

RETROPHONE

Vanesa Moreno Serna



RETROPHONE

ESCUELA SUPERIOR DE ENSEÑANZAS TÉCNICAS
MÁSTER EN INGENIERÍA DEL DISEÑO

Título del proyecto: RETROPHONE
Alumno: Vanesa Moreno
Alfara del Patriarca, 11 de junio de 2010
Tutor: Joaquín García
Especialidad: Diseño de producto

Debemos ir en búsqueda del objeto no tecnológicamente perfecto; objeto con una función anticonsumista, que no promueve crear necesidades, sino que suscita ideas.

Gillo Dorfles, 2005

ÍNDICE	6
INTRODUCCIÓN	8
1.METODOLOGÍA	9
1.1. Investigación y análisis	9
1.1.1. Referentes artísticos	9
1.1.1.1. Pop art, Op art y arte cinético	9
1.1.1.2. Arte Povera, Land Art y Eart Art	14
1.1.2. Desemantización del objeto	15
1.1.2.1. Walter Pichler	16
1.1.2.2. Gaetano Pesce	18
1.1.2.3. Ugo la Pietra	19
1.1.2.4. Ettore Sottsass	20
1.1.2.5.Chema Madoz	22
1.1.3. Investigación de mercado	24
1.1.3.1. Análisis de competencia	28
1.1.3.2. Estudio de marcas	28
1.2. Diseño conceptual	32
1.2.1. Diseño anticonsumista	32
1.2.1.1. El último grito	32
1.2.1.2. Martí Guixé	34
1.2.2. Objetivos	35
1.3. Modelado de superficies y presentación	41
1.3.1. Planos técnicos	42
1.3.1.1. Planos 2D dimensionales	42
1.3.1.2. Planos 3D constructivos	44
1.3.2. Renders	46
1.4. Desarrollo del producto	52
1.4.1. Bocetos	52
1.4.2. Evolución	54
1.5. Seguimiento técnico de la maqueta	57

2.ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	63
2.1. Carcasa del micrófono y auricular	63
2.1.1. Materiales	63
2.1.2. Procesos de fabricación	63
2.2. Pieza Micrófono	64
2.2.1. Microprocesador	64
2.2.2. Teclado	65
2.2.3. Batería	65
2.2.4. Micrófono	66
2.3.Pieza auricular	66
2.4. Cable	66
2.5. Uniones	67
2.6. Normativa	67
3. ENTREGABLES	67
4. COMUNICACIÓN	69
5. BIBLIOGRAFÍA	91

INTRODUCCIÓN

El proyecto trata de reflexionar acerca de esta era tecnológica de las telecomunicaciones, en donde perdemos totalmente el anonimato y nuestra vida pasa a ser de dominio público a causa de las redes sociales. Nos encontramos en constante vigilancia mediante la telefonía móvil.

Mediante este proyecto se trata de ironizar este contexto y recuperar antiguas formas de comunicación que nos permitían más independencia y aportaban sorpresa al hecho de comunicarse de forma no verbal directa.

La configuración de este producto es la de un teléfono móvil con apariencia de teléfono antiguo y de pieza de ajedrez, que queda resuelto simplificando al máximo las funciones del teléfono y devolviendo la magia de la conversación antigua. Se pretende crear una pieza de alta calidad y durabilidad que evite la obsolescencia.

Antes de la existencia del móvil, con el teléfono fijo siempre existía ese factor sorpresa de “quien llamará” que se generaba al escuchar el sonido de llamada o al llegar a casa y preguntar si alguien nos había llamado. También, antes nos sentíamos más libres y menos vigilados con los incómodos mensajes causantes de mucha paranoia, como es el ejemplo de los mensajes entre parejas al no recibir contestación inmediata.

Con Retro Móvil Phone se simplifican las funciones del móvil al máximo eliminando la pantalla y dándole al teléfono las funciones más básicas a la vez que permitiendo la ya necesaria movilidad. Su configuración formal será la de un elegante complemento colocado a modo de bufanda o collar enrollable al cuello, que disponga en un extremo del auricular de escucha y que en el otro se encuentre el teclado y el micrófono de habla.

Este producto estará destinado a un público de una amplia gama de edad, desde los más jóvenes amantes del diseño y de lo nuevo, hasta las personas de tercera edad más nostálgicas de su época y menos familiarizadas con la tecnología.

1.METODOLOGÍA

1.1. Investigación y análisis:

Los hechos sociales y políticos se manifiestan en las corrientes artísticas y estéticas.

-En la sociedad pre-capitalista el arte era una manifestación de la religión y la magia.

-En la sociedad tecnológica el arte tiene una finalidad mercantil.

- En la presente crisis ha habido un cambio de mentalidad en el consumo.

1.1.1. Referentes artísticos:

Los primeros referentes artísticos de este cambio de mentalidad están en el pop-art (50's arte social como crítica a la publicidad con Andy Warhol y Linchestein), op-art (60's arte abstracto Geométrico, Víctor Vasarely y Bridget Riley) y arte cinético (es el arte basado en el movimiento, Calder).

1.1.1.1. Pop art, Op art y arte cinético:

El Arte Pop fue un importante movimiento artístico del siglo XX que se caracteriza por el empleo de imágenes de la cultura popular tomadas de los medios de comunicación, tales como anuncios publicitarios, comic books y objetos culturales «mundanos». El arte pop, como la música pop, buscaba utilizar imágenes populares en oposición a la elitista cultura existente en el Bellas artes, separándolas de su contexto y aislándolas o combinándolas con otras, además de resaltar el aspecto banal o kitsch de algún elemento cultural, a menudo a través del uso de la ironía.

El arte pop y el «minimalismo» son considerados los últimos movimientos del arte moderno y por lo tanto precursores del arte postmoderno, aunque inclusive se les llega a considerar como los ejemplos más tempranos de éste.

El arte pop es comúnmente interpretado como una reacción a los entonces dominantes ideales del Expresionismo abstracto. De cualquier forma, el arte pop también es la continuación de ciertos aspectos del expresionismo abstracto, tal como la creencia en las posibilidades de

hacer arte, sobre todo en obras de grandes proporciones. Del mismo modo, el arte pop era tanto una extensión como un repudio del Dadaísmo. Mientras que el arte pop y el dadaísmo exploraban los mismos sujetos, el arte pop reemplazaba los impulsos destructivos, satíricos y anárquicos del movimiento Dada. Entre los artistas considerados como precursores del movimiento pop están Pablo Picasso, Marcel Duchamp, Kurt Schwitters y Man Ray.



"Marcel Duchamp: una obra que no es una obra «de arte»", 1929.

El movimiento como tal surgió a mediados de los años 1950 en el Reino Unido y a finales de los años 1950 en los Estados Unidos con diferentes motivaciones. En Estados Unidos marcó el regreso del dibujo del tipo Hard edge (traducido como «dibujo de contornos nítidos») y del arte representacional como una respuesta de los artistas al utilizar la realidad mundana e impersonal, la ironía y la parodia para contrarrestar el simbolismo personal del expresionismo abstracto.

La figura más representativa de este movimiento es Andy Warhol (1928 - 1987), artista plástico y cineasta estadounidense que desempeñó un papel crucial en el nacimiento y desarrollo del pop art. Tras una exitosa carrera como ilustrador profesional, Warhol adquirió notoriedad mundial por su trabajo en pintura, cine de vanguardia y literatura; notoriedad que vino respaldada por una hábil relación con los medios y por su rol como gurú de la modernidad. Warhol actuó como enlace entre artistas e intelectuales, pero también entre aristócratas, homosexuales, celebridades de Hollywood, drogadictos, modelos, bohemios y pintorescos personajes urbanos. Ha sido objeto de numerosos análisis, exposiciones de arte, libros y películas.

Una de las aportaciones más populares de Warhol fue su declaración sobre los «15 minutos de fama» que cualquier persona puede conseguir. Esta frase en cierta manera vaticinó el actual poder de los medios de comunicación y el apogeo de la prensa amarilla y de los reality shows.

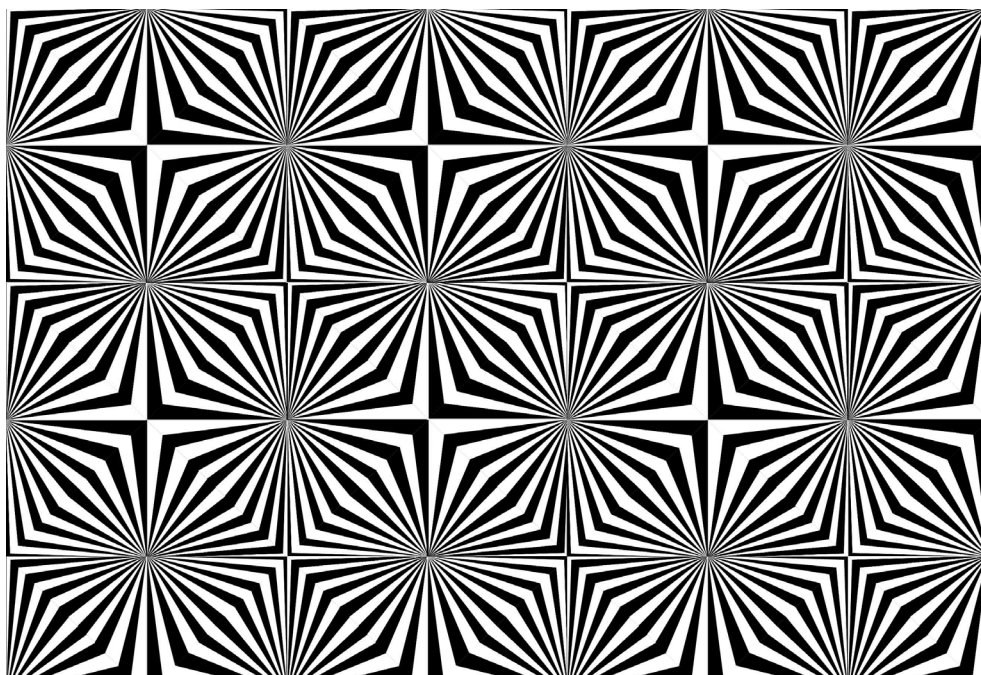
Fue personaje polémico durante su vida - algunos críticos calificaban sus obras como pretenciosas o bromas pesadas - y desde su muerte en 1987 es objeto de numerosas exposiciones retrospectivas, libros y documentales. Gracias a esta fama y a la polémica al igual que a sus revolucionarias obras está considerado como uno de los artistas más influyentes del siglo XX.



Andy Warhol "Sopa Campbell's", 1964.

El Op Art o Arte Óptico es un movimiento pictórico nacido en Estados Unidos en el año 1958, conocido mayormente por su acepción en inglés: Op Art; abreviación de Optical Art. El Arte Óptico es una corriente artística abstracta, basada en la composición pictórica de fenómenos puramente ópticos, sensaciones de movimiento en una superficie bi-dimensional, engañando al ojo humano mediante ilusiones ópticas. Se utilizan estructuras de repetición con un orden claro. Frente a otras tendencias racionales, el Arte Óptico se basa en principios científicos rigurosos con el fin de producir efectos visuales inéditos. Se trata de un arte impersonal, técnico, en el que queda abierta, a veces, la posibilidad de que el espectador modifique la configuración que ofrece. Surge como una derivación de la abstracción geométrica. Las obras del Arte Óptico interactúan con el espectador provocando una sensación de movimiento virtual mediante efectos de ilusión óptica, situación que desencadena una respuesta dinámica del ojo y una cierta reacción psicológica derivada de su apariencia sorprendente. Se utiliza para ello la construcción de perspectivas que el ojo no puede fijar en el espacio.

En 1965, el MoMA organizó una exposición llamada The Responsive Eye en el cual varios artistas representantes de este movimiento, como Víctor Vasarely, Bridget Riley, Frank Stella, Josef Albers, Lawrence Poon, Kenneth Noland y Richard Anuszkiewicz; mostraron sus obras, quedando completamente definido este nuevo estilo.



El arte cinético es una corriente de arte en que las obras tienen movimiento o parecen tenerlo.

El arte cinético y el arte óptico son corrientes artísticas basadas en la estética del movimiento. Está principalmente representado en el campo de la escultura donde uno de los recursos son los componentes móviles de las obras. Pictóricamente, el arte cinético también se puede basar en las ilusiones ópticas, en la vibración retiniana y en la imposibilidad de nuestro ojo de mirar simultáneamente dos superficies coloreadas, violentamente contrastadas. En este último caso de cinetismo virtual, se habla de Op Art. Las primeras manifestaciones de arte cinético se dan en los años 1910, en el movimiento futurista y en ciertas obras de Marcel Duchamp. Más adelante, Alexander Calder inventa el móvil, un tipo de escultura formada por alambre y pequeñas piezas de metal suspendidas que son movidas ligeramente por el desplazamiento del aire ambiente.



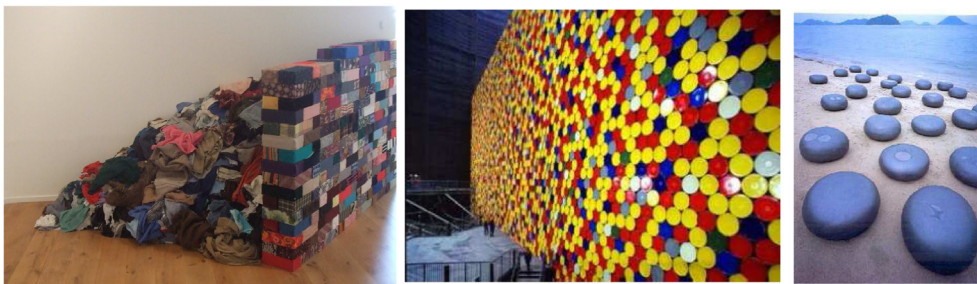
ALEXANDER CALDER .The Star, 1960

1.1.1.2. Arte Povera, Land Art y Eart Art

Otros referentes vienen manifestados en el arte Povera (Arte de lo pobre que utiliza como materiales la basura), siguiendo por el arte ecológico, (land art o eart art).

El término arte povera (voz italiana para “arte pobre”) es una tendencia dada a conocer a finales de los sesenta, cuyos creadores utilizan materiales considerados ‘pobres’, de muy fácil obtención: como madera, hojas o rocas, placas de plomo o cristal, vegetales, telas, carbón o arcilla, o, también, de desecho y, por lo tanto, carentes de valor. En un esfuerzo por huir de la comercialización del objeto artístico, ocupan el espacio y exigen la intromisión del público. Tratan de provocar una reflexión entre el objeto y su forma, a través de la manipulación del material y la observación de sus cualidades específicas. Un artista típico es Mario Merz (n. 1925), famoso por sus «iglú», estructuras hemisféricas realizadas con materiales diversos.

El Land Art es una tendencia del arte contemporáneo, que utiliza el marco y los materiales de la naturaleza (madera, tierra, piedras, arena, rocas, etc...). Esta expresión inglesa se ha traducido también como «arte de la construcción del paisaje» o «arte terrestre». Generalmente, las obras se encuentran en el exterior, expuestas a los elementos, y sometidas a la erosión natural; así pues, algunas desaparecieron, quedando de ellas sólo el recuerdo fotográfico. Las primeras obras se realizaron en los paisajes desérticos del Oeste estadounidense a finales de los años sesenta.



Esto conlleva que en el arte y en el diseño se manifieste una dicotomía entre la Naturaleza y el Artificio, entre Tecnología e Instinto, Artesanía e Industria.

1.1.2. Desemantización del objeto

Este contraste entre tecnología y consumo se ha manifestado notablemente en la arquitectura y el diseño industrial. El diseño industrial se ha desarrollado enormemente dadas las leyes de la oferta y la demanda en este sistema capitalista y ha surgido la sociedad tecnológica y de consumo. La economía que está estructurada en un sistema lineal ha promovido constantemente nuevas formas de producción con objetos cada vez más atractivos, (lo que se suele llamar styling), fascinación por novedad.

Esto ha producido “desemantización” del objeto; el objeto ha perdido la relación entre forma y significado (tanto utilitaria como psicológica) y ha sufrido una profunda alteración. También ha habido mucha novedad formal sin renovación técnica.



Emiliana



Simone Micheli



Hermanos Campana

Existe un culto al objeto, el objeto está considerado como fetiche y está idolatrado. Esta sobreproducción industrial ha llevado a una inflación de objetos con escaso valor artístico.

Con la crisis socio-política ha bajado el consumo y en consecuencia han aparecido dos aspectos nuevos y contradictorios:

1- Hay que frenar el styling y las manías innovadoras y volver a una actitud más artesanal.

2- Proliferación de nuevos movimientos contra-design, antide-sign y arquitectura radical.

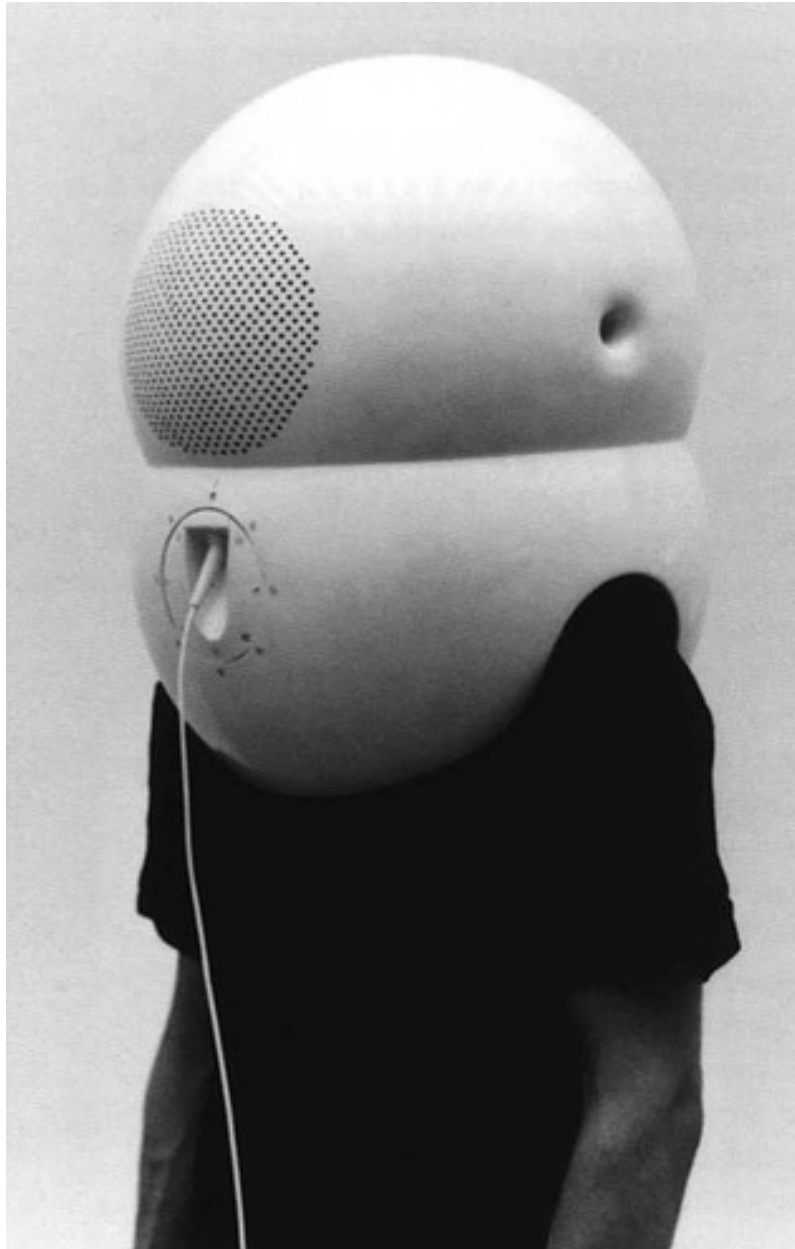
1.1.2.1. Walter Pichler

Walter Pichler (1936) es uno de los precursores de los movimientos antidesign y arquitectura radical; es austriaco, escultor, arquitecto, artista y artista de objetos.

Ha estado trabajando desde la década de 1960 como artista en la zona fronteriza entre la escultura y la arquitectura creando objetos, esculturas e instalaciones (en algunos casos móviles) y realiza diseños de arquitectura para una ciudad utópica con maquetas de plástico. Ideó como visionario ideas arquitectónicas en colaboración con Hans Hollein. Juntos iban a buscar en 1960 “la liberación de las limitaciones de la arquitectura en la construcción. Entre sus objetos destacan la TV-casco portátil y la máscara contra el apocalipsis medio ambiental y antiterrorismo.

¿Cómo pensar que el diseño es parte integral de la comprensión, para representar y provocar pensamientos sobre el futuro, cómo la evaluación del riesgo y planificación de escenarios crea su propio futuro y cómo la guerra contra el cambio climático ha sido creada a partir del mismo idioma y motivaciones como la guerra contra el terror?.

Pichler pone también gran énfasis en la artesanía de calidad y precisión, que combina los materiales que son difíciles de combinar.



WALTER PICHLER. Small Room (Prototype 4), 1967 Photographia: Werner Kaligofsky.

1.1.2.2. Gaetano Pesce

Gaetano Pesce nació en La Spezia, Italia en 1939, estudió arquitectura en la Universidad de Venecia y comenzó a trabajar en los años sesenta influido por los movimientos sociales de este período. Él trabajó para el arquitecto Carlo Scarpa y el escritor Bruno Zevi que han sido muy influyentes para él. Gaetano Pesce ha vivido en Milán, Marsella y París y ha estado viviendo y trabajando en Nueva York desde 1980.

Su obra se caracteriza por un enfoque interdisciplinario a la arquitectura y el diseño. También Gaetano Pesce ha enseñado en numerosas universidades, entre ellas la Cooper Union en Nueva York y la universidad de la arquitectura, en Estrasburgo.

Sus obras se encuentran en las colecciones de los museos más importantes de todo el mundo: el MoMA, el Metropolitan, el museo de arte moderno de San Francisco, el V & A Museum de Londres.

Dentro de la arquitectura, su edificio más famoso es la “construcción ecológica” en Osaka.



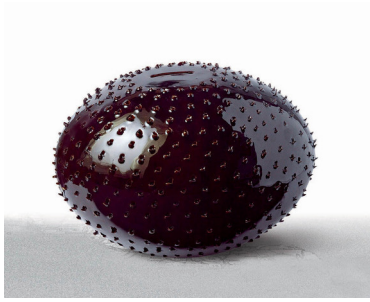


Puesta de sol en Nueva York, producido por Cassina, 1983.

1.1.2.3. Ugo la Pietra

Ugo la Pietra (1938), es arquitecto, artista y diseñador y ha desarrollado desde 1962 una actividad tendiente a la aclaración y definición de la relación "persona-entorno". El trabajo anterior ha hecho que este proceso de herramientas de conocimiento, (modelos de comprensión), tiendan a su vez a la típica relación "con el trabajo del espectador". Trabajó dentro y fuera de las disciplinas y se declara investigador en las artes visuales; artista anormal y por tanto difícil de clasificar.

Con su investigación desde 1960 ha pasado por distintas corrientes: el arte ("signo del arte", "arte conceptual", "arte ambiental," "Arte social", "arte narrativo", "artista de cine", "nueva escritura", "extra medio", "neo-eclecticismo, la arquitectura y el diseño radical). Ha promovido grupos de investigación (Grupo de Cenobio, La Luna Grupo Hare, Radical Design Group, herramientas Global, Cooperativa Maroncelli, Fábrica de Comunicación, Taller Libre) y exposiciones de un número elevado de operadores (artistas, arquitectos, diseñadores).



Cerámica de Ugo di Pietra

1.1.2.4. Ettore Sottsass

Ettore Sottsass (1917- 2007 en Milán) fue un importante arquitecto y diseñador italiano de la segunda mitad del siglo XX. Fundador del Grupo de diseño Memphis y un importante consultor de diseño para Olivetti.

Nacido en Austria, comenzó su carrera estudiando la Universidad Politécnica de Turín. Fue alumno por cuatro años y probó su gran talento escribiendo en arte y diseño interior con su compañero Luigi Spazapan. Al dejar la Universidad, Sottsass se enlistó en el ejército por tres años. Después de cumplir con su deber militar, trabajó para un grupo de arquitectos mientras instalaba su propia oficina en Milán, llamada “El Estudio”.

Sottsass se unió a Olivetti como consultor de diseño y trabajó allí por más de 20 años. Mientras tanto hizo muchas y nuevas cosas diferentes, diseñó la máquina de escribir “Valentina” (una revolución en el mercado), la calculadora Elea 9003, etc.

También fue internacionalmente conocido como arquitecto y se ha involucrado numerosos en proyectos alrededor del mundo. A lo largo de su carrera ha contado con la cooperación de amigos muy reconocidos en el campo de la arquitectura y el diseño como Aldo Cibic, James Irvine, Matteo Thun.

El 11 de diciembre de 1980, Ettore Sottsass organizó una reunión con algunos diseñadores famosos, para formar un grupo de diseño colaborativo. Se llamó Memphis después de que la canción de Bob Dylan, “Stuck Inside of Mobile with the Memphis Blues Again” sonara repetidamente durante esa tarde.

Este movimiento era una reacción contra los diseños “caja negra” post-Bauhaus de los 1970s y tenía un sentido del humor del que carecían los diseños pulidos y aburridos de esa época. Una época de minimalismo, en la que los productos tales como máquinas de escribir, edificios, cámaras y vehículos eran todos parecidos y carecían de personalidad e individualismo.

En cambio, Memphis ofreció piezas brillantes, coloridas e impactantes. Los colores que usaban contrastaban con los negros oscuros y marrones del mobiliario Europeo. Las palabras “Buen Gusto” no se asociaba normalmente con los productos de Memphis. Esto hacía sugerir que el diseño de Memphis era muy superficial, aunque el grupo intentó desarrollar una nueva y creativa aproximación al diseño.

Su inspiración estaba nutrida de otros movimientos como Art Deco y Pop Art, estilos como el Kitsch de primeros de los 50s y temas futuristas. Sus conceptos estaban rígidamente en contraposición con el supuesto “Good Design” (Buen Diseño) de Alemania.



Carlton room divider, 1981, Ettore Sottsass Jr. (Italian, b. 1917). Producido por Memphis, Milan, Italia.

1.1.2.5.Chema Madoz

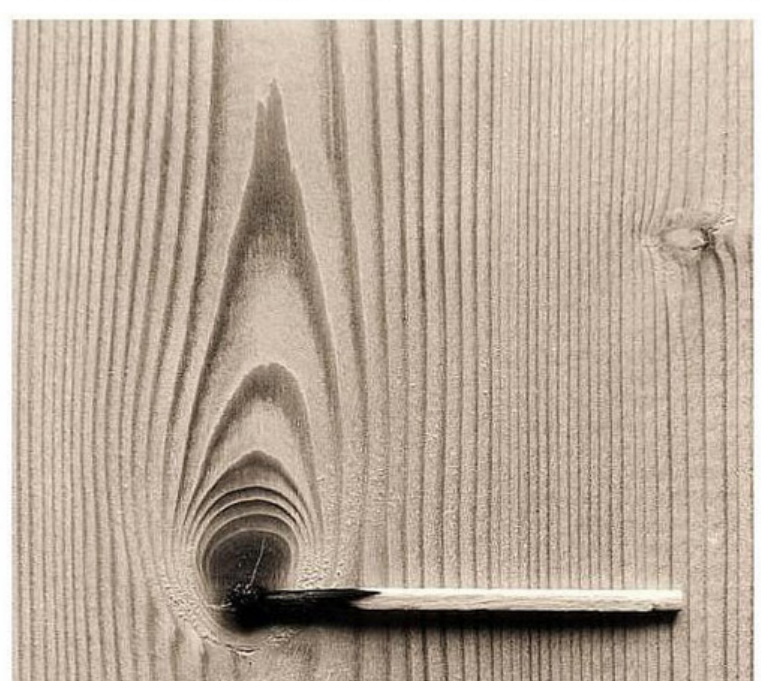
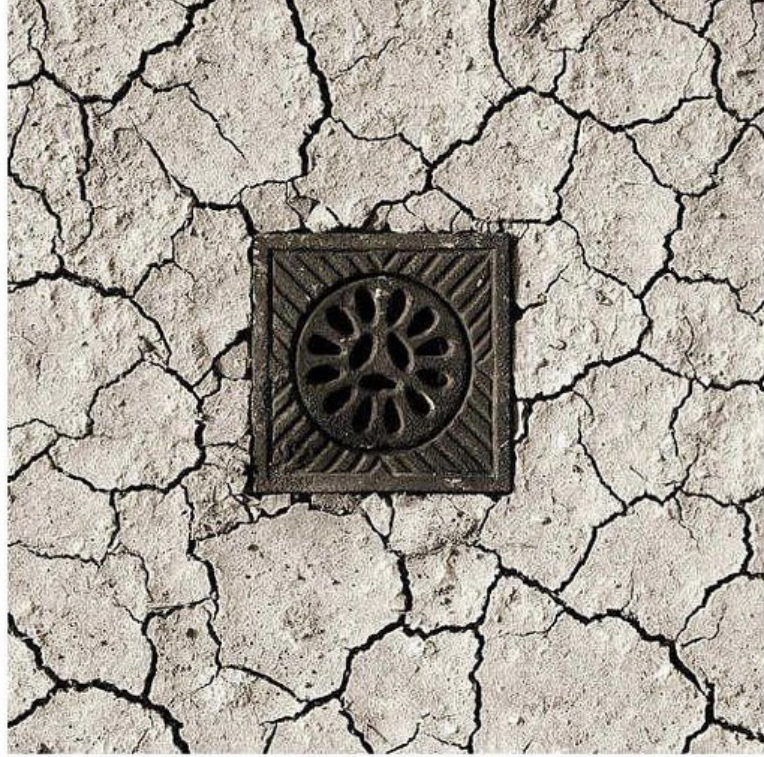
Chema Madoz (Madrid, 1958), reconocido fotógrafo español al que en el año 2000 le fue concedido el Premio Nacional de Fotografía. Ha realizado numerosas exposiciones individuales, tanto en España como en el extranjero y el conjunto de su obra, además de ser respetada por la crítica, está alcanzando unas cotas de popularidad impensables para otros artistas contemporáneos.

Amante del blanco y negro, su obra recoge imágenes extraídas de hábiles juegos de imaginación, en los que perspectivas y texturas tejen sus imágenes.

Chema Madoz trabaja con el sentido de las cosas como si se tratara efectivamente de materia. La tarea de materializar el sentido es sin duda un ejercicio poético y, por ello, resalta en primer término que se trata de una obra que produce una percepción esencialmente poética. Madoz utiliza los objetos y su representación gráfica como si fueran palabras de un vocabulario nítido. Analizando el azaroso mapa de señales que emiten las cosas desde el lugar que ocupan en el mundo, Madoz individualiza y desordena, confronta y manipula hasta conseguir mostrar un nuevo orden, una cara oculta del sentido, una nueva verdad simbólica que resalta por impacto el desorden de la lógica.

Las cosas, los objetos situados en un nuevo lugar, desnudos del entorno natural donde realizan su función, están ante la cámara emitiendo otras señales diferentes. Convertidos en signos están ahora literalmente hablando. O mejor, son imágenes que están literariamente hablando. Porque partiendo de la estética de la semejanza y la vecindad de referentes, **Madoz desplaza el sentido natural de los conceptos a otras comprensiones explotando al máximo sus capacidades simbólicas y resolviendo su discurso con figuras y tropos de honda relación con el lenguaje:** analogías, metáforas, paradojas o metonimias visuales que ofrecen al espectador un juego de percepción poética y le exigen una colaboración activa.

La obra de Madoz tiene, por tanto, una amplia vecindad literaria. Sus composiciones se acercan al poema minimalista y a la contraposición de imágenes poéticas que produce una explosión metafórica que evocan a los haikus orientales.



1.1.3. Investigación de mercado

1.1.3.1. Análisis de competencia. **Hulger.**

Compañía nacida en 2002 que toma los clásicos teléfonos obsoletos que nadie usa y los convierte en teléfonos móviles y teléfonos para Skype por puerto USB.

Los primeros prototipos fueron producidos bajo el nombre: Pokia y aparecieron por primera vez en la revista italiana PIG.



Pokia Stevenage



Pokia holborn

En 2004, se consolidó como industria artesanal de reciclado y re-apropiación de viejos teléfonos siendo testigo de una gran oleada de interés por parte de los medios de comunicación y tubo que cambiar el nombre por la presión de Nokia.

Pokia se convirtió en Hulger, llamada así por el abuelo del fundador, el Sr. Holger, un abogado danés que elegía sus objetos y tecnologías de forma que fueran muy duraderos y le ayudaran convenientemente en sus rituales diarios. El objeto favorito de Holger era un maltratado pero hermoso sillón de cuero que impulsó a su nieto en la ambición de crear tecnologías intemporales que no se desgasten en ninguna fecha.

El desarrollo del primer modelo, el P * PHONE, dirigió a Hulger a China para buscar un fabricante que comprendiera plenamente la idea y que se adaptara a los estándares de alta calidad.

El P * PHONE lanzado el 1 de junio de 2005, vendió a finales de año más de diez mil copias. Luego vino el CABLE Y *, permitiendo a la P * PHONE conectarse al PC para realizar llamadas telefónicas de Internet. Gente de todo el mundo comenzó a enchufar el aparato, para charlar con la familia, clientes, socios y amigos de forma gratuita.



En diciembre del 2005 dos nuevos diseños cobraron vida: el PIP y Penélope. Se pueden conectar tanto por cable como por Bluetooth, permitiendo este último el uso libre en Mac y PC.

El PENELOPE * PHONE se basa vagamente en los teléfonos gruesos de los años 20 y está creado en un plástico de gran resistencia y flexibilidad.



El TELÉFONO* PIP se inspiró en el estilo de los años 80s en general y en la icónica amarilla del Lotus Esprit en particular. El PIP fue diseñado como la línea Hulger más amistosa para el bolsillo, algo que un viajero puede elegir con el fin de esquivar las excesivas tarifas de itinerancia internacional.



A finales de verano del 2006, se puso en marcha Hulger Hide & Talk, una colección de edición especial, de teléfonos vestidos de cuero, diseñados y producidos en colaboración con Bill Amberg.

Finalmente, nos encontramos con el modelo Pappa*phone, hecho de madera de nogal americano y latón macizo. Este producto está diseñado para el 'no-desgaste', está hecho a mano y mejora con la edad.



1.1.3.2. Estudio de marcas

Las principales marcas a las que va destinado este producto son DROOG y ABR.

1.1.3.2.1. DROOG.

Droog se fundó en 1993 con sede en Amsterdam, como una declaración de diseño, un no-absurdo, según declaran ellos. Su forma de pensar los ha definido como un referente claro en la definición del diseño neerlandés internacional.

Droog valora lo que significa el ser humano, incluyendo la subjetividad, las nociones de belleza y significado, y el deseo de experiencias de alta calidad. Droog representa valores como la **autenticidad, el humor, la lentitud, la participación y la naturaleza.**

Co-fundado y dirigido por el historiador y crítico de arte, Ramakers Renny, Droog ha trabajado con diseñadores de renombre como Jurgen Bey, Remy Tejo, Marcel Wanders, Martí Guixé, arquitectos NEXT, Arnout Visser, Tjep, Laarman Joris y Richard Hutten. Produce productos, proyectos, exposiciones y eventos que han sido ampliamente publicados y recogidos por los museos de todo el mundo.

Sus instalaciones cuentan con tienda principal, oficina, laboratorio y fábrica y de salida. También tienen tienda en Nueva York y en Tokio, y sus productos se distribuyen en todo el mundo.



Martí Guixé, "Tape frame"



Chris Kabel, "Sticky Lamp"



Remy Tejo "Rag chair"

1.1.3.2.2. ABR

Dentro del panorama del diseño español, el nacimiento de una nueva editora de mobiliario es todo un acontecimiento. Sobre todo porque son contadas las que tenemos. No sirve de nada que en este país haya miles de profesionales y escuelas a reventar de futuros diseñadores si después no existen suficientes empresas que puedan dar cabida y salida a su talento. Digamos una vez más que los diseñadores, por brillantes que sean, no son nada si no tienen una empresa que se juegue los cuartos produciendo sus diseños.

Esta empresa es una editora, que no es lo mismo que ser un fabricante. Entre la fauna del diseño, la editora es una especie muy catalana que tiene antecedentes en marcas ilustres como Bd Ediciones de Diseño, Santa & Cole o Mobles 114, ejemplos históricos del diseño patrio.

ABR opera igual que ellos: no tiene fábrica propia y busca el industrial o proveedor más adecuado para cada proyecto, que puede estar en un polígono cercano o allá en la China. No puede ser de otra forma si la editora hace un poco de todo y en un mismo catálogo caben lámparas, maceteros, muebles auxiliares, estanterías, perchas, asientos y hasta la mismísima Virgen de la Memoria.

Ese **eclecticismo** y esas ganas de probarlo todo son un síntoma inconfundible de juventud. Como también lo es la mezcla de **valentía, humor y simpatía**.

En la dirección general de ABR (acrónimo de ABReviatura, nombre heredado de una antigua empresa barcelonesa), está Marc Hernández, y la batuta de la dirección creativa la lleva Toni Pallejà (Estudio Porcuatro).



Ramón Úbeda y Otto Canalda, "Cul es Cul"



Luis Eslava, "Maria USB"

1.2. Diseño conceptual

1.2.1. Diseño anticonsumista

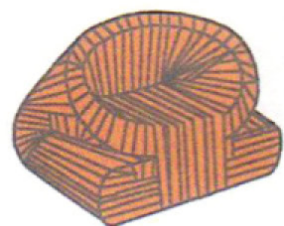
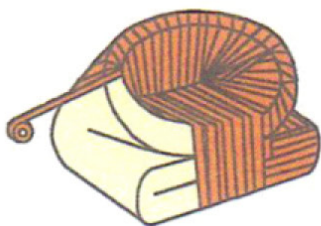
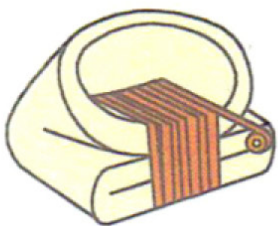
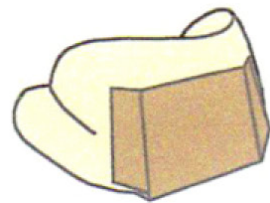
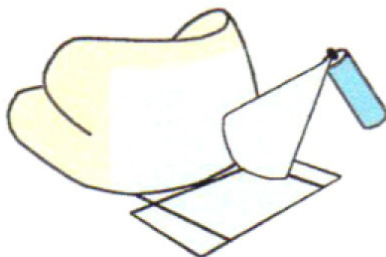
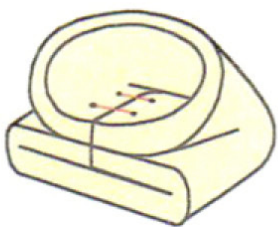
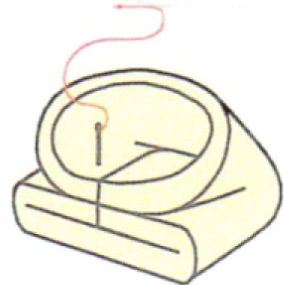
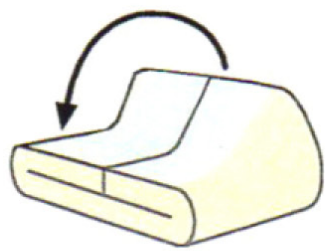
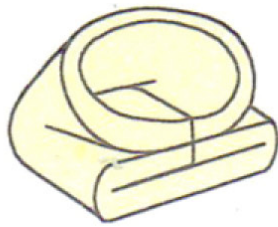
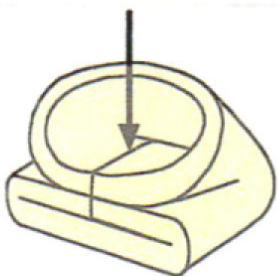
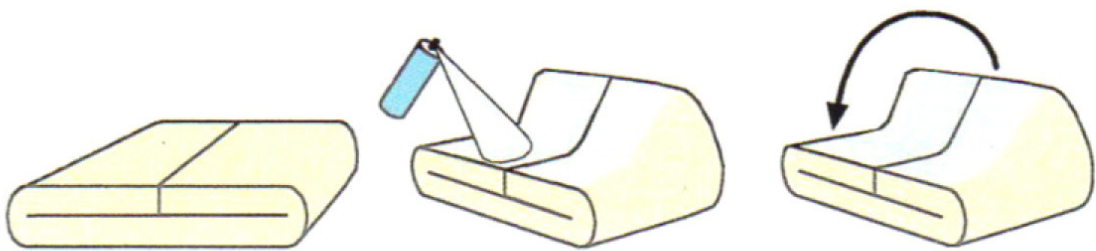
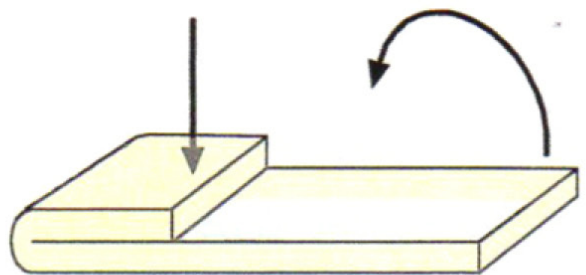
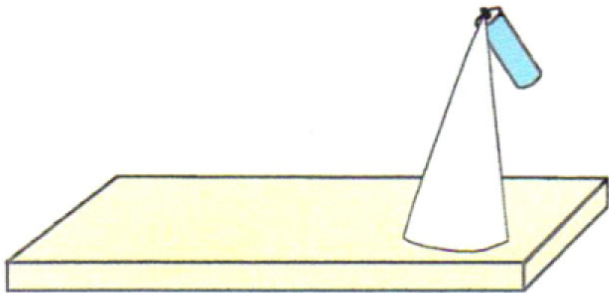
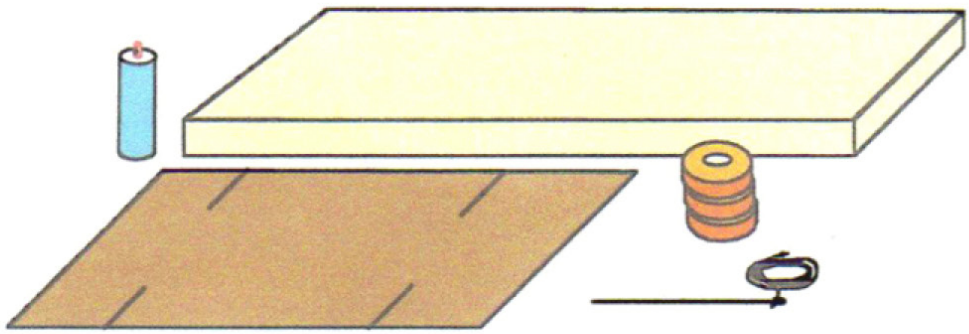
La premisa conceptual en este producto es la búsqueda de un objeto no tecnológicamente perfecto; un objeto con función anticonsumista, **que no promueva el crear necesidades, si no que suscite ideas.**

Como representantes en España de este tipo de diseño tenemos a “El último grito y Martí Guixé”

1.2.1.1. El último grito

El Ultimo Grito es la colaboración creativa de Rosario Hurtado y Roberto Feo. El estudio se fundó en 1997 en Londres y trabaja investigando continuamente las relaciones entre los objetos y la cultura, explorando las distintas disciplinas en una amplia variedad de proyectos que van desde interiores a proyectos gráficos. Su trabajo ha sido ampliamente publicado, premiado y exhibido en colecciones permanentes y temporales de diseño.





1.2.1.2. Martí Guixé

Martí Guixé es un gran diseñador con un gran curriculum académico que ha trabajado para las más famosas empresas. Pero como hoy los revolucionarios nacen dentro de las instituciones que los forman, Martí revoluciona el diseño mediante la hibridación de áreas como la antropología, el humor, la gastronomía, la tipografía, las ciencias humanas, ciencias exactas, el rendimiento y el diseño.

Él analiza las situaciones, el comportamiento y los gestos y propone soluciones eficaces y radicales con la ergonomía mínima, liberándose de la imagen de un cuerpo idealizado donde la perspectiva tecnocrática trata de crear la forma correcta. Como un visionario de su tiempo que transforma las cosas con sus ojos, él se inventa las comodidades indispensables del siglo veintiuno.



1.2.2. Objetivos

Retrophone se concibe como un acto de rebelión, pretende ser radical y hacernos reflexionar sobre lo que hemos ganado y perdido con el progreso de la telecomunicación. Hasta que punto nos interesa la continua vigilancia y observación, si nos gusta saciar nuestro ego con el control y la sobre-comunicación.

Con este producto se explota al máximo la capacidad simbólica del objeto dotándole de una doble lectura, la de teléfono antiguo y la de pieza de ajedrez.

Retrophone trae la humanidad de nuevo a la ecuación, donde la funcionalidad ya no juega un papel principal. La simplicidad del producto permite sentir la forma y la personalidad. **Retrophone** es una celebración de nuestra alegría, del humor y la ironía innato en todas las personas. Estas características, combinadas con altos estándares de calidad y diseño, definen el producto como altamente innovador y con gran durabilidad..

Los productos tecnológicos quedan obsoletos enseguida; somos engatusados para consumir teléfonos multifunción de carcasas brillantes, con cámara, internet, música, películas, libros..., que tienen una fugaz vida útil de un año y medio

Con esta pieza se persigue crear un móvil de alta calidad y durabilidad, diseñado para el no desgaste y que embellezca con la edad. Por esto se ha optado por la elección de tres materiales: madera de nogal macizo, plata y plástico de alta resistencia El primero, nogal, estará tallado a mano.

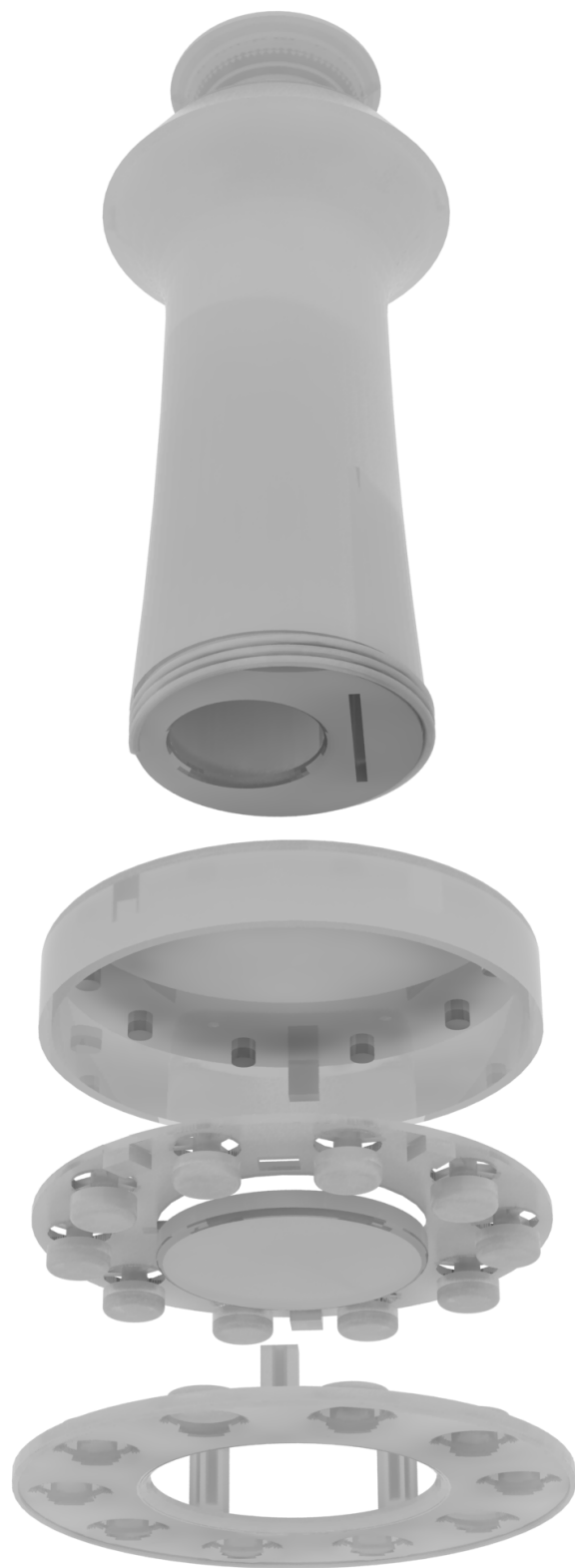
Este objeto responde a unos requisitos estéticos y simbólicos. Además de su función práctica tiene connotaciones nostálgicas. Su aspecto semántico es de gran importancia ya que muestra psicológicamente su función a la vez que nos suscita ideas.



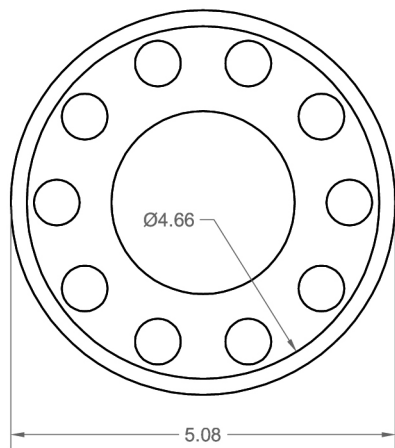
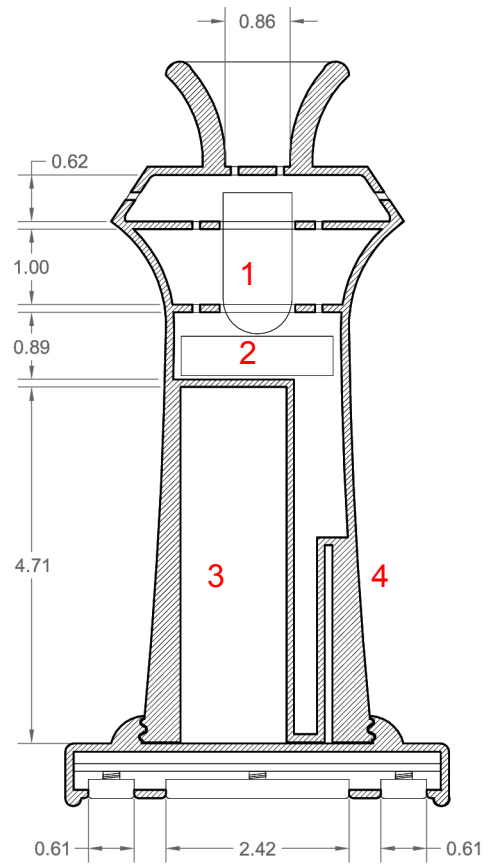
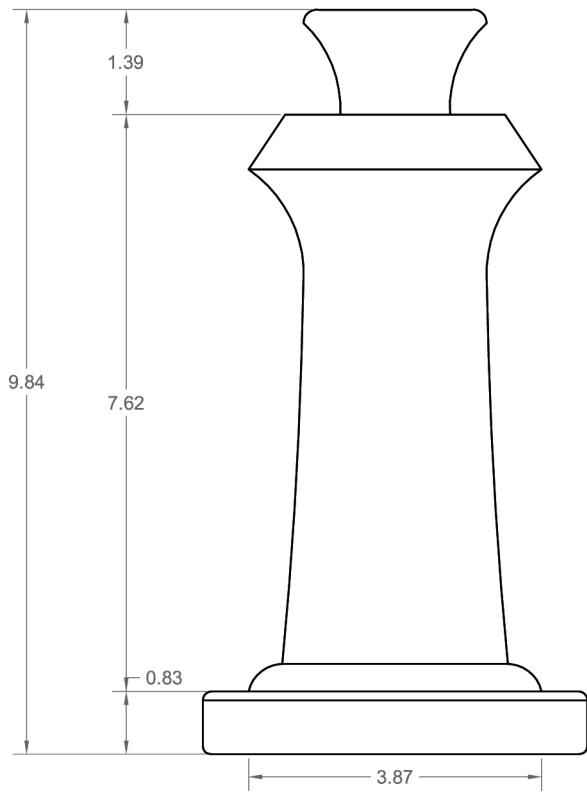


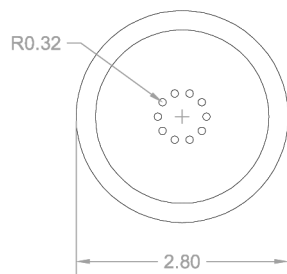
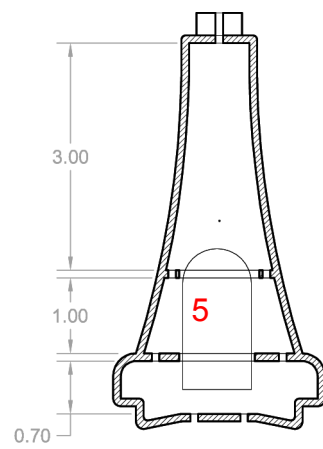
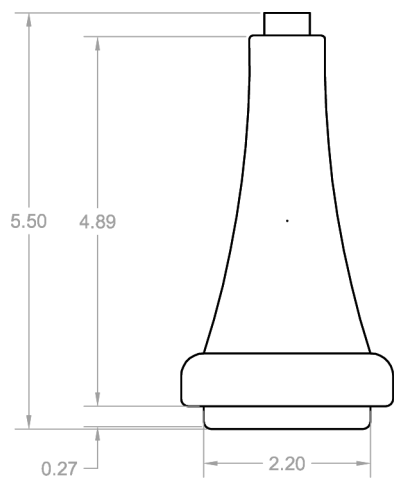
RETROPHONE

1.3. Modelado de superficies y presentación:



1.3.1. Planos técnicos
1.3.1.1. Planos 2D dimensionales

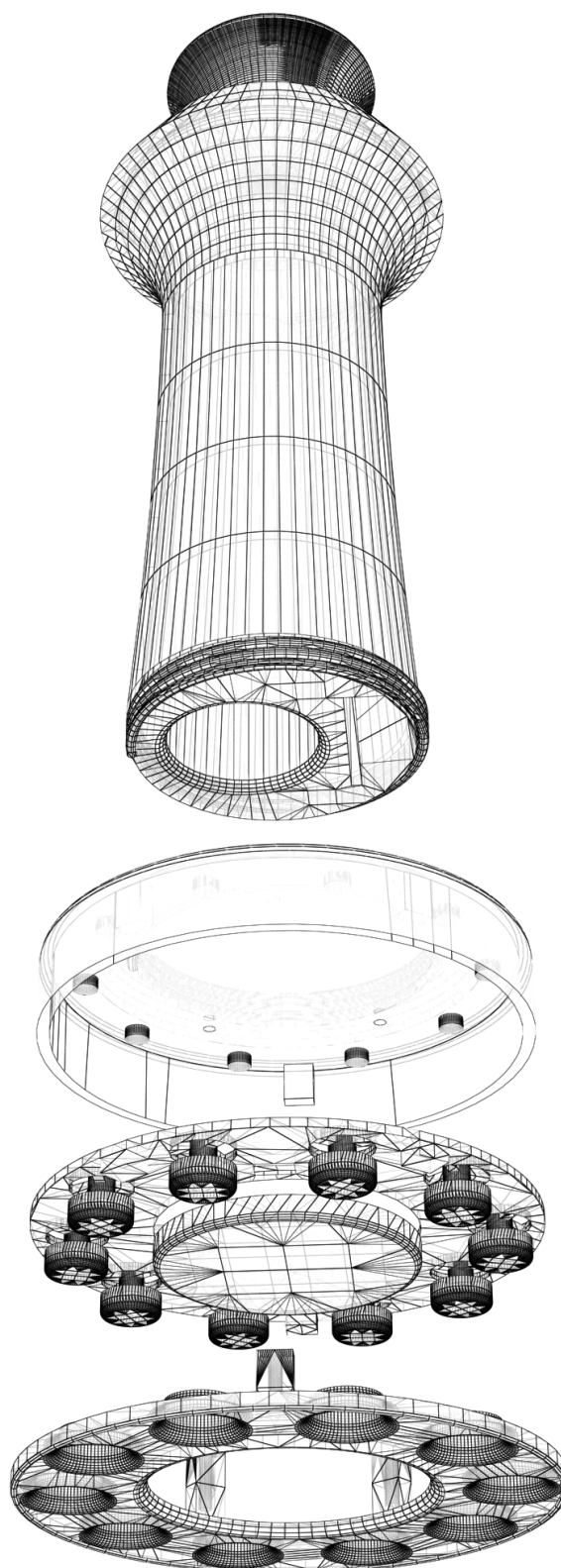


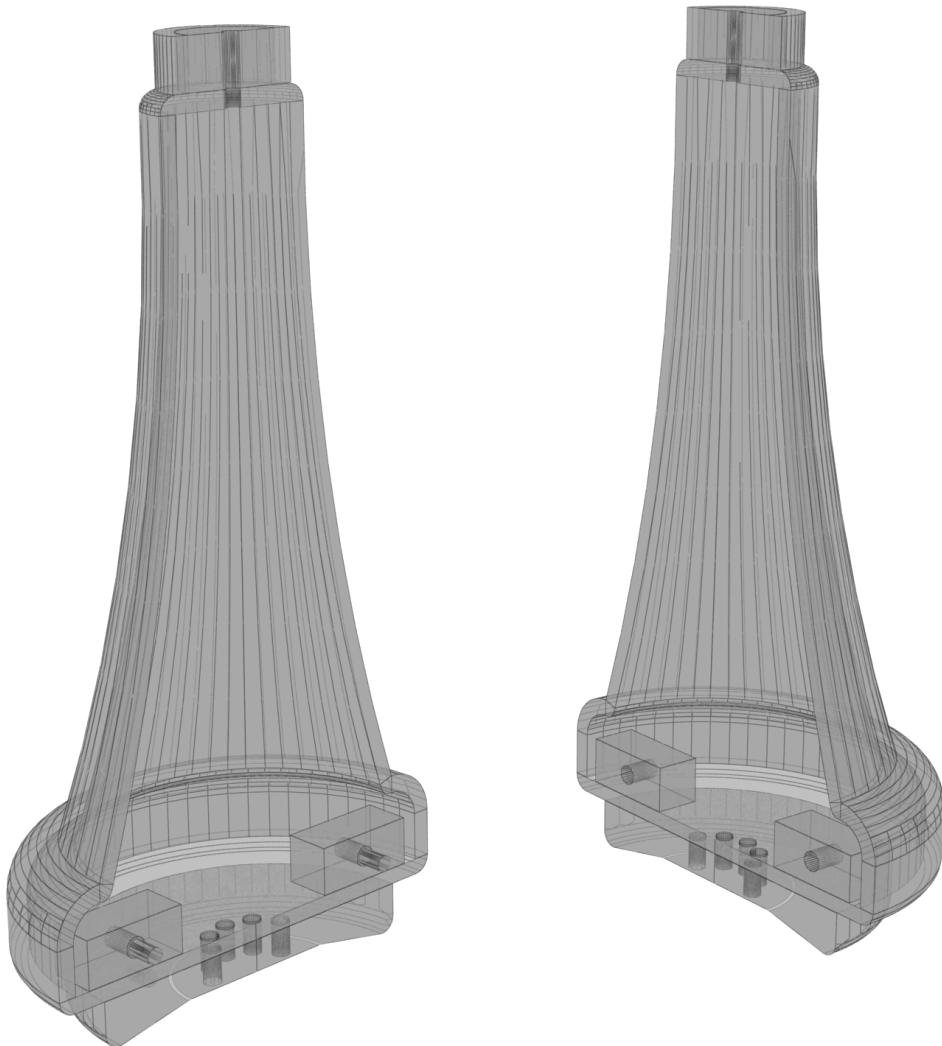


1. Micro
2. Microprocesador
3. Pila AA 1,5W
4. Tarjeta telefónica
5. Auricular



1.3.1.2. Planos 3D dimensionales y constructivos:





1.3.2. Renders:



Pieza de plástico



Pieza de plata



Pieza de madera

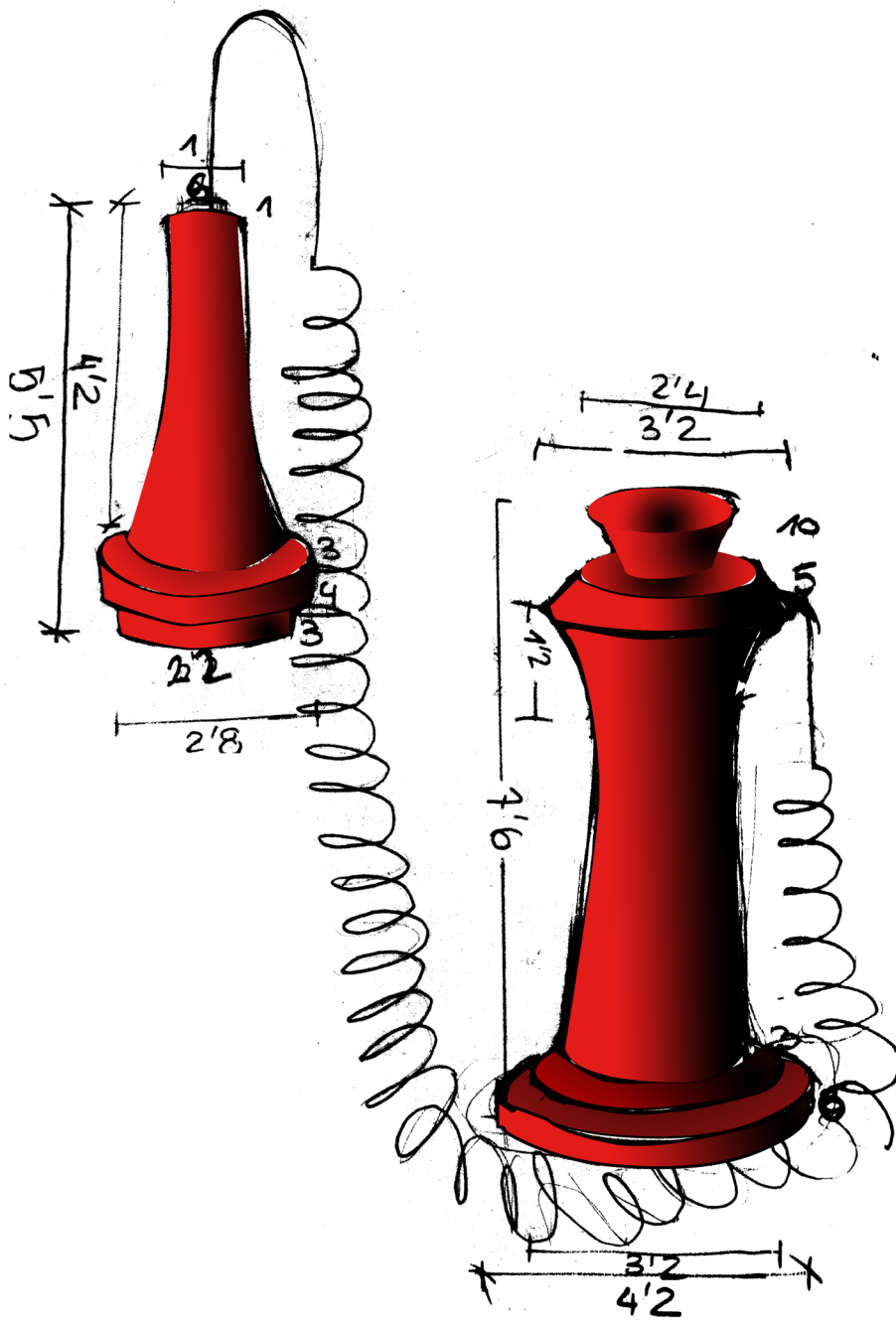


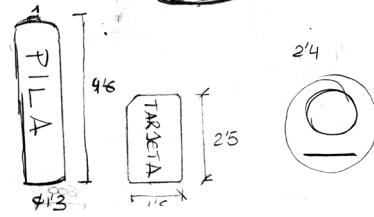
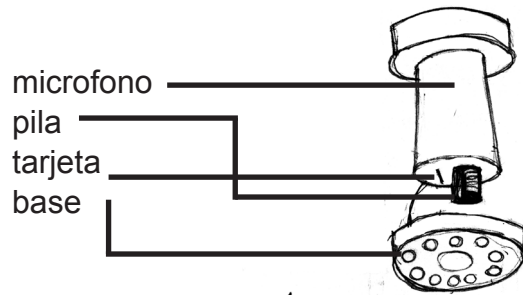




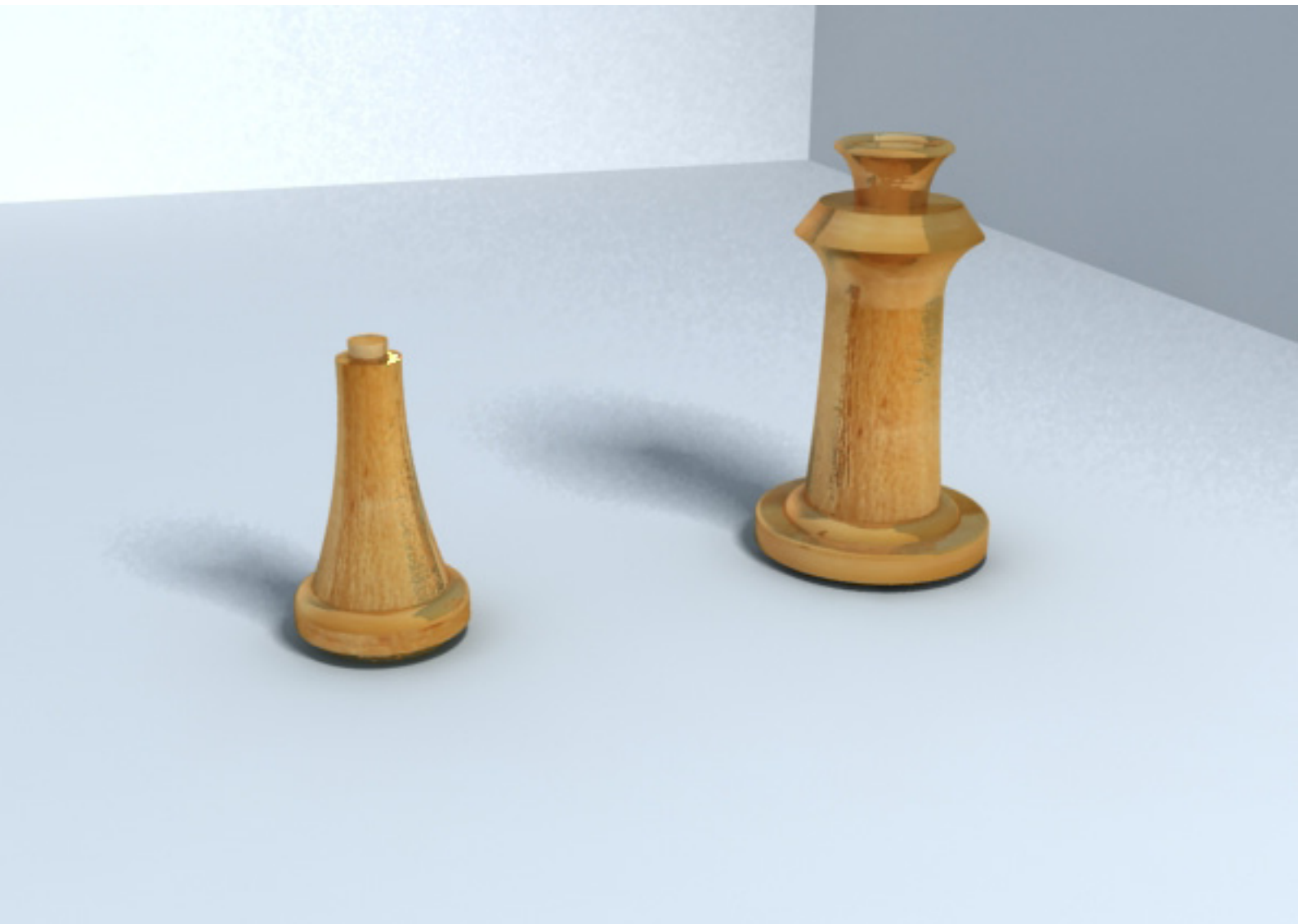
1.4. Desarrollo del producto:

1.4.1. Bocetos:





1.4.2. Evolución

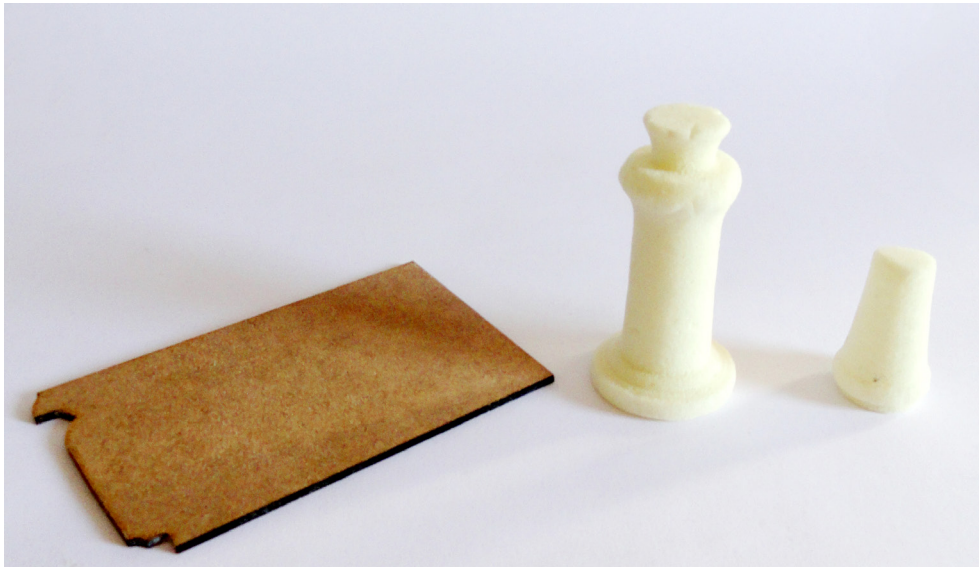




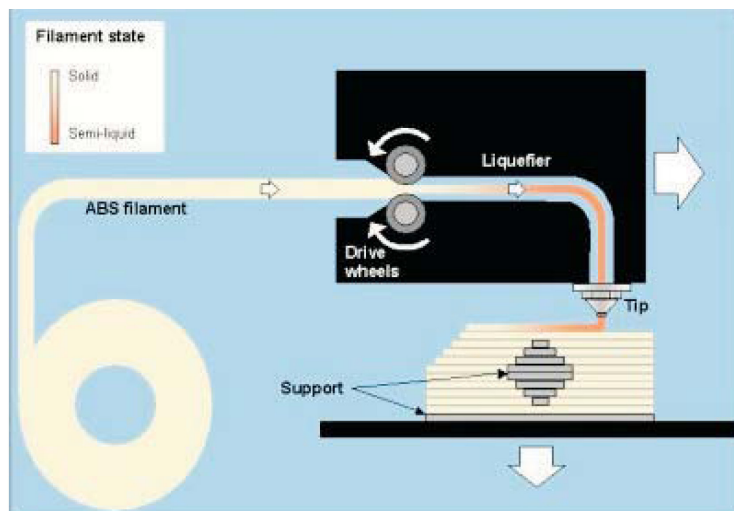


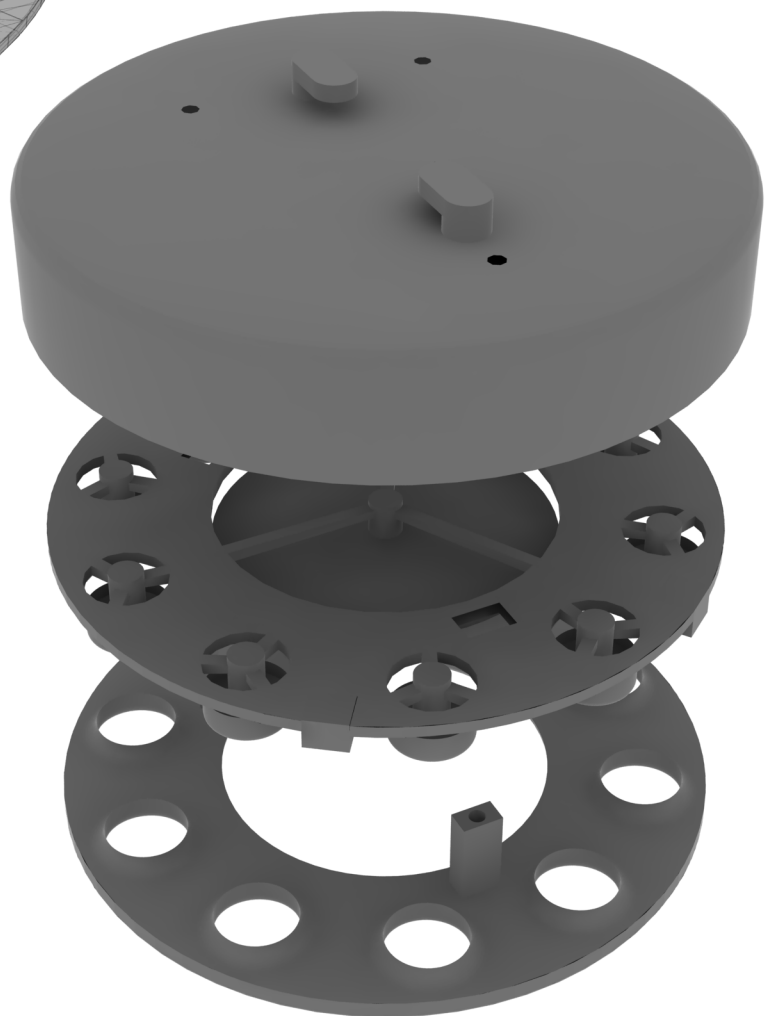
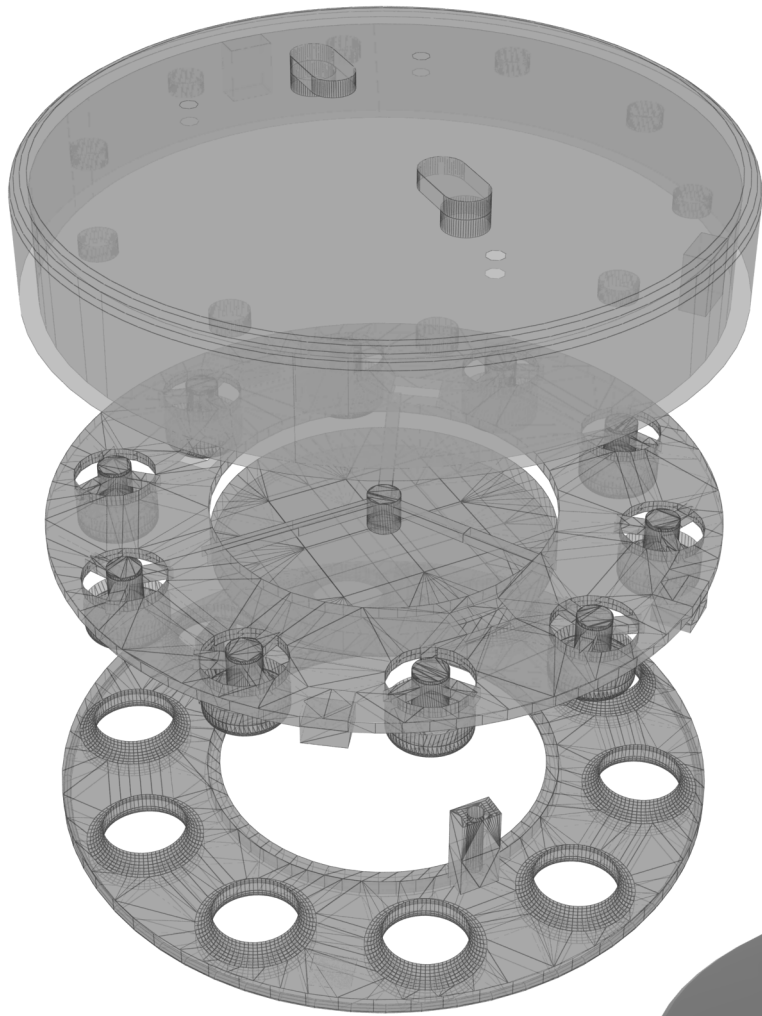
1.5. Seguimiento técnico de la maqueta:

La primera maqueta se ha realizado con espuma de poliuretano de densidad media torneada. Se ha dibujado y cortado el contramolde del perfil con láser.



La siguiente maqueta se realizará por modelado por deposición de hilo fundido (FDM). Se fabrica fundiendo plástico ABS capa a capa y creandose un soporte soluble para su correcta eliminación. Este proceso es el más rápido y económico a falta de aplicarle un lijado y pintura en spray.

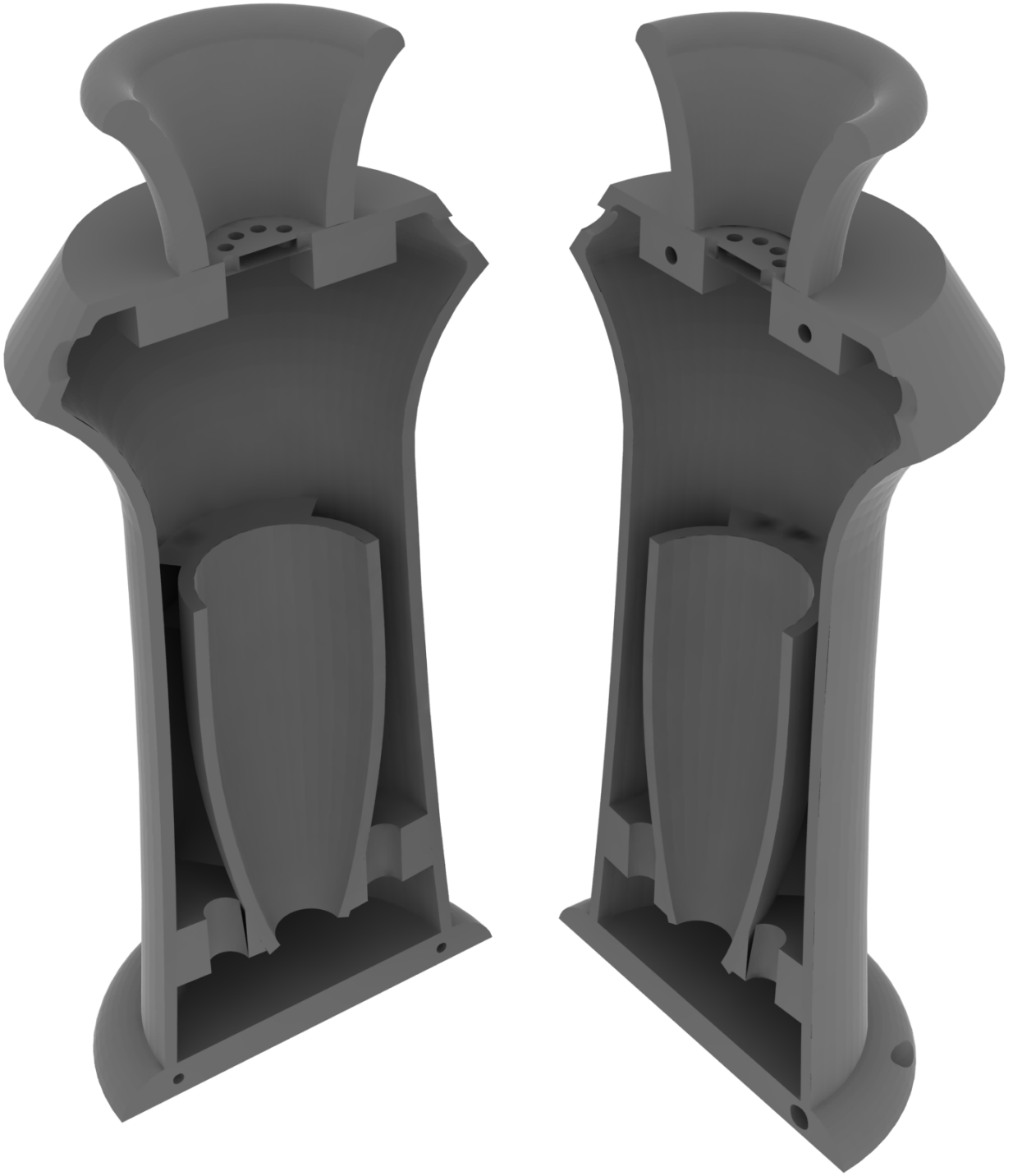


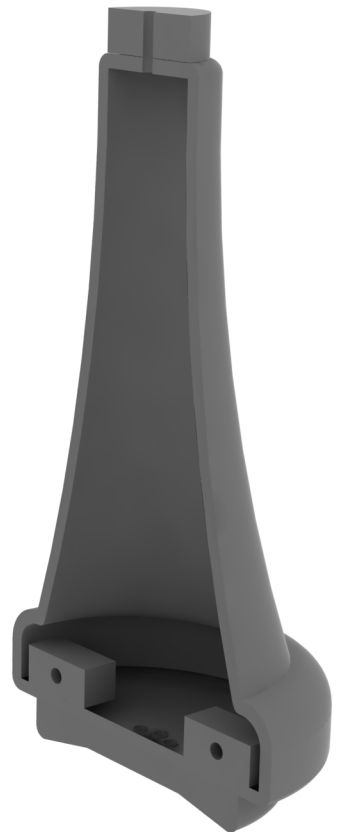
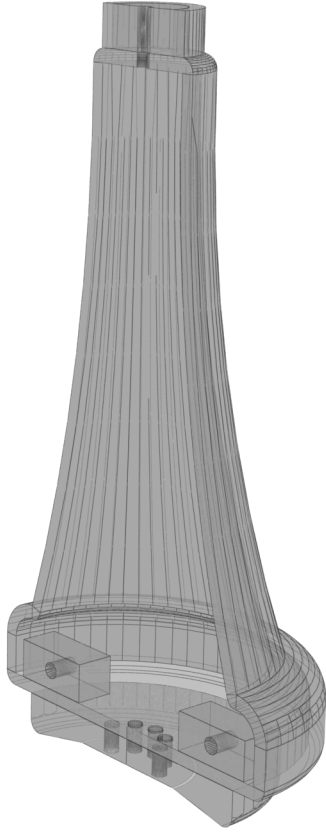
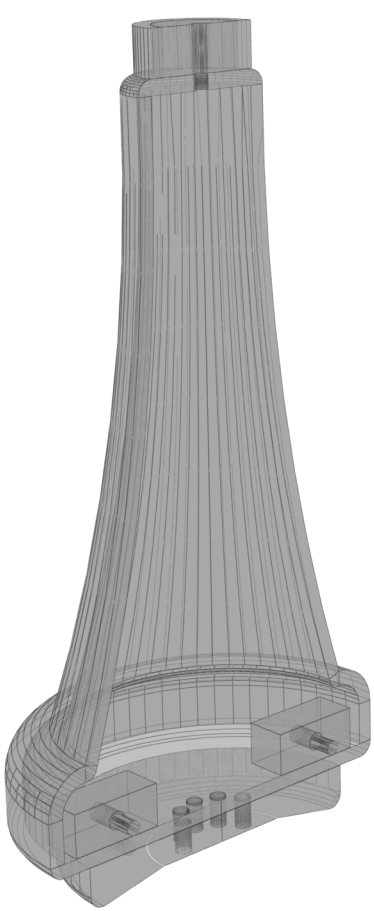


Despieze base para prototipo



Despieze pieza micro





Despieze pieza auricular

Para la realización del cable se ha optado por el rizado sometiendo al cable a un alto contraste de temperatura; primero sumergiéndolo ya rizado sobre un eje en agua hirviendo para rápidamente sumergirlo en hielo.



2. ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

El teléfono estará formado por 3 piezas principales: pieza micrófono, pieza auricular y cable.

2.1. Carcasa del micrófono y auricular:

2.1.1. Materiales:

Los materiales de las carcasas serán tres. Madera de nogal macizo, plata de ley y plástico de poliamida para el teléfono de la gama baja.

- La madera de nogal es una madera noble procedente de América de fácil talla, su precio oscila los 1000-1500 €/m³.
- Plata de ley: La plata es un metal muy dúctil y maleable de acuñar, algo más duro que el oro, la plata presenta un brillo blanco metálico susceptible al pulimento. Tiene la más alta conductividad eléctrica de todos los metales, por lo que se le aplicará un aislamiento proyectado de poliuretano. La plata pura también presenta el color más blanco y el mayor índice de reflexión de todos los metales. Su precio a día 28 de mayo de 2010 se encuentra en 18,4 dólares por onza.
- Plástico de poliamida de alto rendimiento marca Dupont, tipo Amida Ti-Pure® R-105, caracterizado por estabilidad de rendimiento mecánico, térmico y reológico. Ti-Pure® R-105 es un grado de dióxido de titanio de máxima durabilidad recomendado para todas las aplicaciones que requieren una vida útil muy prolongada. Ti-Pure® R-105 es un pigmento de TiO₂ rutilico fabricado mediante el proceso de cloruro, que permite elaborar un TiO₂ brillante de excelente opacidad que permite la obtención de un color limpio y brillante. Su precio es variable según cantidad de unidades.

2.1.2. Procesos de fabricación:

- El modelo de nogal se fabrica con torno y gubia, es un proceso artesanal de fácil talla, ya que no provoca irritación en manos, ojos y sistema respiratorio como es el caso de la teca y demás maderas tropicales duras y pesadas.

- La pieza de plata se realiza por el proceso de fundición en cera perdida o microfusión, donde se realizan múltiples copias a partir de un modelo original. Primero se genera el prototipo de ABS o cera y a partir de éste se hace un molde de hule. El molde se fabrica forrando la pieza con marco metálico y colocándola en la prensa vulcanizadora. Después se retira el hule y se corta con bisturí. El siguiente paso es inyectar cera al molde de goma que una vez se enfríe se saca del molde. Sobre una base de goma se pone un eje de cera y se arma un árbol con las piezas de cera al eje. Sobre la base de goma con su árbol de cera se monta un cilindro de acero llamado cubilete y se cubre con investimento, (plata). Cuando solidifique la plata se cuece la pieza para eliminar la cera y se procede al vaciado del metal que se realiza con una máquina al vacío. Después se le da un recubrimiento interior de espuma de poliuretano proyectado para evitar la conductividad de la plata. Una vez esté la pieza se la pule y se le da un baño de rodio para que la plata no oxide y quede blanca.

- La pieza de poliamida se realiza con moldeo por inyección con molde de acero. El moldeo por inyección es un proceso semicontinuo que consiste en inyectar la poliamida o cualquier otro polímero en estado fundido en el molde cerrado a presión y frío, a través de un orificio pequeño llamado compuerta. En ese molde el material se solidifica, comenzando a cristalizar en polímeros semicristalinos. La pieza o parte final se obtiene al abrir el molde y sacar de la cavidad la pieza moldeada. Los acabados serán en rojo, blanco y negro.

2.2. Pieza Micrófono:

Sus partes son microprocesador, teclado, batería y micrófono

2.2.1. Microprocesador:

Desde el punto de vista funcional, un microprocesador es un circuito integrado que incorpora en su interior una unidad central de proceso (CPU) y todo un conjunto de elementos lógicos que permiten enlazar otros dispositivos como memorias y puertos de entrada y salida (I/O), formando un sistema completo para cumplir con una aplicación específica dentro del mundo real. Para que el sistema pueda realizar su labor debe ejecutar paso a paso un programa que consiste en una secuencia de números binarios o instrucciones, almacenándolas en uno

o más elementos de memoria, generalmente externos al mismo. En este caso, las funciones para las que se programará el microprocesador serán lectura de tarjeta telefónica, llamada, recepción de llamada y servicio de contestador automático. Este microprocesador estará en una placa de 15 mm de diámetro albergada en la base de la pieza.

2.2.2. Teclado:

El teclado de cada tipo de teléfono será de su mismo material, estará dispuesto en la base de forma circular con el botón de llamar y cuelgue en el centro y de mayor tamaño. El botón central al quedar presionado activa el contestador automático. Los números estarán grabados por sistema láser Co2 de grabado y corte Mercury, con sistema de autoenfoco Focal-Sharp TM. El grabado se coloreará en negro por Xerigrafía para dar más contraste y permitir la correcta visión del numerado.

2.2.3. Batería:

La batería será una pila AA de 1,5V recargable con el propio teléfono para evitar la obsolescencia y permitir intercambiarlo por cualquier pila en caso de que no pueda recargarse a la corriente. También se plantea el uso de pila solar, idea desarrollada por Pichaya.



El cargador de la pila será AC-MZR55 de 3V
Entrada: AC 30V 50/60 Hz 5w
Salida: DC 3V 500mA

2.2.4. Micrófono:

El micrófono será marca Shure distribuido por Ickrom S.A. Modelo WL50B Negro, sensibilidad estándar, cable unido de un metro con conector TA4F y pantallas anti-viento de espuma. Sus dimensiones son 5,8 mm de diámetro x 11 mm de alto.

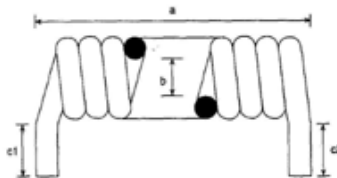
2.3 Pieza auricular:

2.3.1. Carcasa: De los mismos materiales que la carcasa del micro

2.3.2. Auricular: El auricular será mono marca Belkin con forma cilíndrica y medidas (12 mm de diámetro x 4,5 mm de alto)

2.4. Cable:

El cable será de PVC negro marca Rizoplast bipolar con 0,75mm de sección y 1 m de largo color negro de sección 0,14 m² y diámetro exterior 4,2 mm.



a: Longitud de la pieza en reposo: 1m

b: Diámetro exterior del rizo 4,2mm

c1: Longitud del extremo 15mm

c2: Longitud del extremo 15mm

Su blindaje exterior es de gran calidad y resistente a la abrasión a altas temperaturas. Con chaqueta de PVC para la durabilidad máxima. Maquinado de precisión de conectores enchapados en oro con la punta de una sola pieza para una máxima conductividad y confiabilidad. Precisión de formulado dieléctrico de polipropileno para la transferencia de señal y calidad de sonido único.

El cable irá conectado al micrófono y auricular por puerto mini-jack para poderse intercambiar por otro en su defecto.

2.5. Uniones:

Las carcasas estarán unidas por clipaje y la base del micro por tornillería de microtornillos marca CELO tipo Celoplast de 1,2mm de diámetro con blindado.



2.6. Normativa:

- UNE-EN 28073/AC: Normativa de tecnología en la información.
- UNE-EN 300008-1 V1.3.1 : Red Digital de Servicios Integrados
- UNE-139803: Normativa de telecomunicaciones
- UNE-EN 503061: Impacto ambiental en la telefonía móvil
- UNE-21022: Conductores de cables aislados
- UNE-ISO/IEC 17799: Seguridad en la información

3. ENTREGABLES

- Reflexión y análisis
- Bocetos
- Planos 2D CAD dimensionales
- Modelado matemático
- Renders de piezas, conjunto y comunicación
- Memoria técnica
- Fotomontajes
- Maqueta escala 1:1

COMUNICACIÓN









SALVA-MIRA
FOTOGRAFIES-2009

4.1. Mapa conceptual

Los valores que se tratarán de transmitir son la simplicidad, la honestidad, la nostalgia y la durabilidad. Se perseguirá satisfacer y transmitir los principios del diseñador Dieter Rams:

-El buen diseño es **innovador**.

Las posibilidades de innovar no están agotadas. El desarrollo tecnológico ofrece constantemente nuevas oportunidades para innovar en el diseño. Pero el diseño innovador siempre se desarrolla en conjunto con una tecnología innovadora, y no puede ser nunca un fin en sí mismo.

-El buen diseño hace al producto **útil**.

Un producto es comprado para ser utilizado. Debe satisfacer cierto criterio, no solo funcional, sino psicológico y estético. Un buen diseño enfatiza la utilidad de un producto, mientras ignora todo lo que pudiese afectar negativamente a esta.

-El buen diseño es **estético**.

La calidad estética de un producto es integral a su utilidad, porque productos que son utilizados a diario afectan a nuestra persona. Pero sólo objetos bien ejecutados pueden ser atractivos.

-El buen diseño hace al producto **comprensible**.

En el mejor de los casos se clarifica la estructura del producto, mejor aún, hace hablar al producto.

-El buen diseño es **discreto**.

Los productos que cumplen con un propósito son como herramientas. No son ni objetos decorativos ni obras de arte. El diseño debería ser neutro y moderado, para dejar lugar a la expresión propia del usuario.

-El buen diseño es **honesto**.

No hace al producto mas innovador, potente o valioso de lo que realmente es. No intenta manipular al consumidor con promesas que no pueden ser cumplidas

-El buen diseño es **longevo**.

Evita ser tendencioso y por lo tanto nunca parece anticuado. Al contrario que el diseño "a la moda", dura muchos años (incluso en la so-

ciudad de “usar-y-tirar” actual).

-El buen diseño es **consecuente** hasta el último detalle. Nada debe ser arbitrario o dejado al azar. Cuidado y precisión en el proceso de diseño muestra respeto hacia el consumidor.

-El buen diseño es **respetuoso con el medio ambiente**. El diseño hace una importante contribución a la conservación del medio ambiente. Economiza recursos y minimiza la contaminación física y visual durante el ciclo de vida del producto.

-El buen diseño es el **menor posible**. Menos, pero mejor; porque se concentra en los aspectos esenciales, y los productos no son sobrecargados con elementos accesorios. Pureza y simplicidad.

Para la comunicación se ha optado dos vertientes:

1. El producto con carácter simbólico, como metáfora y doble sentido. Enalzando el carácter poético del producto con un tono serio y formal, destinado a un consumidor de edad avanzada y poder adquisitivo medio-alto.

Esta comunicación se realizará con una imagen o conjunto de ellas que representen el producto en un tablero de ajedrez confundido como una pieza más. Se enfatiza la sobriedad, la elegancia y calidad. Uso del negro significando lujo y poder.

La posición de la pieza en un primer plano enfocada, frente a las fichas de ajedrez desenfocadas da protagonismo al producto a la vez que indican triunfo al estar las dos piezas erguidas como metáfora del juego de ajedrez. La disposición de las fichas no se ha querido realizar de forma estratégica contando una historia, si no que por el contrario están dispuestas de forma arbitraria, con el fin de no perder intensidad en el acto de comunicación del producto y resaltar el protagonismo del teléfono.













RETROPHONE

simple
honest
useful



droog
www.droog.com

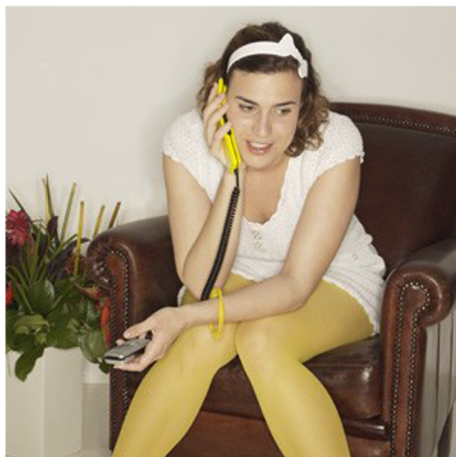
2. La segunda forma de comunicación por la que se ha optado es mediante la utilización del producto por personas. Las personas serán de diferentes edades y corrientes estéticas, transmitiendo cómo retrophone es apto para cualquier edad.

En este caso se han realizado unas fotografías a dos personas jóvenes con actitud espontánea, de juego y divertida. Se han utilizado de nuevo el blanco y negro y en este caso para captar al cliente más joven se ha creado un fondo rojo que transmita fuerza, vida, energía y vibración. Así se denota frescura, innovación y también alegría.





hulger



RETROPHONE



ABR.
www.abrproduccion.com



RETROPHONE



ABR.
www.abrproduccion.com

Bibliografía:

- Walter Pichler - 111 dibujos, Residenz Verlag, Salzburgo 1973
- Chema Madoz: Objetos, 1990-1999. Madrid: Museo nacional centro de arte Reina Sofía.
- Abandon Architectures: Roberto Feo y Rosario Hurtado. Ed. Name Publications, 2009.
- Warhol. Honnef, Klaus. Ed. Taschen, 1989.
- Moderno, Postmoderno, milenario.: Gillo Dorfles y Francisco Jarauta. Revista Experimenta nº8, 1995.
- Revista Wallpaper, octubre 2008.
- Así se hace. Técnicas de fabricación para diseño de producto. Chris Lefteri. Ed. Blume. Barcelona, 2008.
- Materiales para un diseño creativo. Plástico. Chris Lefteri. Ed. McGraw-Hill, México, 2002.
- Diseño para fabricación y ensamblaje. Ed. Fundación Prodin-tec, Gijón, 2010.
- Paradoja del diseñador. J.F. Lyotard: Moralidades postmodernas. Ed. Tecnos, 1996.
- Semántica del objeto. Valores comunicativos y simbólicos. Roland Barthes: Conferencia pronunciada en septiembre de 1964.
- Símbolo, comunicación y consumo. Gillo Dorfles. Ed. Lumen, 1984.
- El sistema de los objetos. J. Braudillard: siglo XXI, 1987.
- Diseño, historia, teoría y práctica del diseño Industrial. B.E. Burdek., Gustavo Pili, Barcelona, 1994.
- Catálogo de la exposición de la Documenta IV: IV documentación. Exposición internacional, catálogo: Volumen 1: (pintura y escultura), Volumen 2: (gráficos y objetos), Kassel 1968.
- Kimpel, Harald / Stengel, Karin: Documenta IV Exposición Internacional en 1968 - una reconstrucción fotográfica (serie del archivo de documentación), Bremen de 2007.
- Nowhere/Now/here. Explorando nuevas líneas de investigación en el diseño contemporáneo. Ed. Laboral Centro de Arte. Gijón, 2009.

