

# Arte y diseño

## diálogos

el tema que hoy nos convoca es la relación entre arte y diseño, y para ello es necesario indagar sobre nuestro punto de partida de ambos términos. Entonces, al decir diseño nos referiremos al conjunto de actos de reflexión y formalización material que intervienen en el proceso creativo de una obra original (gráfica, objetual, arquitectónica, ambiental), lo cual es fruto de una combinatoria particular -mental y técnica- de planificación, ideación, proyección y desarrollo, en búsqueda de un modelo o prototipo destinado a su reproducción/producción y difusión por medios industriales (Gérard Blanchard).

Y desde su trascendencia social y cultural, el arte es el resultado de propuestas que sólo alcanzan su culminación cuando son asumidas como propias por otros individuos que les dan nuevos y diversos sentidos (Jiménez, 2002, 11). Y el término arte será abordado también desde la noción: arte contemporáneo, entendiendo por ello como aquel hacer artístico que se desarrolla en un mismo lapso temporal a un referente.

Teniendo en cuenta estos puntos de partida es que nos centraremos en escribir acerca de una fuerte influencia de estilo que convive e inspira al arte y al diseño contemporáneo.

Una de las características notorias del arte contemporáneo es que vislumbra la imposibilidad de seguir creando desde los preceptos de originalidad y novedad (que son los elementos propios de la modernidad); en lugar de ello se elaboran reinterpretaciones, resignificaciones y reflexiones en torno a la cultura existente, con el fin de ampliar el concepto de arte.

También el arte contemporáneo incluye el surgimiento de nuevos sistemas de representación. Por lo tanto las imágenes que se producen en nuestra época, integran el conocimiento obtenido a través de diversas disciplinas; de ahí su carácter múltiple y, a veces, desconcertante.

Un claro ejemplo de ello es lo sucedido en el año 1917, cuando Marcel Duchamp participó en el salón de artistas independientes de Nueva York, donde expuso un urinario normal y corriente. Pero este urinario fuera del baño fue convertido en una pieza exhibida, digna de observarse por la curvatura de sus formas, su ergonomía o la calidad de su diseño. A este acto trasgresor, e inédito, Duchamp lo denominó *ready-made*, que significa "objetos manufacturados promovidos a la dignidad de objetos de arte por la sola elección del artista" (Jiménez, 2002, 31).

Lo ocurrente de los llamados *ready-made* es que son objetos que al sacarlos de su contexto original proclaman otro tipo de percepción ya que son artefactos que nos obligan a pensar el arte como un hecho que no depende en su totalidad de la presencia física y tangible de un objeto especial, de una pincelada, de un trozo de mármol o de un dibujo, sino que la vivencia estética es también un asunto intelectual, que requiere de nuestro interés y capacidad para reflexionar ideas.

Ilustración de Ricardo Camarillo a partir de la obra de Marcel Duchamp,  
*In Advance of the Broken Arm*, 1915, Yale Center for British Art, New Haven, CT, USA.

# metodologías culturales

Sandra Martí

Teoría y Análisis

LOS *READY-MADE* SON UNA ESPECIE DE NACIMIENTO DE ARTE CONCEPTUAL, LAS IDEAS QUE RETROALIMENTAN A ESTE TIPO DE ARTE SON TOMADAS DE DIVERSOS DISCURSOS.

Por lo tanto podríamos citar que la aparición de los *ready-made* son una especie de nacimiento del arte conceptual, ya que éste se centra en reflexionar sobre aquellos conceptos que subyacen en la obra. Por lo tanto las ideas que retroalimentan a este tipo de arte son tomadas de los diversos discursos que portan la filosofía, el feminismo, el psicoanálisis, la psicología, el cine, la cultura y la política.

Ante lo dicho, la noción de artista también cambia notoriamente, ya que los artistas conceptuales diseñan proyectos de la más diversa índole. Entonces al artista conceptual se le concibe como un fabricante de ideas, o una persona que reflexiona sobre los diversos discursos sociales y ello socava las ideas tradicionales acerca del estatus del artista y del objeto artístico.

Las observaciones hasta aquí presentadas fueron concebidas hace casi un siglo. Lograr chispazos de poesía, sacando objetos anónimos de su contexto original puede parecer a simple vista una tontería; sin embargo, esta actitud conformó, por un lado, prestar atención a nuestra visualidad contemporánea llena de artefactos diseñados y, por otro, le brindó la oportunidad a los objetos ya conocidos, ser percibidos de otras maneras.

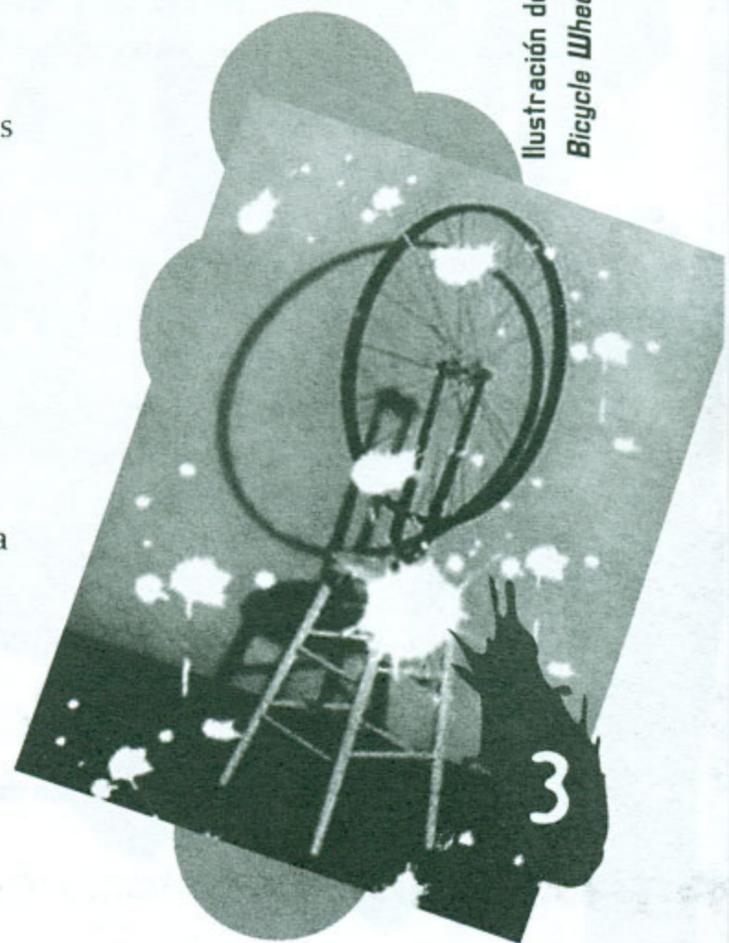
Toda esta experiencia de la que estamos hablando, pertenece a un arte discursivo que se centra en conceptualizar a la experiencia estética, a través de diversos medios como objetos, textos, mapas, diagramas, escritura de ensayos, apropiaciones de otras obras, artículos teóricos, cine/video, fotografías, instalaciones, arte sonoro, intervenciones espaciales o performances que pueden exhibirse en galerías, museos o ser un proyecto diseñado para un lugar específico (incluido el espacio público).

Hasta aquí hemos precisado algunas reflexiones explicativas sobre lo que es el arte conceptual diseñado como una tendencia entre otras de nuestro tiempo. De allí que observemos que existen numerosos artistas, diseñadores y publicistas, incorporando este lenguaje. Quizás la influencia que él mismo ejerce es que al no formar parte de reglas fijas tanto escénicas, técnicas como formales, permite fusionar diversos lenguajes artísticos y tecnológicos que propician dar respuestas adecuadas a determinados problemas.

Entonces arriesgaremos en decir que este mecanismo de acción seguirá su curso por un buen rato, ya que en otros ámbitos, como en la publicidad, cambiar de contexto a objetos, imágenes y sonidos, provoca encuentros ocurrentes y sorprendentes que logran resolver procesos de síntesis del mensaje.

Esta misma necesidad de construir procesos de síntesis del mensaje, interpretar signos e inventar conexiones, es requerida en el ámbito del diseño gráfico. Pero nos encontramos enunciando que quizás el estilo conceptual sea uno de los preferidos en esta época, recordando que para el diseño gráfico los estilos formales deben procurar no ser ni aciertos ni fórmulas para la resolución de problemas, sino más bien la resolución del problema es lo que determina qué tipo de argumento y estilo se adecuan a determinadas respuestas.

Ilustración de Ricardo Camarillo a partir de la obra de Marcel Duchamp, *Bicycle Wheel/Roue de bicyclette*, 1913, original lost.



Por lo tanto, pensamos que un compromiso formal no es recomendable, sino la oportunidad de considerar el dominio de un amplio espectro de posibilidades expresivas que nos enseñen a materializar los mensajes, ya que un diseñador debe procurar no estar afiliado a maneras desde donde se estabilizan las apariencias formales. En otras palabras considerar a los estilos de la representación como un repertorio válido de acudir en determinadas oportunidades que se requieran.

Sin embargo, pensamos que lo que les atrae del estilo a los diseñadores gráficos de nuestra época es que, como tal, nace desde una búsqueda que aspira a trascender lo formal, o sea que en sí mismo trasciende la mera apariencia de la imagen, para poder así profundizar ideas y experiencias que los objetos y las imágenes evocan sobre los receptores.

Esta capacidad de asociar ideas, argumentos y estilos es algo que tienen en común el arte y el diseño de nuestro tiempo. Y desde nuestra percepción observamos que artistas, diseñadores y publicistas reconocen en el estilo conceptual, la libertad (que proclama desde sus orígenes) para realizar infinitas innovaciones y combinaciones formales, que logran visualizar y materializar a las intenciones, argumentos y contenidos de los mensajes.

Entonces el estilo conceptual, nos convoca a reflexionar por un lado, cuáles son los argumentos que porta en sí mismo, por otro, reconocerlo en el ámbito del diseño gráfico como un medio y no como un fin y finalmente encontrar los beneficios de entender de que manera construyen sus proyectos conceptuales los diseñadores y los artistas, quedando aquí una ardua tarea por investigar.

#### Bibliografía

- Brea, José Luis, *Nuevas estrategias alegóricas*, Madrid, Tecno, 1991.  
Calvera, Anna, *Arte? Diseño*, Barcelona, Gustavo Gili, 2003.  
Danto, Arthur, *Después del fin del arte. El arte contemporáneo y el linde de la historia*, Barcelona, Paidós, 1999.  
Frascara, Jorge, *Diseño gráfico para la gente*, Buenos Aires, Infinito, 1997.  
Guash, Anna María, *El arte último del siglo xx. Del posminimalismo a lo multicultural*, Madrid, Alianza, 2000.  
Jiménez, José, *Teoría del arte*, Madrid, Tecnos, 2002.  
Shakespeare, Ronald, *Señal de diseño: memoria de la práctica*, Buenos Aires, Infinito, 2003.  
Tapia, Alejandro, *El diseño gráfico en el espacio social*, México, Encuadre-Designio, 2004.