Bauhaus, estética y capitalismo

Por Heleno Almeida

Muchos autores dicen que la Bauhaus es una prueba de que el diseño también puede ser político, a pesar de su origen desde un movimiento de integración.

Hace 90 años fue fundada en la ciudad de Weimar, en Alemania, la primera escuela de diseño de la que tenemos conocimiento: la Bauhaus. Tenía en su cuadro docente a los mejores artesanos, arquitectos, pintores, escultores y artistas del mundo, en aquel momento.

La Bauhaus se intertó en una lógica productiva de aumento de la oferta que llevó a la reducción del precio, alcanzando a un mayor número de consumidores (1923 a 1930), demostrando que la producción podría ser racionalizada mediante la reducción de costos, a través de economías de escala; lo que llevó al consumo masivo. Fue uno de los primeros pasos para el surgimiento del pensamiento racional que marcó al diseño, en cuanto proyecto volcado a la producción y la competitividad. Este elemento fue decisivo para que el diseñador pasara de la idealización artística a la realidad racional de las industrias, que necesitan comercializar sus productos. El diseño entró en el sistema productivo, integrando la cadena entre desarrollo y comercialización.

Ese momento político fue enfatizado en la segunda fase de la escuela (1923-1930), que se caracterizó por una mayor preocupación social, bajo la dirección de Hannes Meyer, un marxista confeso. En esta fase se dio la popularización de la producción de la escuela, buscando ofrecer bienes a la clase productiva. De ahí que varios autores atribuyen este procedimiento a la ideología que Meyer seguía. Fue destituido en 1930 por Walter Gropius (Miembro Consejero de la Bauhaus).

En 1933 el régimen nazista dio fin a la escuela y sus profesionales emigraron a América, donde fundaron nuevas corrientes de diseño, que más tarde, en décadas posteriores, estimularon el surgimiento de otras escuelas por el mundo.

Después de la Segunda Guerra Mundial, surgió la «Industria de Masas» para estimular la demanda, en la cual el diseño se convirtió en un fuerte factor diferenciador para las empresas. Ganó fuerza el Estilo Americano (corriente basada en la velocidad y aerodinámica aplicada a los productos), de la cual Raymond Loewy es el mayor exponente. Loewy creó productos y conceptos que aún perduran —¡el diseño interior de nuestros refrigeradores fue diseñado por él!—, y es considerado por algunos historiadores como el precursor de la forma de vida estadounidense, o «estilo de vida americano» de las décadas de los 40, 50 y 60. Algunos años más tarde se fundó la Escuela de Ulm en Alemania, dirigida por Max Bill, famosa por llevar el «cientificismo» al diseño, asumiendo el estatus científico-productivo-conceptual actual.

También nos podemos arriesgar a afirmar que la estética como elemento funcional, estimuló el fomento del capital y ganancias de las empresas, aumentando la demanda de bienes diferenciados, hecho discutible hoy en día. Con el diseño agregado a la producción industrial, sumándose al surgimiento del marketing como herramienta de gestión empresarial/estratégica en la empresas, la expresión «industria de masas» adquiere profundidad. El producto se aproxima a los deseos del consumidor —*quick response*— y surgió en seguida un nuevo termino: la segmentación de mercado, que evolucionó rápidamente hacia la personalización de los productos industrializados.

Este nuevo concepto, en consonancia con el avance tecnológico de los medios de comunicación y los medios productivos —inmersos profundamente en el modelo capitalista predominante hasta la crisis financiera del 2008—, el diseño es tratado como mero ornamento estético, que orienta y vende los productos en un mundo globalizado, agregando innovación como valor.

La historia de la Bauhaus está marcada por sus ideologías, por sus profesores —Kandinsky, Mayers, Gropius, Marcel Breuer, Moholy-Nagy, Ludwig Mies van der Rohe, Johannes Itten—, y el legado de su estilo y la visión de sus modos de producción que hasta hoy permanecen modernos y actuales. La Bauhaus siempre será el punto de partida para el análisis histórico/conceptual del diseño, pues fue en ella donde nuestra profesión tomó forma y definición. ¡Larga vida al legado de la Bauhaus!

Publicado el 29/12/2016

FOROALFA

ISSN 1851-5606
https://foroalfa.org/articulos/bauhaus-estetica-y-capitalismo