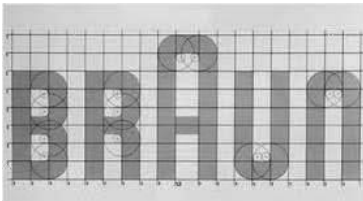


Gute Form

Ninguna otra empresa ha tenido más influencia en el desarrollo del diseño en Alemania que la **Braun AG** de Kronberg. Su política de empresa y de diseño viene determinada hasta nuestros días por la tradición ininterrumpida del movimiento moderno. El ejemplo de Braun ha sido y es modelo para otras muchas empresas, no sólo en Alemania.

Después de la segunda guerra mundial, Max Braun inició la reconstrucción de su empresa. Después de su repentina muerte en 1951, sus hijos Erwin y Arthur tomaron a su cargo las funciones comerciales y técnicas. La producción se extendió a máquinas de afeitar, aparatos de radio, aparatos de cocina y flashes electrónicos.



Otl Aicher diseño marca



Hans Gugelot y G. A. Müller.
Afeitadora *Braun Sixtant SM 31*,
1962.



Reinhold Hocker y Hans Gugelot.
Proyector *Kodak carousel*, 1964.

En 1954, Erwin Braun inició la colaboración con Wilhelm Wagenfeld, de la Escuela de Diseño de Ulm y con Herbert Hirche para desarrollar una nueva línea de aparatos. **Hans Gugelot** y **Otl Aicher**, en aquel momento profesores del centro, tuvieron una parte importante en esta colaboración. En 1955 **Dieter Rams**, que por cierto no había estudiado en Ulm, sino en la Escuela de Artes Plásticas de Wiesbaden, inició su trabajo con la Braun AG como arquitecto e interiorista y en 1956 aceptó ya los primeros encargos como diseñador de productos. En colaboración con Hans Gugelot y Herbert Hirche establecieron las primeras bases importantes para la imagen de la empresa.

Es evidente la aplicación de **ideas funcionalistas** en los productos de la Braun AG, entre otras, sus características principales son:

- elevada utilidad del producto.
- satisfacción de los requisitos ergonómicos y fisiológicos.
- buen funcionamiento de los diversos productos.
- diseño esmerado hasta en los detalles más pequeños.
- diseño armónico alcanzado con medios simples y reducidos.
- diseño inteligente, basado en las necesidades y la conducta del usuario, así como en la tecnología innovadora.

Desde su posición en la línea de la tradición del movimiento moderno clásico, Dieter Rams describe su filosofía de diseño con la frase "Menos diseño es más diseño". De esta forma recogía directamente la frase de Mies van der Rohe "less is more" [menos es más], que tanto marcó la arquitectura después de la segunda guerra mundial.

En el ejemplo de la Braun AG se puede observar cómo se pudo crear una imagen corporativa mediante la unidad del concepto tecnológico, del control del diseño del producto y de unos medios de comunicación gráfica extremadamente disciplinados (papelaría, prospectos, catálogos, etc.), imagen que, además, ha continuado siendo un ejemplo hasta nuestros días.

El “Buen Diseño alemán” o Gute Form

Como ya hemos indicado, sobre todo gracias a la producción de la Escuela Superior de Diseño de Ulm ya los trabajos de la Braun AG, en los años sesenta se desarrolló un lenguaje formal del diseño, que pronto se convirtió en un estándar muy extendido. Por eso, el concepto de “diseño alemán”, se asocia a nivel mundial con las siguientes nociones:

“práctico, racional, económico y neutro.”

Herbert Lindinger (1983) ha reunido el credo del Buen Diseño Industrial en diez “mandamientos”, donde la calidad del diseño de productos se distingue mediante una lista de propiedades específicas:



Dieter Rams. Encendedor *Braun Cylindric*, 1968.

1. elevada utilidad práctica.
2. seguridad suficiente.
3. larga vida y validez.
4. adecuación ergonómica.
5. independencia técnica y formal.
6. relación con el entorno.
7. no contaminante para el medio ambiente.
8. visualización de su empleo.
9. alto nivel de diseño.
10. estímulo sensorial e intelectual.

Estos criterios se complementan oportunamente con los elementos específicos del producto según cada objeto y cada ramo. También su trascendencia y valor dependen de la función del objeto. La aplicación tendrá naturalmente un resultado distinto según se trate, por ejemplo, de un vaso de vino que de la instalación de una unidad de cuidados intensivos.



Dieter Rams. *Braun Audio 1*, 1962.

El funcionalismo vivió su apogeo real en Alemania después de la segunda guerra mundial. La marcha de la producción en serie tuvo un instrumento para su estandarización y racionalización. Esto es válido tanto para el diseño gráfico e industrial, como para la arquitectura. Con posterioridad, este concepto se trabajó teóricamente y prácticamente sobre todo en la Escuela Superior de Diseño de Ulm en los años sesenta. El concepto de allí inferido, del “Buen Diseño”, fue la doctrina oficial del diseño hasta los años ochenta.

“La Carta Magna del funcionalismo nace de la idea de reducir lo inútil y lo superfluo. Por lo tanto, la producción ha de estar fijada por la función. De esta forma, el funcionalismo no puede aceptar objetos sin función alguna. Es esencialmente ascético y a su vez expresión de una concepción específica de la vida: economía, o sea, empleo racional de los medios disponibles para fines claramente determinados.

Texto extraído de: BÜRDER, Bernhard (1999) “Diseño. Historia, teoría y práctica del diseño industrial” Ed. G. Gili, Barcelona.