

Una relación de amor y de odio. Arte y diseño

Edgardo Dallachiesa

Bold (N.º 3), pp. 32-38, octubre 2016

ISSN 2524-9703

Facultad de Bellas Artes. Universidad Nacional de La Plata



Una relación de amor y de odio

Arte y diseño

A love-hate relationship
Art and design



Edgardo Dallachiesa - edallachiesa@hotmail.com

Taller de Diseño en Comunicación Visual II-V B

Facultad de Bellas Artes

Universidad Nacional de La Plata. Argentina

Recibido: : 13/03/2016 Aceptado: 11/06/2016

Abstract

The history of art has made an effort to legitimize the value of the techniques (painting, sculpture, drawing, dance, music) and thus it is fair to use terms such as genius, beauty or harmony without the necessity of valuing the objective condition of the message.

It is a frequent mistake to take these practices as the cause of communication due to the participation of individuals gifted with *graphic abilities* when creating.

Resumen

La historia del arte se ha esforzado en legitimar el valor de las técnicas (la pintura, la escultura, el dibujo, la danza, la música) y, de esta forma, es lícito expresarse en términos de genio, de belleza o de armonía sin necesidad de valorar la condición objetiva del mensaje.

Con frecuencia, se comete el error de tomar esas prácticas como la causa de la comunicación debido a la participación de individuos dotados de *habilidades gráficas* en la elaboración de las creaciones.

Keywords

Art; design; communication; discourse

Palabras clave

Arte; diseño; comunicación; discurso



Esta obra está bajo una
Licencia Creative Commons
Atribución-NoComercialSinDerivar
4.0 Internacional

No podemos omitir que, en sus orígenes, el diseño posó sus pies sobre los dominios de lo escrito y de la imagen y dependió, en cierta medida, de la historia del arte y de la historia de la escritura, campos del conocimiento que le han sido indiferentes. Ha sido condicionado por la evolución tecnológica que lo incluye de manera taxativa en las artes gráficas a partir de la rápida y de la exacta reproducción de un original y, como consecuencia de la revolución industrial en el siglo XV como fenómeno social, la industria de la comunicación consideraría más seriamente al diseño en la evolución de mensajes objetivos.

En algún momento de la historia surge, impetuosamente, un neologismo necesario ante la perseverancia ontológica del arte. El término *diseño* (del italiano 'disegno') adquiere protagonismo ante el arrebato meticuloso que la palabra *arte* hace de todo aquello que se promueve como manifestación de la actividad humana, mediante la cual se expresa una visión personal y desinteresada que interpreta lo real o lo imaginario en recursos plásticos, lingüísticos o sonoros. Ante tan insolente irrupción, quienes hacen arte o se declaran artistas formulan, en ciertas ocasiones, un oxímoron,¹ *arte diseñado*, y de este modo invocan la influencia del primero sobre el segundo. En este sentido, comienza a entenderse el por qué del proceso de diferenciación del diseño como búsqueda de autonomía. Este proceso involucra el planteamiento de un interrogante dentro del campo de la estética (Calvera, 2003), en el sentido más filosófico del término. De esta forma, podemos afirmar que el diseñador enseña un modo de usar y de pensar el mundo. Porque una cosa es usar la expresión del término *estética* en contextos cotidianos y otra es centrar la reflexión en cómo lo usamos y en el contenido del término.

No es lo mismo la experiencia estética que podemos recuperar de una muestra pictórica que la estética como experimentación comunicacional, en consonancia con la actividad orientada a los valores que es el diseño. Pero todavía no podemos hablar de una

estética del diseño. Es al día de hoy que el diseño no dispone de herramientas conceptuales suficientemente consolidadas para hablar de una estética del diseño. No obstante, eso no es impedimento para considerar otras alternativas de fundamentación de esta disciplina.²

Respecto de la relación entre diseño y diseñador, Norman Potter señala:

El diseño es al mismo tiempo una esfera de valores y un asunto de decisiones fascinantes, muchas de las cuales son sobre todo técnicas. Existe un umbral a partir del que se puede cuantificar y con bastante frecuencia es esa la tarea del profesional: no tanto una identificación de significado como de evidencia ordenada. Más allá de ese umbral, el diseño es estrictamente una opción cultural como siempre lo ha sido. El diseñador actúa con humildad, agudiza su ingenio y ofrece, como mínimo sus momentos de lucidez. Su preocupación es siempre «el lugar del valor en un mundo de hechos,» pero no tiene ninguna función asignada, solo la oportunidad de sacar provecho del valor de sus propias ideas. En el mismo sentido, si se desea conectar con el espíritu del movimiento moderno, este no vendrá a buscarte, es preciso salir y conseguirlo por uno mismo (1999: 51).

Las características identitarias del diseño son valores objetivos diferentes de la subjetividad de los artistas que quieren mostrar su arte. En las sociedades actuales ya no importa el capricho de *cómo yo veo el mundo*,

¹ Figura retórica que consiste en ocultar un agudo sarcasmo bajo un aparente absurdo.

² De acuerdo con la Real Academia Española, el término *disciplina* significa: doctrina, instrucción de una persona, especialmente en lo moral.

inclusive por el abandono que hacen los mismos artistas de la expresión *artes plásticas* y que adoptan la de artes visuales más generalista con relación a la imagen (concepto que llega a ocupar el centro de la reflexión sobre el arte y sus manifestaciones). Y el diseñador descarta una posición personal para perseverar en la búsqueda de un método proyectista, un método en donde la creatividad prevalece ante la fantasía y ante la aprehensión del trabajo grupal, colectiva y anónimamente, aumenta la fuerza y disminuye el orgullo. Pero, asimismo, nos encontramos con otras miradas, como la exigencia de comunicabilidad presente en todo trabajo de diseño y sin ligamento consistente a la obra artística.

No por lo dicho debemos inferir que el arte no comunica, sino que es real que el objetivo de aquel que se expresa mediante el arte persigue el fin último de que acontezca un evento determinado por condicionantes propios de los recursos técnicos que ocurran en su realización. Víctor Papanek sostiene que «la planificación y estructuración de cualquier acto dirigido a un fin deseado y previsible, constituye el proceso de diseño» (Papanek en Calvera, 2003: 69).

La intención está ligada al diseño, incluso desde el significado etimológico, ya que, en latín, el término '*designio*' significa *intención*, en donde el contexto es factor fundamental al momento de aclarar si se está hablando de diseño como diseño o como *designio*. Entonces, ese fin deseado no debe ser nunca un fin en sí mismo, sino que algo se diseña para conseguir un determinado fin. Nos encontramos, por tanto, con un diseñador que oficia de traductor. Traduce significaciones verbales a los correspondientes signos visuales y, si así lo entendemos, supone un punto de partida para repensar qué se hace cuando se diseña y qué se hace cuando se expresa el arte.

El discurso

Tanto el arte como el diseño enarbolan discursos específicos y determinan momentos históricos relevantes en los cuales las diferencias que predominan están signadas por los procesos de construcción de sentido más que por los resultados de cada una de las disciplinas. Las prácticas discursivas (esos momentos mencionados anteriormente) operan en la asignación de sentido, pero, a su vez, son ellas y cada una de ellas el resultado de asignaciones de sentido. De acuerdo con Eliseo Verón (1998), el desplazamiento propuesto entre dichas prácticas oscila entre las condiciones de producción y las condiciones de reconocimiento de dichos discursos.

En lo concerniente al diseño, al haber hecho mención sobre los valores que impone al mundo, por un lado, participa de manera particular en las operaciones simbólicas de la sociedad, al contrario de la discursividad

artística que puede no establecer un referente como discurso (la pintura abstracta como ejemplo) y cuyo enunciado es puramente subjetivo, hablando sobre el mundo desde la mirada particular del autor de la obra (Carlón, 1994). Por otro lado, puede suceder que, como en el caso de La Caixa, el diseño proponga la inclusión de imágenes del repertorio de un artista (en el ejemplo, Joan Miró), pero que la operación de reconocimiento discursivo remita al diseño y no al arte [Figura 1].



Figura 1.
Identidad de La Caixa

Fue Roman Jakobson (1967) quien planteó una diferencia entre la producción artística y la producción de conocimiento (campo que incluye los discursos informativos en donde se ubican los discursos del diseño) a partir de su trabajo sobre las funciones del lenguaje y su relación con el mensaje. Importa, en el presente texto, el acento que marca Jakobson en relación con la función poética y su desaprensión respecto a acotar un referente: el carácter no referencial de la función poética.

Por una parte, el arte está del lado del sentido o de la significación establecida por la subjetividad del artista, y, de esta manera, se acerca al discurso mítico y abarca una dicotomía entre verdadero o falso, diversificación inexistente en el discurso proyectual, ya que son enunciados denotativos que acotan un referente determinante de la veracidad o de la falsedad. Por otra, las producciones artísticas producen juicios de gusto que son acumulativas sobre las maneras de hablar del mundo. Y una de las formas enunciativas artísticas depende de la producción inclusiva de un lenguaje reconocido en la sociedad que es sustentado por la poética y, también, por los juicios de pertenencia en términos de vanguardia que parten de la ruptura con lo conocido.

La heurística³

Tomemos en cuenta la definición de arte que ofrece Otl Aicher:

El arte es el dominio de lo enteramente distinto. Lo normal no es arte. Tampoco lo que tiene sentido es arte. El arte queda legitimado por la pretensión de obrar siempre de forma distinta. Quien pinta como siempre ha pintado no es un artista, es un epígono (1994: 37).

Aún a pesar de que en la actualidad a veces es imposible sentarse en una silla por el hecho de que algunos diseñadores sostienen que dicho objeto debe pertenecer al ambiente estético para que el usuario demuestre superioridad, todos sabemos que el mundo es muy distinto. El mundo existe porque hay coherencia y razón. Tomemos, por ejemplo, la construcción de edificios de gran altitud y pensemos qué pasaría si no existiera el discurso proyectual que corrobora, sobre la base de cálculos y de lógica, la envergadura sin peligro de dichas construcciones.

En este sentido, el arte es arte y el diseño es diseño. Uno glorifica a Dios y el otro es una oportunidad que le ofrece una necesidad. Uno es contemplativo y el otro es operativo. Pero los dos indagan y descubren, los dos innovan en la búsqueda de alternativas para sus fines, con la diferencia de que el arte no se ocupa del deseo ajeno sino del propio, ignorando las carestías del otro, y que el diseño es originado por la aspiración de cubrir un objetivo.

El diseñador interpreta el mundo y produce. Para ello, considera una funcionalidad objetiva y mantiene el diálogo entre el autor, el programa y la tecnología, contrariamente a lo que pasa con el arte, en donde el autor sacrifica el programa funcional según la tecnología dependiendo de la subjetividad individual y hermética.

La hermenéutica⁴

Poca gente se preocupa por el diseño y los que lo hacen, generalmente, lo confunden con otra cosa (Cerezo, 2003). En la actualidad, la hermenéutica se refiere a una línea de investigación dedicada a la interpretación y a la traducción de mensajes poco claros debido a la rotura del sentido por la fragmentación de la comprensión. Se evidencia una necesidad en la intencionalidad del autor.

El diseño, como acto hermenéutico, implica, en una primera instancia, comprender la intencionalidad primaria

³ Técnica de la indagación y del descubrimiento. Capacidad de un sistema para realizar de forma inmediata innovaciones positivas para sus fines.

⁴ La hermenéutica es el arte de interpretar textos.

del emisor e inmiscuirse en el campo de la producción para, posteriormente, traducir el mensaje en signos comprensibles. El arte, al no intentar interpretar lo que el artista quiere decir sino que lo que se dice, se entiende en sí mismo, es decir, configura un desinterés del autor por ser claro o comunicativo, por generar una comunicación eficaz. El arte, si bien utiliza la retórica (condicionante fundamental de la vinculación con la hermenéutica), no entiende como indispensable que quede claro qué se quiere decir, porque parte del hecho de que la verdad es relativa. Ahora bien, desde el diseño no se puede relativizar lo dicho, aun a pesar de la inserción retórica en el discurso, porque se estaría desdibujando el mensaje y, por consiguiente, la veracidad de la intención. Dicho de otra forma, el acto de diseñar es hermenéutico en la medida en que todo mensaje convincente o persuasivo implica que el que produce dicho mensaje comprende el sentido de los medios que usará para lograr su objetivo.

¿Qué es diseño? ¿Qué es arte? Como respuesta al primer interrogante podemos afirmar que el diseño es un asunto de naturaleza conceptual que a veces resulta difícil descubrir. Lo importante no es qué hace el diseñador sino qué preguntas se hace para hacer lo que hace. Si la previa conceptualización sobre el problema está bien fundamentada, no habría inconveniente en una emergente y adecuada solución. Dicho de esta forma, puede entenderse que el campo de acción de un diseñador adquiere una amplitud relativa, lo que inexorablemente hace converger la profesión en una generalidad inadecuada para la sociedad actual. No se afirma que así debe constituirse un diseñador, pensando en que quien mucho abarca poco aprieta, sino que una visión suficientemente abierta mediante es loable en la profesión del diseño.

Con relación al arte sucede algo similar. La palabra *arte* deriva de la latina *ars* que a su vez era el término que traducía al griego *techné* y que equivalía a la destreza para hacer algo. En aquel entonces no se presentaban diferencias entre las artes bellas, artesanas o menores. Ante el paso del tiempo, algunas de las habilidades de los diversos artistas se reagruparon y se conformaron en conjuntos relativamente compactos. Ejemplos de esto son la arquitectura, la escultura y la pintura, vinculadas por la utilización del dibujo como herramienta para la fijación de las ideas; la música, el teatro, la danza o la poesía, denominadas desde tiempos remotos bellas artes, quedan excluidos.

Al analizar desde esta perspectiva las expresiones subjetivas de las artes (como actualmente se instalan desde algunas miradas particulares, como por ejemplo, Damien Hirst), se converge en que el verdadero arte tiene un valor que es ajeno al pragmatismo de

la vida cotidiana y sirve para satisfacer una dimensión espiritual de las personas. Con relación a esto, Adolf Loos expresa: «El único motivo por el que los pintores no pueden aún hacer zapatos, ya que pronto se habrán apoderado de todos los talleres, es que nuestros pies son más sensibles que nuestros ojos» (L1972: 114).

Una conclusión

«No habría habido por tanto inicio y en lugar de ser aquél de quien procede el discurso, yo sería mas bien una pequeña laguna en el azar de su desarrollo, el punto de su posible desaparición» (Foucault, 1970: 11). Quizás, en la conjunción de estas citas, pueda comenzar a discernirse la mirada más específica sobre el diseño y su relación con el arte. Por un lado, durante el siglo XV y a lo largo de todo el Renacimiento, el libro se constituyó como uno de los mayores transmisores de conocimiento de la cultura occidental. A partir de la aparición de la tipografía, terminó la supremacía del pensamiento y condensó en el libro la mayor parte de sus principios doctrinales. Por otro lado, la mentada invención trazó una línea divisoria entre la cultura manuscrita y la cultura impresa. No obstante, quienes seguían en el derrotero artístico fueron contribuyentes con su arte, a dignificar con ilustraciones de gran calidad las producciones impresas, aun cuando la forma y el contenido dependían de aquellos especialistas en *diagramación* y *armado*. Eso nos lleva a considerar que el término *diseño* es un proceso de creación visual con un propósito, definición que podría catalogarse como ambigua (cualquier acto perceptivo corresponde a un proceso de creación visual) si omitimos que el diseño tiene que ver, esencialmente, con el proceso de significar algo, con el saber de signos con los cuales está elaborado todo mensaje.

En principio, los signos que funcionan como punto de partida no son visuales, sino lingüísticos (en sus comienzos, el libro era solamente impresión de tipos móviles) y el diseñador lo que procesa es una interpretación, una traducción (de lo que el emisor quiere dar a conocer) que, de acuerdo con Jakobson (1984), podemos llamar intersemiótica y que se da en las reglas del lenguaje.

Así, los fundamentos del diseño deben partir de las relaciones existentes entre la semántica, la pragmática y la sintaxis, niveles de la semiología emergentes y determinantes de una disciplina estudiosa de los signos instalados en la realidad de la comunicación.

Referencias bibliográficas

Aicher, Otl (1994). *El mundo como proyecto*. México: Gustavo Gili.

Carlón, Mario (1994). *Imagen de arte/Imagen de información*. Buenos Aires: Atuel.

Calvera, Anna (ed.) (2003). *Arte ¿Diseño?* Barcelona: Gustavo Gili.

Cerezo, José María (2003). «Con el arte a otra parte o cómo acabar de una vez por todas con la cultura del diseño». En Calavera, Anna (ed.). *Arte ¿Diseño?* (pp. 215-230). Barcelona: Gustavo Gili.

Foucault, Michel (1970). *El orden del discurso*. París: Collège de France.

Jakobson, Roman (1967). *Fundamentos del lenguaje*. Madrid: Nueva Ciencia.

Jakobson, Roman (1984). *Ensayos de lingüística general*. Barcelona: Ariel.

Loos, Adolf (1972). *Ornamento y delito y otros escritos*. Barcelona: Gustavo Gili.

Papanek, Víctor (1970). *Diseño para un mundo real*. Londres: Thames and Hudson.

Potter, Norman (1999). *¿Qué es un diseñador? Objetos, lugares, mensajes*. Barcelona: Paidós.

Verón, Eliseo (1998). *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Barcelona: Gedisa.