

INVESTIGACIÓN

Ignacio Agustín Nolasco Domínguez

Valencia

Universitat Politècnica de València (UPV)

Facultad de Bellas Artes de San Carlos.

Espacios contemporáneos de influencia:

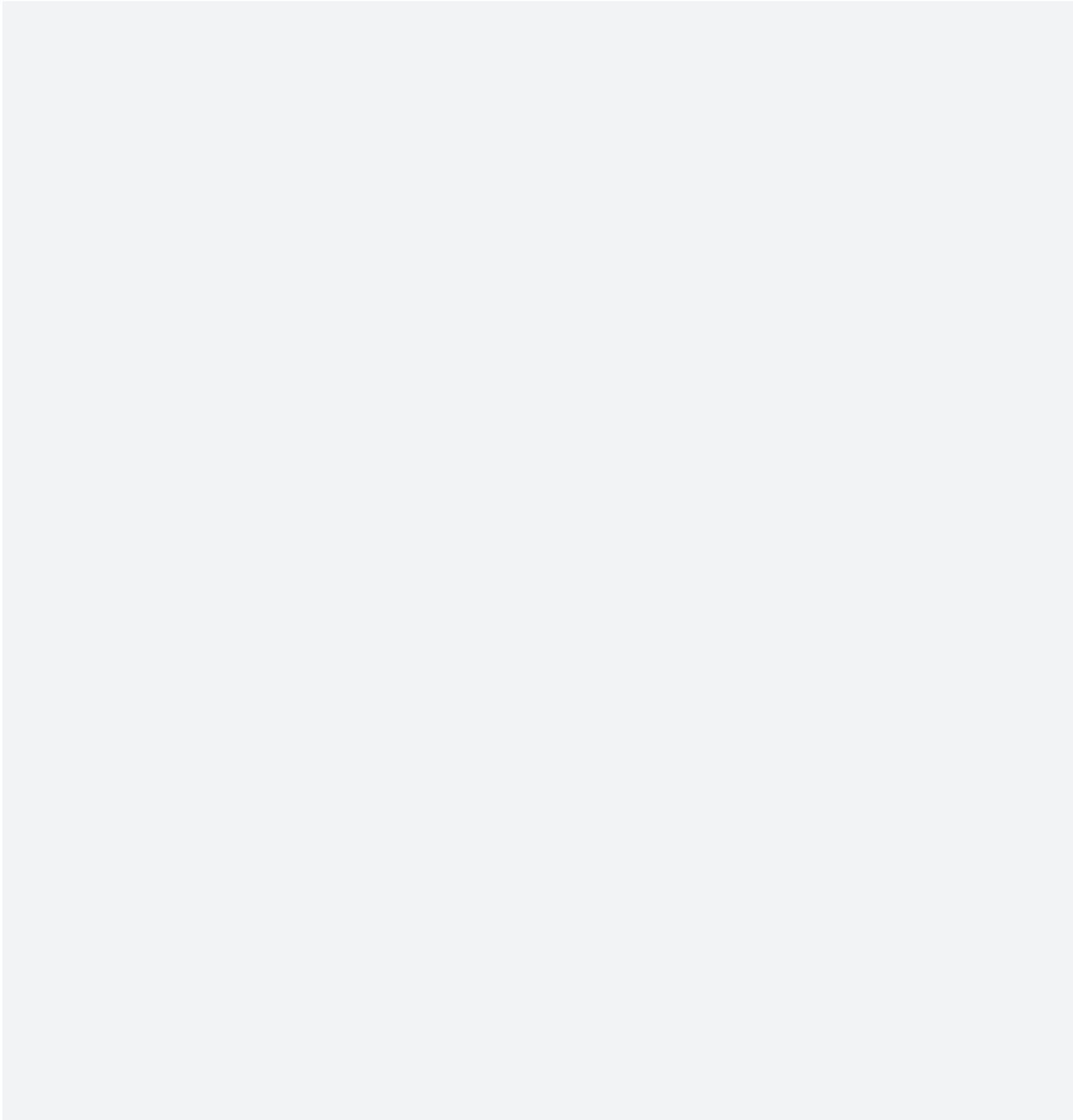
Estudio del rol de las disciplinas proyectuales en la diversificación discursiva de los procesos de estetización de la sociedad.

The horizontal nature of visual culture create confluence spaces of disciplines, which maintaining its origin, begin to participate in a common visual field, an area of influence and bond with the user-spectator. The graffiti, the activist art, the graphics, the public interventions, the architecture and furniture are linked not only by a context but also and by an user-spectator, who highlights the flexibility of each discipline's rhetorical field, their interrelationships, structures and the necessity of a reflection about the nature and the content of its visuality, re-evaluating both, the product-user as well as the motivations and the producer's scope.

TAGS

diseño procesos de estetización

cultura visual artes visuales



Espacios contemporáneos de influencia:

Estudio del rol de las disciplinas proyectuales en la diversificación discursiva de los procesos de estetización de la sociedad.

Las partes constituyentes de la cultura visual no están (...) definidas por el medio, sino por la interacción entre el espectador y lo que mira u observa, que puede definirse como acontecimiento visual.¹

La cultura de lo visual se pone en evidencia en la potenciación retórica de nuestro entorno cotidiano, sensibilizando y generando a su vez, una demanda en los usuarios al expandir los límites de la función del diseño más allá de su utilidad. Sobre esta base se generan nuevas formas de relacionarse, nuevas aproximaciones a los objetos, a la indumentaria y a las demás producciones de las artes aplicadas que replantean tanto la relación producto-usuario como las motivaciones y el campo

de acción del productor.

La independencia de la visualidad del objeto sobre su función termina por consolidar sus autonomías dando lugar a una nueva incursión semántica en el seno de las artes proyectuales. De esta manera, los objetos de consumo comienzan a buscar su identidad visual, acentuando su carencia cuando no existen directrices externas que determinen su estética. La dimensión visual del objeto pasa a plantearse como un requerimiento, dando lugar a un espacio de identidad tanto como factor de interés comercial, ó como marco de expresión personal en el desarrollo del producto de autor, marcando consecuentemente la imposibilidad de limitar el campo retórico de los objetos.

Casi con eficiencia publicitaria se ven los resultados en el giro de mensajes y posicionamientos de identidad en los objetos. El desarrollo del discurso sostenible en la imagen de los productos, la búsqueda de la identidad corporativa, o bien las aproximaciones plásticas al diseño, plantean una intención abierta de construir dentro y desde el espacio retórico. Esta utilización funcional del discurso plantea las posibilidades de aproximación políticas ó apolíticas del mismo, acercando al usuario desde la intención de una posición ó desde una propuesta estética.

Estos desdoblamientos de las disciplinas proyectuales generan un marco en donde la naturaleza funcional del objeto no queda invalidada y pasa a ser parte de una experiencia *extra-estética*². Sea esto desde su superficie como ornamento planteando una clara escisión entre función y comunicación, o bien, partiendo de una utilización semiótica de su funcionalidad. En ambos casos llevando la posición de usuario a Mirzoeff, Nicholas. Una introducción a la cultura visual, (Barcelona: Paidós, 2003), 34. Tal y como se emplea el término en Brea, José Luis. "La estetización difusa de las sociedades actuales -y la muerte tecnológica del arte.", (1997) <http://aleph-arts.org/pens/estetiz.html> [consulta realizada el 24/ 10/2010]. usuario-espectador y partícipe de la misma.

Esta mirada, voluntaria o no, hacia el público se presenta también desde las artes visuales. Los gestos de apertura en campos de arte público y arte activista trasladan la posición de un espectador ajeno, externo, a situarla entre la obra y su productor al incluirse al mismo en el desarrollo de su proyecto. Ya sea por un objetivo de comunicación -The Rwanda Project de Alfredo Jaar-, o por la obligada necesidad de reconocer su participación -vista en el fracaso de Richard Serra en Foley Square-, el espectador pasa a ser reivindicado como usuario de la obra.

El carácter horizontal de la cultura visual termina por generar espacios de confluencia de disciplinas que, manteniendo su origen en la función, comienzan a compartir un campo visual

¹ MIRZOEFF, Nicholas. *Una introducción a la cultura visual*, (Barcelona: Paidós, 2003), 34.

² Tal y como se emplea el término en Brea, José Luis. "La estetización difusa de las sociedades actuales y la muerte tecnológica del arte.", (1997) <http://aleph-arts.org/pens/estetiz.html> [consulta realizada el 24/10/2010].

común, un espacio de influencia y vínculo con el usuario- espectador. El grafiti, el pos-grafiti, el arte activista, la gráfica, las intervenciones públicas, la arquitectura y el mobiliario urbano se ven vinculadas no sólo por un contexto sino y principalmente por un usuario-espectador que en su sensibilidad visual pone en relieve la flexibilidad del campo retórico de cada disciplina, sus interrelaciones, estructuras y herramientas expresivas, y la consecuente necesaria reflexión sobre la naturaleza y los contenidos de su visualidad.

La correspondencia entre la expansión visual y el desarrollo de las industrias culturales propone una estructura que, al margen de su delicada subordinación a la coyuntura política económica³, provee el fomento y la apertura al público de prácticas de visualidad que generan significado cultural⁴, planteando la oportunidad de dar un paso atrás buscando una perspectiva que ponga en relieve sus contenidos. En definitiva, la oportunidad de afianzar una estructura que promueva la diversidad a través de la atomización y formación de creadores visuales de fuerte vínculo con la sociedad.

Concluyendo, vemos que una vez más el arte, el diseño y la publicidad vuelven al cruce, hoy en un terreno común y frente a un público cada vez más estimulado a participar de una experiencia estética que a definir sus límites. Presenciamos incidencias al proceso de estetización de un campo influenciado y de soporte heterogéneo, que apoyado en el andamiaje de las industrias culturales es marco de una visualidad conciliadora de la cual el espectador es usuario y cada vez más participe.

³ Carrillo, Jesús. "Las nuevas fábricas de la cultura: los lugares de la creación y la producción cultural en la España contemporánea" (Otoño 2008) http://www.ypsite.net/recursos/biblioteca/documentos/Jesus_Carrillo_nuevas_fabricas_de_la_cultura.pdf [consulta realizada el 24/10/2010].

⁴ Tal y como se emplea en Brea, José Luis. "Los estudios visuales: por una epistemología política de la visualidad.", en Estudios Visuales. La epistemología de la visualidad en la era de la globalización ed. Brea José Luis. (Madrid: Akal, 2005).

Espacios
contemporáneos de
influencia:

Estudio del rol de las disciplinas proyectuales en la diversificación discursiva de los procesos de estetización de la sociedad.

Referencias

- BREA, José Luis. "La estetización difusa de las sociedades actuales -y la muerte tecnológica del arte." (1997) <http://aleph-arts.org/pens/estetiz.html> [consulta realizada el 24/10/2010].
- BREA, José Luis. "Los estudios visuales: por una epistemología política de la visualidad." En Estudios Visuales. La epistemología de la visualidad en la era de la globalización. Editado por Brea, J. L. Madrid: Akal, 2005.
- CARRILLO, Jesús. "Las nuevas fábricas de la cultura: los lugares de la creación y la producción cultural en la España contemporánea" [Otoño 2008] http://www.ypsite.net/recursos/biblioteca/documentos/Jesus_Carrillo_nuevas_fabricas_de_la_cultura.pdf [consulta realizada el 24/10/2010].
- MIRZOEFF, Nicholas. Una introducción a la cultura visual. Barcelona: Paidós, 2003.