

EL VALOR ESTETICO EN EL DISEÑO GRAFICO Y EL ARTE

A lo largo del escrito intentaremos esclarecer los términos de lo que es el arte, el diseño gráfico, lo bello y el valor estético. La verdad es que no se ha llegado a ningún consenso acerca de la definición de estos conceptos. Algunos carecen de claridad y completud y otros mutan a lo largo del tiempo, como otras disciplinas en sí, también lo hacen.

¿Cómo es que un mingitorio firmado con un seudónimo puede ser arte y estar situado en el MOMA si ni siquiera fue diseñado por el artista mismo que lo firmó?

El mingitorio diseñado por J.L. Mott, un objeto utilitario, producido seriada e industrialmente para colocarse en baños, fue elegido por Marcel Duchamp para firmarlo con un seudónimo y de ahí, exhibirlo en una galería. Acaso, ¿es que todo puede ser arte? Si el mingitorio lo es ¿cómo es que las piezas de diseño gráfico no lo pueden ser? ¿Acaso el artista plástico no actúa como intérprete de sus ideas o mensajes, al igual que el diseñador?

El diseño gráfico no sólo se encarga de comunicar ideas, instrucciones, noticias, identidades, entre otras cosas, sino también se pone al hombro la responsabilidad de crear piezas gráficas estéticas. Aquí es donde nos cuestionamos si un diseño puede ser un objeto contemplativo ¿Cómo sabemos si es digno de ser contemplado o no? ¿Es que depende de su valor estético?

El valor estético es el valor fundamental del arte. La individualidad de la obra de arte hace difícil definir lo bello. Saber reconocer que hay otros tipos de belleza, es imperativo, sino solo unas pocas cosas llegarían a ser dignas denominaciones de "arte". Es por eso, que surgen formas

de comprender la belleza. Por esta misma razón, vamos a crear categorías estéticas, con el objetivo de poder identificar qué es bello y qué no es. Por la razón de que la belleza no reside únicamente en lo que es puramente bello, en otras palabras, es importante saber comprender como bello, o como interesante, algo que a primera vista no parece serlo. Estas categorías se basarán en las constantes identificadas en lo que ya es considerado arte (idea, forma y contemplación).

El hecho de que el diseño gráfico se ocupe de la comunicación no es excluyente, para que esté forme parte del grupo de las artes. Las artes comunican ideas, son manifestaciones del pensamiento y del espíritu. Éstas no han tenido una función consolidada nunca, su función ha mutado a través de los años. En el 15 000 - 10 000 A.C. cumplía con una función, en la Edad Media con otra y en el siglo XIX, con otra. La Edad Media tuvo escasa conciencia de lo específicamente artístico y, menos aún, de lo que hoy se conoce como *arte autónomo*. Como en la Antigüedad, el arte debía cumplir con una función pedagógica,



ligada esta vez a la religión. El arte era la forma principal de hacer llegar al pueblo el dogma cristiano: la biblia pauperum o biblia de los pobres (Oliveras, 2010, p.95) ¿Entonces, los cómics, los instructivos gráficos e infografías, no son narraciones figurativas?

El diseño gráfico es una disciplina que se ocupa de la comunicación pero no deja de lado la estética. El diseño gráfico es una adaptación del arte al mundo contemporáneo, mejor dicho: es una forma lucrativa y expresiva, que le da un lugar al artista para ejercer su necesidad de expresarse. En el siglo XX, es donde surgen las primeras manifestaciones dadaístas y donde la aplicación del concepto arte comienza a tambalear. Sobre todo, por la herencia que traía consigo: el término de *aisthesis* (sensación). Antes de eso el arte era reconocido como tal, por ser *arte estético* y eso dificultaba la adaptación del término a las nuevas manifestaciones, como el dadaísmo. En ambos existe a la vez componentes intelectuales, mentales y cognitivos.

Al mirar la obra de Duchamp a la que nos referimos anteriormente, vemos un objeto industrial producido en forma seriada y una firma sobre él respaldado por un razonamiento, una idea, una opinión. El artista comunica algo a través del arte. Afirma Peter Bürger: “La provocación de Duchamp no sólo descubre que el mercado de arte atribuye más valor a la firma que a la obra (...) sino que hace vacilar el mismo principio del arte en la sociedad burguesa, conforme al cual el individuo es el creador de las obras de arte” (Oliveras, 2010, p.67)

Muchos pensadores y artistas plásticos de la Antigüedad hablan del conocimiento sensorial *aisthe-*

sis y el mental *noésis* como elementos que se contraponen. Quintiliano decía, “los cultos están familiarizados con la teoría del arte, los profanos con el placer que el arte proporciona” (Instituto Oratoria, II, p.17. 4). No obstante, lo sabemos bien, no está disociado de la teoría del arte. Todo lo contrario, se encuentra en ella el fundamento. Por eso hablamos del placer intelectual o teórico. En verdad, no existe contraposición entre el acto de disfrute y el acto intelectual de trabajo, de hecho, pueden existir coincidencias, aunque nuestra sociedad se esfuerza en separarlos como momentos distintos.

Sabemos que el diseño gráfico es el hijo contemporáneo del arte. El arte es conciencia. Si arrojamos una esponja a la pared probablemente tengamos la suerte de conseguir un diseño bello para nuestra pared. Pero ahora bien, el arte es una creación a conciencia que no depende del azar sino del estudio, del conocimiento, del saber-hacer y de crear goce estético para nosotros y para los demás.

Bibliografía Consultada:

Elena Oliveras, (2004). Estética, la cuestión del arte. Argentina, Buenos Aires: Ariel Filosofía.

Elena Oliveras, (2010). Estética, la cuestión del arte. Buenos Aires, Argentina: Emecé.

Hans-Georg Gadamer, (2008). La actualidad de lo bello. Buenos Aires, Argentina: Paidós.

Marco Fabio Quintiliano. (1799) Instituciones Oratoria. España, Madrid: Imprenta de la administración del real arbitrio de beneficencia.

Marta Zátonyi, (2005). Aportes a la Estética, desde el arte y la ciencia del siglo 20. Buenos Aires, Argentina: La Marca.