

# ZAPATERO A SU ZAPATO

## Un remiendo sobre objeto, arte y diseño

Autor: Arian García García

### Resumen:

*Como bien indica este sabio refrán, cada cosa en su lugar, - conocer los límites sin llegar a intromisiones triviales que solo logran efectos efímeros, siempre resulta saludable para mantener cuentas claras...*

*Tanto diseñadores como artistas en su formación, incorporan una serie de elementos estéticos que aprenden a manejar en función de lo que desean comunicar: Imagen, color, forma, textura, apropiación, asociaciones y muchos otros elementos que ayudan a conformar para cada caso un resultado coherente con lo deseado.*

*Delimitar y ser conscientes de las cualidades que nos aporta cada elemento en su potencial expresivo, y no perder de vista cuáles son nuestras intenciones, es el caso que me interesa poner a consideración en este análisis, a los que muchos de nosotros hemos pasado por encima, sin detenernos a meditar donde radica el peligro entre el adorno necesario y el detalle que pende entre dos manifestaciones distintas.*

*Cada creador desde su orilla es responsable del efecto que genera su obra, ya sea con fines comunicativos o con la simple intención de expresarse libremente sin prejuicios estéticos.*

## Introducción

*Como bien indica este sabio refrán, cada cosa en su lugar, - conocer los límites sin llegar a intromisiones triviales que solo logran efectos efímeros, siempre resulta saludable para mantener cuentas claras...*

*Tanto diseñadores como artistas en su formación, incorporan una serie de elementos estéticos que aprenden a manejar en función de lo que desean comunicar: Imagen, color, forma, textura, apropiación, asociaciones y muchos otros elementos que ayudan a conformar para cada caso un resultado coherente con lo deseado.*



*Ambas vertientes durante el proceso creativo emergen con intenciones diferentes, donde el artista en su interpretación de la realidad es influenciado por agentes de tipo estético-filosófico y prescinde, en ocasiones, del dominio de las variables de la comunicación, sin mediar entre un emisor y un receptor. Por otro lado, el diseñador requiere un dominio técnico de las reglas y las leyes de la visualidad, domina los diferentes sistemas de representación, reglas tipográficas y de composición, donde coexisten un grupo de elementos que deben dialogar entre sí, en función de lograr una buena decodificación del mensaje a emitir.*

*Muchas veces y producto de la dinámica de trabajo que nos impone la cultura material y las exigencias de los mercados, cada vez más caprichosos en sus maneras de aceptar una sociedad de consumo que se autofagia a sí misma, buscamos soluciones que nos funcionan de acuerdo a nuestras habilidades y*

*perdemos de vista que el diseñador no responde a estilos ni modas imperantes, donde el anonimato del diseñador se descuida para crear los mal llamados diseños experimentales, rayando con el arte y descuidando la esencia comunicativa y funcional pautadas dentro de los principios estéticos de la teoría del diseño.*

*El ambiente circundante se torna confuso, tanto diseñadores como artistas, no escapan de su entorno, pues forman parte indisoluble de él y evolucionan a su propio ritmo. Como resultado de ello se plantea que las sociedades actuales han llegado al punto de situarse en lo que los teóricos definen como la “Estetización difusa de la sociedad” donde los códigos estéticos trascienden las fronteras de lo cotidiano y se mezclan con nuestras sensaciones más íntimas, formando parte de nuestras vidas .*

*La sociedad se encuentra inmersa en una teatralidad que confunde los límites entre lo real y lo imaginado (deseado). El consumismo generado por los mass-media impone un ritmo de evolución de la imaginería vital que el hombre pierde los límites para ser capaz de discernir entre lo necesario y lo consumido.*

*En este sentido, se vislumbra una línea muy fina y difusa que delimita la frontera entre la aplicación de recursos estéticos aplicables a diferentes soportes para cada caso. En ocasiones esta línea es violentada en búsqueda de insinuaciones formales, que lejos de generar soluciones novedosas y efectivas, se alejan de los principios estéticos que representan.*

*Delimitar y ser conscientes de las cualidades que nos aporta cada elemento en su potencial expresivo, y no perder de vista cuáles son nuestras intenciones, es el caso que me interesa poner a consideración en este análisis, a los que muchos de nosotros hemos pasado por encima, sin detenernos a meditar donde radica el peligro entre el adorno necesario y el detalle que pende entre dos manifestaciones distintas.*

*El conocer estos límites cabalmente, y saber tomar partido desde la orilla que nos representa o compete según nuestras intenciones, siempre resulta saludable para poder lograr mejores resultados.*

*Con la anterior aseveración pretendo llamar la atención sobre algunos puntos de contacto que se presentan entre arte y diseño, donde la influencia de los medios y las nuevas tecnologías con sus disimiles oportunidades de soportes novedosos para comunicar generan lenguajes que hasta el momento no se concebían dentro de los escuálidos esbozos estéticos.*

*El arte, en su génesis, es libre, nada le impone caminos por hacer; en cambio, el diseño transita por senderos que define una necesidad comunicativa. El hombre, como ser social, tiene necesidades de tipo espiritual que requiere llenar de algún modo. Este déficit se encuentra en un plano más elevado de la conciencia, que deriva en las sensaciones, emociones y reflexiones, siendo puramente vivenciales y personales, es decir, subjetivas.*

*A la materialización de esta necesidad imperante podemos denominarla Arte, donde cualquier asociación u apropiación de recursos externos e inherentes a nosotros puede ser válido para expresar todo ese cumulo de información individual reprimida, que se canaliza a través de diferentes soportes.*

*Ya es conocida por todos la dicotomía existente entre los objetos que semejan arte y las creaciones artísticas que coquetean con los valores estéticos del diseño. Para una mejor comprensión del fenómeno es necesario poner entonces los puntos sobre las íes, e intentar identificar donde una se nutre de la otra, sin llegar a perder su esencia; partiendo de la base que el diseño no es arte, pero bebe de él, alimentándose de sus diferentes estéticas en maneras de decir y hacer.*

*El perfecto equilibrio entre la forma estética y su función hacen de un objeto un verdadero paradigma de diseño. Por otro lado, toda descontextualización de ellos, añadiendo adornos a su forma básica, anulan la utilidad.*

*Ahora bien, sería bueno y hasta saludable cuestionarnos el porqué de estos rejuegos formales, cuando cada disciplina por separado tiene su propio discurso estético. Si ahondamos en el problema encontramos que la causa nos viene de cerca, por estar inmersos en ella sin ser consciente de nuestro role dentro de tendencias que se solapan, sin tener en cuenta los códigos que se manejan desde los albores del surgimiento de la humanidad; donde el arte*

*representa la vida, constituye una realidad paralela, donde el arte hace preguntas mientras que el diseño las contesta.*

*Un objeto no es nada si detrás no tiene una carga conceptual que lo sostenga , de ahí que cualquier objeto pueda ser artificeado si somos capaces de despojarlo de su vertiente funcional. Esto es fácilmente potable si miramos en las vanguardias artísticas del siglo XX, con Marcel Duchamp <sup>1</sup> como figura insigne, se establece un nuevo modo de ver el mundo objetual, su relación con el hombre y el modo en que este concebía el arte, deriva en un fenómeno que no escapa a las diferentes ideologías y tendencias.*

*El consumo masivo, el materialismo, la producción en serie y toda la promiscuidad de formas y géneros que se generan en busca de nuevas maneras de decir y hacer, dan al traste con la ideología del diseño, que dejándose llevar por las corrientes de paso descuidan la premisa fundamental del diseño como elemento comunicador.*

*Surgen los objetos carentes de funcionalidad o que, como mínimo, la tienen reducida. Objetos estos que en muchos casos presumen de un exagerado esteticismo y decorativismo, o que en muchos otros casos son solo una mera respuesta del pensamiento especulativo y experimental, estando más cerca de una actividad artística de expresión libre que de un diseño proyectual y metodológico.*

*La llamada “cultura del simulacro” como diría de manera muy acertada Baudrillard <sup>2</sup> ha arrastrado consigo toda una amalgama de formas, imágenes, símbolos, códigos, valores añadidos y objetos que responden a necesidades reprimidas de poder fáctico, económico, político y social.*

*Estas imágenes u objetos demandan signos de una fuerte pregnancia e impacto visual, funcionando como una suplantación de lo real por los signos de lo real. Dicho de otra forma, una imagen ilusoria y engañosa de un doble de la realidad operativa.*

---

<sup>1</sup> Marcel Duchamp: Fue un artista y ajedrecista francés. Especialmente conocido por su actividad artística, su obra ejerció una fuerte influencia en la evolución del movimiento Pop en el siglo XX. (1887 - 1968)

<sup>2</sup> Jean Baudrillard: Fue un filósofo y sociólogo, crítico de la cultura francesa. Su trabajo se relaciona con el análisis de la posmodernidad y la filosofía del postestructuralismo. (1929-2007)

*Podemos entonces a modo de resumen definir que la comunicación, a quien tributa el diseño, no es una mera acumulación de recursos y aplicaciones tecnológicas sin un valor objetual concreto; imponiendo sobre el receptor nuestros estilos personales y maneras de hacer. Son desde otra óptica soportes comunicacionales que, en última instancia, responden a una cultura de la cual son parte y meritan la responsabilidad de servir.*

*No podemos pretender hacer zapatos cuando las formas con que contamos están en función de otros soportes comunicativos y destinados a calzar otros pies necesitados. La cultura no se sostiene a sí misma, necesita nutrirse de los estratos que seamos capaces nosotros de aportar en sus diferentes manifestaciones, sin reprimir unas u otras en el fallido intento de colorear imágenes fantasmagóricas de una decadente sociedad de consumo, regida por modas y poderes económicos que no siempre son conscientes de sus verdaderas necesidades, o dicho en otras palabras, carecen de valores estéticos heredados de generaciones que nos antecedieron.*

#### **Bibliografía:**

1. *Rodríguez , Jorge Luis (2006): Por qué el arte no es diseño. FOROALFA*
2. *Gasparski, Wojciech (2010): Comunicación, cultura y diseño: un enfoque sistémico-praxiológico. ELISAVA*
3. *Figueres, Abel (2010): Objetos entre arte y el diseño. ELISAVA*
4. *Costa, Joan (2005): La eterna discusión. FOROALFA*
5. *Fabelo Corzo, José Ramón; Rodríguez, Alicia (2011) Estética, arte y consumo. Benemerita Universidad Autónoma de Puebla-Instituto de Filosofía de La Habana.*