

TEMA 19.

Diseño. Forma y función. Factores concurrentes. Evolución y cultura.

Autora: Aída Sánchez Aso y Zuriñe Fernández de Carranza García

ESQUEMA/ ESTRUCTURA TEMA 19

1. INTRODUCCIÓN	1
2. EL DISEÑO	2
2.1. Campos de actuación.....	2
2.2. Formatos de diseño y lenguaje	3
3. FORMA Y FUNCIÓN	4
4. PROCESO CREATIVO Y FACTORES CONCURRENTES.....	6
4.1. Estudios previos	6
4.2. Desarrollo de producto	7
4.3. Factores legales, económicos y ecológicos	7
4.4. Análisis de los resultados y volver a empezar	8
5. EVOLUCIÓN Y CULTURA	9
6. CONCLUSIONES	10
7. BIBLIOGRAFÍA	10

1. INTRODUCCIÓN

El término diseño, entendido como el diseño en el mundo que nos rodea y evoluciona, incluye desde un avión, el urbanismo de una ciudad o la cucharilla que utilizamos para el café. Entonces, se podría decir que todo nuestro entorno depende del diseño. Y, un buen o mal diseño afectará directamente a nuestra vida positiva o negativamente.

El diseño, como disciplina creativa y estratégica, se ha convertido en un campo donde convergen elementos esenciales o factores concurrentes, así como la forma y la función. Esta relación inseparable entre estética y utilidad no solo define la apariencia de los objetos, sino que también influye en cómo interactuamos con ellos.

Así mismo, cada sociedad y época deja una huella única en sus creaciones artísticas visuales y funcionales, y entender cómo la cultura influye en el diseño es fundamental para crear soluciones auténticas y contextualmente relevantes.

Por otro lado, el temario de esta oposición recoge otros temas que engloban la palabra diseño: Diseño gráfico, Diseño por ordenador, Diseño industrial o Diseño de espacios. Pero este tema abarca la magnitud total de esta palabra. De manera que, pese a que no se podrá abarcar todo, intentaremos agruparlo por secciones y definir cada una de ellas.

2. EL DISEÑO

El diseño es un proceso creativo y sistemático cuyo objetivo es resolver problemas y satisfacer necesidades mediante la creación de soluciones visuales, funcionales y estéticas. Implica la creación de algo completamente nuevo, se trata de una disciplina técnica y creativa, especializada en el desarrollo de todo tipo de productos, tanto de consumo, como bienes de equipo o bienes de comunicación o culturales.

El diseño busca satisfacer necesidades específicas, utilizando un enfoque multidisciplinario que integra aspectos como la creatividad, la tecnología, la funcionalidad, la estética, la ecología, los aspectos socioculturales y por supuesto viabilidad técnica. Entonces, un diseño exitoso integra una serie de elementos o factores concurrentes de manera armoniosa. Además, el diseño tiene un impacto significativo en la percepción de una marca, producto o servicio, influyendo en la conexión emocional que establece con su audiencia.

Otra variante del concepto diseño es el *restyling* (también conocido como rediseño), este "rediseño" implica la modificación o actualización de algo que ya existe. En lugar de crear algo completamente nuevo, el *restyling* busca optimizar, actualizar o refrescar un diseño existente. Esto puede involucrar cambios en la apariencia, la funcionalidad o ambos, con el objetivo de revitalizar el producto, servicio o marca. El *restyling* puede ser necesario para mantener la relevancia en un mercado cambiante, mejorar la usabilidad o la eficacia de un producto, o adaptarlo a nuevas tendencias o tecnologías.

Nuestra sociedad se caracteriza por la existencia de múltiples cambios rápidos y cada vez más acelerados. La industria y el mercado no son ajenas. La competitividad de las empresas industriales depende, en gran medida, de su capacidad de proporcionar al mercado productos innovadores, de calidad, y adecuados a las necesidades y expectativas de los potenciales usuarios. Entonces, en un mundo cada vez más complejo y orientado hacia la innovación, el diseño desempeña un papel crucial en la resolución de problemas y la creación de soluciones que trascienden lo estético para abordar desafíos prácticos y mejorar la calidad de vida. Este **proceso dinámico e interdisciplinario** continúa evolucionando, adaptándose a las cambiantes necesidades y aspiraciones de la sociedad, y desempeña un papel fundamental en la configuración del entorno que nos rodea.

2.1. CAMPOS DE ACTUACIÓN:

¿Qué integra el diseño? Estos campos representan áreas especializadas donde el diseño juega un papel fundamental en la creación, mejora y optimización de productos, espacios y experiencias en diversos sectores socioculturales y de la industria. A continuación, se destacan algunos de los principales campos de actuación del diseño:

- **Diseño de Producto:** creación de productos manufacturados, desde electrodomésticos hasta herramientas, considerando funcionalidad, estética y producción en masa.
 - Diseño industrial: desarrollo de productos físicos, desde electrodomésticos hasta mobiliario, centrándose en la funcionalidad y estética.
 - Diseño textil y moda: creación de prendas y accesorios, considerando aspectos estéticos y ergonómicos.
- **Diseño de espacios/ paisajes:** planificación y diseño de espacios físicos, incluyendo edificios, interiores y comunidades, enfocándose en la distribución del espacio, la estética y la sostenibilidad.

- Diseño arquitectónico: planificación y diseño de estructuras y espacios, considerando aspectos estéticos y funcionales.
- Diseño de interior: creación de ambientes interiores, optimizando el espacio y la experiencia del usuario.
- Diseño urbanístico: se centra en la planificación estratégica y la disposición eficiente de edificaciones, espacios públicos e infraestructura para crear comunidades habitables y sostenibles.
- Paisajismo: creación de diseños para jardines y áreas exteriores.
- **Diseño Gráfico**: creación de elementos visuales para comunicar mensajes, ideas o conceptos, como logotipos, carteles, sitios web y contenido multimedia, tanto para propósitos artísticos como publicitarios.
 - Identidad corporativa: creación de logotipos, colores y elementos visuales que representan la identidad de una empresa.
 - Diseño editorial: maquetación y diseño de libros, revistas y otros materiales impresos.
 - Diseño de packaging: creación de envases atractivos y funcionales para productos.
- **Diseño de Experiencia de Usuario (UX) y Diseño de Interfaz de Usuario (UI)**: ambos trabajan en conjunto para proporcionar experiencias digitales efectivas y agradables.
 - UX Design: enfoque en la experiencia del usuario, desde la navegación en sitios web hasta la interacción con aplicaciones.
 - UI Design: diseño de interfaces visuales para garantizar la usabilidad y la estética en productos digitales.
- **Diseño sostenible**: práctica de crear productos, entornos y soluciones que minimizan el impacto ambiental, utilizan recursos de manera eficiente y contribuyen al bienestar social, económico y ambiental a largo plazo.
 - Ecodiseño: enfoque en la creación de productos respetuosos con el medio ambiente y eficientes en el uso de recursos.
 - Diseño Social: desarrollo de soluciones para abordar problemas sociales y mejorar la calidad de vida.
- **Diseño de comunicación visual y audiovisual**:
 - Publicidad: creación de materiales visuales para campañas publicitarias.
 - Ilustración y animación: creación de imágenes y animaciones para diversos propósitos.
- **Diseño e investigación química/médica**: aplicación del diseño en la creación y desarrollo de productos y tecnologías en estos campos, incluyendo medicamentos, dispositivos médicos y materiales biomédicos.

2.2. FORMATOS DE DISEÑO Y LENGUAJE

El diseño, como disciplina creativa y práctica, pueden clasificarse en dos categorías principales: bidimensional y tridimensional.

2.2.a. BIDIMENSIONAL

El diseño bidimensional se puede dar como parte del proceso; bocetos, croquis, planos técnicos, infografías que tendrán una continuidad constructiva en la siguiente parte del

proceso. O como proceso y resultado, es decir, cuando se trata de comunicación visual en un formato plano o digital. Desde una señal de tráfico a una página web.

Igual que para narrar una historia utilizamos la escritura, para comunicar gráficamente utilizamos el lenguaje visual. Este se compone de **elementos conceptuales, visuales y representativos** que trabajan juntos para transmitir la información.

Primero, se basa en conceptos como el punto, la línea, el plano y el volumen. Estos elementos constituyen la **base conceptual del diseño**, permitiendo la creación de composiciones visuales coherentes.

Después, se nutre de **aspectos visuales** como la forma, la dimensión, la textura y el color. Estos elementos añaden profundidad y riqueza visual, permitiendo la expresión de ideas de manera más completa y atractiva.

Por último, el lenguaje visual también es **representativo**, ya que cada elemento visual puede tener un significado o función específica. Desde transmitir información hasta evocar emociones.

La comunicación bidimensional puede ser:

- **Icónica:** crea iconos simples y reconocibles para representar conceptos o ideas.
- **Señalética:** diseña sistemas de señalización para guiar o comunicar en entornos físicos.
- **Técnica:** representa objetos con precisión en planos y diagramas detallados.
- **Infográfica:** presenta información compleja de forma clara y visualmente atractiva.
- **Artística:** expresa emociones y conceptos abstractos a través de formas, colores y composiciones visuales.

2.2.b. TRIDIMENSIONAL

El diseño tridimensional supone la creación de objetos y estructuras que tienen longitud, anchura y altura, lo que les confiere volumen y profundidad. Aquí destacan dos categorías:

- **Productos y objetos:** esta forma de diseño se refiere a la creación material de productos físicos, desde objetos cotidianos hasta dispositivos complejos. Puede incluir desde el diseño de productos de consumo, como electrodomésticos, muebles y herramientas, hasta el diseño de maquinaria industrial, equipos médicos y sistemas de transporte.
- **Espacios y ambientes:** el diseño tridimensional también se aplica a la configuración y organización de espacios arquitectónicos e interiores, incluyendo edificios, paisajes urbanos y entornos residenciales y comerciales. Esto implica consideraciones sobre la distribución del espacio, la ergonomía, la iluminación, los materiales y la estética, con el objetivo de crear ambientes funcionales, estéticamente agradables y que cubran las necesidades del usuario.

3. FORMA Y FUNCIÓN

La relación entre forma y función es un principio fundamental en el diseño (*tema 66- Bauhaus*), se refiere a la interconexión entre la apariencia visual de un objeto o diseño y su propósito práctico y utilidad. Ambos elementos están intrínsecamente entrelazados, y su equilibrio adecuado es crucial para crear soluciones de diseño efectivas y estéticamente agradables. Esta interacción entre forma y función se puede observar en diversos campos, desde diseño de productos y arquitectura hasta diseño gráfico, entre otros.

Antes de abordar las diferentes corrientes de pensamiento respecto al tema, definiremos ambos conceptos y a qué hace referencia:

Por un lado, la **"forma"** se centra en la **estética visual y la apariencia externa** de un objeto o diseño. Incluye elementos como líneas, colores, texturas y proporciones que contribuyen a la impresión visual general. La forma no solo aborda la belleza superficial, sino que también puede comunicar la identidad de una marca o transmitir mensajes específicos a través de su aspecto visual.

Por otro lado, la **"función"** se refiere al **propósito y la utilidad práctica del diseño**. En el diseño de productos, la función implica cómo el objeto cumple con las necesidades y expectativas del usuario. Este aspecto va más allá de la apariencia y se centra en la eficiencia, la facilidad de uso y la experiencia general del usuario. Un diseño funcional satisface de manera efectiva la tarea para la cual fue creado.

Según Wucius Wong (1985), la interacción entre forma y función no es estática; es una dinámica que busca un equilibrio armonioso. Un diseño visualmente atractivo pero carente de funcionalidad resulta insatisfactorio, al igual que un diseño funcional pero estéticamente poco atractivo. Este equilibrio es esencial para garantizar que el diseño cumpla con su propósito.

No obstante, los estudios y corrientes de pensamiento en torno a la forma y la función han sido debatidos y cuestionados, ya que, depende del tipo de distorsión: es posible ampliar las funciones o reducir las.

La sociedad y cultura actual vive en un mundo en el que la imagen y la estética son primordiales. Siendo, en alguna ocasión, la forma tan importante o más que la función para que un producto sea socialmente aceptado.

Esta disertación filosófica no es nueva, **la evolución del diseño a lo largo de la historia contemporánea ha sido marcada por una rápida transformación, influenciada por diversos enfoques y teorías** que han dado prioridad, en diferentes momentos, a la forma, la función o ambas por igual.

Creando diferentes corrientes de pensamiento, las tres más destacadas son:

- a. **Forma precede a la función:** al inicio de la revolución industrial era importante ocultar el aspecto mecánico de los objetos, así que se decoraban en exceso para continuar con el aspecto artesanal que habían tenido hasta entonces. Ese exceso de decoración hacía que muchas veces la función real del objeto quedase empañada. Este enfoque sugiere que la estética y la apariencia visual del diseño son prioritarias. En este caso, se inicia el proceso creativo considerando la forma y el aspecto visual como elementos fundamentales, y luego se ajusta la función para adaptarse a esta estética. Este enfoque puede ser observado en movimientos artísticos como *Arts and Crafts* y estilos arquitectónicos donde la expresión visual y la originalidad son valores fundamentales.
- b. **Función encuentra forma:** contrastando con lo anterior, a principios del siglo XX el movimiento Funcionalista, promovido por la icónica Bauhaus, cambia el paradigma y plantea que la forma diseño surge como una consecuencia natural de la función. Aquí, la estética del diseño es el resultado de la funcionalidad y de los materiales empleados para su fabricación. Se parte de la premisa de que la forma del objeto debe ser una consecuencia directa de su función. En este contexto, la estética se subordina a la practicidad y a la optimización de la experiencia del usuario.

- c. **Forma y función se equiparan en importancia:** en la actualidad, se considera que los aspectos formales y funcionales poseen un valor semejante. Un producto es valorado tanto por su utilidad práctica como por su atractivo estético. Entonces, este enfoque aboga por un equilibrio entre la forma y la función, considerando ambas como elementos igualmente esenciales en el diseño. Aquí, se reconoce que la estética y la utilidad deben coexistir armoniosamente para lograr soluciones de diseño efectivas y atractivas. Movimientos como el posmodernismo han promovido este equilibrio, desafiando las rígidas dicotomías entre forma y función.

4. PROCESO CREATIVO Y FACTORES CONCURRENTES

A la hora de desarrollar un producto es importante tener en cuenta un coctel importante de factores. Aspectos relativos al carácter del producto, su relación con el mercado, su relación con los entornos de uso y su relación con el usuario (en cuanto a ergonomía, funcionalidad, seguridad, estética, etc. En el campo del Diseño Industrial es fundamental la constante actualización.

Así pues, los diversos elementos y consideraciones que interactúan simultáneamente durante el proceso de diseño son denominados factores concurrentes del diseño. Estos factores no existen de forma aislada, sino que **coexisten y se influyen mutuamente**, desempeñando un papel crucial en la creación y evolución de una solución de diseño efectiva. La comprensión y gestión de estos factores son fundamentales para lograr un equilibrio y una integración adecuados en el producto, servicio o sistema final.

Estos factores concurrentes del diseño se podrían clasificar de la siguiente manera:

4.1. ESTUDIOS PREVIOS:

Estudio de viabilidad | Programa de necesidades | Bocetos y croquis

Los estudios previos en el proceso de diseño desempeñan un papel esencial para sentar las bases sólidas antes de embarcarse en la creación concreta. Tres de estos estudios iniciales cruciales son el estudio de viabilidad, el programa de necesidades y los bocetos y croquis.

Previamente, se investiga el mercado para identificar necesidades (**estudio de viabilidad**). Se examinan aspectos como la viabilidad económica, técnica y legal para determinar si la idea propuesta es práctica y alcanzable. Este estudio proporciona una visión realista de los desafíos potenciales y las oportunidades que pueden surgir durante la ejecución del proyecto, ayudando a los/as diseñadores/as y responsables de la toma de decisiones a tomar decisiones informadas.

Una vez el proyecto es viable, se traza el **programa de necesidades**, características y funciones que debe cumplir el producto para satisfacer las necesidades del usuario. Implica identificar y documentar de manera detallada los requisitos esenciales del proyecto, como definir las funciones específicas, el espacio necesario y los elementos esenciales que deben incorporarse en el diseño. Este paso establece las bases del diseño y desarrollo, actuando como una guía que informa y da forma a las decisiones de diseño, asegurando que el resultado final cumpla con las expectativas y requisitos establecidos. Seguidamente, se crean **bocetos y croquis preliminares** para visualizar y explorar diferentes conceptos y soluciones. Estas representaciones ayudan a refinar y desarrollar ideas iniciales. Además, son herramientas valiosas para comunicar ideas y obtener retroalimentación temprana de *stakeholders* o clientes.

4.2. DESARROLLO DE PRODUCTO:

Funcionalidad | Ergonomía | Materialidad, cualidades y propiedades | Forma

En el proceso de desarrollo de producto, varios factores concurrentes contribuyen a la creación de soluciones efectivas y exitosas. Cuatro elementos esenciales durante esta fase son la funcionalidad, la ergonomía, la materialidad (cualidades y propiedades del material) y la forma.

En primer lugar, **la funcionalidad** del producto se refiere a su capacidad para cumplir con las funciones previstas y satisfacer las necesidades del usuario. Este aspecto implica la eficiencia en la ejecución de tareas específicas y la capacidad para abordar los requisitos prácticos y funcionales establecidos durante la etapa de estudios previos.

Por otro lado, **la ergonomía** es otro componente vital del desarrollo de productos, ya que se centra en el diseño para adaptarse a las características físicas y psicológicas del usuario. Un producto ergonómico garantiza la comodidad y la eficiencia en la interacción humana.

La **Materialidad** implica la selección cuidadosa de los materiales que se utilizarán en la fabricación del producto. Esto no solo incluye la elección del tipo de material, sino también sus cualidades y propiedades específicas. Factores como la durabilidad, la resistencia, la estética y la sostenibilidad son consideraciones clave. La selección adecuada de materiales no solo afecta la funcionalidad y la calidad del producto, sino que también influye en su impacto ambiental y en la percepción del usuario.

Por último, **la forma del producto** se refiere a su aparición visual y su diseño estético. Como se ha comentado en el epígrafe anterior, la forma no es solo un aspecto superficial, sino que también influye en la usabilidad y la experiencia del usuario. Un diseño atractivo puede mejorar la aceptación del producto en el mercado y crear una conexión emocional con los consumidores. La forma también puede comunicar la identidad de la marca y diferenciar el producto de la competencia.

4.3. FACTORES LEGALES, ECONÓMICOS Y ECOLÓGICOS:

Diseño | Fabricación | Lanzamiento Publicitario | Transporte y distribución | Vida útil

De la misma manera que en los procesos anteriores, en el contexto del desarrollo y lanzamiento de productos, también hay que tener en cuenta una serie de factores interrelacionados que abarcan aspectos legales, económicos y ecológicos. Estos factores son críticos en diversas etapas del ciclo de vida del producto, desde el diseño hasta la distribución y el manejo de residuos.

- **Diseño:** la innovación en el diseño puede marcar la diferencia al introducir nuevas ideas y enfoques creativos. Este factor puede ser disruptivo y diferenciar un diseño, aportando originalidad y valor añadido. Desde una perspectiva legal, el diseño de un producto debe cumplir con normativas y estándares establecidos para garantizar la seguridad y conformidad con las leyes y regulaciones aplicables.
- **Fabricación:** en el ámbito legal y económico, la fabricación debe cumplir con regulaciones laborales y medioambientales. Además, la eficiencia en la producción puede tener implicaciones económicas significativas, afectando los costos y la competitividad del producto en el mercado.

- **Lanzamiento publicitario:** se refiere a la planificación de una estrategia de marketing. En la que es interesante destacar las características del producto, promoviendo su valor ambiental y social. En términos legales, las campañas publicitarias deben ser éticas y cumplir con las normativas de publicidad para evitar posibles problemas legales. Económicamente, el presupuesto de marketing y publicidad debe ser gestionado eficientemente para maximizar el retorno de la inversión.
- **Transporte y distribución:** cadena de suministro que minimice las emisiones de carbono y la huella ecológica del transporte, dando prioridad a la distribución local y la logística eficiente. Aspectos legales como regulaciones aduaneras y restricciones de transporte deben ser considerados durante la distribución del producto. Económicamente, estrategias eficientes de cadena de suministro y distribución son cruciales para minimizar costos logísticos.
- **Vida útil:** actualmente el camino para un buen diseño pasa por elaborar un producto que tenga una vida útil prolongada, este factor es el resultado de ejecutar todos los anteriores de forma coherente, permitiendo una facilidad de reparación, y de gestión de residuos. Desde la perspectiva legal, la durabilidad y la seguridad del producto durante su vida útil deben ser consideradas. Económicamente, la vida útil del producto puede afectar las estrategias de precios y la percepción del valor por parte de los consumidores. Además, desde una perspectiva ecológica, se debe evaluar cómo el producto afecta el medio ambiente durante su uso y su eventual desecho.

Como se ha explicado en todos los casos, los factores legales y económicos han de tenerse en cuenta a la hora de ejecutar un diseño. Pero, la **sostenibilidad ambiental** también es un componente transversal en todos estos factores. Consideraciones ecológicas, como el uso de materiales reciclables, la eficiencia energética y la reducción de residuos, a día de hoy, son esenciales en cada etapa del proceso para minimizar el impacto ambiental y cumplir con las crecientes expectativas de los consumidores en términos de responsabilidad ambiental.

4.4. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS Y VOLVER A EMPEZAR

Una vez se ha lanzado al mercado, se debe revisar cada paso analizando los resultados de ventas, las opiniones de los EARLYADOPTERS y la sostenibilidad del producto/servicio real, utilizando esta retroalimentación para **mejorar continuamente el diseño y la fabricación**.

Esta es una fase crucial en cualquier proyecto, ya que dará información sobre el rendimiento y la eficacia de las decisiones y acciones tomadas. Este análisis puede aplicarse a diversas áreas, como estrategias de negocio, proyectos de diseño, campañas de marketing, etc. Al evaluar los resultados, se abordan no solo los éxitos, sino también las áreas de oportunidad o los desafíos encontrados. Este enfoque proporciona una visión completa y objetiva, permitiendo la toma de decisiones para el futuro.

Una vez completado el análisis, el siguiente paso podría ser "volver a empezar" o, en otras palabras, iniciar un nuevo ciclo de mejora continua. Esto implica aplicar los aprendizajes obtenidos del análisis de resultados para ajustar estrategias, métodos o enfoques.

El proceso de análisis y mejora continua es iterativo, y cada ciclo proporciona nuevas perspectivas y oportunidades de crecimiento. Este enfoque proactivo permite a las empresas y equipos adaptarse a un entorno dinámico y responder de manera efectiva a los cambios en el mercado, las tecnologías y las expectativas de los clientes.

5. EVOLUCIÓN Y CULTURA

Desde sus inicios hasta el diseño contemporáneo, la disciplina ha reflejado y respondido a diversas influencias históricas, culturales, movimientos artísticos, avances tecnológicos y transformaciones sociales.

En las primeras etapas de la historia, el diseño estaba intrínsecamente ligado a la artesanía. Las culturas antiguas creaban objetos utilitarios y decorativos con especial atención a la estética y la función. La ornamentación y la calidad artesanal eran características clave de estas creaciones, mostrando la interconexión entre la cultura, la tecnología y el diseño en ese momento. El diseño de objetos cotidianos, como mobiliario y vestimenta, reflejaban, además, el estatus social. A diferencia de épocas posteriores, no hubo una clara separación entre arte y diseño, ya que ambos estaban integrados en la vida cotidiana y en la expresión artística, sirviendo propósitos tanto funcionales como estéticos.

Con la **Revolución Industrial** en el siglo XIX, el diseño experimentó una transformación radical. La mecanización y la producción en masa cambiaron la forma en que se concebían y producían los objetos, hasta ese momento, únicos. Surgió una estética más minimalista y funcional en respuesta a la necesidad de producir en grandes cantidades de manera eficiente. La cultura industrial influyó en el diseño, y la función empezó a ocupar un lugar central.

Más adelante, la **Segunda Revolución Industrial** (finales del siglo XIX e inicios del siglo XX) fue un punto de inflexión y grandes cambios para la humanidad. También conocida como la revolución tecnológica, reformuló la vida comercial, hogareña y agrícola de la sociedad con el surgimiento de máquinas, fábricas y otros avances. Este efecto también produjo una **revolución en el diseño y las artes**.

Como respuesta directa a la Segunda Revolución Industrial, se desarrollaron dos estilos importantes de diseño: el movimiento **Arts and Crafts** (Gran Bretaña, 1850-1914) y el movimiento constitutivo, **La Bauhaus** (Alemania, 1919-1933). La influencia estética de la industria y la falta de alma en cada pieza artística fue la gran preocupación para ambos. Pero, donde el movimiento *Arts and Crafts* rechaza la creación con máquinas en toda su producción, la Bauhaus abrazó la revolución industrial y buscó utilizar y exprimir todo su potencial. Ante esto, se adoptó el pensamiento industrial (de producción) para aplicarlo a los métodos de la artesanía, el diseño y la arquitectura. Esto permitió a los diseñadores de la Bauhaus crear un estilo propio compatible con la industrialización y nuevas necesidades de la sociedad, apareciendo el diseño industrial, gráfico, etc.

A lo largo del **siglo XX**, diversas corrientes artísticas y culturales dejaron su huella en el diseño. Las historicistas, abrazaban los estilos artísticos y por tanto los diseños de siglos pasados; mientras que las tendencias más modernas, con su enfoque en la funcionalidad y la simplicidad, rompieron con las ornamentaciones excesivas del pasado. Posteriormente, el posmodernismo desafió las normas establecidas, reintroduciendo la diversidad estilística y cuestionando las concepciones tradicionales de la forma y la función.

Con la llegada de la era digital en las últimas décadas del siglo XX y el siglo XXI, el diseño se ha visto nuevamente transformado. La **cultura digital y la globalización** han impactado la forma en que se concibe y se consume el diseño. La accesibilidad a nuevas tecnologías permite una experimentación más amplia y la creación de diseños interactivos y mucho más innovadores.

Actualmente, el diseño se ha convertido en un elemento central en la economía creativa y en la expresión cultural. La **sostenibilidad y la responsabilidad social** son consideraciones clave, y la tecnología continúa desempeñando un papel importante en la evolución del diseño. En este contexto, el diseño no solo sigue las tendencias culturales, sino que también contribuye a dar forma a la cultura misma, creando una interacción dinámica y bidireccional entre diseño y sociedad.

6. CONCLUSIONES

El estudio del diseño, explorando la interrelación entre forma y función, los factores concurrentes y su evolución a lo largo del tiempo, revela la complejidad y la riqueza de esta disciplina. La conjunción de estética y utilidad, evidente en la relación entre forma y función, destaca la importancia de equilibrar la expresión visual con la practicidad en la creación de soluciones efectivas.

Por otro lado, la influencia cultural en el diseño subraya la importancia de comprender y respetar las identidades culturales al crear soluciones. Es decir, estos elementos forman un panorama dinámico que destaca la interdisciplinariedad y la influencia mutua entre el diseño y su entorno, proporcionando una base sólida para la evolución constante y la innovación en esta disciplina creativa y estratégica.

De manera paralela, tal y como indica Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre, por la que se modifica la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación (LOMLOE) y *(añadir el decreto específico de cada comunidad)*; el alumnado debe ser capaz de comprender la relación entre arte, creatividad y funcionalidad. La integración de fundamentos del diseño en la Educación Secundaria Obligatoria (ESO) o Bachillerato aportará una enseñanza significativa al desarrollo del alumnado al fomentar la creatividad, la aplicación práctica de conceptos artísticos y el desarrollo de habilidades técnicas. Al explorar la intersección entre forma y función, ganan una comprensión más profunda de cómo estos elementos se entrelazan, cultivando un pensamiento crítico y la capacidad de resolver problemas estéticos y prácticos.

BIBLIOGRAFÍA

- Ellen Lupton, E. y Miller, J. A. (2019) *El Abc De la Bauhaus: La Bauhaus y la teoría del diseño*. España: Editorial Gustavo Gili S.L.
- Fiell, C. y Fiell, P. (2021) *Diseño industrial de la A a la Z*. Madrid: Editorial Taschen
- Meggs, P. y Purvis, A. W. (2015) *Historia del Diseño Gráfico*. Editorial RM.
- Munari, B. (1985) *Diseño y comunicación visual*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, S.L.
- Solanas, J. (1985) *Diseño, arte y función*. Barcelona: Editorial Salvat
- Wick, R. (1993) *Pedagogía de la Bauhaus*. Madrid: Alianza Editorial.
- Wong, W. (1985) *Fundamentos de diseño*. Barcelona: Editorial Gustavo Gil.
- Hodge, S. y Lozano, A. (2015) *Cuando el diseño es un arte: 80 obras maestras y los secretos de su éxito*. Madrid: Lunwerg Editores
- Plan de estudios del grado de diseño industrial y desarrollo de producto de la EINA, Universidad de Zaragoza