002 y es reconocido por Starck como uno de sus “caprichos” vanguardistas. Se encuentra en Puerto Madero, en el dique 2 y cuenta con 25 naves que se extienden en 15.500 metros cuadrados y es considerado actualmente Patrimonio Histórico de la ciudad de Buenos Aires (Fig.30, cuerpo C). El edificio fue fundado en 1902 como depósito para almacenar granos bajo el nombre de *Porteño Building*. A pesar de su origen esencialmente práctico, el edificio conserva detalles estéticos enriquecedores, como pilastras de ladrillo y cornisas, que le otorgan una identidad única. El edificio fue construido en ladrillo inglés y para reciclarlo se cambió completamente el interior (Fig.32, cuerpo C). El hecho de ser patrimonio histórico implica adaptarse a un estilo, a una lógica en el diseño. El concepto sobre el cual gira el diseño es que suceda algo a cada minuto. Se crean focos de atención constantemente. Se hace hincapié en la nobleza de los materiales como el mármol de Carrara, la madera y el aluminio con detalles de diseño de Starck como herrajes, griferías, sanitarios, muebles de cocina. El interior del hotel está basado en el Estilo Imperio (estilo Luis XV, con detalles modernos). El concepto de la decoración es que pueda sostenerse en el tiempo. (Faena Hotel, 2005)

El Faena está compuesto por residencias, un hotel y un espacio común en la planta baja y primer piso, que recibe el nombre de *Universe*. (Planos: Fig.32, cuerpo C)

La Catedral, (Fig.33, cuerpo C) se define como el recibidor que se deja ver detrás de un gran cristal. Se lo denomina así por sus imponentes dimensiones: 80 m de largo y doble altura. Se presenta con cortinas de terciopelo dorado y sillones de cuero negro. Es la columna vertebral del edificio y sobre la izquierda y derecha de la catedral, se distribuyen los diferentes locales del hotel.

El Pool bar (Fig.34, cuerpo C): consiste en una piscina y un bar al aire libre que ofrece una atmosfera ideal para el relax, donde se puede almorzar y tomar sesiones de masajes. Caída constante de agua y rodeada de *decks*

El Mercado, (Fig.35, cuerpo C) es un espacio simple y de estilo familiar, inspirado en los antiguos mercados europeos, con sillas de estilo imperial, mesas de madera, vitrinas repletas de antigüedades y retratos donde se recrea toda la mitología porteña a través de figuras notables como Gardel, Evita, Piazzola, Maradona. Tiene una terraza con jardines donde los puesteros ofrecen frutas, verduras, panes, pates, quesos.

El Bistró: (Fig.36, cuerpo C) se encuentra ubicado en el nivel del lobby o catedral. Es el restaurant gourmet del Faena. El acento del Bistró se encuentra en su cocina con fuerte influencia europea y protagonismo de los productos frescos de estación. Es el más fiel en recobrar el espíritu de la *Belle Epoque*. Inspirado en un palacio de San Petersburgo, ambientado en tonos blancos y dorados con seis arañas con caireles. El toque único está dado por los unicornios corpóreos de ojos rojos que decoran los muros.

El Teatro (Fig.37, cuerpo C) es un espacio multifuncional con acústica diseñada para shows en vivo. Cuenta con un escenario de madera y un cortinado aterciopelado color púrpura y mesas redondas y sillones negros con capitoné. En una de sus paredes presenta un cuadro pintado al óleo de un artista argentino y en el otro extremo se encuentra un piano de cola antiguo de madera.

El Cabaret (Fig.38, cuerpo C) se encuentra ambientado con sillas doradas, tapices antiguos, cortinas de terciopelo y sillones de cuero rojo. Se trata de un espacio pequeño, para otorgar intimidad a los artistas. Se presentan shows de tangos que narran la historia del tango,

Cuenta con un SPA (Salus Per Aquam), (Fig.39, cuerpo C) ubicado en el primer piso. Es el gimnasio SPA. Es un auténtico Hammam o baño turco construido en el corazón del edificio. Recubierto de mármol blanco con paredes espejadas y vidriadas. Incluye una sala para ejercicio físico con máquinas, otras salas para clases de gimnasia y cuatro cabinas para tratamientos de belleza.

Existen dos *Bussines rooms*, y pueden utilizarse en forma independiente o unida. Brinda un marco para la realización de reuniones acordes a los requerimientos de ejecutivos internacionales. Se ofrecen computadoras portátiles, bases de datos y una biblioteca completa.

La Boutique: (Fig.40, cuerpo C) ofrece la ocasión de descubrir objetos únicos de diseño, desde espejos tallados y accesorios de cuero hasta collares de perlas y libros.

Las habitaciones (Fig.41, cuerpo C) suman un total de 83. Están equipadas con la última tecnología en cuanto a iluminación y refrigeración. Las paredes están cubiertas por cortinados de seda natural o terciopelo. Las paredes de los baños introducen un concepto

inédito, formadas por una piel de cristal satinado y las ventanas con celosías de láminas de madera, para mayor confort.

El segundo hotel a describir es el *Royalton* (Fig.42, cuerpo C). Fue inaugurado en 1990, en New York, Estados Unidos. El hotel, responde a la categoría de hotel boutique con ubicación céntrica y un servicio de primera. Las luces de Broadway y los neones de Times Square se encuentran a menos de dos manzanas. Cuenta con un diseño de interior distinguido, presenta una chimenea de bronce que llega desde el suelo al cielorraso, una pantalla importada de Francia. Las paredes revestidas de cuero siguen un patrón con motivos africanos (Fig.43, cuerpo C). En las zonas comunes en planta baja la tapicería es gamuzada y las sillas forradas de piel generan un lugar cálido frente a la chimenea. (Royalton, 2000)

Todos los espacios del hotel están relacionados entre sí, tanto visual como físicamente, evitado pasajes bruscos y divisiones. Se suceden unos a otros en armonía, recorrer el lobby implica el pasaje por el bar, los ascensores, mesas de ajedrez y de lectura. Pero lo distintivo es que aunque no estén delimitados, el territorio no se presta a confusión, ya que el cambio de equipamiento (ubicación, forma, material y color) es suficiente para indicar un cambio de uso. Las alturas de los espacios son variables, dado un cambio de niveles y desniveles en el solado que en parte, representarían un límite virtual entre un espacio y otro. Una de las pautas del diseño de Starck está marcada por el ritmo que se produce tanto con luces como con columnas y piezas de equipamiento. Al ingresar se observa una perspectiva que genera una sensación de gran espacialidad (Fig.44, cuerpo C). Este sector se encuentra jerarquizado por la idea de ritmo mencionada anteriormente, sustentada por focos provenientes de las paredes que marcan dirección al caminar.

Una de las características de este hotel es el uso de espejos en todo el sector público, tanto en el lobby como en el restaurant (*Forty Four*). Dispuestos de forma inclinada reflejando el espacio, lo que produce algo novedoso y da una percepción extraña del espacio. Otra característica es la repetición de formas curvas en el equipamiento (Fig.45, cuerpo C). Starck utiliza la forma de flama: utilizada en luminarias, jarrones y patas de mesas y sillas.

El acceso a las habitaciones parece una puerta despojada, de color azul oscuro, semejante al cielo en la noche, iluminado por la luna (sensación recreada con diseño de la iluminación) La iluminación y los colores elegidos provocan una sensación de incertidumbre.

Las habitaciones (Fig.46 A y B, cuerpo C) están inspiradas en camarotes, con ventanas con forma de ojo de buey y armarios empotrados. Incluyen butacas de pared a pared, minibar, camas de lujo con sábanas de algodón italiano, televisión, iPad, estación base para iPod y teléfono con línea dual junto a la cama y en el baño. Los cuartos de baño están provistos de duchas con mampara de vidrio y pizarra o de grandes bañeras.

Otro de sus hoteles es el *Delano* (Fig.47, cuerpo C), inaugurado en 1995 en Miami, Estados Unidos. Ubicado en el centro de South Beach, frente al océano. Ofrece un lobby con una combinación de techos bajos y aire libre. Y una colección de muebles y objetos de todo el mundo; incluyendo obras de artistas como Gaudi, Dali y Newson y mobiliario de Charles y Ray Eames (sillas de fibra blanca). (Delano, 1995)

El hotel es sorprendente desde el ingreso: una pequeña puerta, opaca y recortada en medio de una enredadera (Fig.48, cuerpo C) parece ser un acceso insólito para un hotel de cinco estrellas. Desde el comienzo el hotel impacta a los huéspedes, quienes luego de

atravesar la puerta, se encuentran con una gran escalera que lleva a un hall externo previo al lobby. (Fig.49, cuerpo C)

El lobby se presenta con una proporción fuera de lo común, es muy alargado, pero la idea rectora es que hasta llegar a la recepción, el huésped vaya atravesando una serie de escenarios.

Al momento de la inauguración fue un gran impacto para los periodistas y diseñadores, es completamente blanco: salas impecables con mármol blanco, personal vestido de blanco, SPA totalmente blanco. Es reconocido como un clásico, con una gran altura y columnas imponentes, que ofrece una escena dramática. *Delano*, es el reflejo de la personalidad de Starck (Fig.50, cuerpo C). Utiliza materiales como el cerezo brasileño, y cuenta con imponentes espejos venecianos por sus dimensiones. La mesa Starck en mármol de alabastro se encuentra iluminada desde abajo para otorgarle resplandor (Fig.51, cuerpo C). Entre los servicios que ofrece se encuentra el bar *Rose*, con mesas de billar, un SPA exterior, solárium y piscinas en forma de anillos, con música relajante y una mesa que flota con sus correspondientes sillas, marcan el estilo Starck (Fig.52, cuerpo C). Tanto la imponente altura como el cortinado que recorre todo el perímetro y la iluminación, dan un clima teatral al restaurant.

El siguiente hotel es el *Mondrian* (Fig.53, cuerpo C), En el punto más alto de Sunset Boulevard, *Mondrian* se encuentra a unos 12 km del aeropuerto internacional de Los Ángeles. Al llegar al hotel, se ingresa por dos puertas que son como monolitos en caoba de 15 metros de altura con picaportes curvados en acero. Representa un gesto teatral e inteligente, ya que quita atención a la banalidad de la fachada y anuncia el surrealismo que se presenta mas alla de la entrada.

El hotel dispone de SPA, con baño turco, sauna, gimnasio abierto las 24 horas y piscina descubierta con música clásica y vistas panorámicas de la ciudad. Este hotel se asemeja a una casa en la playa con sus cortinas diáfanas, paredes brillantes de cristal, y el vestíbulo interior / exterior. Los huéspedes también pueden encontrarse en el *Skybar*, un pabellón al aire libre, cubierta de hiedra por encima de la piscina y una sala de estar al aire libre. (Mondrian, 1996).

La selección de piezas de equipamiento mantiene la idea de aleatoriedad de su ubicación. En el lobby resulta difícil encontrar dos piezas iguales. Hay gran variedad de asientos (Fig.54, cuerpo C). En el bar se encuentra una mesa alta muy alargada con tapa de mármol y patas doradas de forma orgánica y un mueble con ruedas que contiene las bebidas realizado con espejo tallado. La mesa presenta dos usos, de día está puesta para que 30 personas puedan almorzar o hacer una comida rápida y por la noche es utilizada para tomar un trago en el lobby. Posee iluminación debajo, que se enciende solo de noche y logra un efecto de transparencia en el mármol, además también se encienden gran cantidad de pequeñas velas que se colocan encima de la mesa. De noche la disposición de sillas alrededor es desordenada y todas las piezas son diferentes (Fig.55, cuerpo C); de día, las 30 sillas son iguales. En el sector del restaurante, que se desarrolla al exterior puede verse un sector de mesas alineadas delimitado por macetas magnificadas (a gran escala) a ambos lados.

Sorprende al encontrar una franja de luz con formas curvas, que al pasar desaparece del piso para dibujarse en el cuerpo; como así también un asiento que rememora una ubre vacuna (Fig.56, cuerpo C). Cabe destacar la extrañeza que produce, no solo encontrarse con una mesa con todas sillas diferentes, sino el hecho de que ciertas piezas disientan con lo que se espera encontrar en un hotel de esa categoría. Un banco alto, con la típica forma de

los que se encuentran en cualquier viejo bar, en madera y mimbre, llama la atención. Si bien este objeto no se encuentra en su propio entorno, el que todas las piezas sean diferentes avala y permite su existencia, sin poder evitar su notoria descontextualización, pero integrándola en el conjunto de elementos dispares.

El proceso de magnificación se hace presente, en este caso, la proximidad de los elementos en escala real con las macetas gigantes hace más evidente esta distorsión; como sucede en el restaurant Asia de Cuba de este hotel. (Fig.57, cuerpo C)

El siguiente Hotel es el *St Martins Lane* (Fig.58, cuerpo C), fue inaugurado en 1999, en Londres, Inglaterra. En concepto es un complejo urbano: al ingresar, el huésped se encuentra con un espacio amueblado con asientos en forma de diente de oro, y piezas de ajedrez gigantes. (St Martins Lane, 1999)

Las habitaciones son de estilo loft, de planta abierta; un sistema de iluminación de diseño personalizado, permite a los huéspedes crear el ambiente con la luz en los colores del espectro, que emite casi por arte de magia de un proyector detrás de la cabecera. Las ventanas son de piso a techo, lo que permite una vista de Londres. Al igual que en cualquier edificio de estilo loft, las habitaciones de la esquina recibirán mayor luz. (Fig.59, cuerpo C)

El bar posee luminarias no visibles que apuntan desde abajo a las grandes imágenes de rostros humanos. Todas las columnas de este espacio presentan un círculo continuo de luz que surge del encuentro entre éstas y el piso. Algunas presentan estantes con libros, otras revestidas en tela con *butoné* y otras se encuentran cubiertas con imágenes de rostros humanos, enmarcadas El restaurante, luego de atravesar el sector de espera, que con ese

enjambre de patas de las banquetas remite a un campo sembrado de altas ramas, devuelve parcialmente al mundo real. La forma en la que está colocadas las luminarias de este local, genera una idea de textura, de lianas o hasta de tela araña al encontrarse colgando con cables negros contra el cielorraso blanco. (Fig.60, cuerpo C)

En el lobby presenta una amplia variedad de piezas de estilo, dispuestas de forma azarosa. El *front desk* es un prisma geométrico de vidrio color verde, muy próximo al cual se encuentra una silla dorada de formas orgánicas y un *boureau plat* de estilo. En un sector cercano se dispone un sillón Luis XV al lado de un banco con forma semicircular, que se adapta a la forma de la pared, también existen gran cantidad de pequeñas butacas de madera que pueden ser utilizadas como asientos o como mesas auxiliares. (Fig.61, cuerpo C)

La primera sensación que se tiene al ingresar al lobby es enigmática. Un claro eje de simetría marcado en el piso pero “torcido”, un enanito sentado al lado del *bergere* Luis XV y grandes piezas de ajedrez, impactan provocando ésta sensación. Encontrar un tipo de iluminación sugerente y el equipamiento (mesas y sillas) en la manera que está colocado refuerza estas impresiones, de la misma manera que el jarrón gigante y las muelas doradas que remiten a un mundo de sueños.

Dentro de los efectos de luz, se encuentra una raja de luz dibujada en el piso del lobby. Al pasar la franja por el eje de simetría (aunque de forma rotada), genera a primera instancia, la tendencia a adjetivarla como “torcida”. De la misma forma, sorprende encontrar de frente una pantalla gigante con la imagen de una luna llena.

El siguiente Hotel es el *Sanderson*, fue inaugurado en el año 2000, y se encuentra ubicado en el centro del *West End* de Londres. Ofrece un refugio del bullicio de la ciudad,

ejemplo típico de un "nuevo lujo" que es elegante y minimalista, con un juego de ingenio e ironía. La fachada de cristal de piso a techo, difunde la luz natural a través de las capas de cortinas transparentes. Mezcla de estilo barroco y moderno, utiliza muebles reconocidos en el ámbito del diseño como el sofá Labios Rojos de Salvador Dalí y muebles tallados a mano, como un armario Luis XV. (Sanderson, 2000) (Fig.62, cuerpo C)

Las habitaciones son novedosas. En lugar de paredes internas, el cuarto de baño privado y vestidor están encerrados en cajas de vidrio enfundadas en cortinas blancas. Este hotel presenta piezas de carácter único; y la repetición no es un recurso frecuente. La disposición de estas piezas en el espacio se rige principalmente por una compleja idea de aleatoriedad. Se pueden observar piezas de diferentes períodos históricos. El rediseño del sillón de Dalí, un "paquete" de rocas, piezas estilo Imperio en plateado junto a otras de formas orgánicas, una silla de Gaudí y vasijas oscuras que parecen provenir de algún pueblo o tribu de África son algunas de las del lobby. (Fig.63, cuerpo C)

Es notoria la recurrencia en la colocación de cuadros con pinturas de perros en todo el sector público del hotel, ya que se encuentran tanto por delante como por detrás de los cortinados y colocados a diferentes alturas.

La barra del bar del restaurante está realizada con mármol transiluminado, que transparenta el material permitiendo ver las vetas del mismo. La acompañan sillas altas estilo Luis XVI, tapizadas con un gran ojo humano en el respaldo. La barra púrpura del bar presenta una textura enfatizada por la luz. Está equipado con sillones individuales y bancos de ambos lados.

Starck provoca con lujos interiores, incluyendo el *Café Costes*, el restaurant *Felix*, el *Royalton* y *Faena* entre otros. A lo largo de este capítulo se describió la vida de Starck, su

estilo, sus diferentes diseños. Al analizarlo se pudieron obtener diferentes conclusiones en cuanto a pautas o rasgos tipológicos.

Capítulo 5: Diseño= Comunicación + Función

Una vez desarrollados los conceptos del Funcionalismo, el Diseño y la Comunicación en capítulos anteriores; se plantea la ecuación: Diseño= Comunicación + Función, entendiendo el Diseño como un proceso que debe incluir los otros dos conceptos. En el presente capítulo se establecerán las relaciones entre ellos, específicamente dentro de la arquitectura y el Diseño de interiores. Se desarrollaran las estructuras de los imaginarios que explican la relación entre arquitecto y comitente; la interpretación semiológica de la arquitectura interior según De Fusco (2008); para luego analizar los Diseños de interiores de Starck, en cuanto a comunicación y función.

5.1. Estructuras del imaginario:

Antes de comenzar a desarrollar los temas presentados, es necesario aclarar el significado que se utiliza en relación a la Arquitectura en este capítulo. Arquitectura no solo implica comprenderla a primera vista, sino que hay que comprenderla comenzando por su estructura tanto interior como exterior. A diferencia de la escultura, que ocupa un espacio; la arquitectura lo determina, lo limita y lo conforma. Como el caso de una habitación; el interior es su ambiente espacial, mientras que el exterior son las seis paredes que lo delimitan (incluyendo el cielorraso y el solado). De esta forma, Arquitectura comprende la arquitectura interior, también conocida como Diseño de interiores.

Según De Fusco (2008) la arquitectura tiene un valor comunicativo debido a su tipología constructiva, a la escala de los edificios, a los ambientes. La arquitectura no significa, sino que se le otorga un significado de acuerdo a la función que cumple o el estilo que represente. Cesare Brandi (1967,p 37) “ La casa no comunica ser una casa.... La casa,

el templo, el edificio se imponen, se hacen presentes o como realidad de hecho o como realidad del arte, pero no son vehículo de comunicación: solo de forma subordinada transmiten informaciones”. Declara que la principal materia de la arquitectura son los datos: época, estilo, materiales, historia.

Desde el punto de vista de la semiología, y a diferencia de Saussure que la define como la ciencia que estudia los signos en el marco teórico de la vida social y la se articula en torno a dicotomías como significante-significado; Charles S. Peirce (Magariños 1983) se ocupa de la Lengua en el modo en que el hombre conoce la realidad, se ocupa del objeto. Lo define de la siguiente manera:

Un signo o representamen, es algo que, para alguien, representa o se refiere a algo en algún aspecto o carácter. Se dirige a alguien, esto es, crea en la mente de esas personas un signo equivalente, o tal vez, un signo aún más desarrollado. Este signo creado es lo que yo llamo el interpretante del primer signo. El signo está en lugar de algo, su objeto. Está en lugar de ese objeto, no en todos los aspectos, sino solo con referencia a una suerte de idea, que a veces he llamado el fundamento del representamen. (Magariños, 1983 p.65)

El signo, es entonces una representación mental a través de la cual, alguien puede conocer los objetos de la realidad. Según Peirce, el signo es una triada y en consecuencia toda su teoría se basa en sistemas y categorías compuestas de tres elementos. Los tres principales componentes son:

El objeto representa a la porción de la realidad a la que se puede acceder a través del signo. El objeto puede ser inmediato cuando es el objeto tal como el signo lo representa, y cuyo ser depende de su representación en el signo. También puede ser un objeto dinámico, cuando es la realidad en sí misma, que por diversos medios logra determinar al signo para que represente, para que cause un interpretante similar a él mismo.

El segundo componente corresponde al representamen o signo, es la representación de algo. El ser humano accede al mundo real a través de un sistema simbólico. Este representamen correspondería a los aspectos del objeto.

El tercer componente es el interpretante: El significado de una representación no puede ser otra que otra interpretación. Se trata de otro signo que ahora es el signo que el representamen produce en la mente de la persona. El interpretante se relaciona con los conocimientos y saberes de una cultura determinada.

Tanto el representamen como el interpretante son entidades mentales, no son realidades tangibles. Son operaciones simbólicas que se realizan con el objeto de comprender el mundo que rodea. Pierce sostiene también que el conocimiento es inferencial: un signo remite a otro signo y este a otro. No hay signo sin objeto, ni objeto sin signo ni signo sin interpretante.

Según la relación que los signos tienen con el objeto, los clasifica en 3 categorías: Iconos, Índices y Símbolos. Un icono, es un signo que está determinado por su objeto dinámico en virtud de su propia naturaleza interna. El icono denota a su objeto según ciertas características, exista o no el objeto. Se caracteriza con el objeto, resultan parecidos. El icono puede existir, exista o no el objeto. Hay iconos de imagen, de esquema y metáfora. Una curva de diagrama es un icono, una curva de distribución de errores.

Define al índice como un signo determinado por un objeto dinámico en virtud de estar en relación real con él. Mantiene una relación continua con su objeto. Si no existe el objeto no hay índice, no es necesario que haya interpretante para que se manifieste una relación inicial: no supone un tercero. Un nombre propio es un índice, como así también la presencia de un síntoma de una enfermedad, el humo es índice de fuego.

El símbolo es un signo que es determinado por su objeto dinámico únicamente en el sentido de interpretación. Depende de una concepción, un hábito o disposición natural de su interpretante, o del campo del interpretante. Denota en virtud de ley. Las palabras, logotipos, escudos de armas y señales de tránsito son símbolos.

Los diferentes tipos de signos pueden combinarse, como es el caso de la fotografía. Se trata de un ícono (ya que hay una relación de semejanza con el objeto) pero también es índice ya que la fotografía se ve afectada por el objeto que representa. La fotografía se produce a través de registrar diferencias lumínicas de aquello que representa. La fotografía sería entonces un signo icónico-indicial.

De esta forma, se define como “signo” arquitectónico como la unidad mínima dotada de espacio interior disfrutable a la escala humana: el caso de una habitación. Los componentes de este signo serían el objeto, representamen e interpretante, es decir el espacio del ambiente, los muros y el contenido. Esta idea de llamar representamen al espacio interior y objeto al envoltorio; deriva del hecho que el primero representa el lugar donde se vive, la construcción y el segundo representa la materialización del lugar, mientras que el interpretante estaría vinculado con el conocimiento del estilo.

Según Fiedler (1895), el artista piensa en términos de lenguaje. Se considera que a cada sistema conceptual, le corresponde un determinado tipo de lenguaje: verbal, pictórico, musical, arquitectónico. Se considera que todo pensamiento, cualquiera sea su objeto, corresponde únicamente al lenguaje verbal. Existen entonces lenguajes particulares como el de la arquitectura, las artes figurativas, el diseño, teniendo en cuenta que ninguno de ellos puede sustituir al lenguaje verbal. Al proyectar y construir objetos, se utiliza la palabra lenguaje, pero ningún proyecto elaborado puede prescindir de epígrafes y notas.

Para entender la existencia de la comunicación entre el arquitecto y el usuario es necesario conocer lo que De Fusco (2008) define como imaginarios.

El imaginario histórico indica las estimulaciones que los interesados en la arquitectura reciben de la experiencia histórica (experiencia del pasado). Se presenta en forma definida y contextualizada, ya que el recuerdo y asociaciones no se presentan en la mente en forma parcial, sino global. Deriva del hecho que al observar una obra se la asocia con otra ya conocida; por otro lado, con solo un detalle basta para que la mente reconozca la totalidad del edificio. El imaginario histórico se basa en la experiencia, el recuerdo así también como los factores morfológicos, funcionales, simbólicos y casuales.

El imaginario morfológico, es menos definido que el anterior, ya que presenta una imagen vaga; surgen futuras formas y no ideas sólidas. Representa la intuición del proyectista. Es comparable con la cámara fotográfica: una sombra que adquiere definición. Ante el requerimiento de un proyecto para una casa, el diseñador no piensa en obras ya definidas como en el caso anterior (imaginario histórico) sino en un volumen apropiado, en el hecho de que la obra (de arquitectura) este caracterizada por la pesadez o por la ligereza, la composición de llenos o vacios, por los materiales: pondrá atención a las propiedades morfológicas. Este imaginario se articula a través de elementos como la dimensión de acuerdo a la obra a realizar; los valores ópticos, los materiales. La intuición de la obra no tiene connotación histórica o funcional.

El imaginario teórico, aunque la expresión resulte contradictoria ya que son dos términos opuestos: el término imaginario designa aquello que se articula y analiza la intuición contribuyendo a la prefiguración de una imagen, mientras que teórico designa las influencias de verdades o teorías. Existen ideas derivadas de formulaciones teóricas previas:

La arquitectura opera sobre los estándares. Los estándares están hechos de lógica, de análisis, de estudio escrupuloso. Los estándares se plantean a partir de un problema bien planteado. La arquitectura es invención plástica, es especulación intelectual, es matemática superior. La arquitectura es un arte nobilísima. Es estándar, impuesto por la ley de selección es una decisión económica social. La armonía es un estado de concordancia con las leyes de nuestro universo. La belleza domina; es pura creación humana, es lo superfluo necesario solo para quienes poseen un alma elevada. Pero para enfrentarse al problema de la perfección primero es necesario establecer estándares (Le Corbusier, 1923)

En este precepto formulado por Le Corbusier, (desarrollado en el párrafo anterior) se puede observar la idea de imaginario Teórico. Son preceptos instalados por la experiencia proyectual del ideario, que a su vez se han instalado en los arquitectos y diseñados, fomentando su imaginario teórico.

El imaginario funcional se encuentra basado en la frase “la forma sigue a la función”, (Sullivan, 1896) no solo advierte que la función existe antes que la forma sino que tiene, incluso, existencia autónoma. Las funciones estarían representadas por las exigencias y los deseos del comitente. Al mencionar forma-función, no se refiere a un binomio como anteriormente se trataba con la idea de significado-significante; sino que son dos términos a los cuales se suma un tercero: la interpretación de una función para representarla por medio de una forma. Teniendo en cuenta que el termino traducir implica (en este escrito), la idea de formular de otra manera un determinado concepto. Representa traducir una necesidad a una forma definida. Para desarrollar este proceso es indispensable que el arquitecto conozca las exigencias, además de darles una forma. El imaginario funcional corresponde estrictamente a la tarea del proyectista.

5.2. Diseño= Comunicación + Función

Cuando se hace referencia al diseño también se lo relaciona con el concepto de belleza, entendiéndolo como un “concierto de todas las partes ordenadas juntas con proporción en aquella cosa en la que se encuentran; de manera que no se pueda añadir o disminuir, o cambiar cosa alguna sin que fuera para peor” (De Fusco, 2008) y como consecuencia se lo relaciona también con el arte del pensar en forma bella, de estudiar la forma y percepción de la belleza, conocida como Estética. Se la define como la ciencia que estudia e investiga el origen del sentimiento puro y su manifestación, que es el arte, según asienta Kant en su *Crítica del juicio* (1790). Se puede decir que es la ciencia cuyo objeto primordial es la reflexión sobre los problemas del arte. Desde esa óptica se busca la belleza en diseño, en la percepción de los espacios, en la experiencia de estar en ellos, en saber ver las múltiples articulaciones. Lo bello y agradable surge como consecuencia de sentirse a gusto dentro del ambiente, surge el placer en el momento en que “el cuerpo entra en comunicación con el ambiente y con quienes viven dentro del mismo” (De Fusco, 2008)

Jan Mukarovsky (2000), teórico checo de la Estética y profesor de la Universidad de Praga, reflexiona acerca de la Teoría de Recepción o también conocida como Teoría de la Estética, teniendo como objetivo principal la investigación de las relaciones entre la obra y el receptor de la obra. Teorizó sobre la obra de arte, desde quien la observa y no solamente desde la obra de arte autónoma. Para él, la obra de arte adquiere valor cuando se la relaciona con el sujeto que la contempla, por lo que la obra en sí trataría de la relación entre objeto-sujeto. Dicha obra, ya sea una pintura o una escultura, resulta un signo que cumple con una armonía dinámica con la persona que la observa. El significado de este objeto estético está sugerido por su autor y es el receptor quien debe interpretarlo. Se establece entonces una relación referencial, cuando una persona observa la obra le remite a situaciones en su mente.

Los arquitectos y diseñadores utilizan sus obras para comunicar una función. Son quienes deben estudiar las funciones y el comportamiento humano, comprender el espacio como algo temporalmente vivido, dar la posibilidad al usuario de tener múltiples centros de atracción y focos de interés. Le Corbusier sintetiza este concepto en la frase “Una arquitectura para pasearse por ella, para recorrerla” (Collins, 1998)

Los productos de diseño tienen un valor único y representativo, que además constituye lo específico de esta disciplina: evidenciar la propia función. A un objeto se le puede aplicar lo que Eco (1967) indica: “la presencia de un significado cuyo significante es la función que éste hace posible”. Entonces existe un significado denotativo y directo (la función principal y el significado propiamente dicho) y uno connotativo e indirecto (las funciones asociativas, las que cada uno interpreta). Mientras un objeto es estrictamente funcional, otro tipo de objetos, además de la funcionalidad, presenta otra modalidad denotativa: aquel producto que enfatiza con su forma la correspondiente función; aquel que evidencia su significado.

Una vez reconocida la importancia del componente funcional, es necesario también saber cuál es el rol de la estética en el diseño; si la forma está en relación con una sola y específica función o, si entre forma y función existe una relación directa o interviene un factor de mediación. Según Carlo Ludovico: “no hay que poner nada en representación que no esté también en función” (De Fusco, 2009), es decir que, una obra arquitectónica y o un diseño debe ser una conformación funcional y al mismo tiempo representativa de cada función.

El espacio urbano se encuentra colmado de mensajes. La comunicación puede presentarse de forma permanente, a través de mensajes directos como un afiche, una

marquesina o un graffiti, o, por medio de mensajes menos evidentes, como materiales, texturas, estilos.

Dentro del campo de la arquitectura, el objetivo principal es cumplir con una función. El proyecto debe responder a las exigencias del funcionamiento, optimizando el espacio, la habitabilidad, el confort. La apariencia exterior se encuentra determinada por el funcionamiento del espacio interior. Una combinación entre el criterio del diseñador y el deseo del comitente.

Para analizar lo que comunica un edificio, resulta interesante encontrar la relación entre la identidad y la imagen del edificio. No solo debe ser eficiente, acorde a la función que cumple el interior, sino que es importante que el exterior revele esta función para que pueda ser reconocido y ubicado. Un caso podría ser un hospital, que debe tener una imagen de seguridad, control, higiene, características que pueden destacarse la elección de materiales constructivos y de las formas. En el interior sucede lo mismo: el mobiliario y la decoración deben tener relación con lo que se observa en el exterior.

Los proyectos tienen una estructura, comienzan por la necesidad de resolver un problema, se investiga sobre las características del contexto, soluciones a situaciones similares, se analiza el conjunto y se formulan conclusiones. La forma, está determinada por la búsqueda de la solución a esa necesidad: la función. Esa forma, deberá revelar cual es su función.

En el caso de la arquitectura comercial, el edificio siempre debe estar sustentado por una estructura de comunicación; ya sea en un cartel o una marquesina. En el proyecto del edificio siempre se debe prever los espacios para la gráfica.

5.3. Análisis de Diseños de Philippe Starck en función de los imaginarios

Phillipe Starck sorprende en todas sus facetas, pero la de diseñador de mobiliario e interiores es una de las más destacadas, es entonces importante analizar sus diseños desde el nombre, hasta la morfología, colores, texturas, materialidad, haciendo referencia a aquello que comunica cada producto, a la estructura del imaginario que representa, según lo descrito anteriormente. En general, sus productos se basan en imaginarios morfológicos y funcionales.

Sus productos poseen una característica particular, que son los nombres asignados. Starck consolida lingüísticamente su identidad, asegurando que su trabajo no puede ser verbalmente recordado sin referencia al diseñador. Casi todos sus muebles llevan nombres extraños como *Mister Bliss* (Fig.64, cuerpo C), *Boom Rang* (Fig.65, cuerpo C), como así también sus productos: TV portátil *Jim Nature*, lámpara de mesa *Miss Sissi* (Fig.66 y 67, cuerpo C). De una u otra forma esta característica combina con la forma de producción para sugerir que está hecho para reconocer en su diseño la virilidad identificable. “De alguna forma pienso que se ha convertido en el trabajo de los diseñadores pasar más y más tiempo produciendo signos... y menos y menos de este produciendo objetos actuales” (Carmel, 1999)

Se considera ante todo un inventor. La firma *Starck Products* se acerca al espíritu, la estética, la belleza o la inteligencia de la ingeniería, dejando a un lado el estilismo de la moda. Mantiene una manera de pensar atemporal, redoblando la visión a futuro, otorgando posición y perseverancia en el mercado. Prevalece su gusto por la diversidad cultural. Por ejemplo, el colador de *Max de Chinois* (acero inoxidable y aluminio) (Fig.68, cuerpo C), la tetera *Ti Tang* (porcelana blanca con revestimiento de aluminio) (Fig.69, cuerpo C) y el rayador de queso (acero inoxidable y poliamida), todos han sido inspirados durante el

proceso de diseño con un estilo de referencia cultural. Estos poseen significados que pueden ser maravillosos para el usuario, más que la utilidad tradicional. También puede mencionarse la pava con carácter masculino *Hot Bertaa* (Fig.70, cuerpo C) que comparte características con la arquitectura de Starck, incluyendo la combinación de materiales, una distribución irregular de partes y tratamiento de la superficie de piedra. Posee también una cualidad metafórica: las formas parecen emergentes de la tierra o de la mesada de la cocina, mientras que en realidad es una versión de arriba hacia abajo del posterior proyecto del aeropuerto de Bordeaux- Merignac de 1993. (Carmel, 1999)

Surge aquí una diferenciación entre los trabajos del diseñador: objetos que podrían ser categorizados al pasar como “lo masculino o lo femenino”. La mayoría de los objetos y artefactos domésticos tienen alusión a lo femenino. Formas curvilíneas sensuales, formas orgánicas evocativas y un carácter de interioridad e intimidad que los caracterizan como estereotipos femeninos. Su lenguaje visual hace referencia al periodo de Art Nouveau de fin de siglo XIX.

Según Morgan (1999), otra de las características del diseño de Starck es el biomorfismo, entendido como las formas en los objetos que sugieren otras representaciones conocidas en la Naturaleza (relacionados con el concepto de desigualdad y movimiento), se ha considerado como una reacción contra la masculinidad de la tecnología dentro del diseño. La mesa *Presidente M* (de vidrio y acero barnizado) (Fig.71, cuerpo C), diseñada para el presidente Mitterrand, se encontraba entre las primeras expresiones de biomorfismo en el diseño de Starck. Esta mesa, muestra también una predilección por las relaciones estructurales simplificadas e ingeniosas.

El taburete *Ww Stool* (Fig.72, cuerpo C) destaca su existencia en la expresión orgánica. Actúa impulsos de deseo de compra. La metáfora del crecimiento encarnada en la

forma de la cola de la silla sugiere un debate entre la razón (función) y la emoción emergente (expresión). Es decir que el diseñador tiene la intención, por medio del artefacto, de estimular la imaginación y provocar sentimientos de deseo. Se habla entonces, de una cultura de satisfacción de deseos de fin de siglo XX. Se lo describe como un imaginario para sentarse, o como el brote de una planta. Es una obra escultórica, ergonómica y considerada destacable dentro de sus diseños.

Otros de los ejemplos de artefactos con cualidades biomórficas son, la Mesa de *Lola Mundo* (Fig.73, cuerpo C), cuya materialización se produce por la fundición de aluminio y fresno, con acabado de madera de ébano, la *Silla Luis XX*, de polipropileno y aluminio; la *Silla Peninsula* (Fig.74, cuerpo C), *Cam el León* y la elegante Silla apilable *Olly Tango* (Fig.75, cuerpo C), de tubo de acero cromado y madera enchapada.

También el escritorio *BaObab* (Fig.76, cuerpo C), reconocido como un objeto escultórico. Es una mesa de oficina fabricada en una sola pieza, que ofrece libertad a la hora de planificar la colocación, ya que no tiene ángulos rectos que marquen una posición. Para diseñarlo, Starck se ha inspirado en el árbol baobab africano, utilizado tradicionalmente como punto de encuentro y comunicación. Se asemeja a la semilla de dicho árbol. Tiene un cuerpo de polietileno, con una superficie de apoyo en poliuretano.

Se hizo famoso con el *Juicy Salif* (Fig.77, cuerpo C), el exprimidor que diseñó para la firma italiana *Alessi*, que se convirtió en figura notable del diseño industrial del siglo XX. Mide 29 cm de altura y fue ideado como un limón exprimido sobre un calamar, aunque la mayoría de los consumidores piensen que es una araña con grandes patas.

Bionic (Fig.78, cuerpo C), fue el nombre que le otorgó a unas gafas ergonómicas inspiradas en las articulaciones del cuerpo humano, precisamente en la clavícula. Es una tecnología que busca que el objeto esté más cerca del cuerpo para que parezca una

extensión del mismo. Las gafas no poseen tornillos, por lo tanto pueden abrirse y moverse en todas las direcciones, además de reducir el riesgo de rotura

La llama, o lágrima de motivo aerodinámico, forma parte también de la categoría de productos biomórficos, en los cuales la forma, su plasticidad inherente y suave, las curvaturas eróticas, lo relacionan con lo femenino. Esto se puede observar en el set de cuchillos *Laguiole* (Fig.79, cuerpo C), objetos de vajilla *Pointus*, el candelabro de mesa *O'Kelvin*, o en el teléfono *Hook*. La aplicación de estas lágrimas en los objetos se genera de forma persistente, mostrando así la capacidad de mutar dentro del área, multiplicando su potencial en el mercado.

La forma de “cuerno” es otro de los motivos que caracteriza a Starck. Sencillo y elegante en la formulación de la lámpara de Mesa *Ara* que se realiza a partir de suaves curvas que hacen alusión a lo femenino y por otro lado se ve invadida por gestos masculinos.

En este capítulo, se establecieron las relaciones entre el diseño y la comunicación, a través de la explicación de los diferentes imaginarios. Se utilizaron los conceptos desarrollados a lo largo de los capítulos anteriores y dieron la base para poder llegar a las conclusiones desarrolladas a continuación. Por otro lado, se ejemplificó con objetos diseñados por Philippe Starck, en base a las relaciones funcionales y morfológicas propias de las estructuras del imaginario planteadas. Diseños comunicacionales realizados por un diseñador funcionalista

Conclusiones:

El presente proyecto de grado surgió a partir de diversos interrogantes planteados por la autora: la función ¿define al diseño? , ¿Cuál es la importancia que tiene la función dentro de un diseño de interiores? y ¿Cuál es el rol que cumple la comunicación dentro de este tipo de diseño?

Partiendo de estas interrogantes, se comenzó a recorrer los diferentes conceptos para establecer las bases que luego permitieron llegar a diferentes conclusiones.

La intención del primer capítulo consistía en definir al Funcionalismo, desde su origen, sus características y principales representantes. Con Sullivan considerando a la función como belleza básica, no incompatible con el ornamento, siempre y cuando este exista de forma justificada, y con Loos, considerando el adorno como un delito ya que sostiene que el adorno solo encarece al producto. Traslándolo a la actualidad, muchas de las vigas de los departamentos nuevos, se revisten imitando la madera, se utilizan molduras dóricas y hasta pilares falsos para darle la sensación de *loft*. Resultan agregados innecesarios, que incrementan el costo pero no necesariamente el valor del objeto o de la propiedad. Las vigas de madera en una casa antigua o los pilares tienen una misión, que es la de soportar el techo que cubre una vivienda, son considerados bellos porque demuestran lo que son.

Cuando se comenzó a analizar el Funcionalismo, parecía estar bastante lejano a lo que en la actualidad se reconoce como arquitectura o diseño funcionalista. Sin embargo, al ir investigando, comenzaron a surgir ideas que empezaron a relacionarse con el diseño actual. El diseño tiene como uno de sus aspectos más importantes la Función, puesto que es la base del mismo, un diseño no funcional no sería diseño. El objeto ha sido diseñado para utilizarlo, para que cumpla una función determinada. Sin embargo la idea de Funcionalismo

actual va más allá del Funcionalismo de 1900. El diseñador debe poner énfasis en innovar mediante nuevas técnicas, formas y materiales para así resolver de manera eficiente, el problema planteado por el comitente.

Esta forma de pensamiento funcionalista corresponde no sólo a un compromiso relacionado a la función sino que también busca una solución relacionada con lo económico, lo ecológico y la materialidad. Para poder comprender este pensamiento, fue necesario conocer la definición de Diseño, las características del mismo, profundizando en el área de interés como ser el diseño de interiores. Es aquí donde se observa que la funcionalidad se complementa con la comunicación al momento de diseñar. A partir de lo analizado, se comprueba la posibilidad que tiene todo diseñador de comunicar una función, un estilo cuando proyecta y la del usuario de interpretar ese mensaje a la hora de utilizarlo. La obra arquitectónica o el proyecto de diseño pasan a ser el medio a través del cual, el diseñador comunica un mensaje que, según de su capacidad de expresión traerá como consecuencia la comprensión de ese mensaje por parte del comitente.

Es relevante analizar el proceso comunicativo del individuo y llevarlo a un “lenguaje” del diseño, entender que la comunicación es una práctica que sólo se puede llevar a cabo por los humanos puesto que es la única especie que posee un lenguaje. Es el lenguaje objetual el que relaciona un objeto. Por medio de este, una persona puede observar un objeto y este mismo representar la fuente de comunicación. Este lenguaje es el que se utiliza a la hora de diseñar y, es precisamente Philippe Starck, a quien se tomo como ejemplo para demostrarlo.

A través del análisis de sus objetos e interiores se pudo notar la variedad de posibilidades que existen al momento de diseñar que diferencia sus proyectos de los demás, que sea innovador, bello, y a la vez funcional. Es aquí donde la afirmación “Con el

funcionalismo no es suficiente. Hoy hace falta algo más, se necesita comunicación. Hace falta la estética que te grafique” comienza a tener sustento. Actualmente, el diseñador busca que sus ideas se destaquen por sobre las demás sin que sus proyectos pierdan la idea de funcionalidad; sin embargo, también, comienza a diseñarse en base a un estilo propio del diseñador. Se sigue una tendencia o una moda, se busca sentirse identificado con determinados diseñadores, se busca encontrar “eso” que permita generar una comunicación entre quien diseña y quien utiliza aquello que diseña.

A partir del análisis de los diseños de Starck se pudo observar y distinguir los diferentes “trucos” que utiliza, como el juego de proporciones, la unión de objetos inusuales a los muebles, el uso de iluminación dramática, lo que lleva a reconocer un estilo creado por el diseñador, quien adopta una estética lúdica principalmente en espacios comerciales.

La función, dentro del diseño es uno de los aspectos más importantes, dado que un diseño poco funcional, no sería considerado como tal. Todo proyecto de diseño se realiza para utilizarlo, para que cumpla una función. De esta manera, el funcionalismo actual, considera que el arquitecto y el diseñador deben poner énfasis en perfeccionar los diseños mediante la utilización de formas, técnicas y nuevos materiales para así resolver las dificultades en cuanto a necesidades del usuario de la manera más eficiente posible.

De esta manera, la arquitectura funcionalista actual puede ser concebida como un arte enfocado al compromiso que va mas allá de la solución completa de las viviendas, relacionándose con el marco de la ciudad. La arquitectura y el diseño actuales se ven impulsados a responder a mayores exigencias y condiciones en el orden cultural, económico, comunicacional y social.

Finalizando el recorrido se puede llegar a responder los interrogantes pautados al inicio: sí, la función define al diseño, dado que todo objeto o diseño es realizado para darle

forma a una determinada función. Un diseño sin función no se lo considera como tal. El hecho del agregado de ornamento, quedará a criterio de cada diseñador, como así también la forma en que desea comunicar y qué mensaje desea comunicar.

El segundo interrogante responde específicamente a la importancia de la funcionalidad dentro del diseño de interiores y resulta que es también el principal concepto. Al ser contratados por un comitente, y una vez realizadas las entrevistas para determinar el programa de necesidades, el primer paso, corresponde a un esquema de sectorización, en donde se establecerán las circulaciones y la distribución del mobiliario. Además de la elección y diseño de un mobiliario funcional es necesario que la totalidad del espacio sea funcional. Si la organización no es funcional, los objetos no podrán serlo.

Y, por último, el tercer interrogante resuelto fue la relación que existe entre la comunicación y el diseño. De hecho, siempre se relaciona el término diseño y comunicación. Específicamente, la Universidad de Palermo, se divide en Facultad de Diseño y comunicación. En parte está relacionado a la idea de imaginarios que se desarrolla en el capítulo cinco, el usuario al ingresar a un espacio, lo relaciona con algo vivido anteriormente, con un periodo histórico, con una función, con algún objeto. A su vez, el diseñador busca generar sensaciones al comitente por medio de texturas, colores, materiales, iluminación.

Como aporte para este proyecto de grado, se ha planteado en el capítulo 4 y 5 un amplio desarrollo del diseño de Starck. No existe bibliografía en español de este diseñador, los idiomas elegidos para su bibliografía son el francés (idioma del diseñador) y el inglés, por lo que cada texto fue traducido e interpretado. También existió un aporte dado por la experiencia personal, a través de viajes al exterior.

Cada objeto, cada forma, cada estilo tiene que tener un significado. Eso influye en nosotros todos los días... **Diseño = Función + Comunicación**

Bibliografía de Referencia

ARQA (2009) “*Cursos y seminarios*”. Recuperado el 12/10/2012 de

<http://www.arqa.com/index.php/esa/cursos-seminarios/disenio-interior-decoracion.html>

Bateson, G.; Ruesch, J. (1984) *Comunicación. La matriz social de la Psiquiatría*, Paidós, Barcelona.

Brandi, C (1967) *Strutturae srchitettura*. Einaudi. Turin p.37

Burdek, B. (1994) *Diseño, Historia, teoría y práctica del diseño industrial*. Barcelona. Gilli

Carmel-Arthur, Judith.(1999) *Philippe Starck*. Londres. Carlton. (Texto en inglés)

Clarín. (2010) *Phillipe Starck*. Suplemento de Arquitectura. DNI nº 9. Julio 2010. Buenos Aires.

De Fusco, Renato (2008). *El placer del Arte*. Barcelona. Gilli.

De Zurko, Edward. (1970) *La teoría del Funcionalismo en Arquitectura*. Buenos Aires. Nueva Visión.

De Micheli (1977) *La Bauhaus*. Madrid : Alberto Corazón Editor, 1971. 225 p.

Delano (1995) Delano South Beach. Recuperado el 25/10/2012 en www.delano-hotel.com

Derclós, Tomás (1987) *El diseñador Philippe Starck asesora a las autoridades de Formentera sobre la evolución urbana de la isla*. Recuperada el 15 de abril de 2010 en

http://www.elpais.com/articulo/cultura/STARCK/_PHILIPPE_/DISEnADOR/disenador/Philippe/Starck/asesora/autoridades/Formentera/evolucion/urbana/isla/elpepicul/19870923elpepicul_11/Tes/

Dondis, D (1990). *La Sintaxis de la Imagen. Introducción al alfabeto visual*. Barcelona .
Gustavo Gilli.

Dorfles, Gillo (1970) *El devenir de las Artes*. México. Fondo de Cultura Económica.

Droste, Magdalena. (1991) *Bauhaus 1919- 1933*. Colonia. Taschen.

Echaide, Rafael. (1976) *La Arquitectura es una realidad Histórica*. Barcelona. Pamplona ediciones.

Estilo ambientación (2009) *El estilo y la decoración a través de la historia*. Recuperado el 22/09/2012 en <http://www.estiloambientacion.com.ar/estilosdecoracion.htm>

Faena Hotel (2005) *Faena Hotel and Universe*. Recuperado el 25/10/2012 en www.faenahotelanduniverse.com/

Foster, Hall (2006) *Arte desde 1900*. Akall Ediciones.

Frascara, Jorge (1983) *el diseño de comunicación visual, su metodología y su enseñanza*.
Parte III: algunos conceptos básicos para la enseñanza de diseño de comunicación visual.
Summa. Septiembre 1983, Num 191, pag 82/85

Funversion Universia (2007) *Philippe Starck: La revolución del Diseño*. Recuperado el 7/10/2012 en <http://funversion.universia.es/tendencias/reportajes/philippestarck.jsp>

Kant, Immanuel (1790) *Crítica del juico*. Traducido por José Rovira Armengol. Buenos Aires. Losada.

Kepes, Georgy. (1969) *El lenguaje de la Visión*. Buenos Aires. Edit. Infinito

Laszlo Moholy-Nagy (1930) *Principios Básicos Del Bauhaus*. Buenos Aires. La Nueva Visión

Le Corbusier (1923) *Hacia una arquitectura*. Barcelona. Poseidón

Lomonosov ,B. (1989) *El problema de la comunicación en psicología*. La Habana. Editorial de Ciencias Sociales.

Loos, Adolf (1972) *Ornamento y delito*. Barcelona. Gilli

Magariños de Morentin, Juan Ángel (1983) *El signo. Las fuentes teoricas de la Semiologia: Saussure, Peirce, Morris*. Buenos Aires. Hachette.

Malinowski, Bronislaw (2004). *Antropología y Funcionalismo*. Universidad León. Secretariado de publicaciones y Medios Audiovisuales

Malinowski, Bronislaw (1986) *Introducción: objeto, método y finalidad de esta investigación. Los argonautas del Pacífico occidental*, Barcelona.

Marc Edmond y Picard Dominique. (1992) *La interacción Social*. Barcelona. Paidos.

Megayates (2010) "*Mega Yates: A*". Recuperado el 25/10/2012 en

<http://www.megayates.net/el-megayate-a-de-andrei-melnichenko/>

Meggs, Philip B (1991) . *Historia del diseño gráfico*. México DF. Trillas.

Mondrian (1996) *Mondrian Los Angeles*. Recuperado el 25/10/2012 en www.mondrianhotel.com

Morgan, Conway Lloyd. (1999) *Starck*. Nueva York. Universal. Texto en Inglés

Moyano Navarro, Horacio. *Funcionalismo e irracionalismo en arquitectura*. Revista de Arquitectura. Enero de 1950, Num. 349, pag. 25/30.

Mukarovsky, Jan (2000) *Signo, función y valor. Estética y Semiótica del arte*. Traducción de Jarmila Jandová. Colombia. Plaza & Janes editores.

Mumford, Lewis. (1952) *Función y expresión en arquitectura*. Num. 272, pag. 86/92. Buenos Aires, Argentina Nuestra Arquitectura.

Norberg Schulz, Christian (1980). *El significado de la arquitectura occidental. vol 6: XI: El Funcionalismo, XII: El Pluralismo*. Buenos Aires : Ed. Summa,. Pag 362/455.

Perfil: Philippe Starck. (2009) *La libertad creadora de un genio del Diseño*. Recuperado el 05 de junio de 2011 en www.revista-mm.com/ediciones/perfil_philippe_starck

Potter, Norman (1999) *Qué es un diseñador: cosas, lugares, mensajes*. Barcelona. Paidós.

Proyectando (2005) *Philippe Starck*. Recuperado el 19/09/2012 en <http://proyectando.com.ar/noticias/not28.htm>

Royalton (1984) *Royalton New York*. Recuperado el 25/10/2012 en www.royaltonhotel.com/

Sanderson (2000) *Sanderson London*. Recuperado el 26/10/2012 en www.sandersonlondon.com

Scott, Robert Gillam. (1991) *Fundamentos del diseño*. México. Limusa.

St Matins Lane (1999) *St Martins Lane London*. Recuperado el 26/10/2012 en <http://www.stmartinslane.com/>

S+arck (2005) "*Philippe Starck. Official Website*" on line. Recuperado 9/9/2012 de <http://www.starck.com>

Starck Philippe (1991). *Starck Philippe* Köln : Taschen,

Starck Philippe (2004) *S+arck*. Taschen. Paris.

Starck Ting (2006) *Starck great idea N°5*. Recuperado el 25/10/2012 en <http://starckting.blogspot.com.ar/2006/03/starck-great-idea-no5.html>

Sullivan, Louis. (1986) *The tall office building artistically considered*. Texto en Inglés.

Sweet, Fay (1999) *Phillippe Starck Subverchic design*. Nueva York. Staff. Texto en Inglés.

The Peninsula (1994) *The Peninsula Hong Kong*. Recuperado el 25/10/2012 en www.peninsula.com/Hong_Kong/

Traficante, Lucio. (2009) *Phillippe Starck; poesía en material*. Abril 2009. Doquier.

UAC (2009) “*Diseño de Interiores*” Recuperado el 11 de julio de 2009 de
http://arquitectura.uac.edu.co/disenio_de_interiores/presentacion.htm

USACE (1997) *Technical Requirements for Design-Build*. Washington. Recuperado el
19/06/2010 de <http://usace.army.mil>

Valdés de León, Gustavo (2012) *Una modesta introducción al estudio del Diseño*. Buenos
Aires. Nobuko (p. 75-111, 117-137, 177-203, 283-305)

Watzlawick, P, Beavin, J , Jackson, D.D (1971) *Teoría de la comunicación humana*. Tiempo
contemporáneo. Buenos Aires.

Whitford, Frank(1991) *La Bauhaus*. Barcelona. Ediciones Destino

Wong, Wucius.(1998) *Fundamentos del diseño*. Barcelona. Gilli.

Bibliografía Consultada:

Alessi (1990) *Juicy Salif, Citrus-squeezer*. Recuperado el 10/10/2012 en <http://www.alessi.com/en/2/110/kitchen-accessories/psjs-juicy-salif-citrus-squeezer>

Archivo Clarín: Arquitectura del siglo XXI (2005) *El Poreño Building*. Recuperado el 15/19/2012 en <http://archivoarq.clarin.com/obras/planos/197-el-porte-o-building>

Arfuch, Leonor ; Chaves, Norverto y Ledesma, María.(2011) *Diseño y Comunicación*. Buenos Aires. Paidós.

ARQA (2009) “*Cursos y seminarios*”. Recuperado el 12/10/2012 de <http://www.arqa.com/index.php/esa/cursos-seminarios/disenio-interior-decoracion.html>

Arquitectura + Historia (2007) *Philippe Starck ante la revolución digital*. Recuperado el 25/10/2012 en <http://arquitecturamashistoria.blogspot.com.ar/2007/08/philippe-starck-ante-la-revolucin.html>

Asencio, Paco (2002) *Hoteles Inn*. España. Atrium Group

Asencio, Paco (2002) *Hoteles de Diseño*. España. Atrium Group

Babsky, Roxana Graciela Judith (2012). *El diseño como emergente social: El interiorismo en la espera y esperanza*. Proyecto de Grado. Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. Bs. As.

Bateson, G.; Ruesch, J. (1984) *Comunicación. La matriz social de la Psiquiatría*, Paidós, Barcelona.

Benedict. (1991) *Starck*. Alemania. Taschen

Brandi, C (1967) *Strutturae srchitettura*. Einaudi. Turin p.37

Botta, María Josefina (2012) *Resto-bares: El baño, un espacio olvidado*. Proyecto de Grado. Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. Bs. As.

Buey Fernández, Mercedes María (2012) *Diseñar para la total inclusión: El gran reto moderno*. Proyecto de Grado. Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. Bs. As.

Burdek, B.(1994) *Diseño, Historia, teoría y práctica del diseño industrial*. Barcelona. Gilli

Carballo, Alicia (2005) *La documentación de obra*. Buenos Aires. Nobuko

Carli, Cesar (2003) *La crisis del funcionalismo*. Buenos Aires

Carmel-Arthur, Judith.(1999) *Philippe Starck*. Carlton. Londres.

Chiapparolli, Florencia (2010) *Funcionabilidad en espacios no convencionales*. Proyecto de Grado. Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. Bs. As.

Collins, Peter (1998). *Los ideales de la Arquitectura Moderna: su evolución*.

Costas, Carolina (2008) Metodología y vigencia del Funcionalismo. Recuperado el 15/10/2012 en <http://historialdedisenio.wordpress.com>

Criscuolo, Luciana Noelia (2012) *La importancia del Diseño Gráfico en la comunicación de los packagings: La importancia del Diseño Gráfico en la comunicación de los packagings*. Proyecto de Grado. Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. Bs. As.

De Fusco, Renato. (1997) *Historia de la Arquitectura contemporánea*. Madrid. Celeste.

De Fusco, Renato (2008). *El placer del Arte*. Barcelona. Gilli.

De Zurko, Edward (1970) *La teoría del Funcionalismo en Arquitectura*. Buenos Aires. Edit. Nueva Vision.

De Micheli (1977) *La Bauhaus*. Madrid : Alberto Corazón Editor, 1971. 225 p.

Di Leoni, María Virginia (2011) *Los ambientes del deseo: El Surrealismo en el diseño de interiores*. Proyecto de Grado. Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. Bs. As.

Defassi, Lara Micaela (2010) *El revival del Rococó en el diseño de mobiliarios*. Proyecto de Grado. Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. Bs. As.

Delano (1995) Delano South Beach. Recuperado el 25/10/2012 en www.delano-hotel.com

Derclós, Tomás (1987) *El diseñador Philippe Starck asesora a las autoridades de Formentera sobre la evolución urbana de la isla*. Recuperada el 15 de abril de 2010 en http://www.elpais.com/articulo/cultura/STARCK/_PHILIPPE_/DISENADOR/disenador/Philippe/Starck/asesora/autoridades/Formentera/evolucion/urbana/isla/elpepicul/19870923elpepicul_11/Tes/

Dondis, D (1990). *La Sintaxis de la Imagen. Introducción al alfabeto visual*. Barcelona .

Gustavo Gilli.

Dorfles, Gillo (1970) *El devenir de las Artes*. Edit. Fondo de Cultura Económica.

Droste, Magdalena.(1991) *Bauhaus 1919- 1933*. Colonia. Taschen.

Echaide, Rafael.(1976) *La Arquitectura es una realidad Histórica*. Barcelona. Pamplona ediciones.

Eco, U (1967) *appunti per una semiología delle comunicazioni visive*. Bompiani. Milan. P.164

Estilo ambientación (2009) *El estilo y la decoración a través de la historia*. Recuperado el 22/09/2012 en <http://www.estiloambientacion.com.ar/estilosdecoracion.htm>

Faena Hotel (2005) *Faena Hotel and Universe*. Recuperado el 25/10/2012 en www.faenahotelanduniverse.com/

Frascara, Jorge (2006) *El Diseño de comunicación*. Buenos Aires. Infinito

Frascara, Jorge. *El diseño de comunicación visual, su metodología y su enseñanza. Parte III: Algunos conceptos básicos para la enseñanza de diseño de comunicación visual*. Summa. Septiembre de 1983, Núm. 191, pág. 82/85.

García Tirado, Mario. (2012) *Parrot y Philippe Starck crearon juntos los audífonos Zik*.

Recuperado 10/10/2012 en

http://www.parentesis.com/noticias/eventos/_lanzamientos/audifinos_zik_parrot_by_starck

Jones, John Christopher.(1985) *Diseñar el diseño*. Barcelona. Gilli.

Kant, Immanuel (1790) *Crítica del juicio*. Traducido por José Rovira Armengol. Buenos Aires. Losada.

Kepes, Georgy. (1969) *El lenguaje de la Visión*. Buenos Aires. Edit. Infinito

Lomonosov ,B. (1989) *El problema de la comunicación en psicología*. La Habana. Editorial de Ciencias Sociales.

López Perez, Ricardo (2003) *Consideración crítica de la teoría de la información*.

Recuperado el 10/10/2012 en <http://www.comminit.com/es/node/149886/37>

Magariños de Morentin, Juan Ángel (1983) *El signo. Las fuentes teoricas de la Semiologia: Saussure, Peirce, Morris*. Buenos Aires. Hachette.

Malinowski, Bronislaw (2004). *Antropología y Funcionalismo*. Editorial: Universidad León. Secretariado de publicaciones y Medios Audiovisuales

Marc Edmond y Picard Dominique.(1992) *La interacción Social*. Barcelona. Edit. Paidos.

Marafioti, Roberto (2008) *Sentidos de la Comunicación*. Buenos Aires, Biblos.

Megayates (2010) "*Mega Yates: A*". Recuperado el 25/10/2012 en <http://www.megayates.net/el-megayate-a-de-andrei-melnichenko/>

Meggs, Philip B.(1991) *Historia del diseño gráfico*. Mexico DF. Trillas.

Millán Tapia, María Teresa (2003) *Modelos y teorías de la comunicación*. Recuperado en 10/10/12 en www.astraph.com/udl/biblioteca/antologias/modelos_teorias_comunicacion.pdf

Moller, Franc. *Arquitectura funcional interior*. Revista de Arquitectura. julio de 1932, Num. 139, pag. 322/329.

Mondrian (1996) *Mondrian Los Angeles*. Recuperado el 25/10/2012 en www.mondrianhotel.com

Moyano Navarro, Horacio. *Funcionalismo e irracionalismo en arquitectura*. Revista de Arquitectura. enero de 1950, Num. 349, pag. 25/30.

Mukarovsky, Jan (2000) *Signo, función y valor. Estética y Semiótica del arte*. Traducción de Jarmila Jandová. Colombia. Plaza & Janes editores.

Mumford, Lewis. (1952) *Función y expresión en arquitectura*. Num. 272, pag. 86/92. Nuestra Arquitectura. Buenos Aires, Argentina

Norberg Schulz, Christian (1980) . *El significado de la arquitectura occidental. vol 6: XI: El Funcionalismo, XII: El Pluralismo*. Buenos Aires : Ed. Summa. 362/455 pag.

Pares, Ivana Laura (2012). *Diseño de ludotecas educativa-terapéutica: Los espacios lúdicos en establecimientos educativos para niños con discapacidad neuromotora*. Proyecto de Grado. Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. Bs. As.

Perfil: Philippe Starck. (2009) *La libertad creadora de un genio del Diseño*. Recuperado el 05 de junio de 2011 en www.revista-mm.com/ediciones/perfil_philippe_starck

Philipi, Simone (2003) *Starck*. Francia. Taschen.

Porro, Silvia y Quiroga, Ines (2003) *El espacio en el Diseño de Interiores*. Buenos Aires.
Nobuko.

Potter, Norman (1999) *Qué es un diseñador: cosas, lugares, mensajes*. Barcelona. Paidós.

Proyectando (2005) *Philippe Starck*. Recuperado el 19/09/2012 en
<http://proyectando.com.ar/noticias/not28.htm>

Ríos Quintana, Carolina Laura (2010) *Mobiliario de Charles Rennie Mackintosh: Del pasado a la actualidad. Función versus estética*. Proyecto de Grado. Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. Bs. As.

Royalton (1984) *Royalton New York*. Recuperado el 25/10/2012 en www.royaltonhotel.com/

Sanderson (2000) *Sanderson London*. Recuperado el 26/10/2012 en
www.sandersonlondon.com

Scott, Robert Gillam. (1991) *Fundamentos del diseño*. México. Limusa.

Sexe, Néstor (2001) *Diseño.com*. Buenos Aires. Edit. Paidós.

Sommer, Robert. (1974) *Espacio y comportamiento individual*. Madrid. Instituto de estudios de administración local.

St Martins Lane (1999) St Martins Lane London. Recuperado el 26/10/2012 en
<http://www.stmartinslane.com/>

Starck Philippe. (1991). Köln : Taschen,

Starck Philippe (2004) *S+arck*. Taschen. Paris.

S+arck (2005) "*Philippe Starck. Official Website*" on line. Recuperado 9/9/2012 de
<http://www.starck.com>

Starck Ting (2006) *Starck great idea N°5*. Recuperado el 25/10/2012 en
<http://starckting.blogspot.com.ar/2006/03/starck-great-idea-no5.html>

Sturzenegger, Laura (2010) *El diseño por una buena causa: La comunicación visual y los problemas sociales*. Proyecto de Grado. Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. Bs. As.

The Peninsula (1994) *The Peninsula Hong Kong*. Recuperado el 25/10/2012 en
www.peninsula.com/Hong_Kong/

UAC (2009) "*Diseño de Interiores*" Recuperado el 11 de julio de 2009 de
http://arquitectura.uac.edu.co/disenio_de_interiores/presentacion.htm

USACE (1997) *Technical Requirements for Design-Build*. Washington. Recuperado el
19/06/2010 de <http://usace.army.mil>

Valdés de León, Gustavo (2012) *Una modesta introducción al estudio del Diseño*. Buenos

Aires. Nobuko

Vitra (2007) *Escritorio BaObab de Vitra* Recuperado el 10/10/2012 en
<http://www.muebles2.com/escritorio-baobab-de-vitra/>

Watzlawick, P, Beavin, J , Jackson, D.D (1971) *Teoría de la comunicación humana*. Tiempo contemporáneo. Buenos Aires.

Whitford, Frank(1991) *La Bauhaus*. Barcelona. Ediciones Destino

Wong, Wucius. (1998) *Fundamentos del diseño*. Barcelona. Edit. Gilli.

Zaballbeascoa, Anatxu (2010) *Los agujeros de Philippe Starck*". Recuperado el 22/10/2012
en http://elpais.com/diario/2010/07/10/tendencias/1278712801_850215.html

Zátonyi, Marta. (1990) *Una estética*. Buenos Aires. Nobuko.