

Diseño gráfico y arte

Hacia una historia integrada

Las tensiones entre la historia del diseño gráfico y del arte:
orígenes, límites e incidencias en los estudios superiores
de diseño gráfico en España

Autora: Maider Zulueta Yoldi

Director de tesis: Dr. Josep Rom

Codirectora: Dra. Ester Villalonga

Programa: Comunicación y Humanidades

Centro: Facultad Blanquerna

Universidad Ramon Llull

TESIS DOCTORAL, 2015





TESIS DOCTORAL

*Arte y diseño gráfico. Hacia una historia integrada.
Las tensiones entre la historia del diseño gráfico y del arte: orígenes, límites
e incidencias en los estudios superiores de diseño gráfico en España.*

Realizada por Maider Zulueta Yoldi

Facultad de Comunicación y Relaciones Internacionales de Blanquerna,
Universidad Ramon Llull

Departamento de Comunicación

Dirigida por el Dr. Josep Rom y la Dra. Ester Villalonga

Al mirar hacia atrás después de tanto tiempo, hago el ejercicio de recordar a la gente que, durante este largo proceso, me ha ayudado –ya sea con risas, paciencia u oídos– a mantener la voluntad y la inspiración necesarias para acabar esta tesis y la lista es larga. Gracias a mis amigas, amigos y familiares, me siento afortunada.

Merecen también mi más sincera gratitud Josep Rom y Ester Villalonga. Ester, gracias por iluminarme y ayudarme en un momento clave pero, sobretodo, por ser una amiga. Josep, gracias por acompañarme durante todo este tiempo con paciencia y constancia y por compartir generosamente tu sabiduría. Has sido el director de tesis perfecto para mí.

Y finalmente, mil gracias Jovi por estar a mi lado. Gracias Beto por ser mi gran referente y por haberme animado y ayudado siempre a elegir mi propio camino. E Irune, qué te voy a decir... ¡ésta va por ti!

Maidier Zulueta

Para Irune.

*Maitatua sobera, nintzelarik haurra,
Ez nakien nik zer zen amaren beharra;
Bortu batean orai naiz bakar bakarra,
Amaz oroit orduko heldu zaut nigarra!*

*Aho batek eztiki diolarik: Ama!
Hitz goxo bakar horrek mundu bat derama.
Ama baino hoberik zer ditake asma
Horren maitatzen beraz gaiten oro tema!*

Jules Moulié - "Oxoby", 1888-1958

Índice

0. Introducción a la tesis doctoral	16
A) EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	17
1. Presentación del problema de investigación	18
1.1 Introducción	18
1.2 Presentación del problema de investigación	18
1.3 Presentación de la investigación	20
1.4 Contextualización y límites de la investigación	21
2. Preguntas, objetivos e hipótesis de la tesis doctoral	25
2.1 Preguntas de la tesis doctoral	25
2.2 Objetivos generales y justificación de la tesis doctoral	27
2.3 Hipótesis de la tesis doctoral	28
B) DISEÑO DE LA METODOLOGÍA Y ESTRUCTURA DE LA TESIS	29
1. Diseño de la metodología y estructura de la tesis	30
1.1. Enfoque metodológico de la investigación	30
1.2. Fundamentos del método mixto de investigación	30
1.3. Esquema general de la metodología de la tesis	31
1.4. Estructura general de la tesis doctoral	32
1.5. Descripción del diseño metodológico	32
1.6. Justificación de la metodología	34
C) EL DISEÑO GRÁFICO Y SU HISTORIA	36
1. El diseño gráfico y su historia	37
1.1. El diseño: delimitando el término	37
1.2. La historia del diseño	38
1.3. Los orígenes de la historia del diseño	40
1.4. El discurso de la historia del diseño	40
1.5. La crítica a la historia del diseño moderno	42
1.6. El diseño gráfico: hacia una definición	43
1.7. La historia del diseño gráfico	44
1.8. La historia del arte y la historia del diseño	48

Índice

1. Arte y diseño. Historia de un pulso 54

A) INTRODUCCIÓN AL ESTUDIO 55

1. Contextualización del estudio	56
1.1 Contextualización teórica	56
1.2 El problema	59
1.3 La hipótesis y los objetivos del estudio	60
1.4 Metodología y estructura del estudio	61
1.5 Fuentes	63

B) LA IRRUPCIÓN DE LA TECNOLOGÍA 64

1. Arte y tecnología	65
1.1 El siglo XIX: una olla a presión	65
1.2 Irrupción de la fotografía	67
1.3 La fotografía, un nuevo arte	70
1.4 La reacción de los artistas	72
1.5 Artes y oficios	72
2. Artistas y diseñadores	76
2.1. Juicios previos	76
2.2 Courbet y el nuevo artista	77
2.3 Pioneros del diseño: Christopher Dresser	81

C) HACIA UNA AUTONOMÍA DEL ARTE Y DEL DISEÑO 86

1. Introducción	87
1.1 Un nuevo panorama	87
1.2 Dos vías	88
2. Vanguardias del arte	90
2.1 Decadencia y renacimiento de los artistas	90
2.2 Hacia una definición del arte	92
2.3 Duchamp y el nuevo arte	95
2.4 El Ready made. Nuevas características para el arte	98

Índice

2.5 El nuevo arte y la conquista del público	100
3. A la vanguardia del diseño	104
3.1 Introducción	104
3.2 Antes de la Bauhaus	105
3.3 La Bauhaus	108
D) LOS RADICALISMOS	111
1. Introducción	112
1.1 Introducción	112
2. El arte contra el diseño	114
2.1 Un gran arte para una gran nación	114
2.2 De nuevo un nuevo arte	116
2.3 El éxito de América	117
3. El diseño contra el arte	120
3.1 Académicos y empresarios	120
3.2 Estados Unidos y la mentalidad empresarial	120
3.3 El caso europeo	122
3.4 La Escuela de Ulm	122
E) CONCLUSIONES DEL ESTUDIO	127
1. Conclusiones	128
1.1 Revisión de objetivos	128
1.2 Reflexiones finales	128

Índice

2. Metodologías del arte en el contexto del diseño Opinión de los diseñadores gráficos 131

A) INTRODUCCIÓN AL ESTUDIO 132

1. Introducción al estudio 133

1.1 Presentación y justificación del estudio 133

1.2 Un estudio exploratorio 133

1.3 Fuentes y bibliografía 134

2. Marco teórico: metodología de la historia del arte 135

2.1 La historia del arte 135

2.2 El método biográfico 135

2.3 La superación del método biográfico 136

2.4 Historicismo 137

2.5 El positivismo 139

2.6 El formalismo 140

2.7 La iconología 142

2.8 La psicología del estilo 143

2.9 La psicología de la forma 144

2.10 El psicoanálisis del arte 145

2.11 El paradigma sociológico 147

B) EL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN 148

1. Hipótesis y objetivos específicos del estudio 149

1.1 Hipótesis del estudio 149

1.2 Objetivos del estudio 150

2. Metodología del estudio 151

2.1 El cuestionario 151

2.2 El cuestionario en línea 151

2.3 Muestreo por bola de nieve 152

2.4 La población 152

2.5 La muestra 153

Índice

2.6 El diseño del cuestionario _____	153
2.7 Testeo del cuestionario _____	155
3. El cuestionario _____	157
C) PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS _____	162
1. Proceso de recogida de datos _____	163
1.1 Descripción del proceso de recogida de la muestra _____	163
1.2 Focos de difusión _____	163
2. Presentación de los resultados _____	164
D) ANÁLISIS DEL ESTUDIO _____	184
1. Preguntas de control _____	185
1.1 Sobre la idoneidad de la muestra _____	185
1.2 Los estudios de historia y de historia del arte _____	185
2. Preguntas específicas _____	188
2.1 Las metodologías _____	188
2.2 Los indicadores _____	189
E) CONCLUSIONES DEL ESTUDIO _____	192
1.1 Los objetivos específicos _____	193
1.2 Reflexiones finales _____	193

Índice

3. Análisis de contenidos de los programas de los estudios superiores de diseño gráfico en España _____ 196

A) INTRODUCCIÓN AL ESTUDIO _____ 197

1. Introducción _____ 198

1.1 Introducción y justificación del estudio _____ 198

2. Estado de la cuestión _____ 199

2.1 Breve historia de las escuelas de diseño en España _____ 199

2.2 Las escuelas de diseño en Barcelona _____ 202

2.3 Bolonia y el ECTS _____ 204

B) OBJETIVOS Y METODOLOGÍA DEL ESTUDIO _____ 207

1. Presentación de la investigación _____ 208

1.1 Introducción: la pregunta _____ 208

1.2 Hipótesis _____ 208

1.3 Objetivos específicos _____ 209

2. Metodología y fuentes _____ 210

2.1 El análisis de contenidos _____ 210

2.2 Limitaciones de la metodología _____ 211

2.3 Fuentes _____ 211

3. La muestra _____ 212

3.1 Criterios de elección de los centros _____ 212

3.2 Criterios de elección de las titulaciones _____ 212

3.3 Criterios de eliminación de las titulaciones _____ 212

3.4 Fuentes y recopilación de datos _____ 213

3.5 Introducción a los casos de la investigación _____ 214

C) LOS CASOS DE INVESTIGACIÓN _____ 218

Índice

D) ANÁLISIS DEL ESTUDIO	241
1. Análisis y conclusiones previas	242
1.1 Las descripciones	242
1.2 Las ramas de conocimiento	242
1.3 Las humanidades: criterios de selección y catalogación	244
1.4 Las humanidades y la historia en el diseño	247
1.5 Historia del arte e historia del diseño	252
1.6 Discursos de la historia del arte y del diseño	254
1.7 La historia del diseño gráfico	254
1.8 Historias secuenciales o concurrentes	254
1.9 Distribución cronológica de la historia por materias	255
1.10 Hacia un relato común	257
1.11 Temas metodológicos	258
1.12 Apéndice	258
E) CONCLUSIONES DEL ESTUDIO	260
1.1 Revisión de objetivos	261
1.2 Reflexiones finales	262

Índice

4. Conclusiones finales _____ **263**

1.1 Revisión de objetivos _____ 264

1.1 Verificación de la hipótesis y reflexiones finales _____ 267

5. Bibliografía _____ **270**

1. Artículos y monografías _____ 272

2. Tesis doctorales _____ 283

2. Otros recursos [on line] _____ 283

6. Índice de imágenes, tablas y gráficas _____ **288**

1. Definición del problema de la investigación _____ 290

2. Arte y diseño: Historia de un pulso _____ 290

3. Metodologías del arte en el contexto del diseño _____ 291

Opinión de los diseñadores

4. Análisis de contenidos de los programas de los estudios superiores de diseño gráfico en España _____ 296

7. Anexos _____ **298**

1. Programas didácticos _____ 299

2. Resultados cuestionarios _____ 299

0.

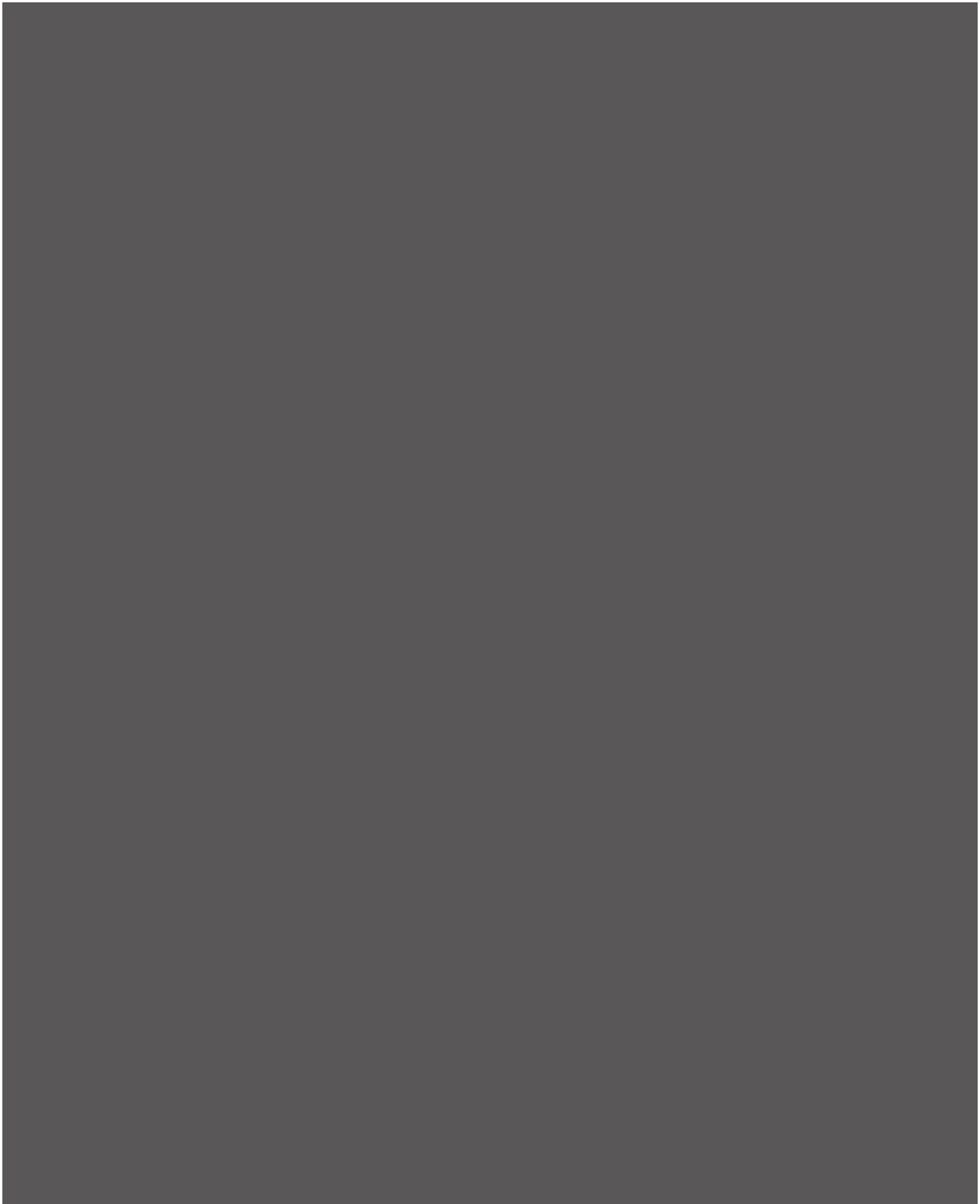
Introducción a la tesis doctoral

A) EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

B) DISEÑO DE LA METODOLOGÍA Y ESTRUCTURA DE LA TESIS DOCTORAL

C) EL DISEÑO GRÁFICO Y SU HISTORIA

A) El problema de investigación



1. PRESENTACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Esta tesis doctoral estudia las tensiones entre el arte y el diseño: su origen y sus incidencias sobre la educación y la profesión del diseño gráfico.

En las siguientes líneas pasamos a introducir el problema de investigación y a exponer las motivaciones, preguntas, objetivos e hipótesis que se encuentran en la base de este trabajo. A lo largo de la exposición se irán también aportando distintos argumentos que justifican la decisión de adoptar este tema en concreto.

1.1 Introducción

Comunicación y humanidades. Ese es el título del programa de doctorado en el que se incluye el siguiente trabajo de investigación y que refleja un dilema, el de la confrontación de las ciencias sociales con las humanidades, que nos ha acompañado a lo largo de toda la tesis.

Las humanidades, en sus múltiples disciplinas, nos señalan que hay índices no cuantitativos para medir la realidad. El humanista se interesa, interpreta y estudia la experiencia humana y la expresa a modo de relatos que pasan a retroalimentar estas experiencias. El conocimiento que nos aporta nos ayuda a ubicarnos y dimensionarnos en el mundo contemporáneo para que, con sentido crítico y analítico, podamos cabalmente vivir de manera eficiente y moral en sociedad. La crítica de que el conocimiento que aportan las humanidades no es científico ni irrefutable es pertinente, pero tampoco se busca otra cosa que avanzar dialogando.

Por otra parte, también entendemos que en un ámbito como el de la universidad los avances no pueden basarse en simples opiniones y que una tesis doctoral busque el rigor y la objetividad es positivo y necesario.

El mayor reto de este trabajo ha sido, por lo tanto, aunar la libertad interpretativa de las humanidades con el rigor que requiere un trabajo de estas características. Esta bipolaridad está presente a lo largo de esta tesis en la que coexisten narraciones interdisciplinarias de gran carga interpretativa y datos concretos, en ocasiones, sobre realidades muy abstractas.

En definitiva, hemos tratado de aprovechar el rigor que aportan los métodos científicos a la hora de alcanzar resultados objetivos sin descuidar otros aspectos como la interpretación, la creatividad, la imaginación o la intuición.

1.2 Presentación del problema de investigación

Previamente a estudiar diseño gráfico, cursé la carrera de historia del arte y siempre he sentido lo uno como una prolongación de lo otro; los conocimientos adquiridos en la carrera de historia del arte han sido siempre una inspiración, un modelo crítico, una base en la que fundamentar el diseño. En resumen, estos conocimientos han resultado enormemente útiles tanto para mi trayectoria como diseñadora profesional como para mi labor como docente en diseño.

Inciendo en esta idea y antes de entrar en temas de mayor profundidad, me gustaría rescatar una frase que he encontrado repasando los cuadernos de cuando comenzaba a pensar en el tema de la tesis. Suena un tanto naïf, pero es muy descriptiva de las motivaciones personales que están en el origen de las páginas que siguen:

Siento que cuando estoy haciendo una infografía no estoy haciendo nada diferente a lo que hay en una iglesia románica. Cuando estoy pensando en publicidad me vienen a la cabeza arquetipos tratados hasta la saciedad en la historia de la pintura. Cuando me siento a diseñar, me enfrento a problemas con la perspectiva, el color, la composición... que han tratado los artistas desde el principio de los tiempos. Cuando quiero emocionar, inquietar, impactar, etc., echo mano de recursos largamente utilizados por el arte barroco e incluso por el comunismo... En definitiva, tengo constantemente la tradición del arte como referente y no entiendo cómo esto no está en la cabeza de todos los diseñadores.

Mi experiencia personal contrasta con el discurso establecido dentro del ámbito académico del diseño para el que el arte no forma parte de su rango de estudio y en el que las historias del arte y el diseño siguen caminos distintos, si bien los cruces entre ambos son persistentes.

Son muchos los argumentos que se han confrontado para sostener este diformismo arte-diseño: la alta cultura frente a la popular, la contemplación estética frente a la funcionalidad, la obra única frente a la reproducción masiva, la libertad del artista frente a la sumisión al mercado...

Todas estas razones han sido rigurosamente desmontadas por ese *enfant terrible* que ha sido la posmodernidad: Mientras Andy Warhol popularizaba el arte y Pierre Bordieu¹ dejaba claro que éste era tan solo una forma de legitimación social, el diseño entraba en el Moma de Nueva York. Y mientras la sociología del arte² demostraba la mecanización de los talleres de grandes pintores como Rubens y convertía a pintores como Velázquez en funcionarios del estado, diseñadores gráficos como Mariscal, David Carson o Segmeister³ adquirían el estatuto de estrellas.

Nos proponemos estudiar las tensiones entre el arte y el diseño: su origen y sus incidencias sobre el diseño gráfico

Pero las tensiones entre el arte y el diseño, tal y como se verá, distan de estar superadas y eso deriva en problemas que afectan a la profesión del diseño a diferentes niveles. En esta tesis hablaremos de estos problemas centrándonos, principalmente, en sus orígenes y en las consecuencias que la confrontaciones entre ambas disciplinas han acarreado en la historia del diseño, en la manera de escribirla y de enseñarla.

La historia más ampliamente aceptada del diseño nace a partir de dos supuestos: en el primero, la industria contrata a artistas anónimos para que doten de valor estético a sus objetos y comunicaciones, tarea que éstos abordan,

con mayor o menor acierto, basándose en los códigos formales del academicismo imperante; bajo el segundo supuesto o en un segundo tiempo, son los artistas quienes toman las riendas, se comprometen con la sociedad y adquieren la responsabilidad de hacer de la vida cotidiana de todos algo más amable.

Esto no son sino las sempiternas dos caras (materialismo-idealismo) de una misma moneda en la que destaca una figura que se repite en ambas: la del artista. Y estos artistas, en un momento dado dejaron de ser denominados como tales y pasaron a ser llamados diseñadores. En nuestra opinión, este cambio de "título" no justifica una renuncia a la tradición de la historia del arte. Es como si los cardiólogos renunciaran a la historia de la medicina arguyendo que su historia comienza con el primer marcapasos.

A día de hoy desde el diseño se sigue insistiendo en que su historia comienza con la revolución industrial, por lo que a los diseñadores gráficos les cuesta reconocerse en manifestaciones como, por ejemplo, la pintura. Sin embargo, resulta algo evidente que las imágenes, sus formas, sus significados, así como lo que comunican son una parte consustancial del diseño gráfico. Y no podemos olvidar que, hasta la llegada de los medios de reproducción masiva, las imágenes más significativas han sido definidas como arte y han sido estudiadas por la historia del arte⁴.

En su conjunto, la siguiente tesis doctoral es una exhortación que invita a los diseñadores a que hagan suyos y desentrañen decenas de miles de años de arte (o producción de imágenes) desde su propio punto de vista. Consideramos que un mayor acercamiento entre la historia del diseño y del arte abriría el camino a nuevos relatos históricos más ricos y más cercanos a los intereses y a la realidad de los diseñadores.

En nuestra opinión, existen dos importantes obstáculos en el camino hacia este propósito. El primero es un pro-

1 BOURDIEU, P. *La distinción*. Madrid: Taurus, 2012

2 HASKELL, F. *Patronos y pintores*, Madrid: Cátedra, 1984

3 ROM, J. *Las claves del diseño gráfico*, Barcelona: Trípodos, 2014, p.41

4 BENJAMIN, W. "La obra de arte en su época de reproductibilidad técnica". En: *Discursos Interrumpidos I*. Buenos Aires: Taurus, 1989

blema de apropiación lingüística. Cuando los estudiantes de diseño entran en una librería, –sirva como ejemplo la librería La Central de Barcelona–, topan con una exigua estantería de diseño mayormente poblada de libros de “estampas” y dejan atrás una sala entera, –la dedicada al arte–, repleta de valiosas interpretaciones que durante siglos se han hecho sobre el valor, la forma, el significado, etc., de las imágenes. Y es que durante los dos últimos siglos y dentro del debate de la alta y baja cultura, mientras el diseño se dedicaba a dar respuesta a las demandas de la industrialización, el arte se ha dedicado a la teorización acaparando –no sólo la denominación de arte– sino también conceptos como la estética y sus categorías, la creatividad, la expresión, la libertad, la subjetividad, etc. dejando al diseño en una situación prosaica.

Si bien en las últimas décadas se ha comenzado a enmendar la situación⁵, esta apropiación ha supuesto no pocos complejos a los diseñadores de cara al arte. Estos conceptos son inherentes al día a día de la práctica de la disciplina por lo que resulta legítimo que los diseñadores pretendamos reivindicarlos. Y la historia, no lo olvidemos, siempre ha sido una gran aliada de la legitimación.

Mientras los diseñadores no sientan que la palabra arte les incumbe, mientras los estudiantes de diseño no se paren frente a las estanterías de libros de historia del arte como algo natural, se estarán perdiendo recursos y siglos de reflexiones sobre uno de sus orígenes y el complejo del diseño gráfico ante el arte seguirá vigente.

Por otra parte, está claro que los intereses del diseño a día de hoy no son los mismos que los que han movido a la historia del arte tradicional ni, mucho menos, a los que mueven al arte a día de hoy; es por lo tanto responsabilidad del diseño hacer una relectura de la literatura y de la producción de imágenes atendiendo a unas necesidades –las suyas– diferentes y actualizadas.

Para ilustrar el segundo obstáculo, nos hacemos eco de

las palabras de Isabel Campi cuando indica que “el miedo, casi histérico, de caer en el elitismo y en los tics de la historia del arte hace que muchos historiadores tiendan a desnudar al diseño de cualquier contenido cultural, estético y humanístico reduciéndolo a un fenómeno técnico o sociológico”.⁶

Ante este punto sólo nos queda decir que la historia del diseño tiene que encontrar su propio camino para dimensionarse como experiencia histórica y humana. Y eso pasa por entender el pasado y por no tener miedo de cometer errores propios.

1.3 Presentación de la investigación

Esta tesis doctoral responde a un modelo metodológico mixto que recurre a la triangulación, es decir, al empleo de distintas estrategias de recogida de datos que serán analizados y puestos en contraste para probar nuestras hipótesis. Tras un capítulo introductorio –el actual– en el que se expone el problema de investigación, se explica la metodología utilizada y se contextualizan y definen los términos de investigación, la tesis se divide en tres partes. Estas partes muestran el objeto de estudio –las tensiones entre la historia del arte y del diseño– desde tres enfoques diferentes: desde una perspectiva histórica, desde el punto de vista de los diseñadores y, finalmente, desde las instituciones académicas.

La tesis se divide en tres partes que muestran las tensiones entre la historia del arte y del diseño desde las perspectivas de la historia, los diseñadores y las universidades

En la primera de las partes, a través de un estudio histórico crítico en el que se cruzan fuentes bibliográficas provenientes del arte y del diseño, indagamos sobre cuánta

⁵ Ver, por ejemplo: RAMBLA, W. *Estética y diseño*. Salamanca: Universidad de Salamanca, 2007; CALVERA, A. *De lo bello de las cosas*. Barcelona: Gustavo Gili, 2007

⁶ CAMPI, I. *La historia y las teorías historiográficas del diseño*. México: Designio, 2013, p.36

les fueron los factores que hicieron que los artistas se hicieran depositarios de la tradición de la historia del arte mientras que los diseñadores optaban por construir una historia “desde cero”. A estas alturas no debiera resultar sorprendente el ver cómo se constata que los intereses de ciertas instituciones o políticas, sumados a egos personales y luchas por la supervivencia adquieren más peso, a la hora de crear definiciones, que las realidades de la profesión en sí y su raigambre con ciertas tradiciones.

En una segunda parte, tratamos de demostrar que la historia del arte resulta útil a los diseñadores. Esta parte es, en cierta manera, una justificación de la tesis doctoral. Intentar demostrar esta idea nos ha dado no pocos quebraderos de cabeza empezando por que la propia historia del arte se ha visto sumergida en una crisis en las últimas décadas. La historia del arte ha sido y sigue siendo intensamente criticada –y no sin motivos– por el razonamiento postmoderno: los relatos que ha construido esta historia, –argumentan sus detractores–, no han servido sino para reafirmar discursos interesados y legitimar la supremacía de ciertos géneros, países, clases sociales, razas, etc.

¿Cómo demostrar la utilidad de la historia del arte para los diseñadores si su propio producto ha sido puesto en entredicho? La respuesta la hemos encontrado acudiendo, en vez de a sus relatos, a sus paradigmas metodológicos. Independientemente de las narraciones que hasta el día de hoy haya podido crear, la historia del arte, en su camino para erigirse como una ciencia, ha ido adoptando y adaptando distintas metodologías de trabajo dependientes de los conocimientos y la cultura de cada época. En otras palabras, ha ido añadiendo prismas bajo los que observar su objeto de estudio, –la obra de arte–, que han dotado a la teoría del arte de una riqueza de interpretaciones y formas de acercarse a las imágenes de las que la teoría del diseño carece o bien aplica de forma más bien intuitiva y sin fundamentación teórica.

Por lo tanto, en este segundo estudio hemos procedido a preguntar a los diseñadores gráficos –a través de un cuestionario– si encuentran interesantes y útiles para su profesión estas formas de “mirar” el diseño obteniendo resultados claramente positivos.

La tercera y última parte de la investigación se centra en comprender la manera en que se aborda el estudio de la historia del arte y del diseño en las titulaciones universitarias de grado en diseño gráfico y trata de determinar las consecuencias que las tensiones entre estas disciplinas han desencadenado. El resultado es un análisis de los contenidos de los planes de estudio de 11 centros universitarios que deja clara, por una parte, la necesidad que tiene el diseño de la historia del arte para explicarse a sí mismo y, por otra, la escasez de modelos que se esfuerzan por integrar los discursos de ambas disciplinas.

Cada una de estas partes se presenta en forma de un estudio de los cuales se han obtenido diferentes conclusiones que han sido, finalmente, puestas en común y contrastadas para demostrar nuestras hipótesis. Los tres estudios conforman una “fotografía” de las tensiones entre el arte y el diseño, de las causas que las han originado y de sus consecuencias en la educación de los diseñadores que abren el camino a nuevos relatos históricos de una mayor profundidad y más respetuosos con la tradición histórica.

1.4 Contextualización y límites de la investigación

La historia del diseño gráfico y su teoría han sido escasamente tratados en general y España no es, ni mucho menos, una excepción. Pese a esto, este país cuenta con obras de referencia internacional como –*La historia del diseño gráfico* de Enric Satué– así como con una –cada vez mayor– cantera de historiadores dedicados a la investigación con referentes como Raquel Pelta, directora de la revista monográfica⁷ y recientemente galardonada con el premio Laus de honor por sus trabajo de difusión e investigación. Si dejamos de un lado el término gráfico y nos abrimos al diseño en general cabe también destacar la labor de otras historiadoras como Isabel Campi o Anna Calvera, así como la labor de la Fundación Historia del Diseño (FHD) constituida en Barcelona con el objeto de investigar, difundir y promover la historia del diseño en España.

7 MONOGRÁFICA [en línea]. Disponible en: www.monografica.org [Consulta: 02/10/2015]

Las limitaciones de la teoría del diseño contrastan con el éxito incontestable de la práctica de una profesión que ha calado en todos los ámbitos de la sociedad y que, a día de hoy, se estima⁸ supone el 0,5% del producto interior bruto así como de los puestos de empleo de Cataluña. Esta descompensación responde, en gran medida, al hecho de que en España hasta hace tan solo seis años los estudios de diseño no estaban contemplados como enseñanzas universitarias y a que, a pesar de la existencia de cursos homologados y másteres de gran calidad docente, no existían programas de doctorado específicos que incentivarán el estudio del diseño ni del diseño gráfico, salvando algunos casos excepcionales provenientes, mayormente, de las Facultades de Bellas Artes⁹.

Se ha dado una descompensación entre el éxito del diseño gráfico como profesión y la pobreza de su desarrollo teórico

La incorporación del diseño a las universidades promete un goteo de estudios de historia del diseño gráfico que cuenta ya con algunos primeros ejemplos¹⁰ y que irá incrementándose en la medida en que las primeras generaciones de estudiantes del grado en diseño culminen su formación.

Si los trabajos de investigación que se enmarcan en la historia del diseño gráfico son escasos, más escasos resultan aún aquellos que, como el presente, tratan la historia del diseño gráfico en sí. En esta línea la tesis

de Joanne Gooding –*Design history in Britain. From the 1970's to 2012*¹¹–, en la que la autora describe los procesos a través de los cuales la historia del diseño se define y adquiere el reconocimiento académico en Inglaterra.

El tema concreto que a nosotros nos concierne, las tensiones entre la historia del arte y del diseño gráfico –hasta donde nosotros hemos podido averiguar– no ha sido investigado desde ningún enfoque dentro del marco metodológico que ofrecen las tesis doctorales.

Fuera del ámbito universitario las relaciones entre el arte y el diseño han sido extensamente comentadas, debatidas y juzgadas a través de numerosos artículos¹² y algunas obras ya referentes como *Arte¿?Diseño*¹³, un libro editado por Anna Calvera en el que diversos autores como Bruno Munari, Norberto Chaves, Óscar Salinas, etc., reflexionan sobre las relaciones entre ambas disciplinas. Sin embargo, si bien este tipo de comentarios en un plano más general son frecuentes, encontrar literatura que se centre en el estudio riguroso de los aspectos concretos que generan las tensiones entre el arte y el diseño o que intente superarlos es más difícil y, sin embargo, muy necesario si queremos acabar con un debate estéril. En esta última tipología de estudios podríamos incluir *Arte en la tipografía y tipografía en el arte*¹⁴, en la que Enric Satué no sólo trata la tipografía como un arte sino que estudia la relación de algunos artistas y sus obras con las tipografías así como la relación de algunas tipografías con el contexto artístico en el que fueron creadas.

Para finalizar de contextualizar esta tesis, antes de proceder a exponer las preguntas, objetivos e hipótesis de la investigación, consideramos necesario concretar una serie de límites que nos ayudarán a acotar el tema.

8 Datos presentados por el BCD (Barcelona Centre de Disseny) en la “Sessió de presentació reflexió estratègica del sector de serveis de disseny” del día 23 de junio del 2015, Centro de Arte Santa Mónica

9 Sirvan como ejemplo las tesis: CALVERA, A., *Sobre la formació del pensament de William Morris* (Tesis. Dirigida por Valverde Pacheco, José M) Universidad de Barcelona, 1988; FERNÁNDEZ, M^a G., *Diseño y dibujo textil: diferencias entre industria y arte aplicado*. (Tesis. Dirigida por Garcerán, R M^a), Universidad Complutense de Madrid, 2009

10 Valga como ejemplo: SESMA, M. *El movimiento de la grafía latina y la creación tipográfica francesa entre 1945 y 1960* (Tesis. Dirigida por Pelta, R). Universidad de Barcelona, 2015

11 En la línea de nuestra investigación únicamente hemos encontrado: GOODING, J. *Design history in Britain. From the 1970's to 2012*. Op. cit.

12 Pueden verse ejemplos en la “Contextualización del estudio” del capítulo segundo

13 CALVERA, A.(ed.). *Arte¿? Diseño*. Barcelona: Gustavo Gili, 2003

14 SATUÉ, E. *Arte en la tipografía y tipografía en el arte*. Madrid: Siruela, 2007

A) Límites disciplinarios: El interés de esta investigación se centra en la historia del diseño gráfico, una rama de la historia del diseño que, a su vez, pertenece a otra mucho más amplia, la de la historia en sí.

Hoy por hoy la historia del diseño gráfico se diferencia de la historia del arte, principalmente, en que valora las imágenes en cuanto a sus capacidades comunicacionales y a su interés estético sin entrar a evaluar la filosofía de la pieza ni la intención creativa del autor.

Cabe aclarar que, si bien el arte engloba múltiples actividades como la danza, el cine, la escultura, la arquitectura, etc., en este trabajo de investigación, al hablar del arte tradicional nos estaremos refiriendo a las artes plásticas y muy especialmente a la pintura, que ha disfrutado de un papel predominante en las narraciones de la historia del arte. Obviamente esta decisión responde a las afinidades que esta forma de arte mantiene con el diseño gráfico.

La disciplina de la historia del diseño gráfico también se diferencia de los más recientes estudios visuales y de los estudios culturales. Primero, porque se centra en los factores más cercanos a una realidad profesional –la del diseño gráfico– y, segundo, porque crea relatos sincrónicos que buscan una dialéctica entre las distintas manifestaciones, es decir, busca evoluciones a través del tiempo. Sin embargo, nuestro enfoque no está exento de muchos de los conceptos fundamentales sostenidos por este tipo de estudios. Uno relevante es que los estudios visuales inscriben las imágenes –incluso las artísticas– en contextos cotidianos despojándolas de lecturas que vayan más allá de su relación objetiva con el ambiente¹⁵. Es en este sentido en el que, a lo largo de esta tesis, la historia del arte y del diseño son entendidas como parte de la historia de las imágenes.

Finalmente comentar que el hecho de que consideremos la historia del diseño gráfico como una disciplina no quiere decir que no veamos necesario un enfoque que abarque otras muchas áreas de conocimiento. Si bien

esta tesis –tal y como hemos adelantado– se centra en una problemática concreta que afecta a la historia del diseño gráfico, también se abre a otras disciplinas e incluye pasajes que tratan la historia y la historia del arte, la sociología, la filosofía, la estética e incluso la psicología.

Tratamos una problemática relacionada con la historia del diseño gráfico desde una postura abierta a otras disciplinas

B) Límites cronológicos: Esta tesis defiende una historia del diseño gráfico que comienza con las primeras manifestaciones gráficas del ser humano. Las narraciones históricas que se presentan como parte fundamental de esta tesis doctoral se centran, principalmente, en el momento en que se produjo el cisma que ha provocado las tensiones entre el arte y el diseño y que comienza con la revolución industrial. El relato acaba cuando arranca la posmodernidad, en primer lugar, para evitar caer en el presentismo y el consecuente empobrecimiento de las capacidades críticas y analíticas y, en segundo lugar, por ser este el momento en el que la historia del arte comienza a escribir su propia historia.

C) Límites geográficos: La siguiente tesis centra sus miras en España y en cómo ven y afrontan sus diseñadores y sus universidades las relaciones entre el diseño y el arte. Sin embargo, a la hora de tratar la historia traspasamos las fronteras para centrarnos en aquellos países que más han contribuido a la conformación del relato canónico del arte y del diseño en occidente. En cuanto a que esta tesis pretende desmontar algunos mitos de esta historia es normal que estos países, los del primer mundo y no los llamados “de la periferia”¹⁶, sean nuestro principal referente.

¹⁵ En relación a los estudios visuales ver MIRZZOEFF, N. (ed.). *The visual culture reader*. New York: Routledge 2007

¹⁶ En BONSIÈPE, G. *Diseño de la periferia*. México: Gustavo Gili, 1985 el autor diferencia entre los países centrales, aquellos que crean el relato de la historia y los dependientes o periféricos

D) Audiencias: Hacer historia también significa establecer a quién va dirigida, definir sus públicos. Pues bien, en este sentido y como diseñadora y profesora de diseño, no he podido sustraerme de mis propios intereses. En esta tesis se propone un camino hacia una historia que sea más motivadora y útil para los estudiantes de diseño. Esta idea es la constante que nos ha acompañado a lo largo de la tesis, lo cual no quiere decir que sus conclusiones no puedan ser del interés de públicos más amplios.

2. PREGUNTAS, OBJETIVOS E HIPÓTESIS DE LA TESIS DOCTORAL

2.1 Preguntas de la tesis doctoral

A lo largo de la investigación nos han ido surgiendo numerosas preguntas que hemos agrupado en tres bloques, cada uno de los cuales queda finalmente resumido en una pregunta de investigación. Estas tres preguntas resultantes han servido para guiar y estructurar la presente tesis doctoral. Pasamos a describir los bloques para, a continuación presentar las preguntas concretas:

A. ¿En qué momento se separan la historia del arte y del diseño? ¿Por qué? ¿Cuáles son las razones por las que el arte se hace depositario de toda la tradición de la historia de las imágenes y el diseño comienza a generar una teoría desde cero?

Para situar estas preguntas, resulta pertinente comentar unas líneas que aparecen al comienzo de una obra de referencia en la materia como es *El diseño gráfico* de Enric Satué:

La historia del arte, se ha esforzado por encima de todo en legitimar el valor singular y autónomo del medio, resultando perfectamente lícito expresarse hoy en términos de genio, belleza o armonía sin necesidad de descender a valorar su condición objetiva de mensaje. De hacerse, las raíces genealógicas de las obras de arte probablemente apareciesen más bastardas de lo que generalmente se supone ¹⁷

Satué entiende que el arte, de alguna manera, ha desvirtuado el significado de las imágenes del pasado al eliminar su condición objetiva de mensaje. De esto se sobreentiende que considera que estos objetos forman parte de la tradición del diseño. Sin embargo, Satué no trata este tipo de objetos en su historia ni aclara cómo ni si deberían integrarse en la historia del diseño gráfico.

Esta paradoja es más que frecuente: está claro que el diseño nace a partir del arte, por lo que los antecedentes, tanto para el uno como para el otro, son los mismos. Sin embargo, la teoría del diseño borra toda tradición anterior

al siglo XVIII y presenta un relato para el que lo sucedido antes de este momento no es importante. Y si –raramente– se remonta atrás en el tiempo para buscar precedentes acude a la tipografía o a las artes decorativas evitando entrar en temas como la historia de la pintura. Sin embargo, cualquiera que se haya dedicado al diseño gráfico y se haya tenido que enfrentar a problemas de expresión, elección de temas, perspectiva, color, composición y un largo etc., concordará en que las similitudes de esta práctica con nuestra profesión son más que evidentes.

Estas contradicciones claman al cielo y urge una revisión. Si, tal y como insinúa Satué, la historia del arte ha adulterado el carácter de los objetos artísticos alejándolos de unas funciones que los acercarían a la historia del diseño, ¿no debería la historia del diseño destamar la urdimbre mediante una relectura ajena a los intereses y prejuicios de la historia del arte y compensar las carencias? ¿Cuáles son las razones que nos impiden enfrentarnos, sin complejos, a las imágenes del pasado?

Estas discordancias están en la base, en nuestra opinión, del eterno debate sobre si el diseño es o no es arte cuando lo realmente importante es que el diseño reafirme su identidad retomando un legado cultural que ha perdido por el camino y que le crea un complejo intelectual que es, en el fondo, el que le remite una y otra vez a plantearse su relación con el arte.

Desde el arte, autores principales como Gombrich ya han empezado hacer algo semejante en un sentido inverso y se ha adentrado en terrenos que hasta hacía un tiempo estaban absolutamente vetados para la historia del arte como el de la utilidad de los artefactos¹⁸.

Al igual que, a día de hoy, la historia del arte trabaja sus carencias e intenta acercarse a la cultura popular, consideramos que el diseño debería hacer un trabajo paralelo y recuperar siglos y siglos de imágenes de múltiples, prósperas y variadas funciones comunicativas.

17 SATUÉ, E. *El diseño gráfico*. Op.cit., p.9

18 GOMBRICH, H. Los usos de las imágenes. *Estudios sobre la función social del arte y la comunicación visual*. Op.cit.

Un paso previo para conseguirlo es clarificar dónde está el origen del problema, entender los planteamientos que han alejado a la historia del diseño de la historia del arte.

PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN: ¿Cuáles fueron los factores que hicieron que los artistas se hicieran depositarios de la tradición de la historia del arte mientras que los diseñadores optaban por construir una historia “desde cero”?

B. ¿Integrar los discursos de la historia del arte en la historia del diseño gráfico resultaría provechoso para la actividad profesional del diseño? ¿De qué manera tendría que contarse la historia para resultar más útil a los diseñadores?

Estas preguntas pretenden justificar el trabajo de investigación a la vez que darnos pistas sobre cuáles son los enfoques históricos que más interesan a los diseñadores.

Nuestra tesis aspira a promover un acercamiento entre la tradición del arte y el diseño gráfico para abrir el camino a un nuevo abanico de relatos, respetuosos con la historia, que den a los diseñadores una mayor perspectiva crítica sobre la profesión y que les sirvan de ayuda para mejorar en el ejercicio de la misma. Creemos que las tensiones y las contradicciones entre el arte y el diseño gráfico y el empeño de alcanzar la pureza disciplinaria no favorecen el enriquecimiento intelectual: los muros impuestos obstaculizan reflexiones holísticas más profundas que permitirían alcanzar relatos históricos más sólidos, interesantes y útiles para los diseñadores. Atendiendo a todo esto, desde la perspectiva del diseño se deberían propiciar las relecturas de todo aquello que rodea a las imágenes del pasado y que ahora quedan fuera de su radio de acción porque “pertenecen” al arte.

Por otra parte, a lo largo de esta tesis también se defiende que la experiencia de la teoría del arte –siglos de dis-

cursos sobre las imágenes y sus funciones– debería ser aprovechada y ser adoptada como propia por el diseño gráfico, primero, por que estas imágenes forman parte de su propia tradición y, segundo, por que hacer esto sería útil para la disciplina.

Para validar nuestras afirmaciones hemos optado por centrarnos en las metodologías de la historia del arte, es decir, en los enfoques bajo los que se han estudiado los objetos artísticos. Si los paradigmas metodológicos de la historia pueden aplicarse al diseño, si le son útiles, sabremos no sólo que los objetos de estudio del arte y el diseño son similares sino que –también– obtendremos pistas sobre qué enfoques prefieren los diseñadores y abriremos nuevos caminos que explorar por el diseño.

PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN: ¿Resultan las metodologías tradicionales de la historia del arte aplicables al diseño gráfico y útiles para los diseñadores?

C. ¿Cómo se traduce la tensión histórica del arte y el diseño en la realidad?, ¿desde un punto de vista académico están bien definidas las relaciones del diseño con el arte? ¿cómo se explica, en la actualidad, la historia del diseño gráfico?

Una vez establecidos los orígenes de las tensiones entre el arte y el diseño y establecidas las nuevas oportunidades que se abren a partir de su relectura nos proponemos estudiar y describir la manera en la que en la actualidad se aborda la historia del diseño y su relación con el arte. Para centrar la pregunta de investigación hemos optado por acudir a los programas didácticos de los estudios oficiales de grado atendiendo a su capital importancia en la formación de los diseñadores gráficos en este país.

PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN: ¿A día de hoy, cómo se afrontan las tensiones entre el arte y el diseño en los estudios oficiales de grado en diseño gráfico en España?

Estas tres preguntas están en la base de los tres estudios que se presentan en esta tesis y nos servirán como guión para ir alcanzando una serie de objetivos que pasamos a exponer:

2.2 Objetivos generales y justificación de la tesis doctoral

Si bien cada una de las partes o estudios que componen esta tesis cuenta con una serie de objetivos específicos que se irán describiendo en la medida en que la investigación avance, existen una serie de objetivos.

1. Mostrar una imagen panorámica de las tensiones históricas entre el arte, el diseño y sus historias

Si bien abundan las opiniones sobre las relaciones arte-diseño, resulta difícil encontrar estudios que crucen las perspectivas de ambas disciplinas lo que, por otra parte, resulta necesario para llegar al fondo de las contradicciones que se presentan como principal problema de la investigación. Nos proponemos, por lo tanto, realizar este trabajo y esperamos que la “panorámica” resultante contribuya a responder algunas de las preguntas de la investigación así como sirva de extracto para futuros investigadores o personas interesadas en el tema.

2. Poner en evidencia las razones históricas que han hecho que la historia del arte se haya erigido como única heredera de la tradición de la historia del arte (de las imágenes y de sus teorías)

Un paso previo para que los diseñadores puedan sentir como suya una tradición que –paradójicamente– está estrechamente vinculada con su actividad y su pasado

pasa por detectar y exponer las razones que han obstaculizado el desarrollo natural de este vínculo y determinar su pertinencia.

3. Demostrar la vinculación entre la historia del arte y del diseño

Si bien esto puede parecer una obviedad, lo cierto es que desde el diseño no se potencian –más bien se evitan– el estudio o las aproximaciones a esta realidad. Vemos por lo tanto necesario aclarar y, en la medida de lo posible, definir en qué consiste esta vinculación para romper con los tabúes que dificultan una aproximación abierta y franca al arte desde el diseño.

4. Demostrar el potencial que un mayor conocimiento de la historia del arte y sus teorías puede llegar a tener para alcanzar un mejor ejercicio de nuestra profesión

El sentido último de este trabajo es el de, modestamente, contribuir a mejorar la formación de los diseñadores gráficos y aumentar la calidad de la profesión. Un paso que hemos considerado necesario ha sido el de asegurarnos de que la tesis que proponemos armoniza con las necesidades de los diseñadores.

5. Describir y analizar cómo se están abordando las relaciones entre la historia del arte y el diseño gráfico en el ámbito educativo y académico.

En esta tesis se plantea la existencia de un problema: el diseño gráfico está dando la espalda a la historia de las imágenes y, por lo tanto, a una parte importante de su propia historia. Estudiar cómo se refleja y cómo se aborda esta paradoja desde las universidades nos ayudará a detectar posibles errores y descubrir posibles soluciones.

6. Ayudar a los profesores de historia del diseño a crear discursos más motivadores y útiles para sus alumnos

A lo largo de este trabajo se intentará dar argumentos para buscar nuevas perspectivas a la hora de abordar la historia del diseño gráfico y presentar recursos fundamentados en datos que hagan de la historia del diseño

una asignatura más útil y motivadora para los alumnos.

7. Abrir nuevos caminos de estudio para los nuevos investigadores y ayudar a los profesores de historia del diseño a crear discursos más motivadores y útiles para los diseñadores

Como cualquier tesis doctoral, el siguiente trabajo pretende ser de ayuda para futuros investigadores. Teniendo en cuenta el retraso que llevamos con respecto a otras disciplinas, en el caso concreto del diseño, este punto cobra todavía un mayor sentido.

C) A pesar de tener sus orígenes en la tradición artística y de necesitar al arte para explicarse, al diseño gráfico le resulta difícil generar relatos que integren de manera natural ambas disciplinas

2.3 Hipótesis de la tesis doctoral

Una vez presentadas las preguntas y los objetivos, pasamos a exponer la hipótesis principal de esta tesis doctoral:

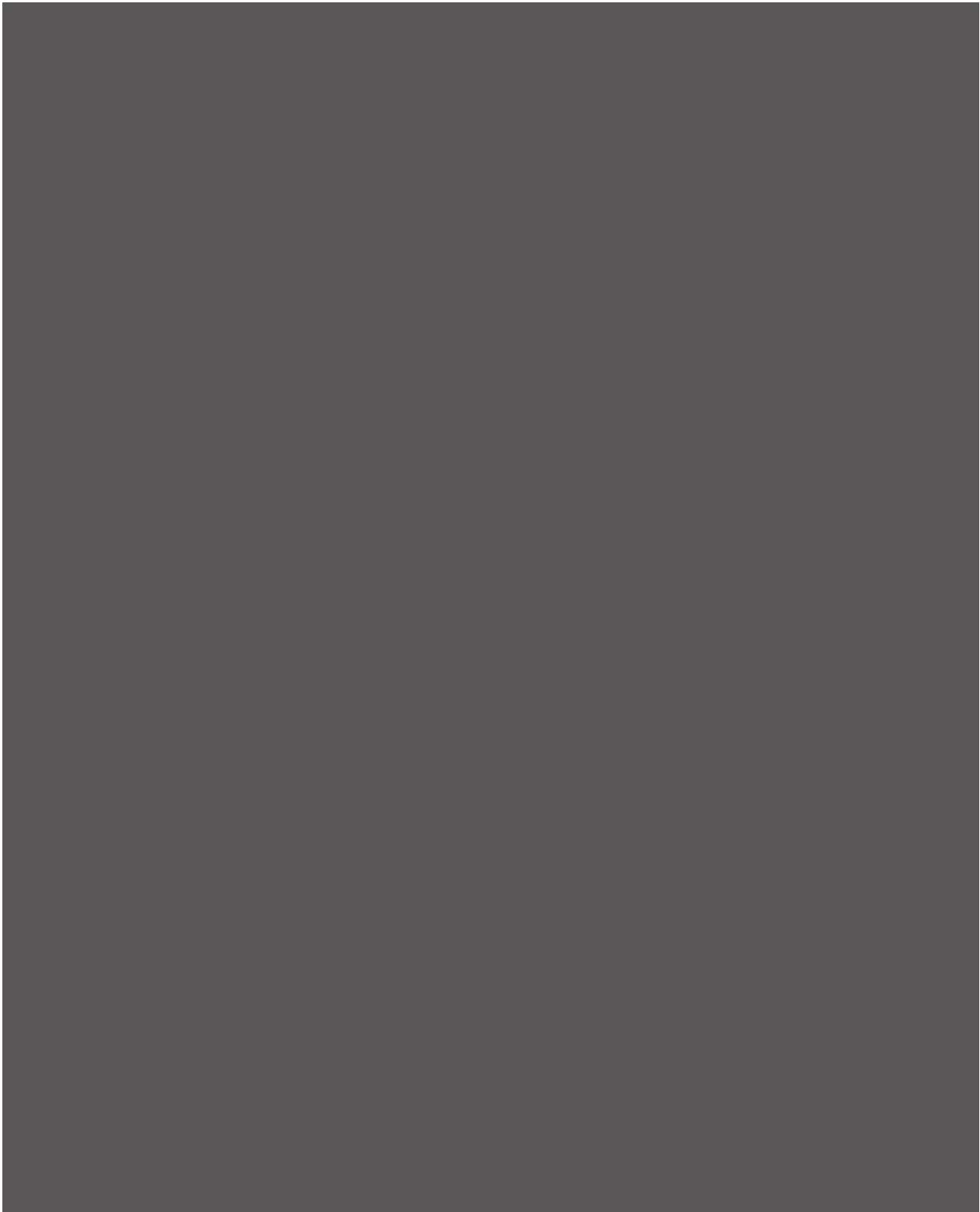
Hipótesis principal: El academicismo del diseño en general y, más concretamente, los centros que imparten el grado oficial de diseño gráfico en España tienden a disociar el arte del diseño en base a ciertos prejuicios históricos despojando al diseño gráfico de una parte sustancial de su ADN: la historia de las imágenes y sus teorías previas a la revolución industrial. Esto supone un desaprovechamiento de conocimientos que resultarían útiles y motivadores para los diseñadores gráficos.

Esta hipótesis general contiene diferentes afirmaciones que, con el fin de facilitar la labor de la investigación, han sido desgranadas en otras tres que dan respuesta a las preguntas de investigación y conforman los supuestos principales de los tres estudios que se presentan:

A) Los planteamientos en los que se basa la división arte / diseño resultan artificiales porque responden más a los intereses de distintos grupos de presión que a la tradición y a la realidad práctica del diseño gráfico

B) Los paradigmas tradicionales de la historia del arte son vigentes, motivadores y útiles para el ejercicio de la profesión del diseño gráfico

B) Diseño de la metodología y estructura de la tesis doctoral



1. DISEÑO DE LA METODOLOGÍA Y ESTRUCTURA DE LA TESIS

1.1 Enfoque metodológico de la investigación

Esta tesis se inscribe dentro de las humanidades y utiliza las herramientas y métodos que ofrecen las ciencias sociales para la investigación. En línea con Xavier Coller¹, entendemos la investigación en ciencias sociales como la producción de representaciones que describen y explican una realidad, aunque ésta sea siempre provisional e incierta. En esta sección nos disponemos a describir el conjunto de pasos que hemos seguido para acercarnos un poco más a esa parcela de la realidad que concierne a éste trabajo de investigación.

Nuestro objeto de estudio son las tensiones entre el arte y el diseño: nos interesa su origen y sus incidencias sobre la educación y la profesión del diseño gráfico.

Dos rasgos han condicionado, especialmente, el diseño de nuestro modelo metodológico: la excepcionalidad del caso y la complejidad de la hipótesis. Por un lado, el vacío disciplinario en el tema que tratamos nos invitaba a hacer un trabajo que permitiera obtener una visión panorámica a partir de la cual generar nuevas formas de entender la relación entre la tradición del diseño y el arte. Igualmente, las diferentes afirmaciones presentes en nuestra hipótesis principal nos obligaban a adquirir diferentes enfoques y procedimientos, algunos basados en la hermenéutica y la interpretación y otros más centrados en realidades concretas y cuantificables.

Este terreno requería de un sistema abierto y flexible y, es por eso, que hemos acudido a un paradigma de investigación mixto: un paradigma que integra diferentes vías de recogida de datos (cuantitativos y cualitativos) y combina diferentes visiones filosóficas acerca del mundo social generando un forum para dialogar y una oportunidad para alcanzar una mejor comprensión de las diferentes maneras de ver, entender y analizar la información².

1.2 Fundamentos del método mixto de investigación

El método mixto, también llamado método múltiple o estudio de triangulación, es considerado el tercer paradigma de investigación en cuanto que ofrece una alternativa a las aproximaciones clásicas, la cuantitativa y la cualitativa. Es importante entender que este método no viene a sustituir a los anteriores sino que los hace convivir extrayendo las ventajas de cada uno de ellos y minimizando sus aspectos negativos.

Burke y Onwuegbuzie³ definen el método mixto como una tipología de investigación donde el investigador mezcla técnicas, métodos, enfoques, conceptos o lenguajes cualitativos y cuantitativos en un mismo estudio. Se trata de una fórmula que legitima el uso de múltiples aproximaciones a la hora de responder a una pregunta de investigación y que evita cualquier dogmatismo que pueda llegar a restringir u obstaculizar el trabajo del investigador.

Hernández, Fernández y Baptista⁴ apuntan que la principal ventaja de los métodos mixtos es que ofrecen perspectivas más amplias y profundas, datos más ricos y variados que aportan una mayor solidez y rigor a la investigación. También exponen como una importante ventaja el hecho de que estos paradigmas den pie a una mayor creatividad en la investigación. Todos estos autores concuerdan en que, al aunar diferentes tipos de datos, este tipo de método permite obtener un “fotografía” más completa de un fenómeno.

La filosofía que ampara este tipo de estudios es el *pragmatismo*. Se entiende por pragmatismo la búsqueda de soluciones prácticas a la hora de efectuar una investigación utilizando los criterios y diseños más apropiados para un planteamiento, situación y contexto particular. El pragmatismo implica una fuerte dosis de pluralismo aceptando la utilidad de métodos cualitativos y cuanti-

1 COLLER, X. *Estudio de casos*. Madrid: Cuadernos Metodológicos del CIS (Centro de Investigaciones sociológicas), 2005

2 GREENE, J., CARACELLI, V., “Making paradigm sense of mixed methods practice” en TASHAKKORI A., TEDDLIE, CH. (Ed.), *Handbook of mixed methods in social and behavioral research*, London: Sage, 2003, pp. 91-110

3 BURKE JOHNSON R., ONWUEGBUZIE A.J. *Mixed Methods Research: A research paradigm whose time has come*, Educational Resercher, 2004, 33:14 [en línea]. Disponible en: <http://edr.sagepub.com/content/33/7/14>, [Consulta: 15/10/2015]

4 HERNÁNDEZ, R., FERNÁNDEZ, C., BAPTISTA, M. *Metodología de la investigación*, México: Mc Grau Hill, 2010

tativos y buscando su complementación. Huye de la estandarización asumiendo que los investigadores poseen diferentes valores y creencias que abarcan, también, los enfoques de investigación; el pragmatismo entiende estas discrepancias como una fortaleza del potencial investigador más que como una limitación.

En definitiva, por pragmatismo debemos entender la búsqueda de soluciones prácticas para efectuar una investigación utilizando los criterios y diseños más apropiados para cada planteamiento y situación particular.

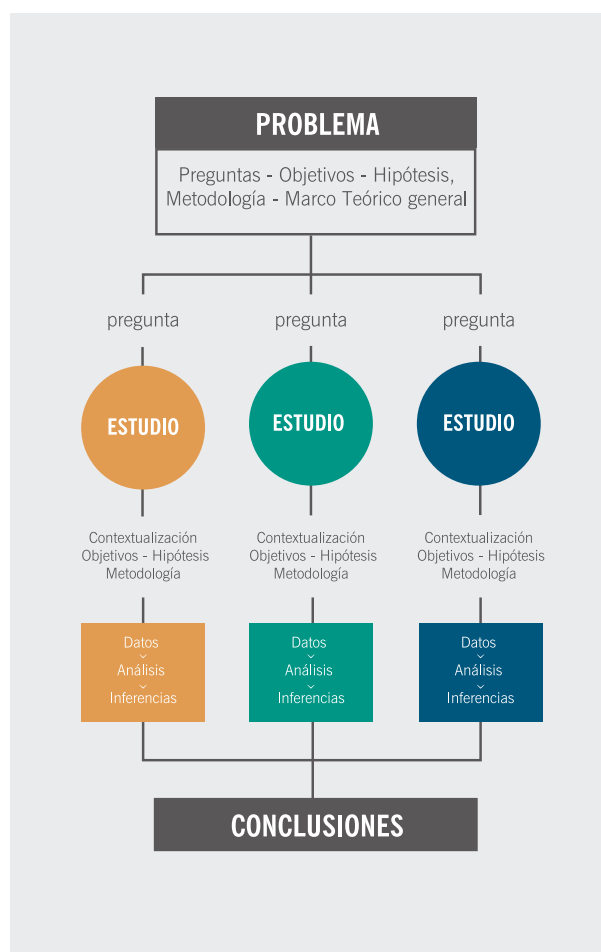
1.3 Esquema general de la metodología de la tesis

Hernández *et al.*⁵ concuerdan en que las investigaciones mixtas requieren de un diseño metodológico único y propio, resultado de una *tarea artesanal*. A la hora de realizar esta “tarea” nos hemos basado en diversos autores que defienden la posibilidad de tratar la información en forma de diferentes estudios (cuantitativos, cualitativos y mixtos) independientes que finalmente se relacionan.

Burke y Onwuegbuzie⁶ diferencian entre dos tipos de métodos mixtos: el *modelo mixto*, que recoge datos cualitativos y cuantitativos en un mismo estadio de la investigación, y el *método mixto*, que incluye diferentes fases cuantitativas y cualitativas. En este último caso el diseño de la investigación es similar a si uno estuviera haciendo micro estudios que finalmente pusiera en común. También Chen y Johnson⁷ afirman que ante el pluralismo metodológico, los distintos estudios pueden ser conjuntados de tal manera que las aproximaciones cuantitativa y cualitativa conserven sus estructuras y procedimientos originales.

Estas ideas han sido tenidas en cuenta a la hora de plantear un esquema metodológico (FIG.1) que presenta tres estudios diferenciados. Cada uno de estos estudios mantiene su propia estructura planteando objetivos, hipótesis

FIG.1: ESQUEMA GENERAL DE LA METODOLOGÍA



y marcos teóricos propios, eso sí, sin perder de vista las preguntas, los objetivos e hipótesis generales de la tesis. En resumen, tras una presentación común del problema de investigación y un marco teórico general, se exponen los tres estudios, se contextualizan en su propio marco y se concretan sus hipótesis, objetivos específicos y metodologías como pasos previos a la recogida de datos. Al final de cada estudio se han explicitado las inferencias o conclusiones que, al final de la tesis, han sido puestas en común– a través de la triangulación– para alcanzar las metainferencias o conclusiones finales de la investiga-

5 Ibid, p.558

6 BURKE JOHNSON R., ONWUEGBUZIE A.J. Op. cit.

7 CHEN; JOHNSON, et al., 2006. en: HERNÁNDEZ, R., FERNÁNDEZ, C.,BAPTISTA, Op. cit., p. 546

ción. Este esquema nos ha permitido seguir las preguntas de la investigación de una manera más ordenada (nótese que el código de color utilizado, gris para los aspectos generales de la tesis y amarillo, verde y azul para los respectivos estudios contribuye a reforzar el orden estructural) y contextualizar mejor la información al permitirnos relacionarla con sus datos correspondientes.

1.4 Estructura general de la tesis doctoral

Siguiendo el esquema metodológico propuesto, a la hora de afrontar nuestro objeto de estudio –las tensiones entre la historia del arte y la historia del diseño– hemos recurrido a tres puntos de vista: el de la historia, el de los diseñadores gráficos y el de las universidades. Cada enfoque se concreta en un estudio que se corresponde con una de las preguntas de investigación presentadas anteriormente y, entre los tres, intentan verificar la hipótesis principal que se plantea en esta tesis (**FIG.2**). Pasamos a describir brevemente estos estudios si bien, cabe insistir, en que en cada uno de estos se detallarán, de manera independiente, los planteamientos que los rigen así como los procesos metodológicos que siguen para recoger y analizar los datos.

El primero de los estudios (Estudio 1) lleva el título de *Arte y diseño. Historia de un pulso. Encuentros y desencuentros desde la industrialización hasta la postmodernidad*. Se trata de un trabajo de carácter hermenéutico o interpretativo que cruza las historias del diseño y del arte a la búsqueda de indicios que nos permitan confirmar nuestra hipótesis: la desvinculación de las historias del arte y el diseño responde a motivos (sociales, políticos, económicos...) ajenos a la práctica y a la tradición de la profesión.

En el segundo estudio (Estudio 2) *Metodologías del arte en el contexto del diseño. Opinión de los diseñadores gráficos*, preguntamos a los diseñadores, través de un cuestionario, sobre las metodologías de la historia del arte: pretendemos saber si éstas les resultan habituales, útiles y motivadoras. Demostrando la validez de los paradigmas metodológicos de la historia del arte aplicados al diseño pretendemos revelar que los objetos de estudio de

ambas disciplinas son similares, o dicho de otra forma, que lo que tradicionalmente hemos considerado arte se encuentra en el ADN del diseño. El estudio también nos dará pistas sobre los enfoques históricos preferidos por los diseñadores.

En el tercer estudio (Estudio 3) *Análisis de contenidos de los programas de los estudios superiores de diseño gráfico en España*, nos centramos en la realidad de las universidades españolas y describimos cómo afrontan las historias del diseño y del arte. Con este fin realizamos un análisis de los contenidos de sus programas docentes. Pretendemos demostrar que, a pesar de que el diseño gráfico tiene sus orígenes en el arte, a estos centros les cuesta generar relatos que integren de manera natural estos orígenes en la historia del diseño. En este estudio también buscamos indicios de nuevos relatos que superen esta fragmentación.

Finalizados los estudios, las conclusiones obtenidas en cada uno de éstos serán puestas en común para verificar la hipótesis principal y revisar la consecución de los objetivos generales, todos ellos detallados en el apartado *El problema de investigación*.

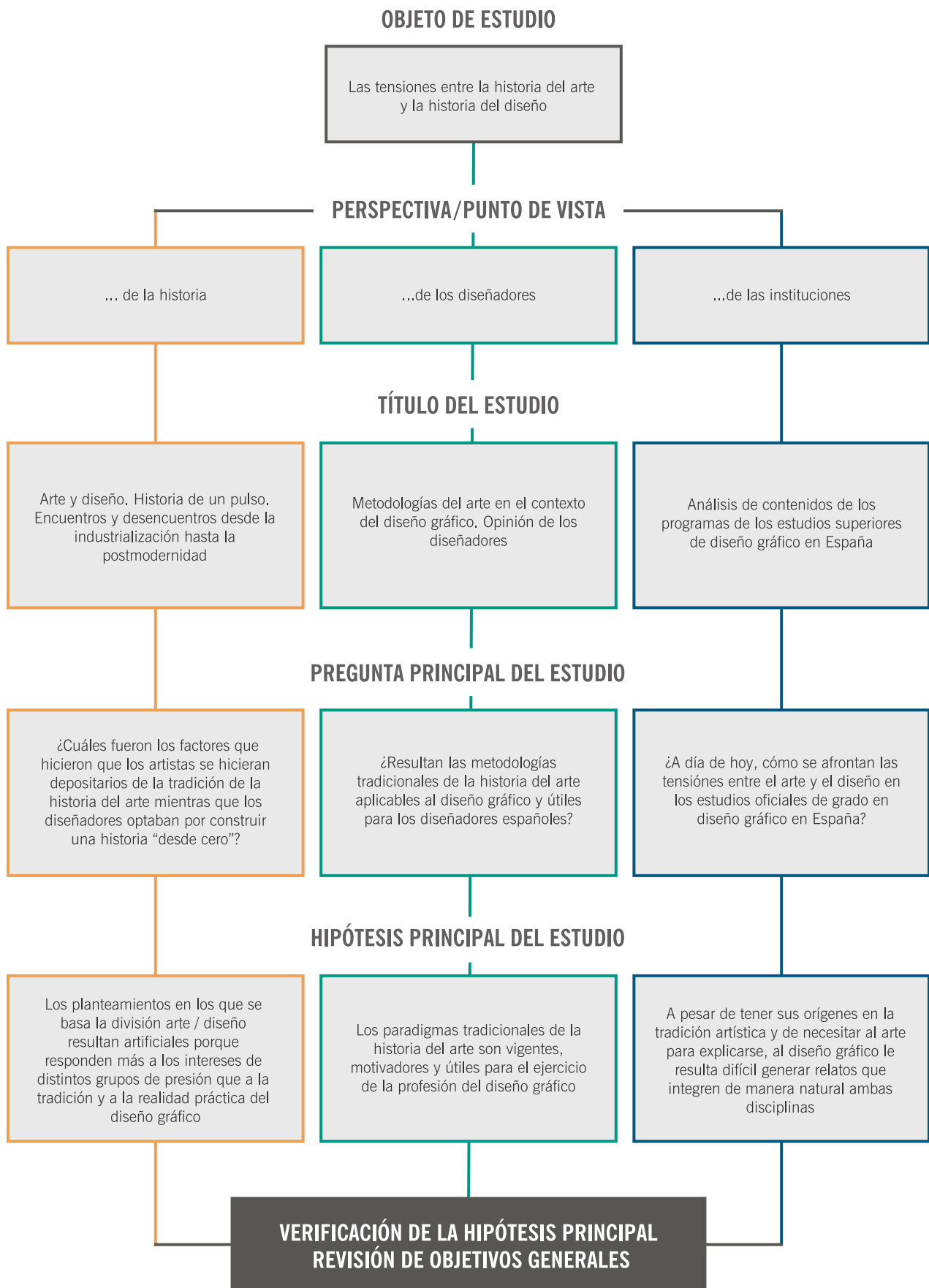
1.5 Descripción del diseño metodológico

Tal y como venimos explicando, esta tesis sigue un método mixto de investigación o de triangulación en el que se presentan tres estudios que confluyen en unos objetivos y una hipótesis concretos.

Tal y nos como explican Hernández et al.⁸ la triangulación no viene solo dada por la convergencia de métodos sino que puede además ser de teorías o disciplinas, de investigadores y/o de datos. En nuestro caso se dan tres de los cuatro supuestos en cuanto que los datos obtenidos provienen de diversas disciplinas y teorías y conjugan diferentes métodos con distintas fuentes de recolección y tipologías de datos.

⁸ Ibid, p.476

FIG.2: ESTRUCTURA GENERAL DE LA TESIS DOCTORAL



Por otra parte, según Burke y Onwuegbuzie⁹ los estudios que conforman una investigación pueden ser secuenciales, cuando la recolección de datos sigue una secuencia lógica o concurrentes, cuando los estudios se suceden paralelamente y de forma separada, como es el caso de nuestros estudios. Por otra parte, puede darse el caso de que alguno de los métodos empleados (cuantitativo o cualitativo) domine por su relevancia en el diseño de la investigación o bien, que ambos métodos mantengan un mismo estatus; en base a esto podríamos hablar de métodos cualitativos mixtos, cuantitativos mixtos o, simplemente, mixtos.

La orientación humanista de esta tesis inclina la balanza hacia los datos cualitativos, que adquieren una mayor importancia dentro del conjunto de la investigación. **Esta tesis, por lo tanto, sigue un modelo metodológico cualitativo mixto compuesto a partir de estudios concurrentes.**

Pasamos ahora a detallar esquemáticamente las características principales que, a nivel metodológico, presentan los estudios que conforman este modelo: **(FIG.2).**

Estudio 1: Se trata de un estudio cualitativo que recurre al método histórico basado en la recopilación de fuentes bibliográficas y documentales, su análisis crítico y una posterior síntesis historiográfica.

Estudio 2: Se trata de un estudio cuantitativo que utiliza el cuestionario como método de recopilación de datos y utiliza el análisis estadístico para extraer conclusiones. Es un estudio exploratorio que pretende familiarizarnos con fenómenos relativamente desconocidos, identificar conceptos y sugerir postulados.¹⁰

Estudio 3: Recoge los datos del análisis de los programas didácticos de los estudios oficiales de grado en diseño gráfico y describe y explica la manera en que se enseñan la historia del arte y del diseño, así como su peso especí-

fico en las carreras. Se trata de un estudio mixto que integra datos tanto cuantitativos (resultantes del recuento de créditos) como cualitativos (a partir de una aproximación crítica de los textos) que posteriormente son analizados tanto estadísticamente como a través de interpretaciones.

Las inferencias alcanzadas en cada uno de estos estudios han sido finalmente puestas en común para crear las metainferencias.

1.6 Justificación de la metodología

Para finalizar, creemos conveniente justificar, en base a los criterios establecidos por Hernández (et al.)¹¹, por qué hemos optado por el pluralismo metodológico, por integrar datos tanto cualitativos como cuantitativos:

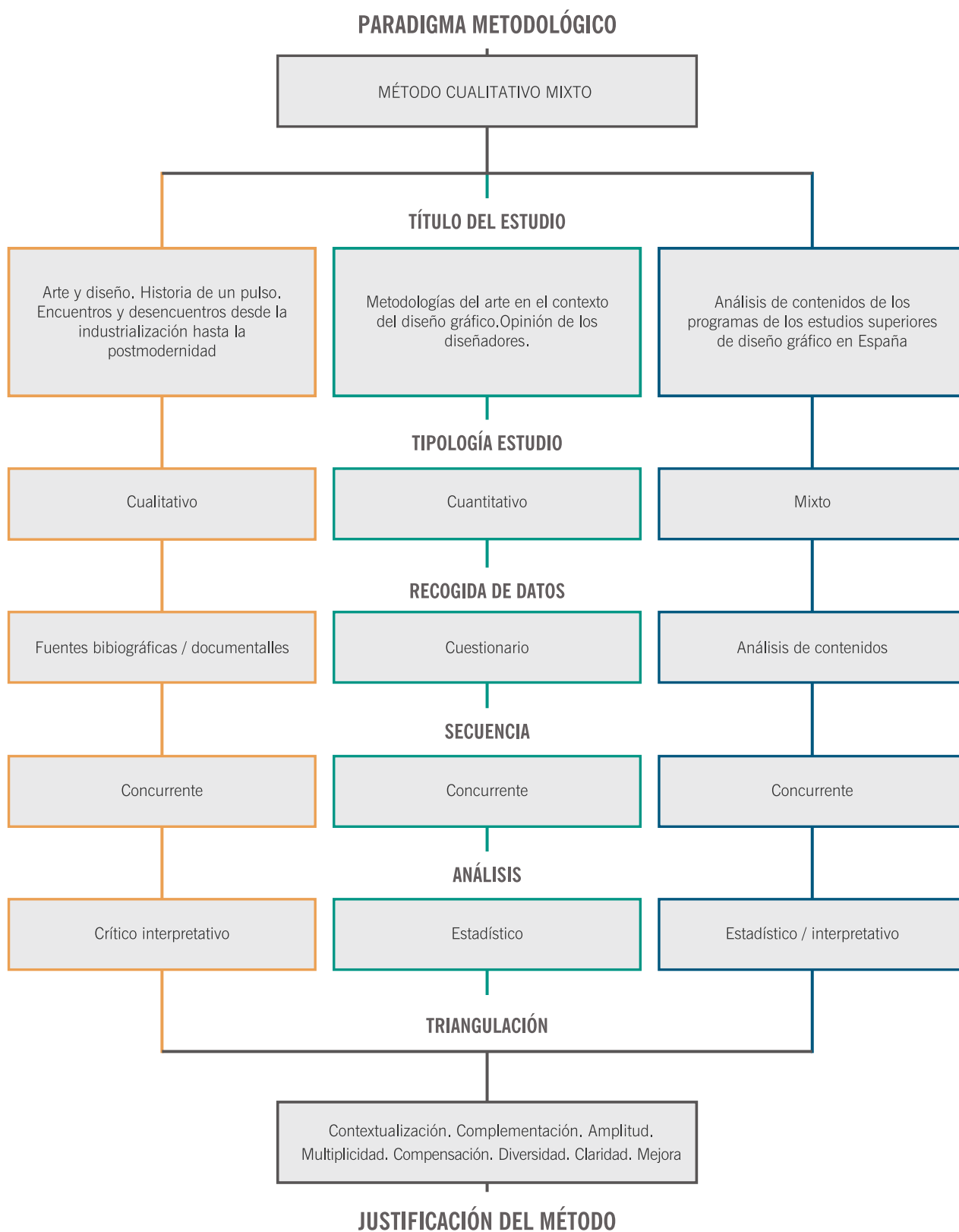
- **Contextualización:** para proveer al estudio de un contexto más completo, profundo y amplio, pero al mismo tiempo generalizable y con validez externa
- **Complementación:** para obtener una visión más comprensiva sobre el planteamiento
- **Amplitud:** para poder examinar los procesos más holísticamente
- **Multiplidad:** para responder a diferentes preguntas de investigación
- **Compensación:** para contrarrestar las debilidades potenciales de alguno de los métodos y robustecer las fortalezas de cada uno
- **Diversidad:** Para lograr una mayor variedad de perspectivas
- **Claridad:** para visualizar relaciones encubiertas que no habrían sido detectadas con el uso de un solo método
- **Mejora:** para consolidar las argumentaciones provenientes de la recolección y análisis de los datos por ambos métodos

9 BURKE JOHNSON R., ONWUEGBUZIE A.J. Op. cit.

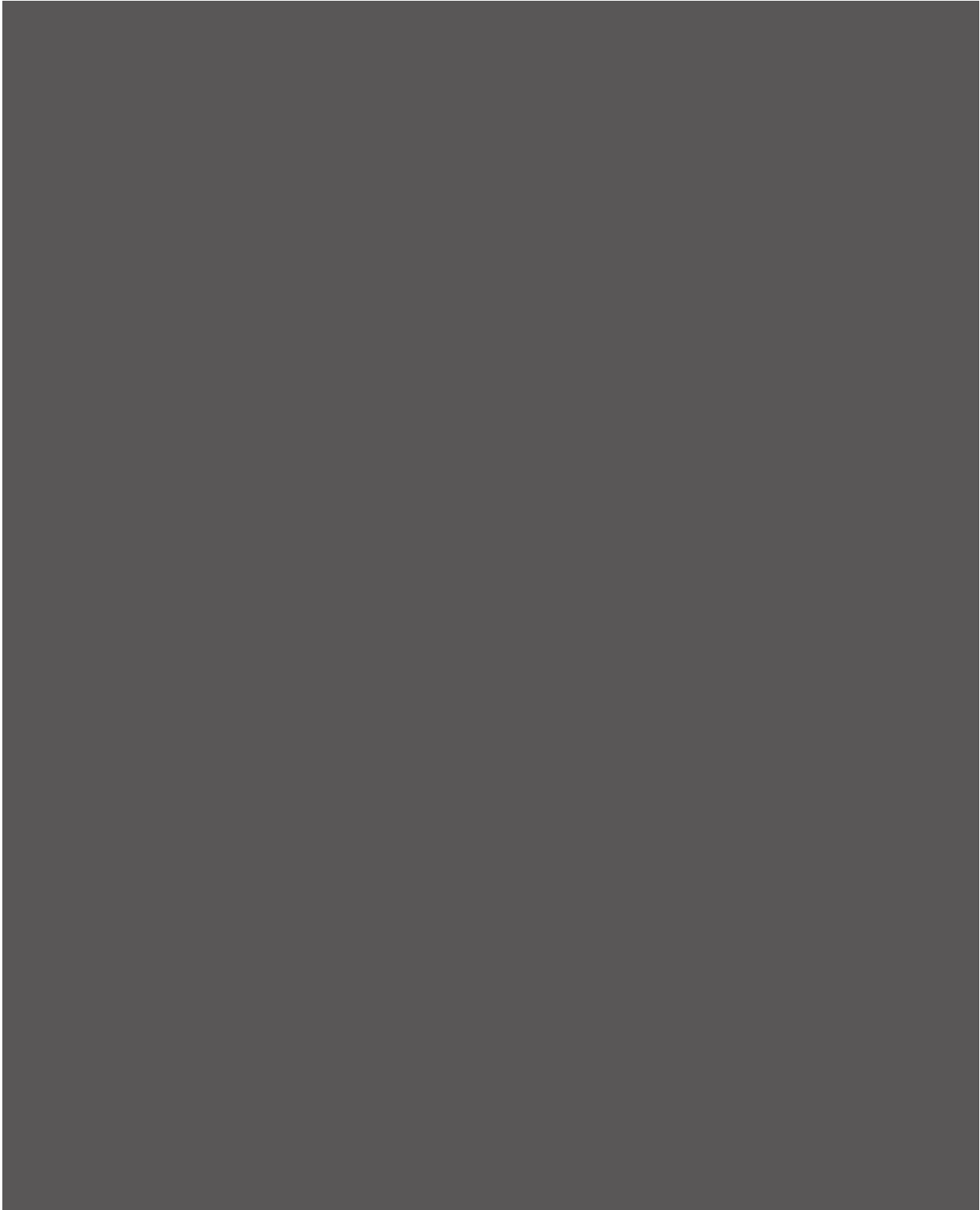
10 HERNÁNDEZ, R., FERNÁNDEZ, C., BAPTISTA, Op. cit, p.79

11 Ibid, p. 552

FIG.3: DISEÑO DE MODELO METODOLÓGICO CUALITATIVO MIXTO



C) El diseño gráfico y su historia



1. EL DISEÑO GRÁFICO Y SU HISTORIA

1.1 El diseño: delimitando el término

Definir el diseño es a día de hoy una tarea desalentadora. Atañe a una profesión compleja que interviene en multitud de aspectos de nuestro día a día y, a pesar de que su presencia se hace evidente en, prácticamente, todos los ámbitos de nuestra sociedad, no existe un verdadero consenso sobre lo que es, ni sobre dónde están sus fronteras.

Partimos de un término que, ya de por sí, es ambiguo. Tal y como nos recuerda John Walker¹, el término diseño acoge más de un significado y así puede referirse tanto a un proceso (la práctica del diseño) o al resultado del mismo proceso (un diseño o un boceto); también puede referirse a un producto fabricado (producto de diseño) o a la apariencia o patrón general de un producto (el diseño de un vestido).

Otro factor que dificulta su definición es que, tal y como nos indica Penny Sparke², el diseño cambia constantemente porque sus prácticas y significados vienen condicionadas por dinámicas inestables como la tecnología, las políticas de consumo o las ideologías:

Se trata más bien de un concepto en constante transformación, que se refleja en una serie de prácticas y se ve influido por un contexto más amplio de ideologías y discursos cambiantes que afectan a sus parámetros variables.

Merece la pena arrojar algo de luz mediante una recapitulación de los vaivenes que ha sufrido el término a lo largo del tiempo. La palabra *diseño* tiene sus raíces en el verbo latino *designare*, derivado de *signum* y que significa en latín “marcar con un signo” o “representar simbólicamente mediante signos”³. Un ejemplo de este uso se constata

ya en el siglo I.a.C.en *La Eneida* de Virgilio⁴:

interea Aeneas urbem designat aratro
(trad. entretanto Eneas traza la ciudad con el arado)

El término latino, que en español derivó en *designar*, paso al Italiano como *disegno* y fue popularizado durante el Renacimiento por Giorgio Vasari⁵ a través de su célebre *Vidas de los mejores pintores, escultores y arquitectos*. En esta obra, un escaparate de artistas renacentistas, Vasari unifica la arquitectura, la pintura y la escultura bajo el epígrafe “la artes del diseño”, dando al término un significado doble aún vigente que integra tanto la proyección de una idea como su producto. A día de hoy –superados los intensos debates que tuvieron lugar en el siglo XX en torno a la alta y baja cultura– resulta irónico observar cómo, para el fundador de la historia del arte⁶, el diseño es, literalmente, el padre de las artes:

Dico adunque che la scultura e la pittura per il vero sono sorelle, nate di un padre, che è il disegno, in un sol parto et ad un tempo.
(trad. Digo pues que realmente la escultura y la pintura son hermanas, nacidas de un padre, que es el diseño, en un solo parto y al mismo tiempo)

La palabra diseño quedará así ligada a los procesos de ideación y planificación así como al arte, tal y como ocurre en Francia, donde *disegno* derivará en *dessin*, haciendo referencia al dibujo.

Superados los debates en torno a la alta y baja cultura, resulta irónico ver cómo para el fundador de la historia del arte el diseño es, literalmente, el padre de las artes

1 WALKER, J.A. *Design History and the History of Design*, p.281. En: LEES-MAFFEI. G.; HOUZE. R, (eds.). *The design history reader*, New York: Berg, 2010

2 SPARKE, P. *Diseño y Cultura, una introducción*. Barcelona: GG diseño, 2010, p.18

3 DICCIONARIO ETIMOLÓGICO [en línea]. Disponible en: etimologias.dechile.net [Consulta: 15/4/2015]

4 VIRGILIO. *Eneida* V, 755. Madrid: Alianza, 1990

5 VASARI, G. *Le vite de più eccellenti pittori, scultori ed architetti*. Torino: Einaudi, 1968, p.15

6 Giorgio Vasari es ampliamente reconocido como el fundador de la historia del arte por esta obra

La acepción actual del término diseño, la que a día de hoy a todos nos viene a la cabeza, es muy reciente. Está ligada con una voluntad, por parte de ciertos diseñadores, de profesionalizar su actividad y de delimitarla con respecto al arte. Esta actividad, consistente en imbuir a los productos e imágenes de rasgos estéticos y funcionales para atraer a los consumidores, durante la revolución industrial respondía a nombres como “arte industrial”, “artes decorativas” o “artes aplicadas”.

Fue a partir del siglo XX cuando personajes como W.R. Lethaby, fundador de la Design and Industries Association y diseñadores como Raymon Loewy, Norman Bel Geddes y Henry Dreyfuss⁷ comenzaron a usar el término diseño para diferenciar su labor de la de los artistas. En 1922, si bien el término artes gráficas venía usándose desde la creación de la imprenta, William Addison Dwiggins acuña la combinación “diseñador gráfico”⁸ para dar nombre a su propia actividad que incluía la ilustración, el diseño de libros y la composición tipográfica.

Entre los profesionales que más se preocuparon de dotar al diseño de un estatuto disciplinario estuvieron los seguidores del movimiento moderno: su estilo se caracterizó por buscar la sencillez, la belleza de lo estructural, la funcionalidad, etc., y sus presupuestos gozaron de una aceptación tal en la esfera intelectual que, a mediados de siglo, la palabra “diseño” podía entenderse como sinónimo de “diseño moderno”.⁹

En España, tal y como explica Zimmerman¹⁰, hasta los años 60 nadie sabía lo que era el diseño. Los pocos que se dedicaban a la profesión se llamaban grafistas y, hacer grafismo, se entendía como una actividad equivalente a hacer arte. En éste país el diseño comenzó a labrarse cierta reputación gracias, en gran parte, a asociaciones de diseñadores industriales y grafistas como el FAD (Fo-

mento de las Artes Decorativas) donde las influencias del diseño moderno eran más que evidentes.

Fue durante la década de los 80 y principios de los 90 cuando la palabra diseño se difundió entre el público no especializado alcanzando altas cotas de popularidad: la de diseñador se convertía en la profesión de moda y las escuelas se multiplicaban en la medida en que los objetos y los bares pasaban a ser “de diseño”. La rápida digitalización de la profesión también contribuyó, en cierta parte, a que el público comenzara a entenderlo como una profesión independiente y diferente al trabajo del artista.

A día de hoy el diseño es ya una profesión asentada y, si bien resulta difícil ponerle cotas y etiquetas, en el ámbito académico es común una clasificación que facilita las especializaciones y que divide el diseño en gráfico, industrial, textil, de moda y de interiores.

1.2 La historia del diseño

La historia del diseño nace a partir de la historia del arte y forma parte de una materia mucho más amplia como es la historia. Se trata de una disciplina joven que ha tenido una evolución lenta. Sin embargo, en los últimos años, ha comenzado a suscitar un mayor interés que viene acompañado por un incremento sustancial de publicaciones sobre el tema.

Como disciplina, la historia del diseño es un producto del siglo XX. En opinión de John Walker¹¹, una disciplina se crea en el momento en que un número suficiente de practicantes se vuelven conscientes de una actividad y comienzan a discutir problemas e intereses comunes. Si nos basamos en este supuesto su nacimiento podría fecharse en 1977, momento en el que se establece en Inglaterra la primera asociación de historiadores del diseño, la Design History Society, con el fin de promover y dar soporte al estudio y la comprensión de la historia del diseño.¹²

7 JULIER, G. *La cultura del diseño*. Barcelona: Gustavo Gili, 2010, p.66

8 NEWARK, Q. *¿Qué es el diseño gráfico?*. México: Gustavo Gili, 2001, p.10

9 SPARKE, P. *Diseño y Cultura, una introducción*. Op.cit., p.16

10 ZIMMERMANN, Y. *Reflexiones sobre la vida de una palabra* [on line]. Disponible en: www.mariosantiago.net [Consulta: 15/08/15]

11 WALKER, J.A. *Design History and the History of Design*. Op.cit, p.279

12 DESIGN HISTORY SOCIETY [en línea]. Disponible en: www.designhistorysociety.org [Consulta: 13/08/15]

Clive Dilnot¹³ señala dos antecedentes de la historia del diseño estrechamente vinculados con la historia del arte y la arquitectura. El primer antecedente sería la historia de las artes decorativas. Esta historia, si bien resulta ser un referente importante en cuanto a los datos concretos que ofrece sobre piezas, estilos, fechas, etc., carece –según el autor– de una conciencia crítica que le haga reflexionar sobre sus relaciones con la cultura del diseño.

El segundo antecedente, Dilnot lo encuentra en una forma de historia destinada a reivindicar el diseño como disciplina y a elevar la condición social del diseñador. Nace estrechamente conectada con el movimiento moderno y tiene su principal antecedente en la obra *Los Pioneros del Diseño Moderno*¹⁴ de Nikolaus Pevsner, publicada por primera vez en 1936. Pevsner, a través de una serie de artistas y arquitectos, aislaba una línea de pensamiento relacionada con una concepción moral e intelectual de la estética que, en su opinión, había desencadenado el nacimiento de la arquitectura y el diseño modernos. Su planteamiento sería ampliamente aceptado y completado por diversos autores en los años siguientes.

Entrados en la década de los sesenta, tras las primeras revoluciones consumistas de la segunda posguerra, va emergiendo una nueva sensibilidad social: los objetos de consumo comienzan a entenderse como una forma de confirmación personal y la cultura pop exalta un diseño consumista, hedonista y barato que se opone frontalmente a los dogmas del movimiento moderno descrito por los seguidores de Pevsner. Con la popularización de la estética la figura del diseñador se vuelve cada vez más necesaria para los mercados y, por lo tanto, más presente en el tejido social. Se hace cada vez más evidente que el diseño debe ser reconocido como una profesión que requiere de una formación específica y que tiene un importante papel en la economía de los países industrializados. En este contexto, se hace necesaria una revisión de

su historia que, hasta ese momento, había permanecido de espaldas al ámbito del consumo, centrada en ensalzar ciertos personajes que –en base al relato establecido– habían hecho posible el advenimiento de la modernidad.

Un importante referente para los historiadores de la siguiente generación fue la Escuela de los Annales. Esta escuela francesa, que desde 1929 difundía sus ideas a través de la revista homónima, defendía una historia que se valía de las herramientas de las ciencias sociales para contar, no ya una historia de personas relevantes y acontecimientos puntuales, sino de procesos y de estructuras sociales.

Haciéndose eco de estas ideas, a partir de los años 70, la historia del diseño pondrá todo su empeño en buscar alternativas a un relato que se comenzaba a juzgar canónico. Para hacerlo, tal y como precisa Campi¹⁵, los historiadores vieron la necesidad de evitar los métodos de la historia del arte y del discurso de la alta cultura para salir al encuentro de fenómenos más populares como el consumo y la cultura de masas.

Los historiadores vieron la necesidad de evitar los métodos de la historia del arte y del discurso de la alta cultura para salir al encuentro de fenómenos más populares

La historiografía del diseño ha estado mayormente dominada por la producción anglosajona, si bien países como Italia o Alemania han hecho importantes aportaciones. Con la entrada del nuevo milenio, el panorama ha comenzado a cambiar y la historia parece estar llamada a ser un fenómeno internacional. España ha sido testigo de este fenómeno: en los últimos años se han publicado importantes obras de reflexión sobre la historia y de revisión historiográfica como *La historia y las teorías historio-*

13 DILNOT, C. *The state of design history, Part I: mapping the field*. En: LEES-MAFFEI, G.; HOUZE, R. (eds.). *The design history reader*. Op.cit., p.273

14 PEVSNER, N. *Pioneros del diseño moderno*. Buenos Aires: Infinito, 1977, p.54

15 CAMPI, I. *La historia y las teorías historiográficas del diseño*. Op.cit. p.49

gráficas del diseño, de Isabel Campi¹⁶, o la recopilación de textos *Diseño e historia, tiempo lugar y discursos*¹⁷, estudios a los que acudiremos en las páginas que siguen. Esta última obra surge de la Fundación de Historia del Diseño (FHD)¹⁸ constituida en el 2006 en Barcelona con el objetivo de investigar, difundir y promover la historia del diseño en España, en estrecha colaboración con otras instituciones extranjeras.

1.3 Los orígenes de la historia del diseño

Suele admitirse la idea de que el origen del diseño va a la par de los primeros signos de la revolución industrial en el siglo XVIII, si bien muchos historiadores que estudian la gráfica, como de Fusco¹⁹ o Meggs,²⁰ se retrotraen a la invención de la imprenta en el siglo XV o incluso al de la escritura o los primeros signos de comunicación visual, como es el caso de Meggs.

El artículo de Anna Calvera²¹ *Cuestiones de fondo: la hipótesis de los tres orígenes del diseño* resulta esclarecedor para entender cómo arranca el discurso de la historia del diseño a partir de la industrialización. La autora propone tres orígenes distintos en función del modelo historiográfico y el concepto de diseño que se maneje.

El primero de los orígenes viene marcado por la introducción de la función del diseño dentro de los procesos de producción seriada de la primera mitad del s.XVIII. En este discurso la historia del diseño arranca con la figura de Wedgwood: el empresario es considerado un precedente por su gesto pionero de introducir el diseño en el proceso productivo de sus fábricas de porcelanas.

16 CAMPI, I. *La historia y las teorías historiográficas del diseño*. Op.cit.

17 CAMPI, I. (et al.). *Diseño e historia, tiempo lugar y discursos*. México: Designio, 2010

18 FUNDACIÓN DE HISTORIA DEL DISEÑO (FHD), [online]. Disponible en: www.historiadeldiseno.org [Consulta: 16/08/15]

19 FUSCO DE, R. *Historia del diseño*. Barcelona: Santa & Cole, 2005

20 MEGGS, P.B. *Historia del diseño gráfico*. México: McGraw-Hill, Interamericana, 2000

21 CALVERA, A. "Reconsiderando aspectos de la historia", p.65. En: CAMPI, I. (et al.). *Diseño e historia, tiempo lugar y discursos*. Op. cit.

El segundo de los orígenes que apunta Calvera entiende el diseño –no ya como un suceso histórico, sino– como la reacción cultural que le sigue a este suceso. Se sitúa paralelo al nacimiento del movimiento de las Arts and Crafts, momento en el que se redefine la función del diseño y se le asigna una misión social: la de ser una práctica estética y una actividad culturalmente relevante en cuanto a su vinculación con el universo de lo cotidiano. En este discurso, el diseño cobra una misión civilizadora socialmente trascendente a la vez que algunos objetos comienzan a valorarse, en base a valores éticos e intelectuales, más que otros.

Finalmente, se destaca un tercer origen ligado a la profesionalización del diseño en el momento en que éste irrumpe como una profesión consciente de sí misma. Calvera lo relaciona con la segunda posguerra, cuando los diseñadores se organizan en asociaciones para dar a conocer su profesión entre un público más amplio. Es el momento de la consolidación definitiva del diseño como actividad profesional inserta en una dinámica económica.

1.4 El discurso de la historia del diseño

El siglo XX es testigo del auge del movimiento moderno a través del cual el diseño comienza a definirse, en la línea de los argumentos de Calvera,²² como un fenómeno cultural. Al diseñador le es asignada la misión social de estetizar, de forma decorosa, la cotidianidad.

El movimiento moderno nace a finales del siglo XIX, cuando un grupo internacional de arquitectos y diseñadores ponen en entredicho la capacidad de la decoración de la tradición historicista para trascender la pura exhibición social. Bajo la influencia de la transparente fórmula forma-función que manejan los ingenieros, comienza una drástica revisión de los principios estéticos y filosóficos que habían sustentado durante largo tiempo la creación y la función de las artes decorativas²³.

22 Idem

23 SPARKE, P. *Diseño y Cultura, una introducción*. Op.cit. p. 91

En 1936, Nicolaus Pevsner²⁴ ponía nombres y apellidos a los artífices de este movimiento a través de la mentada obra *Pioneros del arte moderno: de William Morris a Walter Gropius*. La obra era un análisis que incluía el urbanismo, la arquitectura y las artes decorativas, en la que el autor trazaba un recorrido que iba desde el movimiento Arts and Crafts hasta la Bauhaus y desde el historicismo hasta la racionalidad moderna. Pevsner reseñaba los elementos constitutivos de la modernidad y señalaba a los arquitectos y diseñadores que, en su opinión, habían sido los principales protagonistas de una concatenación de sucesos que llevaba hasta dicha modernidad. Establecía así un “plantel” de héroes pioneros cuya importancia se mantiene vigente en las historias actuales: Pugin, Ruskin, Morris, Gropius, Sullivan, Wright, Behrens, Mackintosh, Hoffmann...

En 1936, Nicolaus Pevsner ponía nombres y apellidos a los artífices del movimiento moderno de la arquitectura y el diseño

Tal y como iremos viendo, sobre la confirmación o la refutación del relato de esta obra fundamental se erige, en gran medida, la historia del diseño.

Otra significativa aportación basada en personajes insig-nes que contribuyó a perfilar el relato de una historia del movimiento moderno y, por ende, del diseño fue *Arte e Industria*²⁵ (1934) de Herbert Read. En esta obra el autor destaca, en lo que él llama la “era de las máquinas”, la figura de un nuevo tipo de “artista de la forma abstracta” –el diseñador– capaz de crear objetos útiles que atraen la sensibilidad estética como “arte abstracto”²⁶.

En 1960 Reyner Banham, un alumno de Pevsner, ac-

tualiza y completa el relato de Pevsner. Su obra, *Theory and Design in the First Machine Age*²⁷, añade a la lista de su maestro otros artistas, diseñadores y arquitectos, provenientes de movimientos de vanguardia como el expresionismo, el Futurismo o el Cubismo, que Pevsner no había incluido en su lista pero que también eran “modernos” y tenían su propio papel en la génesis del diseño de siglo XX..

La narración canónica del diseño que a partir de estas obras se articulaba era, en la línea de lo que expone Campi²⁸, algo así: la revolución industrial había traído una era de confusión estilística y falsedad en el diseño. El hecho fue denunciado por Ruskin y Morris, que pusieron en marcha una revolución estética caracterizada por la reivindicación del trabajo artesano y un diseño medievalista y naturalista. Sus ideas se expanden a través de los artistas del Art Nouveau. A principios del s. XX la innovación vendría de Alemania donde se fundaría la Werkbund, una asociación de diseñadores, empresarios, y artistas que se proponen encontrar un diseño racional apropiado para la era de la mecanización. El ejemplo sería seguido por Walter Gropius que fundaría la Bauhaus, una escuela mártir que formulaba de un modo radical las teorías de diseño basadas en la adecuada relación entre la forma y la función. En paralelo con las vanguardias, el éxito de la arquitectura y del diseño modernos es tal que se prolonga después de la segunda Guerra Mundial adquiriendo el nombre de estilo internacional. Paul Greenhalgh²⁹ acota cronológicamente las fases del desarrollo del movimiento moderno:

(...)it had two phases. The first I will fashion the Pioneer phase, this opening amid the deafening thunder of the guns of the First World War and closing with the demise of the key movements between 1929 and 1933. The second, opening in the early 1930s, I will label the International Style.

24 PEVSNER, N. *Pioneros del diseño moderno*. Op.cit.

25. READ, H. *Arte e industria*. Buenos Aires: Infinito, 1961

26 SALINAS, O. “La construcción de la historia del diseño” pp. 23-38. En: CAMPI, I. (et al.). *Diseño e historia, tiempo lugar y discursos*. Op. cit.

27 BANHAM, R. *Teoría y diseño en la primera era de la máquina*. Barcelona: Paidós, 1985

28 CAMPI, I. *La historia y las teorías historiográficas del diseño*. Op.cit., p.46

29 GREENHALGH, P. (1990). “Introduction to modernism in design” p.91. LEES-MAFFEI, G.; HOUZE, R. (eds.). *The design history reader*. Op.cit.

1.5 La crítica a la historia del diseño moderno

La principal crítica en torno a la historia fraguada por el movimiento moderno insistía en la idea de salir de la sombra de la historia del arte: había que dejar de tratar a los diseñadores como artistas heroicos y a los objetos de diseño como objetos de arte.³⁰ En ese sentido la obra de Sigfried Giedon de 1948, *La mecanización toma el mando*³¹, resultaba un referente. Giedon presentaba, ya en 1948, una historia anónima sin grandes genios de la ciencia ni del arte, en el que describía el impacto de la mecanización sobre la vida cotidiana.

Sparke³² nos recuerda que el discurso moderno, lejos de alcanzar la universalidad a la que aspiraba, se había quedado circunscrito a un conjunto de intelectuales, a una cultura de élite que, además, había cometido el error de omitir importantes aspectos del diseño e había incurrido en graves sesgos.

Por un lado, el movimiento moderno había descuidado por completo la perspectiva del mercado e ignorado el fenómeno del consumo. En contraste con su vocación de abarcar toda la sociedad, el movimiento moderno evitaba el ámbito comercial y se mantenía dentro de la galería, la escuela de diseño, el manifiesto, la revista de arte y el taller artesanal.³³

Por otra parte, el discurso modernista propiciaba un sesgo genérico. En su estudio *As long as its pink: The sexual Politics of Taste*³⁴, Sparke pone en evidencia una falta de consideración hacia los valores femeninos: el movimiento erradicaba el dominio de los gustos femeninos sustituyéndolos por la mano controladora del arquitecto o

diseñador profesional (hombre) que actuaba en sintonía con una modernidad definida en términos masculinos.

Este sesgo, según el autor, no quedaba confinado al género sino que se extendía a otras categorías como la etnia o la clase:

(...) su cortedad de miras se reflejaba también en su relación exclusiva con los valores de la raza blanca y la clase media. En la década de los treinta, el poder de atracción de la arquitectura y el diseño moderno se limitaba a un público de intelectuales que apreciaba su mensaje sutil. Su representación en la vivienda social se podía considerar como resultado del a imposición estilística de una clases sobre otra.³⁵

Sin embargo y a pesar del limitado público para el que trabajaban los diseñadores modernos, su repercusión sobre la teoría y la práctica del diseño ha sido inigualable. Su filosofía y su historia se introdujeron en el sistema de instituciones dedicadas al diseño y en las escuelas hasta tal punto que se han convertido en la filosofía y la historia primordiales del diseño del siglo XX.

El movimiento moderno se había olvidado del consumo y había incurrido en graves sesgos

A día de hoy, el peso del discurso canónico del movimiento moderno se encuentra en la base de la historia del diseño y se hace notar de manera evidente, tal y como se comprobará, en las universidades españolas. Sin embargo, las críticas al movimiento no han sido en vano y a esta historia se le han ido añadiendo otros estilos que, por tener una finalidad meramente comercial y carecer de los nobles objetivos sociales del espíritu funcionalista, habían sido dejadas de un lado. Este ha sido el caso de movimientos como el Art Decó o

30 HANNA, F. y PUTNAM, T. (1980). "Taking Sotck in Design History" p.268. LEES-MAFFEL.G; HOUZE. R. (eds.). *The design history reader*. Op.cit

31 GIEDON, S. *La mecanización toma el mando*. Barcelona: Gustavo Gili, 1978

32 SPARKE, P. *Diseño y Cultura, una introducción*. Op.cit. pp. 92-108

33 Ibid, pp.105

34 SPARKE, P. *As long as it's pink: The sexual politics of taste*. Londres: Pandora, 1995

35 SPARKE, P. *Diseño y Cultura, una introducción*. Op.cit. pp.108

A día de hoy, el peso del discurso canónico del movimiento moderno se encuentra en la base de la historia del diseño y se hace notar de manera evidente

el streamlining³⁶, que han pasado a formar parte de la historia del diseño al igual que lo han hecho otros movimientos estrechamente ligados al arte como el pop, el minimalismo o la psicodelia.

La crítica, también ha favorecido una mayor atención a los fenómenos tecnológicos y económicos que forman parte del contexto del diseño como el styling, las revoluciones consumistas de los 60, el marketing o la digitalización del diseño.

Como un campo vivo, la historia sigue avanzando gracias a, entre otras cosas, los debates que se dan en torno a ésta. Isabel Campi³⁷, en las conclusiones de *La historia y las teorías historiográficas del diseño* nos ofrece un resumen de los que han sido los puntos “calientes” del diseño durante los últimos años:

- La historia centrada en el consumo y la cultura de masas
- Las teorías feministas
- La relación con los Estudios de diseño
- La cuestión centro periferia y la recomposición del mapa de la historia
- La historia mundial y la historia global

36 Isabel Campi fecha el punto de partida del revival del Art Nouveau en la exposición *Les Annes 25* realizada en el Museo de Artes Decorativas de París de 1966, y apunta como el primer trabajo sistemático sobre el streamling es *The Streamlined Decade* de Donald J. Bush

37 CAMPÍ, I. *La historia y las teorías historiográficas del diseño*. Op.cit., p.141

1.6 El diseño gráfico: hacia una definición

A la hora de definir el diseño gráfico nos encontramos con que la tarea no es mucho más sencilla que la de definir el diseño. Tal y como explica Daniel Tena³⁸:

Diseño tiene una aplicación global: todo es diseño. Si añadimos al diseño el calificativo de gráfico, esta globalidad se cierra pero, aun así, la concreción de su campo de estudio o área de trabajo es enorme e imprecisa

En su estudio *Las claves del diseño gráfico*, Josep Rom³⁹ expone los elementos que definen la idiosincrasia de esta disciplina.

El diseño gráfico comparte procesos y objetivos con otras áreas del diseño pero también presenta singularidades que lo hacen único: una muy principal es el hecho de que el diseño gráfico genera mayormente imágenes con una clara función comunicativa. En base a esta particularidad se revelan también dos de los factores principales que determinan el diseño gráfico: el estético y el lingüístico.

Rom nos advierte de que a la hora de intentar formular una definición nos movemos en un terreno movedizo; en primer lugar, por la multitud de soportes a los que el diseño gráfico hace referencia:

Nada escapa a la gráfica. Cuantos más soportes y pantallas aparecen en nuestra civilización, más peso adquieren los elementos de diseño en esos soportes⁴⁰

Los orígenes históricos de todos estos soportes los encuentra el autor en el diseño editorial, el publicitario y el diseño de identidades. A día de hoy, las áreas en las que el diseño gráfico interviene se han multiplicado siendo, las que siguen, las principales:

- Diseño editorial
- Diseño periodístico

38 TENA, D. *Diseño gráfico y comunicación*. Madrid: Pearson, 2004, p.1

39 ROM, J. *Las claves del diseño gráfico*. Op. cit., p.47

40 ROM, J. *Las claves del diseño gráfico*. Op. cit., p.49

- Diseño publicitario
- diseños de identidad y el branding
- Diseño de packaging
- Diseño de señalética
- Diseño de la información
- Diseño audiovisual
- Diseño web y de interfaces

Otro factor que hace del diseño algo difícil de definir es el hecho de que el diseñador gráfico a menudo no crea literalmente sus productos sino que se dedica a organizar elementos preexistentes provenientes de otras disciplinas como la fotografía, la tipografía o la ilustración. En otras palabras, el diseñador gráfico “cocina” los elementos para configurar un mensaje.

Finalmente, los distintos niveles comunicativos que maneja el diseño conforman un elemento más que viene a añadir complejidad al tema: la doble naturaleza estética y lingüística en la que se mueve el diseño gráfico multiplica sus posibilidades expresivas a la vez que hace de esta actividad una potente herramienta para transmitir mensajes.

En base a todo esto, Rom se aventura a ofrecer una definición que creemos lo suficientemente abierta para abarcar aquello a lo que llamamos diseño gráfico:

Podríamos afirmar que el diseño gráfico es una forma de comunicación que regula la manera de comunicarse a partir de los soportes visuales, realizada con medios visuales que reposan sobre el texto y la imagen, y que se despliega en todas las esferas de la comunicación y en diferentes medios. El instrumental específico de la comunicación visual es de carácter lingüístico y estético, porque confluyen varios códigos: verbales, de escritura, icónicos y artísticos.⁴¹

En esta línea, el diseñador gráfico sería la persona capaz de comunicarse a partir de estos soportes e instrumentos. Pero controlar todos esos medios, lenguajes y códigos supone tener en cuenta un gran número de variables: es por eso que Tena va más allá e incluye en la definición la

palabra gestión; de esta manera, el diseñador gráfico es, no solo un ejecutor, sino la persona experta en la gestión de todo este proceso.⁴²

1.7 La historia del diseño gráfico

Aunque la historia del diseño gráfico ha sido regularmente incluida dentro de la historia general del diseño los diseñadores gráficos no se han sentido representados por su relato. En primer lugar por el indiscutible protagonismo del diseño industrial dentro de esta historia y, en segundo, por un déficit de la atención prestada al ámbito gráfico que se concreta en una falta de definiciones y una indiferencia hacia factores decisivos de la profesión como es el aspecto comunicativo.

Como indica Campi⁴³, pretender que unos textos como los de Pevsner, Read, Giedion o Banhan –tan orientados a la mecanización, la industria y el funcionalismo– fueran del todo extrapolables al mundo de la gráfica y la comunicación visual era un tanto ingenuo .

Los grafistas sentían que el diseño gráfico estaba siendo minusvalorado frente a otras disciplinas como el citado diseño industrial –y no digamos ya el arte– a las que se les prestaba una mayor atención por parte de museos, universidades, editoriales, etc. Briged Wilkins⁴⁴, en un artículo escrito para la revista *Eye* en 1992, achacaba este hecho al carácter efímero de las piezas de diseño:

(...) the status of graphic design (and graphic designers) is quite low in the hierarchy of design. The objects do not have the same material value, are not as collectable and do not have the same display potential as three-dimensional forms of design.

La autora también denunciaba que la historia del diseño

41 ROM, J. *Las claves del diseño gráfico*. Op. cit., p.53

42 TENA, D. *Diseño gráfico y comunicación*. Op. cit. p.5

43 CAMPI, I. *La historia y las teorías historiográficas del diseño*. Op.cit., p.131

44 WILKINS, B. “No more heroes”, *Eye*, N°6, primavera, 1992 [en línea]. Disponible en: www.eyemagazine.com/opinion/article/no-more-heroes, [Consultado el 12/07/15]

no estuviera teniendo en cuenta el factor comunicacional, tan importante en el diseño gráfico.

Pretender que unos textos tan orientados a la mecanización, la industria y el funcionalismo fueran del todo extrapolables a la gráfica era un tanto ingenuo

El mismo año de la publicación de este artículo Victor Margolin daba –en parte– respuesta al porqué de estas carencias definitorias en el diseño: había un exceso de pragmatismo en el sector y faltaban instrumentos académicos; en ese momento no existían programas oficiales de doctorado en historia del diseño en ningún lugar en el mundo.⁴⁵

Todo esto desembocó en que, –de manera un tanto insólita–, los propios diseñadores gráficos tomaran las riendas de la situación y –frente a los historiadores o profesionales de un ámbito más académico– adquirieran un importante protagonismo a la hora de plantar los primeros brotes de su historia. Tal y como afirma Pelta⁴⁶ esto respondía al deseo de estos diseñadores de construirse una identidad profesional propia y de defender un estatus intelectual.

Este interés se hizo más evidente a partir de los años 70 cuando comenzaron a organizarse cursos, conferencias, seminarios y empiezan a proliferar las publicaciones sobre el tema.

Campi⁴⁷ agrupa las publicaciones de diseño en tres tipologías diferentes que son –apunta la autora– las mismas

que venían encontrándose en la historia del arte: el libro de fichas ilustradas, los catálogos de exposiciones y los textos narrativos de autor.

Los libros de fichas ilustradas eran y son las que más proliferaban. Guy Julier las relaciona con una historia del diseño popular que llena las estanterías de las librerías de diseño y que continúa presentando el diseño como el resultado de un trabajo individual en el que el estilo cobra una mayor importancia que los procesos o el impacto social que éstos puedan provocar.⁴⁸

El segundo tipo de publicación, los catálogos de exposiciones, son reconocidos por Campi como abundantes e interesantes, un pretexto para la investigación, sistematización e interpretación de las colecciones de diseño. Sin embargo, –y tal vez por ese carácter efímero al que aludía Wilkins– las publicaciones de este tipo han sido escasas en relación al diseño gráfico.

Finalmente, coincidimos con Campi en que el último tipo de publicación, los textos narrativos de autor, son los más interesantes y arriesgados porque desafían las nociones establecidas y proponen nuevos marcos teóricos y métodos interpretativos de la historia del diseño.

A partir de la década de los 80, en un momento en que la llegada de la posmodernidad abría la puerta a nuevas historias marginales, como podía ser la gráfica, comenzaron a surgir –finalmente– textos de autor centrados en el diseño gráfico. En poco tiempo salen dos libros fundamentales que aspiran a crear el canon de la historia del diseño gráfico y que se han convertido en obras fundamentales para nuestra disciplina: *La historia del diseño gráfico* (1983) de Philip Meggs⁴⁹ y *El diseño gráfico: desde los orígenes hasta nuestros días* (1989) de Eric Satué⁵⁰.

Estos textos presentan novedades en lo que al relato ante-

45 MARGOLIN, V. "Design history or design studies; subject matter and methods" pp.286-290. En: LEES-MAFFEI, G; HOUZE, R. (eds.). *The design history reader*. Op.cit

46 PELTA, R. "Construir el discurso. Los diseñadores gráficos anglosajones y la historia en las dos últimas décadas del siglo XX", p.53. En: CAMPI, I. (et al.). *Diseño e historia, tiempo lugar y discursos*. Op. cit.

47 CAMPI, I. *La historia y las teorías historiográficas del diseño*. Op.cit., p.26

48 JULIER, G. *La cultura del diseño*. Barcelona: Gustavo Gili, 2010, p.9

49 MEGGS, P.B. *Historia del diseño gráfico*. Op.cit.

50 SATUÉ, E. *El diseño gráfico*. Madrid: Alianza Forma, 1995

A partir de la década de los 80 salen libros fundamentales que aspiran a crear la historia canónica del diseño gráfico

rior se refiere: profundizan en temas como la tipografía, el cartelismo, la identidad corporativa o el diseño editorial, que habían sido muy descuidados por la historia genérica del diseño. Además, ambos localizan los orígenes del diseño en periodos anteriores a la revolución industrial, buscando antecedentes y rescatando la extensa bibliografía existente sobre la escritura, la imprenta, la historia del libro y las artes gráficas:

(...) el diseñador gráfico contemporáneo es heredero de unos antepasados distinguidos. Los escribas sumerios que inventaron la escritura, los artesanos egipcios que combinaban palabras e imágenes en los manuscritos sobre papiro, los xilógrafos chinos, los iluminadores medievales y los impresores y cajistas del siglo XV que diseñaron los primeros libros impresos europeos forman parte del rico patrimonio y de la historia del diseño gráfico.⁵¹

Victor Margolin⁵² criticará a estos autores el hecho de que se dediquen más a buscar una explicación de cómo el diseño acaba siendo una práctica –buscando correlaciones históricas forzadas que llegan hasta las cuevas de Lascaux–, que en estudiar su desarrollo. Otra crítica común⁵³ a los textos fundacionales del diseño será el excesivo protagonismo de los estilos, los diseñadores y los aspectos más formalistas frente a otros como el consumo o la relación del diseño con el marketing.

En posteriores aproximaciones comenzarán a darse nuevos enfoques que van configurando un relato propio para los grafistas. En *El diseño gráfico, una historia abreviada*,

Richard Hollis⁵⁴ ya no trata de buscar relaciones y antecedentes con disciplinas anteriores sino que se centra en el nacimiento del fenómeno del diseño tras la industrialización; Por su parte, David Crowley y Paul Jobling en *Graphic design, Reproduction and representation since 1800*⁵⁵ prescinden de la lectura historicista y de los enfoques más formalistas para prestar una mayor atención a los problemas políticos, sociales y económicos en los que se desenvuelve el diseño. Todos estos pioneros de la historia gráfica cimentan una base que se sigue alimentando y a la que se le van sumando nuevos temas como la estética tecnológica o la web 2.0 que incluye Elkinson⁵⁶ en su historia y otros aspectos novedosos como los que presentan Druker y McVarish⁵⁷ en una historia que da un mayor protagonismo a las técnicas de producción del diseño.

Las nuevas historias, a su vez, produjeron intensos debates historiográficos que se reproducían en la medida en que surgían nuevos medios para su difusión. Una década especialmente prolífica para la historiografía del diseño gráfico será la de los 90: durante esta década vieron la luz una nueva generación de escritores, así como prestigiosas publicaciones como las revistas *Eye*, *Design Issues* o *Emigré*. También fueron escenario de los debates revistas ya establecidas como Print o ID.

Algunas iniciativas interesantes fueron los tres números de la revista *Visible Language* editados entre 1994 y 1995 por Andrew Blauvelt⁵⁸, dedicados en exclusiva a ofrecer una aproximación crítica al diseño gráfico donde se planteaban cuestiones sustanciales como su relación con la historia, la crítica, la sociedad, la cultura, etc.,

51 MEGGS, P.B. *Historia del diseño gráfico*. Prólogo a la 1ª edición, Op.cit.

52 MARGOLIN, V. "Narrative problems of graphic design" [on line]. Disponible en: visiblelanguagejournal.com, [Consulta:15/07/15]

53 CAMPI, I. *La historia y las teorías historiográficas del diseño*. Op.cit., p.132

54 HOLLIS, R. *El diseño gráfico, una historia abreviada*. Barcelona: Destino, 2000 (primera edición 1994 Thames and Hudson London)

55 CROWLEY, D.; JOBLING, P. *Graphic design, Reproduction and representation since 1800*, New York: Manchester University Press, 1996

56 ESKILSON, S.J. *Graphic design. A new history*. Laurence King, 2007

57 DRUKER, J.; MCVARISH, E. *Graphic Design History. A critical Guide*, New Jersey: Pearson, 2013

58 BLAUVELT, A. "New Perspectives: Critical Histories of Graphic Design: Part 1,2,3". En: *Visible Language* [on line]. Disponible en: visiblelanguagejournal.com [Consultado el 15/07/15]

llegando a tratar temas concretos muy actuales en la historia del diseño gráfico actual en este país como son las relaciones del diseño con el género⁵⁹.

Los años 90 fueron una época especialmente prolífica para la historiografía del diseño gráfico

Otro proyecto insólito, en cuanto que está conformado a partir de textos escritos y seleccionados casi exclusivamente por profesionales del diseño gráfico, fueron los volúmenes de *Looking Closer*.⁶⁰ En el quinto número de esta publicación, más de una década después de este “despertar” del diseño gráfico que se había dado con el fin del milenio, uno de sus editores, Michael Bierut, describía así el fenómeno:

It wasn't a movement, exactly, since the themes and interests remained (and have remained) deeply divergent, but it was indeed a convergence of talented people writing in new and unusually expressive ways. And they were being published with enough frequency that it soon became impossible not to notice that something was going on.⁶¹

Una de las constantes que rondaba estos artículos concernía a la pregunta de cómo había que escribir la historia del diseño gráfico. En la línea del debate que se estaba manteniendo en el diseño gráfico “general” se incidía en la idea de la construcción de una historia alejada de las formas tradicionales del arte, de los grandes héroes y de las teorías del genio.

El tema de las audiencias, es decir, a quién tenía que ir dirigida esta historia, era también un tema que preocupa-

ba a los diseñadores y a los historiadores. En un artículo publicado en la revista AIGA con el título *The History of Graphic Design and Its Audiences* Michael J. Golec reflexiona sobre el tema a partir del comentario lanzado por el historiador Philip Meggs en una entrevista en *Design Dialogues*⁶²:

“I've always believed the purpose of teaching design history is to strengthen studio education and professional practice.”

El autor discrepa con la idea de una historia del diseño gráfico al servicio de los diseñadores gráficos. Defiende que la historia del diseño debería ayudar a “educar” en el diseño a un público más amplio y no quedar restringido al ámbito de los diseñadores. Con tal fin y en la línea del resto de autores que venimos observando, el autor propone una historia más centrada en valores sociales, culturales y políticos que formales.

La búsqueda de relatos más cercanos a lo sociológico y a lo cultural ha sido una de las tendencias predominantes de la historiografía del diseño de los últimos años

La búsqueda de relatos más cercanos a lo sociológico y a lo cultural ha sido, por lo tanto, una de las tendencias predominantes de la historiografía del diseño de los últimos años.⁶³ Sin embargo, y tal y como nos recuerda Pelta⁶⁴, el problema más acuciante ha seguido siendo la falta de interés en cuestiones como la metodología de investigación y el hecho de no haberse conseguido convertir la historia del diseño gráfico en una disciplina académica.

59 SCOTFORD, “M. Messy history vs. neat history: toward an expanded view of women in graphic design” y SELLER, S. “How long has this been going on? Harpers Bazaar, funny face and the construction of the modernist women”. En: *Visible Language* [on line]. Op.cit.

60 Su primera publicación es de 1994, Allworth Press, Nueva York

61 BIERUT, M. “Foreword”. En: M.BIERUT (et al) (ed.). *Looking closer 5*. Allworth Press, 2006

62 GOLEC, M.J. “The history of graphic design and its audiences”. *AIGA*, 2004 [on line]. Disponible en: www.aiga.org [Consultado el 15/07/15]

63 JULIER, G. *La cultura del diseño*. Op.cit; SPARKE, P. *Diseño y Cultura, una introducción*. Op.cit.

64 PELTA, R. “Construir el discurso. Los diseñadores gráficos anglosajones y la historia en las dos últimas décadas del siglo XX”, p.50, Op. cit.

En los últimos cinco años, con su incorporación a los estudios de grado oficiales, el diseño ha conseguido ocupar el lugar que le correspondía dentro de las disciplinas académicas en este país, por lo que es presumible que el interés por la investigación en la historia del diseño gráfico vaya a más y mejor.

1.8 La historia del arte y la historia del diseño

La primera relación obvia entre estas dos disciplinas es que la historia del diseño nace de la historia del arte y, además, de manera un tanto paradójica. Los autores, como Pevsner o Banham, que inauguraron el relato de la historia del diseño eran historiadores del arte. Sin embargo, la autonomía de la disciplina se fundamenta –como hemos ido viendo– sobre la refutación de los enunciados de estos autores, es decir, sobre la refutación de sus propios textos fundacionales. La historiografía posterior consideró estas primeras obras limitadas y sesgadas y, la responsabilidad de que esto fuera así recayó, en gran medida, sobre una historia del arte cuyos enfoques y metodologías se consideraron insuficientes para abarcar el fenómeno del diseño.

El nacimiento de la primera asociación de diseñadores, la ya mencionada Design History Society (DHS), es un ejemplo claro de cómo las desavenencias entre historiadores del arte y del diseño propiciaron el nacimiento de la disciplina como algo autónomo.

En la tesis doctoral *Design history in Britain. From the 1970's to 2012*⁶⁵, Joanne Gooding explica cómo surge la DHS a partir de la Association of Art Historians (AAH), fundada en 1974 para tratar temas en torno a los cambios que se estaban produciendo en la educación. Para debatir los temas más acuciantes, la AAH contaba con distintos comités entre los que figuraban el Design History Publications Subcommittee y el Design History Research Group, lo que demuestra una clara implicación con el diseño por parte de esta asociación.

65 GOODING, J. *Design history in Britain. From the 1970's to 2012* (Tesis. Dirigida por :BUCKLEY, C.). Inglaterra: University of Northumbria, 2012

Un tema recurrente y controvertido entre estos historiadores era el de aclarar cuáles deberían ser las metodologías y los objetos de estudio de la historia del diseño y cómo debería ser enseñada esta historia. Fue, precisamente, un artículo sobre la enseñanza del diseño el que desató un conflicto que desembocaría en el cisma de la asociación. En 1976 se solicitó a Bridget Wilkins, principal responsable de la creación del Design History Research Group, que escribiera el artículo *Teaching Design History* para el boletín de la AAH. A la hora de editar el artículo se realizaron ciertas modificaciones que preocuparon a Wilkins:

they had deleted and edited out the crucial bits about social history, technical history and so on, and about how these things were used and how they were produced so it seemed as if I was writing something about design history that particularly fitted with the Art Historians Association and that really wound me up⁶⁶

El suceso dio pie a un encendido debate entre aquellos que, como Wilkins, eran partidarios de una mayor libertad disciplinaria para enfocar el diseño y aquellos que, como Kathleen M. Wells,⁶⁷ pensaban que el campo de la historia del diseño debía de ser delimitado al amparo de la historia del arte para no acabar creando un “aparato académico hidracefálico”. El debate acabaría en una escisión de la que nacería, en 1977, la Design History Society a pesar de que –tal y como aclara la autora– la preocupación de la AAH por el diseño había sido y seguiría siendo destacable.

Godding, insiste en la buena acogida que tuvo la propuesta de hacer de la historia del diseño una disciplina independiente: la asociación, que nació ya con un número de 50 miembros, contaba a finales de la década con más de 300.

En consecuencia con estos antecedentes, los primeros pasos de los historiadores del diseño estuvieron destina-

66 WILKINS, B. “DHS, Oral Project Interview with Bridget Wilkins”, Trak 4, 2007. En: Ibid

67 WELLS, K, Letter “Design History” *Bulletin of The Association of Art Historians*, 1977. En: Ibid

dos a buscar y debatir sobre sus propios límites disciplinarios y en levantar barreras que distanciaran su historia de la historia del arte.

Los primeros pasos de los historiadores del diseño estuvieron destinados a buscar sus límites y levantar barreras con la historia del arte

Una temprana aportación es el artículo *Taking stock in design history*⁶⁸ escrito por F. Hanna y T. Putman y publicado en 1980 en *Block*, una revista de aspiración interdisciplinaria lanzada por la AAH que comenzó a publicarse en 1979 para tratar temas de arte, diseño y cultura. Hanna y Putman dejaban claros los argumentos que serían predominantes en los debates sobre la historia del diseño de las siguientes décadas: el diseñador no tenía que ser considerado un artista heróico y sus piezas no debían ser tratadas como un objeto artístico. Los autores lamentaban la excesiva presencia de la historia del arte en los cursos de diseño:

Such notions as “designer”, “school”, “artefact”, “medium”, “style”, continue to be taken as starting points even when they have been the subject of critical discourse in art history. Far from veint a greener pasture free from the contradictions of art history, design history is in fair danger of becoming an academic backwater.

Los autores defendían una historia contextualizada en los procesos industriales y más atenta a la significación de los estilos que a los estilos en sí.

A este artículo, le seguirían otros como *God History / Bad History*⁶⁹ publicado en 1991 en la revista *Print*, esta vez al otro lado del atlántico, en los EEUU. Sus autores de-

68 HANNA, F., PUTNAM, T., “Taking stock in design history” p.267, Op.cit

69 KALMAN, T., MILLER, A., JACOBS, K. “Good History / Bad History” *Print* N° 111, marzo / abril 1991 [on line]. Disponible en: www.printmag.com/ [Consulta: 12/9/2015]

nunciaban que los libros de diseño se dedicaran mayormente a hacer análisis estilísticos y a crear un panteón de productos y diseñadores a los que admirar, cuando deberían tratar el diseño como un medio de comunicación; La descontextualización de los objetos de diseño de la sociedad que los había creado era, para los autores, el gran mal que planeaba sobre la historia del diseño.

En esta misma línea, Wilkins, en el ya mentado artículo *No more heroes*⁷⁰, hacía hincapié sobre el hecho de que el diseño gráfico estaba basado en anticuados enfoques de la historia del arte: por un lado estaba el enfoque de diseñador heroico y, por otro, un enfoque estilístico historicista que trazaba una evolución lineal en el diseño sin tener en cuenta el contexto ni su dimensión comunicativa. La historia del diseño tenía que hablar no de cómo eran las cosas sino de por qué eran como eran.

En general, los historiadores reclamaban, por una parte un alejamiento de los discursos canónicos de la historia del arte y, por otra, una apertura disciplinaria. En este sentido se pronunciaron historiadores como Dilnot⁷¹ o Victor Margolin:

I would prefer to think of design studies wich includes history but also invites a dialogue with other specialists as well as historians⁷²

En realidad, lo que estaban demandando los historiadores del diseño no era sino una “puesta al día” con las corrientes contemporáneas como la sociología o el estructuralismo que disfrutaban, desde los años 60, de un gran prestigio.

70 WILKINS, B. “No more heroes” *Eye*, N°6., primavera, 1992 [on line]. Disponible en: <http://www.eyemagazine.com/opinion/article/no-more-heroes> [Consulta: 12/9/2015]

71 DILNOT, C., “The state of design history, Part I: mapping the field” pp. 273-278. En: LEES-MAFFEI, G.; HOUZE, R. (eds.). *The design history reader*. Op.cit p. 273

72 MARGOLIN, V. “Design history or design studies: subject matter and methods” pp. 286-290. En: LEES-MAFFEI, G.; HOUZE, R. (eds.). *The design history reader*. Op.cit

Los historiadores reclamaban una puesta al día con las corrientes historiográficas vigentes

Así lo percibió Dilnot⁷³ en 1984 al realizar la observación de que los historiadores de diseño habían descuidado los progresos que se estaban dando en la historiografía. Esto les había llevado a cometer los mismos errores que se le achacaban a sus predecesora los historia del arte, aún cuando ésta ya había comenzado a rectificar.

Paradójicamente, la historia del arte vivía una reacción muy similar a la de los diseñadores y arremetía contra los relatos canónicos y contra una historia basada en personajes y juicios estéticos. La búsqueda de enfoques más cercanos a la sociología ya había comenzado a darse en el campo del arte a mediados del siglo XX con las aportaciones de autores vinculados al marxismo como Antal y Hauser.⁷⁴ Los años 60 y 70 serían, de hecho, los años de la “nueva historia del arte”⁷⁵, unos años dorados de la historia sociológica del arte con historiadores como Francis Haskell, Michael Baxandall, Giulio Carlo Argán; una especie de canto del cisne antes de la gran crisis que se produjo a partir de la década de los 80.

Bajo el auspicio del “giro lingüístico”, en 1979⁷⁶ Lyotard daba el pistoletazo de salida a la posmodernidad anunciando una crisis de legitimidad que ponía en duda los grandes relatos históricos. A esto se le sumaba que los artistas estaban tomando unos nuevos derroteros conceptuales que escapaban definitivamente a los tradicionales enfoques de la historia del arte. El nuevo arte parecía

desembarazarse de la estética para disolverse en la filosofía convirtiéndose en una actividad teórica-autorreflexiva. Danto⁷⁷, retomando una máxima hegeliana, llamaría a esto la muerte del arte.

Además de este enfoque más filosófico del arte, un nuevo campo disciplinar comenzó a tomar fuerza con el cambio de milenio tanto en Inglaterra como en los Estados Unidos: la cultura visual o los estudios visuales.

Bajo la influencia de autores como Foucault, Bordieu o Baudrillard, algunos historiadores del arte⁷⁸ comenzaron a plantearse, esta vez desde dentro, las limitaciones de la historia del arte como herramienta para enfrentarse a una estetización masiva derivada de una nueva hegemonía de las imágenes en todos los ámbitos de la sociedad⁷⁹. Superando el conflicto entre baja y alta cultura, y acercando la disciplina al plano de las ciencias sociales, se proponían “bajar” la historia del arte al plano cotidiano de las imágenes sustituyendo el término «historia» por el de «cultura», y el de «arte» por lo «visual».

Partían de una autocrítica acorde con el pensamiento postmoderno que conducía a la desintegración de los grandes relatos apostando por la fragmentación. Se trataba, por lo tanto, de un “híbrido interdisciplinar”, que desafiaba el carácter disciplinar de una historia del arte, sus verdades transhistóricas y sus criterios críticos invariables⁸⁰. José Luis Brea los define como los estudios sobre la producción de significado cultural a través de la visualidad.⁸¹

73 DILNOT, V. “The state of design history, Part I y II” [en línea]. Disponible en: www.academia.edu, [Consulta:10/6/2015]

74 Destacan, por su repercusión las obras de 1948 y 1951: ANTAL, F. *El mundo florentino y su ambiente social*, Madrid: Alianza, 1987; HAUSER, A. *La Historia social de la literatura y el arte*. Madrid: Guadarrama, 1968

75 TIMOTHY, J.C. “Qué fue la nueva historia del arte” *Radio del Museo Reina Sofía*, [audio online]. Disponible en: radio.museoreinasofia.es [Consulta. 14/06/15]

76 LYOTARD, J.F. *La condición postmoderna*, MADRID: Cátedra, 1987

77 DANTO, A., *Después del fin del arte*. Barcelona: Paidós, 1997

78 Uno de los primeros teóricos interesados en el campo de los Estudios Visuales es W.J.T. Mitchell según, GUASCH, A.M. “Los estudios visuales, un estado de la cuestión” *Estudios Visuales*, Nº1, noviembre, 2003

79 Sobre el tema de la estetización ver BREA; J.L. “La estetización difusa de las sociedades actuales y la muerte tecnológica del arte” [on line]. Disponible en: aleph-arts.org [Consulta: 12-06-15]

80 GUASCH, A.M. “Doce reglas para una Nueva Academia: la nueva Historia del arte y los Estudios audiovisuales” pp. 59-74. En: BREA, J.L. (ED.), *Estudios Visuales*, Madrid: Akal, 2005

81 BREA, J.L. “La epistemología de la visualidad en la era de la globalización” pp. 5-14. En Brea, J.L. (ed.), *Estudios Visuales*, op.cit.

Un ejemplo de este acercamiento de posturas puede observarse en uno de los últimos trabajos del afamado historiador del arte Ernest Gombrich *Los usos de las imágenes. Estudios sobre la función social del arte y la comunicación visual*⁸². Basándose en la idea apuntada por Burkhardt de un arte como “tarea”, busca en la historia lo útil, concepto absolutamente prohibido para el arte previo a la posmodernidad por ser coto privado del diseño. El autor presenta una serie de artículos que analizan las imágenes y el arte en relación a aspectos como los estilos de vida, su carácter decorativo o su función informativa.

Un nuevo campo disciplinar comenzó a tomar fuerza con el cambio de milenio: los estudios visuales o la cultura visual

Los estudios visuales han ido ganando fuerza y departamentos en las facultades de arte y diseño. Bajo la nueva apertura disciplinar en la que los estudios visuales se apoyan, todo cabe: las perspectivas se pluralizan y las fronteras entre los campos de conocimiento desaparecen.

Pero este tipo de estudios no carece de críticas. Algunos historiadores consideran que, a través del enfoque histórico de las ciencias sociales y la pérdida de los relatos, “la historia pierde su sustantividad disciplinar y deviene necesariamente en una sopa de anécdotas convirtiéndose en un repertorio de “historias” que sólo sirven para darle un toque pretendidamente erudito a un problema actual”⁸³.

Desde la historia del arte “la banalización” del arte y su acercamiento a la cultura popular también tiene sus críticos: historiadores del arte como Hall Foster acusan al

arte de haber sido devorado por el marketing y abogan por buscar estrategias para dar una mayor autonomía a la cultura.⁸⁴

Pero incluso desde los sectores más reaccionarios del arte se está entendiendo que algo está cambiando con respecto al arte de masas. Larry Shiner, desde una postura muy crítica con el arte tradicional lo resume de la siguiente manera:⁸⁵

Hoy, en lugar de las jeremiadas, los críticos y los filósofos intentan reconciliar las bellas artes con el arte popular mediante alguna definición puramente clasificatoria que permita una distinción aceptable entre las bellas artes y el arte popular (Dickie, 1997). Ted Cohen ha sugerido que las bellas artes crean pequeñas comunidades de críticos interesadamente vinculados entre sí por el conocimiento de la tradición, mientras que el arte popular nos vincula con menos intensidad a amplias comunidades de interés (1999). Arthur Danto trata de concentrarse en el análisis de lo que tradicionalmente ha sido clasificado como arte comercial o de masas en tanto que usa un medio para referirse a ese mismo medio (Danto, 1997). Noël Carroll ha desarrollado una distinción entre el arte de vanguardias o culto y el arte de masas que permite una consideración de los aspectos positivos que hay en cada una de esas formas.

A pesar de este evidente acercamiento de posturas por parte del arte las confrontaciones entre la historia del arte y –especialmente– del diseño siguen vigentes. En su reciente historia del diseño, Kjetil Fallan⁸⁶ lamenta, tres décadas después de que lo hicieran Hanna y Putman,⁸⁷ la tenacidad de las convenciones de la historia del arte en los cursos de grado del diseño. Los problemas que el autor plantea no distan mucho de los que apuntaban sus predecesores: un excesivo énfasis en lo estético; una tendencia a ver a los diseñadores como artistas y a las

82 GOMBRICH, H. *Los usos de las imágenes. Estudios sobre la función social del arte y la comunicación visual*. Singapur: Phaidon, 2003

83 PRATS, J. “La enseñanza de la historia y el debate de las humanidades” *Tarbiya. Revista de investigación e innovación educativa*, Monográfico: La Educación científica y humanística, Madrid: ICE Universidad Autónoma de Madrid, Mayo, 1999

84 FOSTER, H. *Design and Crime*, London: Verso, 2002

85 SHINER, L. *La Invención del arte*. Barcelona: Paidós, 2014, p.390

86 FALLAN, K., *Design history. Understanding theory and method*, Nueva York: Bloomsbury, 2014

87 HANNA, F., PUTNAM, T., “Taking stock in design history” p.267, Op.cit

piezas de diseño como creaciones individuales; y, finalmente, una delimitación y selección de las piezas llamadas a formar parte de su historia que ha llevado a olvidar multitud de manifestaciones de diseño.

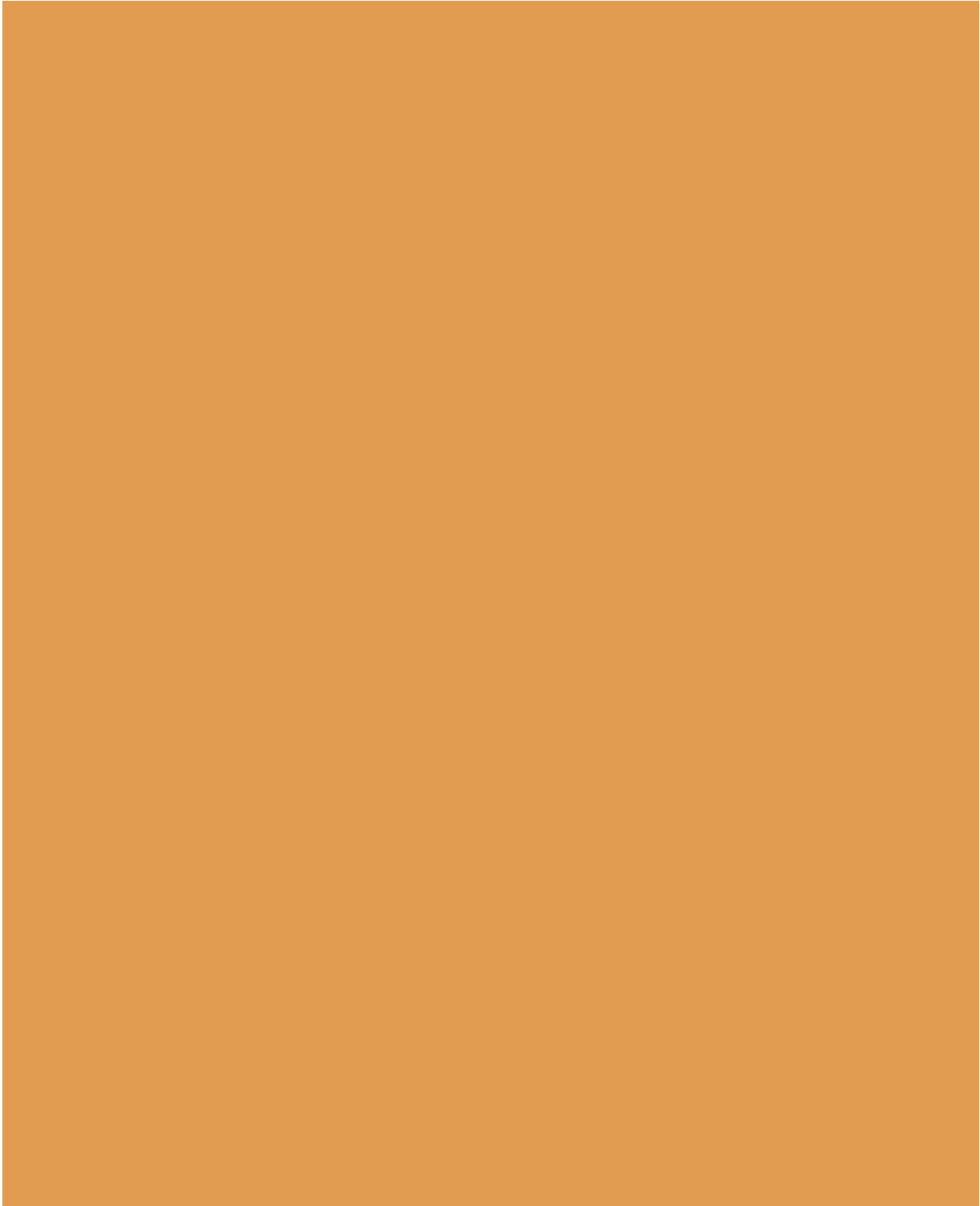
El arte ha comenzado a entender que tiene que tomar parte de los debates estéticos que comporta la estetización masiva, ha comprendido que debe acercarse a la realidad presente. El diseño sufre del problema contrario: si bien ha sabido explicar su papel como configurador del panorama estético actual y se ha ganado así un lugar como disciplina autónoma, en el camino para conseguirlo, ha perdido una parte importante de su historia.

1.

Arte y diseño. Historia de un pulso

- A) INTRODUCCIÓN
- B) LA IRRUPCIÓN DE LA TECNOLOGÍA
- C) HACIA UNA AUTONOMÍA DEL ARTE Y DEL DISEÑO
- D) LOS RADICALISMOS
- E) CONCLUSIONES

A) INTRODUCCIÓN AL ESTUDIO



1. CONTEXTUALIZACIÓN DEL ESTUDIO

1.1 Contextualización teórica

La evolución del diseño y el arte a partir de la industrialización traza un mapa de encuentros y desencuentros en el que cada uno acaba tomando un camino diferente. Su evidente raíz común ha resultado en una pregunta que se da, en el ámbito del diseño, de manera recurrente: ¿el diseño es arte? La pregunta, tal y como expone Salinas¹, encierra dudas que atañen al carácter ontológico de ambas disciplinas:

Esta pregunta es irrelevante para la mayoría de la gente y podría ser hasta ocioso discutir la diferencia; pero en nuestro medio, inmerso en cualquiera de esos dos escenarios implicados en la pregunta, no sólo es importante, sino indispensable definir esta cuestión, ya que la indefinición del diseño y la confusión del concepto arte impactan en la actuación de los diseñadores en la sociedad.

No es de extrañar, por lo tanto, que el tema sea constantemente sacado a colación. Más que a los artistas, cabe destacar que el tema preocupa especialmente a los diseñadores, hasta el punto que, hasta el día de hoy, gran parte de los libros que intentan explicar el diseño como fenómeno o desde una perspectiva panorámica se ven obligados a incluir un, más o menos extenso, apartado abordando la cuestión de sus límites con el arte.

El debate ofrece un amplio abanico de opiniones que van desde aquellos que entienden el diseño como arte hasta aquellos que afirman que no tienen nada que ver pasando por planteamientos más moderados. Ricard² y Munari³, por ejemplo, convienen en que el diseño participa de la creatividad artística y consideran que viene a salvar la fisura existente entre un arte elitista y la sociedad. Ricard llega incluso a plantearse, a través del título de su artículo *Diseño, ¿el arte de hoy?*⁴ el hecho de que el diseño venga a suplantar al arte en las sociedades industrializadas.

Este mismo planteamiento ya había sido sugerido por autores ajenos a la disciplina del diseño como el historiador Hobsbawm e incluso por historiadores del arte como Gombrich o Argan.⁵

Autores como Joan Costa⁶ o Zimmermann, por el contrario desvinculan el arte del diseño atendiendo a que ambos siguen procesos diferentes y buscan objetivos distintos:

los puntos de partida y los procesos que producen, por un lado, una obra de arte y, por el otro, una obra de diseño, son completamente distintos. Y esta diferencia viene precisamente determinada por las diferentes posiciones de partida de cada una. Por tanto, hay que concluir que hacer arte y hacer diseño son dos actividades con diferentes funciones y finalidades. EL arte es arte y el diseño es diseño.⁷

El rechazo frontal a relacionar el diseño con el arte se hace evidente en los autores que, como Zimmermann, presentan influencias de los movimientos funcionalistas de los años 60. Otl Aicher en *El mundo como proyecto*⁸ es aún más radical:

Quien hace el intento de trasplantar el arte a la técnica acaba creando un pastel, sea del tipo estalinista o posmoderno

En el debate no parece vislumbrarse una salida que resulte definitiva. En él se entremezclan diferentes aspectos que hacen difícil desequilibrar la balanza hacia un lado u otro.

A primera vista, entendemos que el diseño y el arte a día de hoy cuentan con clientes, públicos, motivaciones, espacios y objetivos propios. Pero existen una serie de

1 SALINAS, O. "El diseño, ¿es arte?" En: CALVERA, A.(ed.). *Arte? Diseño*. Barcelona: Gustavo Gili, 2003, p.100

2 RICARD, A. "¿Diseño, el arte de hoy?" En: *Ibid*, pp. 87-118

3 MUNARI, B. "Artista y designer" En: *Ibid*, pp. 31-57

4 RICARD, A. *Idem*

5 ARGAN, G.C., *El Arte Moderno*. Madrid: Akal, 1988; HOBBSAWM, E. *A la zaga*. Barcelona: Crítica, 1999; GOMBRICH, E.H. *La Historia del Arte*. Madrid: Debate, 1997

6 COSTA, J. "La eterna e inútil discusión" [en línea], *ForoAlfa*, 2007, Disponible en: http://foroalfa.org/es/articulo/15/La_eterna_e_inutil_discusion [Consulta: 15/5/ 2014].

7 ZIMMERMANN, I. "El arte es arte, el diseño es diseño". En: CALVERA, A.(ed.). *Arte? Diseño*, Op. cit., p.57

8 AICHER, O. *El mundo como proyecto*. México: Gustavo Gili, 1994, p.23

factores que destapan la ambigüedad de esta primera lectura difuminando las fronteras y haciendo posible que la pregunta sea formulada. Creemos necesario hacer una breve exposición de algunos de los puntos más conflictivos que dan pie a esta tensión:

a) Coincidencias históricas: A mediados del siglo XIX determinadas actividades de los artistas dieron lugar al desarrollo de unas disciplinas profesionales que más tarde se agruparon bajo el concepto genérico de diseño. Con el transcurso del tiempo estas disciplinas perfilaron su propia naturaleza ligada a una serie de necesidades comunicacionales a la vez que el arte evolucionaba hacia una redefinición de sus principios. Tal y como apunta Zimmermann⁹, dada la procedencia de estas disciplinas, es comprensible que la relación entre arte y diseño aflore a menudo y siga dando que hablar.

b) Cuestiones formales: Anna Calvera¹⁰ afirma que pensar el tipo de relación por el cual el diseño nunca ha podido acabar de romper un vínculo con el arte supone plantear una pregunta de carácter estético en el sentido más filosófico. La autora, centra así el problema de la indefinición del diseño con respecto al arte en torno a la estética. A principios del siglo XIX, al hablar de estética únicamente se hacía referencia al arte y a sus fundamentos. La irrupción del diseño desplaza al arte como único fenómeno estético creando una confusión por parte del público que sigue percibiendo en los “objetos de diseño” claras reminiscencias de lo que tradicionalmente venían siendo las obras de arte.

c) Indefinición de los términos: En la introducción de este trabajo tratábamos extensamente el problema que suponía definir el diseño y el diseño gráfico, tanto por su naturaleza evolutiva como por la cantidad de medios y la cantidad de formas y lenguajes que abarcaba.

Este problema de se da también en el arte: desde el clasi-

cismo hasta la actualidad. Tal y como explicaremos más extensamente a lo largo de este estudio, el arte ha ido cambiando su definición en base a los intereses tanto de los artistas como de otros agentes como la aristocracia, la burguesía, los gobiernos, etc. Ésta cualidad metamórfica del arte es a la que hace referencia Bruno Munari cuando apunta que una definición del arte no sólo no existe, sino que ni siquiera es necesaria:

Parece ser que una definición del arte que fije de una vez para siempre los caracteres de esta actividad humana no es urgente, ni siquiera necesaria dado que esta actividad, como tantas otras, cambia continuamente en el tiempo según las relaciones que tiene con el momento histórico en el que actúa.¹¹

Sin embargo, desde canales más radicales, la indefinición del arte se ve como una excusa para perpetuar su existencia ya que se considera que los parámetros con los que a día de hoy se juzga el arte “cambian según conveniencia” y que “hay, para toda obra de arte, una configuración capaz de justificarla”¹².

Estas críticas se ven justificadas, a nuestro entender, cuando artistas que a día de hoy se encuentran en la cresta del panteón del Arte con mayúsculas formulan declaraciones como ésta que hacía Damian Hirst para el Daily Telegraph:

“No sé lo que es el arte. Pero si cuelga de una pared de Sotheby's, por definición es arte”¹³

En base a esto, no nos sorprende que algunos autores como Andrés Muglia centren la problemática entre el arte

9 ZIMMERMANN, I. “El arte es arte, el diseño es diseño”. En: CALVERA, A.(ed.). *Arte¿? Diseño*, Op. cit., p.59

10 CALVERA, A., “Nuevos capítulos en una polémica que viene de lejos”. En: CALVERA, A.(ed.). *Arte¿? Diseño*, Op. cit., p.15

11 MUNARI, B. “Artista y designer” En: CALVERA, A.(ed.). *Arte¿? Diseño*, Op. cit., p.37

12 MICHINELA, R., “Arte contemporáneo” [vídeo en línea]. *Reflexiones de repono*, 2007. Disponible en: <http://minchinela.com/repono/2007/10/31/capitulo-7-arte-contemporaneo/> [Consulta: 12/10/2015]

13 HIRST, D., Declaraciones para el Daily Telegraph [en línea] citado en “El último golpe de efecto de Damien Hirst”, 2009, *Arte y Cultura*, disponible en: <http://www.artcultura.es/el-ultimo-golpe-de-efecto-de-damien-hirst/> [Consulta: 15/8/2009]

y el diseño en la indefinición del arte y en su incapacidad de reconocer su pertenencia a un tejido socioeconómico:

El error sin embargo no surge, como podría pensarse, de una mala definición del concepto de diseño sino, por el contrario, de una definición incorrecta del concepto de arte. Cuando algunos diseñadores intentan establecer la diferencia entre el arte y el diseño, mencionan las diferentes condiciones de partida de cada uno. El diseño, dicen, parte de un encargo, de un cliente que pide la resolución a un problema, el diseñador será poco más que una herramienta para solucionar este problema de comunicación. El arte, en cambio, está para ellos motivado por la necesidad de auto-expresión del artista. Algunos incluso llegan a negar la influencia del mercado sobre la obra de arte, como si la obra artística fuera una entelequia evanescente y sin vida formal. Esto es, por supuesto, falso.¹⁴

c) Ámbitos de desarrollo: La promoción del diseño por parte de las instituciones a través de los canales propios del arte no ayuda a delimitar las competencias del arte y del diseño. Un buen ejemplo de esto lo constituye el Museo de Arte Moderno de Nueva York (Moma). Ya con su primer director Alfred H. Barr, comenzaron a incluirse exposiciones¹⁵ relacionadas con el diseño, lo cual no tenía nada de raro atendiendo a la concepción de arte global de su director:

Las tendencias modernistas no están limitadas a la pintura sino que abarcan el estudio de todas las artes : arquitectura, escultura, pintura, artes gráficas, música, prosa, drama, poesía, teatro, artes comerciales y decorativas, cine, ballet , y crítica moderna.¹⁶

También desde 1987¹⁷ la Documenta de Kassel viene acogiendo las obras de algunos de los diseñadores entre las manifestaciones artísticas de mayor alcurnia para abrirse a los nuevos medios de expresión artística. Esta política es extensible a multitud de centros de arte como, por ejemplo, el museo Guggenheim¹⁸ de Bilbao. El valor cultural que las instituciones confieren al diseño crece por días y más aún desde que en las facultades de Historia del Arte han comenzado a expandirse los estudios visuales o los estudios culturales.

Por su parte, el arte tampoco escapa a la falta de definición de sus espacios de actuación y, supuestamente a su pesar, es introducido de manera sistemática en los mercados propios del diseño a través del Kitsch. Sólo hace falta imaginarse la cantidad de objetos que en el mundo tendrán estampados *Los Girasoles* de Van Gogh o la de veces que se habrán usado sus pinturas para publicitar algo (esta misma investigadora ha recurrido –como diseñadora– al recurso en alguna ocasión) para hacerse una clara idea de hasta qué punto el arte comparte, en muchos sentidos, los espacios del diseño.

Al hablar de ámbitos de desarrollo tampoco podemos olvidar las escuelas y centros de formación de éstas disciplinas. Si bien a día de hoy el panorama es más variopinto, durante muchos años y en numerosos países los centros de estudio de ambas disciplinas coincidían. Así, el diseño a menudo se estudia o se estudiaba en escuelas de artes y oficios o en facultades de bellas artes dando pie a una mayor confusión.

d) Intereses compartidos: En relación con el punto anterior, no sólo las instituciones sino también los artistas y los diseñadores desdibujan, mediante su actividad, los límites de sus competencias. El diseñador Stefan Sagmeister, en el 2008 inauguraba en Nueva York la exposi-

14 MUGLIA, A. "Las artes plásticas y el diseño" [en línea]. *ForoAlfa*, 2007. Disponible en: http://foroalfa.org/es/articulo/29/Las_artes_plasticas_y_el_diseno [Consulta: 14/06/2013]

15 Para más información sobre el tema de las exposiciones ver OCAMPO, B. *Moma. Propuesta de innovación estética en el diseño industrial* (Tesis doctoral dirigida por TOSCANO, O.). México: Universidad Autónoma de Querétaro, 2013

16 BARR, A. *La definición del arte moderno*. Madrid: Alianza, 1989

17 CALVERA, A. "Nuevos capítulos en una polémica que viene de lejos". En: CALVERA, A.(ed.). *Arte? Diseño*, Op. cit., p.12

18 Dos ejemplos son la exposición de diseño de moda dedicada a *Giorgio Armani* (2001) y la de diseño industrial titulada *El arte de la motocicleta* (2000). Información disponible en www.guggenheim-bilbao.es

ción *Things I have learned in my life so far*¹⁹, combinando carteles, vídeos, performances e instalaciones. Aunque pocos críticos se atreverían a descartar la exhibición como arte, el diseñador, alegando que todas las obras eran producto de encargos de clientes especificaba: “todo es diseño gráfico”. Aunque tal vez esto sea un caso extremo, muchos diseñadores coinciden en que su trabajo es más gratificante en la medida en que el cliente les da más libertad. Demuestran así un gusto por la creatividad y la autoexpresión supuestamente más ligada a la actividad del artista que a la del diseñador, a quien se le presupone una objetividad que dé respuesta a las demandas de un cliente y un público específico.

Igualmente, los artistas se ven a menudo tentados, si no obligados, a adentrarse en el mundo “comercial” más propio del diseño. Dejando a un lado grandes referentes en este sentido que fueron artistas como Andy Warhol o Dalí, recurriremos como ejemplo a la exposición *Merch & Promo* organizada por el centro de arte Santa Mónica que explicaba así sus contenidos:

MERCH & PROMO muestra la visión de algunos artistas y colectivos que plantean su obra (o la complementan) como marca, empresa, producto u objeto manufacturado. Es un catálogo de influencias que van desde el pop, el cómic, la publicidad, el marketing, la música y el diseño hasta el street art. No es una exposición, sino un espacio-punto de información que busca acercarse a las distintas estrategias de venta y marketing empleadas por los artistas, que los introducen en el circuito del arte contemporáneo. Tácticas de mercado y promoción que unas veces se convierten en medio, y otras, en meta, la propia obra del artista.²⁰

Aparte de estas licencias que tanto el arte como el diseño se toman alejándose de toda ortodoxia, cabe resaltar que muchos artistas y diseñadores combinan de manera consciente ambas actividades. Y es que no hay que pasar por alto que tanto el diseño gráfico como el arte se

alimentan y trabajan con elementos visuales, y en cuanto que se centran en la misma materia, comparten intereses comunes.

1.2 El problema

La cuestión que proponíamos al principio de este estudio (¿el diseño es arte?) es un tema extensamente tratado que no parece llevar a una respuesta. Para poder hacer nuevas aportaciones creemos necesario abordar la cuestión desde nuevos interrogantes.

Resulta significativo, por una parte, que sean los diseñadores y no los artistas los que más se interrogan sobre esta cuestión; igualmente significativos resultan el orden y la manera en el que se formula la pregunta: no se trata de si el arte y el diseño son lo mismo, sino de si el diseño es arte. Sobre este tema podría argumentarse una razón histórica, de antigüedad. En esta tesis defendemos que la historia, y por lo tanto la antigüedad de ambos es la misma, por lo que la respuesta no nos resulta válida. Consideramos que existe un razonamiento de mayor importancia que ya apunta Norberto Chaves:

Un fenómeno ideológico muy interesante, observable en el ambiente del diseño, es esa tenaz tendencia a sobregraduar a la disciplina, mitificándola, con absoluta desatención a su realidad concreta y asociándola —o confundiéndola— con géneros no casualmente considerados «superiores».²¹

Chavez da a entender mediante este párrafo la existencia de un complejo que el diseño padece ante el arte. A lo largo de mi experiencia como docente y diseñadora gráfica he podido constatar como este complejo se proyecta en la práctica de la disciplina. A menudo, en nuestra profesión, la autoexpresión propia de un arte heredero del los presupuestos románticos se confunde con una expresión — la idónea para el diseño— orientada a fines comunicativos. Esta confusión repercute tanto a niveles educativos como

19 SHAPIRO, E. “Todos somos artistas”. *Etapas*, núm. 4, 2008, pp.36-45

20 *Merch & Promo* [Internet]. Barcelona: Centro de Arte Santa Mónica, 2007. Disponible en: http://www.merchandpromo.com/quees_es.php, [Consulta: 5/9/2015].

21 CHAVES, N. “El oficio más antiguo del mundo” [en línea]. *ForoAlfa*, 2007. Disponible en http://foroalfa.org/es/articulo/88/El_oficio_mas_antiguo_del_mundo [Consulta: 12/8/2015].

profesionales. Es, por ejemplo, motivo de frustración para muchos diseñadores que ante los objetivos impuestos por los clientes sienten que sus aptitudes creativas son agredidas. Esta confusión, muy común entre los estudiantes de diseño, es fuente de numerosos desacuerdos con los clientes y da mala imagen a la profesión.

Lejos de poner fin a esta tendencia, instituciones y escuelas de diseño a menudo aplauden los esfuerzos creativos y estéticos dejando a un lado su necesaria proyección al negocio. En los más reconocidos concursos de diseño, por poner un ejemplo, se premian las piezas presentadas sin valorar su repercusión entre el público al que van dirigidas ni el cumplimiento de sus objetivos comerciales; esto viene a ser como premiar a un científico por sus hipótesis, sin observar los resultados de su investigación.

Esta –como le llama Chaves– tenaz tendencia a sobregraduar la disciplina, es decir, a intentar acercar el diseño al elitismo propio del universo artístico, pone en evidencia cierto sentimiento de infravaloración por parte del diseño. ¿Qué motiva este sentimiento, cuáles son las razones de este complejo ante el arte que interfiere en la práctica de la disciplina?

1.3 La hipótesis y los objetivos del estudio

Consideramos que el complejo del diseño frente al arte, atendiendo a su abrumadora preeminencia en las sociedades actuales, no responde tanto a un complejo económico o social como a una razón cultural o intelectual que ya adelantábamos en la introducción: existe un desequilibrio entre el pensar sobre el arte y el pensar sobre el diseño debido de un “secuestro” de la tradición histórica. Este desequilibrio se hace evidente al comprobar la bibliografía de ambas disciplinas. Mientras los libros de arte hacen uso del arsenal de una tradición literaria para seguir recorriendo temas inimaginables, la correspondiente al diseño se muestra parca y, a menudo, un tanto ingenua.

Durante años, mientras el diseño se arrojaba a los brazos de la tecnología y daba respuesta –con poco tiempo para la autorreflexión– a nuevas urgencias estéticas provenientes de la industrialización, el arte, desde una posición

más asentada e institucional y académicamente privilegiada, acaparaba toda la tradición teórica en relación a lo visual. Aludiendo a la alta y baja cultura, fue haciendo suyos conceptos como la estética y sus categorías, la creatividad, la expresión, la libertad, etc., así como toda la literatura tradicional sobre la historia de las imágenes. Llegado el momento en que el arte y el diseño tomaban definitivamente vías independientes, quedaba la impresión de que lo que el diseñador hacía era sólo ejecutar unas demandas, ser un obrero de la estética al servicio de los poderes económicos.

La realidad es que todos estos conceptos, (expresión, estética, creatividad...) son inherentes al día a día de la disciplina, si bien deben dar respuesta a propósitos diferentes a los del arte. Y, puesto que la teoría del diseño no ha sido lo suficientemente madura para tratar todos estos aspectos con rigurosidad, la única manera de reivindicar su cualidad intelectual y su participación en todas estas realidades ha sido la de pretender ser arte.

Las páginas que siguen son una revisión crítica que describe, analiza y contextualiza la tensión histórica entre el arte y el diseño de los últimos siglos. Pretendemos contar una historia que derribe los complejos y desvele los mitos que han posibilitado al arte convertirse en el único depositario de una tradición histórica y filosófica de las imágenes que consideramos debiera ser compartida.

En base a esto el siguiente estudio pretende dar respuesta a la siguiente pregunta: ¿cuáles fueron los factores que hicieron que los artistas se hicieran depositarios de la tradición de la historia del arte mientras que los diseñadores optaron por construir una historia “desde cero”?

Partimos de la hipótesis general de que los planteamientos en los que se basa la división arte / diseño resultan artificiales porque responden más a los intereses de distintos grupos de presión que a la tradición y a la realidad práctica del diseño gráfico.

A continuación, pasamos a desgranar el estudio en una serie de **objetivos concretos** que ayuden a una mejor focalización y comprensión del estudio:

Partimos de la hipótesis general de que los planteamientos en los que se basa la división arte / diseño resultan artificiales

Objetivo: Demostrar la raíz común del arte y del diseño

Hipótesis: No solo el diseño gráfico, tal y como indica la historiografía tradicional, sino que también el arte, tal y como lo conocemos hoy en día, nacen a partir de un nuevo contexto social industrializado y determinados por los progresos tecnológicos. Antes de esto sus historias eran comunes.

Objetivo: Demostrar que la llegada de la tecnología no sólo provoca el nacimiento de lo que llamamos diseño, sino que también cambia radicalmente lo que venía siendo el arte y el artista

Hipótesis: La tecnología incide en el trabajo tradicional de los artistas y en sus modos de vida hasta tal punto que les obliga a reinventarse, ya sea dándose a la industria o al arte por el arte

Objetivo: Demostrar que, en muchos aspectos, el diseño gráfico es más cercano al arte tradicional que el arte en sí.

Hipótesis: El nuevo arte, basado en preceptos filosóficos, presenta más diferencias con respecto al arte tradicional que un diseño que utiliza la estética para comunicar.

Objetivo: Demostrar que la desvinculación con el arte por parte del diseño responde a motivos (sociales, económicos, culturales...) ajenos a la práctica y a la tradición de la profesión.

Hipótesis: Aspectos como el estatus social de los artistas, los mercados del arte, el valor del arte como arma política, etc., influyen en la definición de lo que es arte y lo que es diseño más que la historia y la práctica de las profesiones en sí.

1.4 Metodología y estructura del estudio

Para tratar de confirmar las hipótesis ya expuestas, proponemos un análisis de la tensión histórica entre el di-

seño y el arte que explique de qué manera y bajo qué premisas encontraron su autonomía.

Estamos de acuerdo con autores como Margolin²² en que la fuerza de la historia del diseño, frente a la pureza disciplinaria que durante siglos ha mostrado la historia del arte, debe radicar en la apertura disciplinaria y en los diferentes métodos de aproximación a un objeto de estudio flexible y variado.

Esto, lejos de restar autonomía a la disciplina, demuestra su capacidad crítica, tal y como afirma Bleuvel²³:

By autonomy, I do not mean a wholesale withdrawal from the social or the kind of freedoms the fine arts claim. Graphic design, precisely because it is an instrumental form of communication, cannot divorce itself from the world. Rather graphic design must be seen as a discipline capable of generating meaning out of its own intrinsic resources (...). Such actions should demonstrate self-awareness and reflexivity

Procedemos, por lo tanto, a realizar un estudio histórico crítico que se aleja de la manera tradicional en la que la historiografía del diseño ha acostumbrado a interpretar su relación con el arte, a saber, una visión formalista en la que se apuntan los transvases de elementos que se han dado de un lado a otro. Trataremos de localizar los elementos culturales, sociales, económicos, políticos y (también) formales, que subyacen en esta tensión y que convierten la relación del arte con el diseño en una lucha de poderes.

A través de un relato histórico cruzaremos las historias del diseño y del arte para una mayor comprensión de la relación entre ambos fenómenos. En la narración se combinan el análisis general de eventos, de instituciones, de personajes, de imágenes y de textos clave con el estudio de casos concretos que nos ayudarán a establecer un

22 Ver el punto "La historia del arte y la historia del diseño" en la introducción de esta tesis doctoral

23 BLAUVELT, A. "Towards critical autonomy, or can graphic design save itself?". En: BIERUT, M.; DRENTTELL, W.; HELLER, S. (eds.). *Looking closer*. New York: Allworth Press, 2006, p.23

marco para entender el diseño gráfico como heredero de la historia del arte.

El relato resultante es una historia centrada en occidente, y más concretamente en los países –Italia, Francia, Inglaterra, Alemania, EEUU, Rusia – que más influencia han ejercido –no ya tanto sobre el arte y el diseño– sino sobre la configuración de los discursos de sus historias. Esto se justifica porque, precisamente, vamos a la búsqueda de los mitos bajo los que se han configurado dichas historias.

Pasamos a describir la estructura del presente estudio que se divide en tres partes que pueden ser delimitadas mediante una aproximación cronológica:

1) La irrupción de la tecnología. El capítulo arranca con la revolución industrial a finales del siglo XVIII y finaliza a comienzos del siglo XX. Se describe cómo, bajo la presión de los nuevos medios de masas, se establecen las bases para dos nuevos tipos de arte: lo que serán el diseño y el arte que a día de hoy conocemos. También se prefiguran los perfiles de dos nuevos personajes que entran en ac-

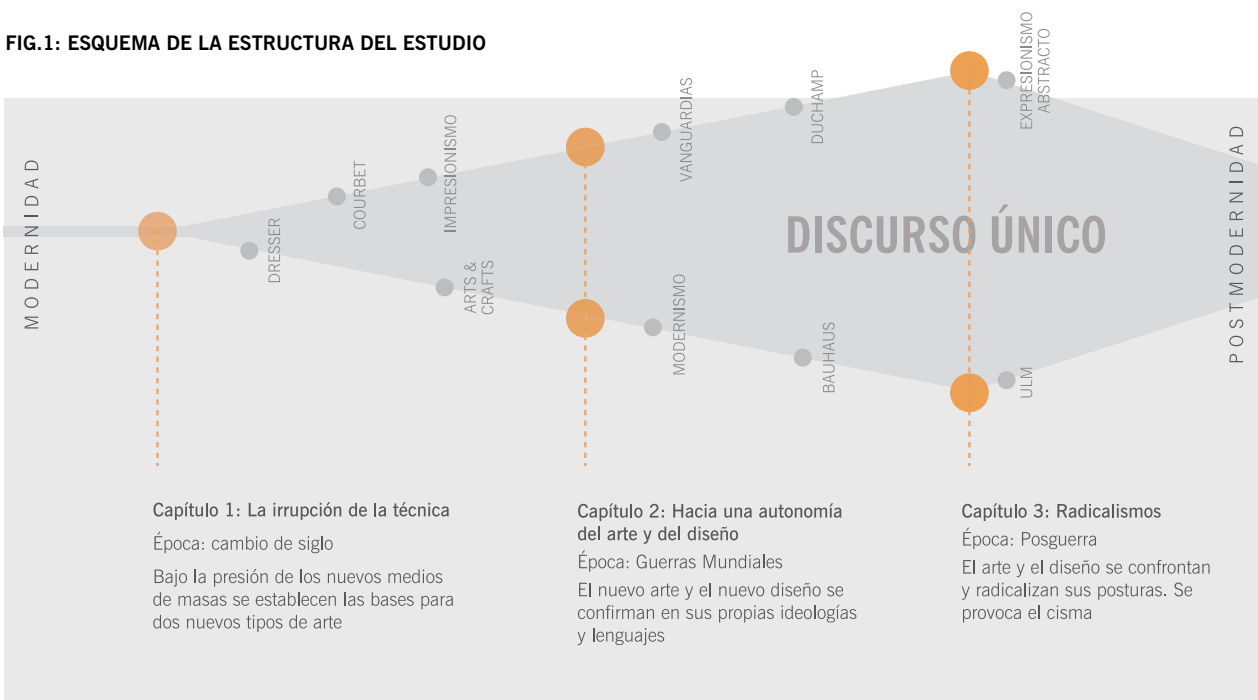
ción, el nuevo artista y el diseñador, a través de dos casos paradigmáticos: Courbet y Dresser.

2) Hacia una autonomía del arte y del diseño: Las vanguardias. El capítulo abarca el periodo de las dos guerras mundiales, momento en que el nuevo arte y el nuevo diseño se confirman en sus propias ideologías y lenguajes. Los casos tratados para ejemplificar las ideas, en esta ocasión, dos casos excepcionales de las vanguardias: Duchamp y la Escuela Bauhaus.

3) Radicalismos. El capítulo abarca el periodo de posguerra y se presenta como el momento en el que el arte y el diseño se confrontan y radicalizan sus posturas llegando al punto álgido de su escisión. Esta vez, los ejemplos que nos ayudarán a conformar el relato serán la Escuela de Ulm y el Expresionismo abstracto.

Los tres capítulos conforman un esquema (**FIG.1**) en el que los discursos del arte y del diseño se van dividiendo hasta alcanzar, en la última de las fases, el momento de máxima polarización. La posmodernidad apostará por un nuevo acercamiento de posturas.

FIG.1: ESQUEMA DE LA ESTRUCTURA DEL ESTUDIO



1.5 Fuentes

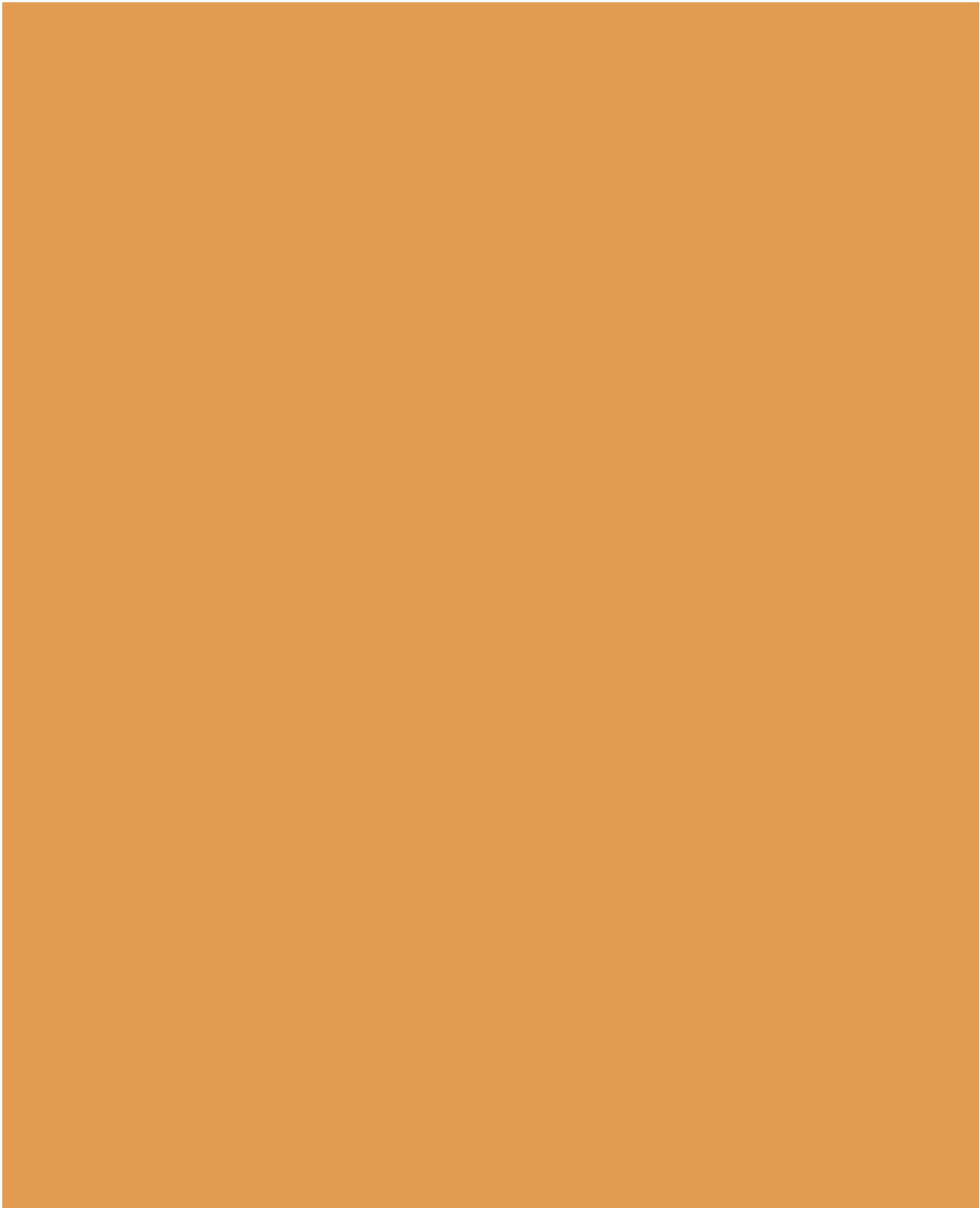
En lo que respecta a las fuentes bibliográficas, el estudio se centrará principalmente en las siguientes áreas de conocimiento:

- Historia y Teoría del Diseño
- Historia y Teoría del Arte
- Filosofía del Arte
- Historia Contemporánea

No se descartan fuentes provenientes de áreas de conocimiento diferentes que ayuden a completar el estudio aportando visiones desde la periferia.

En lo referente a la tipología de fuentes, se utilizarán tanto fuentes impresas (manuales, biografías, fuentes hemerográficas, ensayos, etc.) como digitales (foros, artículos, páginas sobre exposiciones, vídeos, etc.).

B) LA IRRUPCIÓN DE LA TECNOLOGÍA



1. ARTE Y TECNOLOGÍA

En el siguiente capítulo pretendemos mostrar cómo la industria e inventos como la fotografía obligan a los artistas a reaccionar y a posicionarse en dos vías, la de “el arte por el arte” o la de “el arte por la sociedad”.

También nos detendremos en dos nuevos personajes que se prefiguran en este momento: la del nuevo artista con Gustave Courbet y la del diseñador, con Christopher Dresser. Ambos representan también a dos países que marcarán la historia y la cultura occidental: Francia, cuna de la historia del arte e Inglaterra, madre de la revolución industrial.

Cabe destacar que, si bien, con el fin de ser más claros, en algún momento hablamos de diseñadores, esos conceptos no se habían aún creado y todos los personajes aludidos se consideraban artistas.

1.1 El siglo XIX: una olla a presión

A finales del siglo XIX el arte en Europa se ramifica. Hasta este momento, la historia del arte, una disciplina relativamente joven consolidada a mediados del siglo XVIII, había sido capaz de seguir coherentemente y sin grandes dilemas la trayectoria de los diferentes movimientos artísticos de una manera más o menos consecutiva. Pero ahora las sensibilidades artísticas se multiplican, al igual que los movimientos, las imágenes, los objetos, las calles y las personas de las ciudades. Da comienzo la era de los “ismos”.

La confianza en el progreso depositada por el siglo anterior, el de las luces, da sus frutos y conlleva sustanciales cambios en todos los ámbitos del conocimiento y de la vida. Se reafirma la noción de “persona”, el nuevo individuo libre pensante que tiene su expresión en las diversas revoluciones que se dan a lo largo del siglo, así como en una amalgama de corrientes ideológicas que tienden a despojarse de los últimos vestigios del Antiguo Régimen: el positivismo desmarca de manera definitiva las ciencias de la literatura, la historia se vuelve crítica, los intereses burgueses campan a sus anchas bajo las ideologías liberales y utilitaristas y Nietzsche corona el siglo explicándonos cómo la moral ha sido liberada. Se produce una tendencia general hacia la particularización que tiene su reflejo en las ideas nacionalistas y en el subjetivismo que promulgan las artes. Se marca el punto de partida a la edad contemporánea.

A finales de siglo, se destapan los inconvenientes resultantes de los logros de las distintas revoluciones. El inicial optimismo que acompaña al progreso da paso a cierto desencanto que comienza a desmoronar la fe en las reglas y en las leyes de carácter generalista de la tradición del racionalismo.

Un ejemplo paradigmático de una nueva relativización que comienza a admitir como válida cualquier visión del mundo lo proporciona, en el ocaso del siglo, Henri Rousseau (1844-1910), un aduanero que con 49 años y sin haber recibido ningún tipo de formación se retira para dedicarse a una pintura que será etiquetada de naïf. Su arte

rudo, torpe, intuitivo y colorista alcanzó en un principio el reconocimiento de pintores como Gauguin o Seurat en el Salón de los Independientes, espacio donde se exponían las obras de los artistas que no tenían cabida en la Academia. Más adelante, en 1908, Picasso organizaría un banquete en su honor – se cree que para reírse de él –, en el que Rousseau haría una legendaria declaración: “Nosotros somos los pintores más grandes de estos tiempos: tú en el género egipcio – refiriéndose a la influencia del primitivismo que acusaba por aquella época Picasso –y yo en el género moderno”. Lo que importaba en esta época en la que la broma y la realidad se confundían amablemente no era, tal y como afirma Ángel González¹, si había o no sincera admiración hacia un humilde ciudadano que, sin tener idea de pintar, se creía a la par que Picasso, sino “esa ambigua condición del pintor moderno que pudiera incluso consistir en no saber pintar, que es por cierto lo que hasta hace cuatro días sospechaba y no tenía empacho alguno en confesar la gente llana.”

Y es que en los albores de la edad contemporánea, comienza a producirse un quiebro con las verdades universales y la cultura occidental empieza a digerir todo género de manifestaciones en sus circuitos tradicionales. La nueva apertura motivará para Rousseau, “el primer ingenuo de la pintura”, “una descendencia abrahámica e innumerable, cada vez menos sincera, que llega a nuestros días con éxito y hasta bienales”².

Además de nutrirse de todas las corrientes ideológicas que planean sobre el siglo, el arte también verá su destino afectado por los avances técnicos y tecnológicos que se multiplican en la sociedad industrial. Los objetos manufacturados pasan a ser un producto de élite ante la abrumadora superioridad cuantitativa que permiten los procesos industriales.

De manera temprana, algunos empresarios asumen la

necesidad de integrar en los sistemas productivos a diseñadores o artistas que manejen los estilos del gusto de la época y que puedan dotar a los bienes de consumo de un mayor atractivo. Tal es el caso de Josiah Wedgwood, que tras incorporar por primera vez en 1769 una máquina de vapor para la fabricación de objetos de cerámica, no dudó en contratar a artistas como George Stubbs ó John Flaxman para que, con gran éxito, añadieran motivos neoclásicos a las piezas producidas en serie.

El arte decimonónico ve su destino afectado por los avances tecnológicos de la sociedad industrial

Se introduce así el elemento cultural en la industria y se acaba con un proceso milenario: si hasta ahora los artesanos y artistas venían controlando de principio a fin todas las fases de la producción de su obra³, bajo las nuevas circunstancias su trabajo queda desvinculado del resultado final pasando a ser una pieza más de un complejo engranaje.

Tal y como explica José Jiménez⁴, tres nuevas vías concurrentes de experiencia estética, de gran potencia y expansividad, irán consolidándose a lo largo del siglo modificando el antiguo escenario construido sobre la jerarquía de lo artístico y la hegemonía del gusto: el diseño industrial, la publicidad y los medios de comunicación de masas a partir de la creciente difusión de los periódicos. Las calles de ciudades como Londres y París comienzan a revestir sus muros con carteles de un lenguaje directo que reclama la atención del viandante; la prensa incorpora la fotografía y las nuevas técnicas de impresión mientras se propaga a gran velocidad alcanzando tiradas sin precedentes; los objetos de consumo se elevan como nuevos soportes donde cristalizan los gustos de las masas.

1 GONZÁLEZ, A. “La otra orilla de la Vanguardia”, en *Mundos Interiores al descubierto*. Madrid: Fundación La Caixa, 2006, p.32

2 GALLEGO, J. “La pintura Europea del siglo XIX. Simbolismo, modernismo e ingenuismo”. EN PIJOÁN, J. (dir). *Summa Artis*, vol.IX. Madrid: Espasa, 2004, p.62

3 BAYLEY, S. (dir.). *Guía Conran del Diseño*. Madrid: Alianza, 1992, p.16

4 JIMÉNEZ .J. “Transformaciones del arte moderno”. En: *D’ Art*, Nº 22, 1996, pp. 83-90

Se trata de una nueva era, la de la reproducción técnica, en la que se da un quiebro con el trabajo preparatorio que venían adoptando las fórmulas tradicionales del arte a la vez que se crea una nueva manera de consumirlo; Walter Benjamin, ya en 1936, formula su diagnóstico: el aura del arte se atrofia. Y es que, al acercar espacial y humanamente el objeto a las masas, éste pierde su ritual religioso, su historia y su condición de experiencia única; pierde esa “manifestación irrepetible de una lejanía”.⁵

Pero es que, ante el nacimiento de los factores activos de la reproducción, no sólo el arte pierde su aura, sino que además parece que los artistas vayan a perder su trabajo.

Con los nuevos los medios de reproducción masiva el arte pierde su aura y los artistas parece que vayan a perder su trabajo

Este periodo complejo se refleja en un panorama artístico de lo más variopinto en el que los diferentes movimientos se encuentran, confrontan y se complementan. Lejos de enumerar y describir cada una de estas corrientes, trataremos de ejemplificar la manera en que dos nuevas disciplinas comienzan a abrirse un camino hacia su propia idiosincrasia: el diseño, que nace ahora como parte de los medios de comunicación masiva propiciados por los adelantos tecnológicos, y el arte, que se ve obligado a replantear su orientación a partir de las alteraciones sufridas a consecuencia de la nueva situación.

Para explicarlo, en las páginas siguientes analizaremos dos acontecimientos trascendentes que alteran los discursos del arte y abren paso al nacimiento del diseño. En primer lugar la irrupción de la fotografía, cuyos efectos sobre la pintura quedan reflejados en la obra de los Impresionistas, que se abren a un lenguaje a través del cual el arte comenzará a referirse exclusivamente a sí mismo

alcanzando su plena autonomía. Por otra parte, el nacimiento de los movimientos de las artes y de los oficios y su triunfo a través de las corrientes modernistas como reacción a los productos de la maquinaria industrial, que se adelantan a las preocupaciones de un emergente diseño definiendo el camino ideológico para la incorporación del arte en la industria. El controvertido Pevsner, ya hacía una diferenciación similar:

La antítesis Impresionismo versus Artes y Oficios no es sino la expresión artística de una antítesis cultural mucho más amplia entre dos generaciones. Por una parte existe el concepto de que el arte es la rápida interpretación de momentáneos efectos superficiales, y por la otra, de que es la expresión de lo último y esencial; por un lado está la filosofía del arte por el arte y por el otro, una renovada fe en el mensaje social del arte. Los impresionistas están por la vía exquisita de la elegancia parisiense del fines del siglo XIX, las Artes y Oficios por la vida trabajosa con el espíritu”.⁶

Aclarar estas dos vías resulta necesario ya que “el arte por el arte” y “el arte por la sociedad” se encuentran en la base del tema que nos atañe y serán argumentos fundamentales retomados una y otra vez por artistas y diseñadores para marcar sus respectivos territorios.

1.2 Irrupción de la fotografía

Es uno de los objetivos de este capítulo constatar el cambio radical que provocan en el arte los medios de producción y comunicación masiva. Si, entre estos medios, tuviéramos que elegir uno responsable de un antes y un después en la evolución del arte éste sería, sin lugar a dudas, la fotografía. La fotografía abre, por un lado, una nueva vía artística que alcanza cada día una mayor relevancia en museos y exposiciones y, por otro lado, rompe con las tradicionales funciones del arte obligando a éste a adoptar precipitadamente nuevas perspectivas.

Estas ideas ya fueron adelantadas en 1855 por el pintor y escultor romántico belga Antoine Wiertz:

5 BENJAMIN, W. “La obra de arte en su época de reproductibilidad técnica”. En: *Discursos Interrumpidos I*. Buenos Aires: Taurus, 1989

6 PEVSNER, N., *Los orígenes de la arquitectura moderna y del diseño*, Barcelona: Gustavo Gili, 1978, p.142

Nos ha nacido, hace pocos años, una máquina, el honor de nuestra época, que, cada día, sorprende a nuestro pensamiento y espanta a nuestros ojos. / Esta máquina, antes de un siglo, será el pincel, la paleta, los colores, la maña, el hábito, la paciencia, el vistazo, el toque, la pasta, la veladura, la triquiñuela, el modelado, el acabado, la fiel ejecución. / Antes de un siglo ya no habrá albañil en pintura: sólo habrá arquitectos, pintores en la plena acepción de la palabra. / Que no se piense que el daguerrotipo mata el arte. No, mata la obra de la paciencia, rinde homenaje a la obra del pensamiento. Cuando el daguerrotipo, ese niño gigante, alcance la edad de la madurez; cuando toda su fuerza, toda su potencia se hayan desarrollado, entonces el genio del arte le echará de repente la mano al cuello y gritará: ¡Mío! ahora eres mío, vamos a trabajar juntos.⁷

Walter Benjamin menciona el carácter profético de este artículo y concluye que Wiertz es el primero en ilustrar filosóficamente la pintura tras el nacimiento de la fotografía. Dejando a un lado las connotaciones socialistas que Benjamin otorgará a la cita, realmente resulta sorprendente la lucidez con la que Wiertz intuye tan tempranamente una inclinación a la intelectualización de la pintura (“la fotografía mata la obra de la paciencia, rinde homenaje a la obra del pensamiento”) que alcanzará su máximo apogeo con las vanguardias y, especialmente, con Duchamp. Igualmente predice la adopción de la fotografía por parte de un arte que la hará servir, a partir de este momento, como un medio artístico más.

En la experiencia decimonónica, lo lógico, lo racional y lo demostrable se asientan definitivamente con ayuda del positivismo y se materializan de forma concreta en la tecnología. La polémica que se crea en torno al nacimiento de la fotografía es una más entre las múltiples confrontaciones que los avances científicos y tecnológicos provocan en todos los ámbitos de la sociedad; pero

ésta polémica tendrá una especial incidencia en el mundo de la pintura.

Antes que a la pintura, la técnica ya había cogido por sorpresa a la arquitectura. El pragmatismo constructivo de la ingeniería estaba demostrando sus posibilidades con obras altamente representativas como el Palacio de Cristal, ideado por Joseph Paxton para la Exposición de Londres de 1851 y construido a partir de elementos prefabricados. La nueva arquitectura abre una brecha entre los arquitectos tradicionales, que se mantienen en el historicismo defendido por las academias de las Bellas Artes manteniéndose ajenos a los impulsos de la sociedad del progreso, y los pioneros de la funcionalidad. El triunfo de los técnicos queda consagrado en la Exposición de París de 1889 con la construcción de la Torre Eiffel que se eleva, con un carácter declaradamente publicitario, como un símbolo entusiasta de los nuevos tiempos. Argán afirma que “por primera vez en la arquitectura conviene hablar de signos y no de formas”.⁸

La polémica mantiene ciertos paralelismos con las disputas que enfrentarán a la pintura con la fotografía, pero estas últimas encierran una mayor complejidad. La crisis de la arquitectura no deja de ser un tema ornamental que enfrenta a los técnicos con los conservadores o “decoradores”, salvaguardas de los poderes institucionales que optan por un lenguaje ecléctico adaptable a cualquier estructura y que tiene su expresión en las construcciones de carácter neoclásico e historicista que proliferan en las ciudades. Con la llegada de los ingenieros, si bien se pone en entredicho el carácter áulico de la profesión – es decir, su pertenencia al círculo de las Bellas Artes –, aspectos como su naturaleza simbólica y, principalmente, su valor de uso no se ven afectados sino más bien reforzados.

Sin embargo, la fotografía acaba con la que venía siendo la principal y más antigua función de la pintura: la mímesis. Con la reproducción analógica se alcanza una perfección en la representación de la naturaleza que destierra la que había sido una de las principales características

7 WIERTZ, A.J., *Obras literarias*. París: 1890, p.309. Citado por BENJAMIN, W. “París capital del siglo XIX”. EN TIEDEMANN, R. (ed.), *Libro de los pasajes*. Madrid: Akal, 2005, p.683 (El texto apareció publicado por primera vez en un artículo titulado “la fotografía”, en junio de 1855 en *La Nation*, y termina con una referencia al nuevo descubrimiento de la ampliación fotográfica, la posibilidad de hacer fotos a tamaño natural)

8 ARGAN, G.C. *El Arte Moderno*. Op.cit., p.81.

a la hora de juzgar una obra: su fidelidad a la hora de representar la realidad. Pero, además, a la vez que dispensaba al arte de su carácter descriptivo, lo desplazaba de cometidos que hasta ese momento le habían sido propios como los ilustrativos e –incluso– los informativos o conmemorativos.

De ahí, la célebre exclamación de Delaroche: “¡la pintura ha muerto!”. Tras asistir a la primera demostración pública de fotografía en 1839, este pintor academicista expresaba un sentimiento paradójico de temor y admiración hacia el nuevo medio que se haría extensible a todos los artistas de su tiempo.

La fotografía acaba con la que venía siendo la más antigua función de la pintura: la mimesis.

El desarrollo de la fotografía, iniciado por Niepce en 1816 con la obtención del primer negativo sobre papel con una cámara oscura, se atribuye a varios autores (el propio Niepce, Daguerre, Talbot y Bayard), todos ellos relacionados en cierta manera con las artes plásticas. Si bien Niepce estaba más ligado al mundo de las artes gráficas, especialmente interesado en la litografía y en los métodos de reproducción, Daguerre era pintor y Talbot y Bayard comenzaron a investigar en una forma de fijar la naturaleza para compensar sus carencias en el dibujo. Su nacimiento queda por lo tanto vinculado al arte y a una tendencia de las convenciones a lo largo de los siglos respecto a la objetivación y naturalización de la visión, que alcanza su clímax ahora, en el siglo XIX.

Daguerre fue sin duda quien tuvo una mayor visión comercial del invento y cosechó la mayor gloria tras presentar en 1839 su daguerrotipo ante la Academia de Ciencias Francesa. Su éxito fue inmediato. Sólo en el primer año se produjeron alrededor de medio millón de daguerrotipos en París y la cantidad de imágenes fue en aumento a medida que se fue avanzando en las técnicas de copiado y reproducción mecánica. Progresivamente,

la fotografía fue perdiendo “la condición de hija bastarda de la pintura para instalarse cómodamente en un estado de proliferación y multiplicación escandalosa que desborda toda descripción”.⁹

Juan Antonio Ramírez describe así el éxito cosechado por los nuevos medios y las consecuencias que la democratización de la imagen y de la estética deparaban a los artistas:

El modelo de la imagen perfecta no era “pintada” sino fotográfica; las necesidades de las masas no se colmaban con la imagen única, sino con la multiplicada, capaz de suscitar consensos colectivos y de un precio asequible; la exposición ideal no era la de pintura, sino la de maquinarias y mercancías. El pintor tradicional presiente su paulatino desplazamiento en un mundo que sólo le concede la posibilidad de convertirse en cantor ocasional de los fastos del poder o en un solitario marginado de las grandes corrientes de la historia¹⁰

En un principio algunos artistas creyeron con cierto optimismo que la fotografía funcionaría sobre todo como una especie de criada para el arte y comenzaron a realizar imitaciones naturalistas que reproducían con exactitud el estilo de las cámaras. Pero pronto recayeron sobre esta multiplicación de imágenes fotográficas feroces críticas que incidían en la homogeneidad de estilo y la falta de imaginación. La fotografía fue tachada de “enemiga mortal del arte” y comenzaron a buscarse nuevas vías más creativas.

En 1854 Pierre Dutilleux, fotógrafo y pintor de la época, se preocupa por estas cuestiones y explica así como los paisajistas deben enfrentarse a la pintura:

La reproducción que hacemos de la naturaleza no es nunca una copia exacta, matemáticamente precisa, como la que cabe esperar de una máquina como el daguerrotipo. Lo único

9 GONZÁLEZ FLORES, L., *Fotografía y pintura: ¿dos medios diferentes?*. Barcelona: Gustavo Gili, 2005, p.107

10 RAMÍREZ, J. A. *Medios de masa e Historia del Arte*. Madrid: Cátedra, 1997, pp.110-111

que puede y debe llegar a ser es una interpretación en cuya ejecución el artista utilice sus conocimientos, su destreza, pero, sobre todo, su temperamento, sus propias ideas y sus reacciones íntimas; en una palabra, sus sensaciones!¹¹

Viendo estos ejemplos, es más que evidente la responsabilidad que la fotografía tuvo en la crisis del arte decimonónico y en su desplazamiento hacia nuevos horizontes alejados de su acostumbrada tendencia a la imitación de la naturaleza, pero resultaría reduccionista no admitir que en este gran cambio participaron otros factores.

Con la fotografía el arte deja de ser el único generador de representaciones significativas

Cuando Dutilleaux menciona que el artista debe usar sus sensaciones o su temperamento, acusa un cambio de paradigma que ya había sido introducido por las tesis del ideario romántico y principalmente por la teoría del genio, que distanciaba al arte de su condición de técnica reproductiva para convertirlo en la expresión de un don. Pero la fotografía y los medios que la difunden como la fotomecánica se descubren como una verdadera mecha que precipitan el cambio en la regla del un arte que deja de ser, después de milenios, el único generador de representaciones significativas.

1.3 La fotografía, un nuevo arte

Mientras los artistas se debaten entre la fascinación y la incertidumbre de cuál será su papel en la nueva sociedad, la fotografía comienza sus andanzas por el camino que la convertirá en un nuevo medio para el arte. Laura González apunta a Bayard, uno de los precursores del invento, como el pionero de la fotografía artística. En 1841, espoleado por la envidia del éxito y de las remuneraciones económicas que Daguerre había recolectado con un invento con el que él mismo también había estado

experimentando, distribuyó una foto en la que fingía estar muerto y en cuyo dorso añadió el siguiente texto:

Este cadáver que ven ustedes es el del señor Bayard, inventor del procedimiento que acaban ustedes de presenciar, y cuyos maravillosos resultados pronto presenciarán. Según mis conocimientos, este ingenioso e infatigable investigador ha trabajado durante unos tres años para perfeccionar su invención. (...) Esto le ha supuesto un gran honor, pero no le ha rendido ni un céntimo. El gobierno, que dio demasiado al señor Daguerre, declaró que nada podía hacer por el señor Bayard y el desdichado decidió ahogarse. (...) mejor será que pasen ustedes de largo por temor a ofender su sentido del olfato, pues, como pueden observar, el rostro y las manos del caballero comienzan a descomponerse.¹²

González defiende que “El Ahogado”, constituye no sólo el primer performance fotográfico, sino la primera muestra de subversión de la veracidad fotográfica en aras de la verificación de una mentira¹³.

Dejando a un lado este hecho aislado por su carácter anacrónico, la constante entre los fotógrafos/artistas será la de reproducir los cánones pictóricos recreando auténticos cuadros conectados con los géneros clásicos de la pintura. Con la rápida popularización del medio y la difusión de una tecnología de “fotografía amateur” —es destacable la comercialización, en 1888, de la cámara Kodak por Estman bajo el conocido slogan “Usted aprieta el botón, nosotros hacemos el resto”—, los intentos de “artificializar” la fotografía fueron aún más evidentes porque una vez más, tal y como ya había pasado con los pintores, los fotógrafos de retratos y paisajes advirtieron que su labor se ponía en entredicho.

El primer movimiento fotográfico en plantear una reflexión consciente de sus fines y medios y en formular una teoría concreta sobre la condición artística de la fotografía fue el pictorialismo. Utilizando una serie de “recursos de artificio” como la pigmentación de colores, la texturiza-

12 GONZÁLEZ FLORES, L. *Fotografía y pintura: ¿dos medios diferentes?*. Op.cit., p.163

13 Ibid., p.164

11 SCHARF, A. *Arte y fotografía*. Madrid: Alianza, 1994, p.100

ción a través de los papeles o la reproducción de marcas gestuales mediante el bruñidor o el pincel, se acercaron a los resultados de movimientos como el realismo y el impresionismo rompiendo el mito de la representación mimética como único propósito del medio. Se les acusa no obstante de conseguir unos resultados obvios, demasiado parecidos a la pintura.¹⁴

Hubo sin embargo otros fotógrafos que, con un alto grado de intuición y curiosidad, alcanzaron un elevado valor artístico atendiendo exclusivamente a las posibilidades de los recursos que ofrecía la propia fotografía. Tal es el caso de Julia Margaret Cameron, a quien sus familiares regalaron una cámara con el equipo para el procesamiento de las placas: “Te puede divertir, madre, tomar fotografías” era la nota que acompañaba al presente.¹⁵ Las fotografías de Cameron todavía siguen sorprendiendo por el uso expresivo que hizo del desenfoque en sus retratos alejándose de la perfección de la representación, única manera que tenían sus contemporáneos de entender la fotografía.

También el fotógrafo Nadar contribuyó a la creación de un lenguaje propiamente fotográfico mediante sus retratos y fotos experimentales como las que realizó en el alcantarillado de París, para las que utilizó, por primera vez, la iluminación artificial. Walter Benjamin apunta que su adelanto frente a los de sus colegas fue el de mostrar que el objetivo podía hacer descubrimientos¹⁶. Y es que, además de mostrar las entrañas de París, este artista también tomó las primeras vistas aéreas de la historia valiéndose de un globo aerostático.

El vuelo de Nadar dio mucho que hablar en la ciudad. Artistas como Daumier o Manet registraron este momento con su arte (FIG.1) al igual que Nadar inmortalizó entre muchos otros, a ambos artistas (FIG.2). Daumier, en su ilustración para el “The Boulevard” sitúa al fotógrafo por encima de sus contemporáneos no sólo físicamente (Na-

14 Ibid., p.181

15 MEGGS, P.B. *Historia del diseño gráfico*. México: McGraw-Hill, Interamericana, 2000, p.142

16 BENJAMIN, W. “París, capital del siglo XIX”. En: TIEDEMANN, R. *Libro de los pasajes*, op.cit.

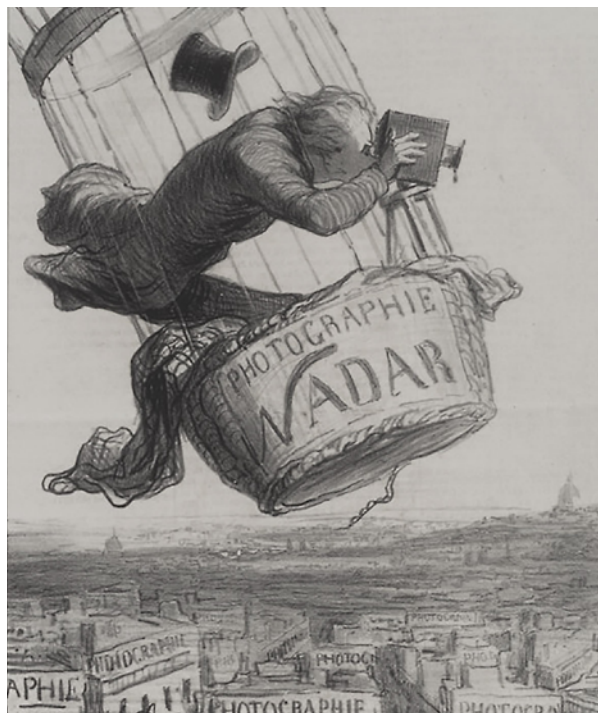


FIG.2: Nadar retratado por Daumier en *Le Boulevard*, 1862.



FIG.3: Daumier fotografiado por Nadar

dar se eleva sobre la multitud de establecimientos fotográficos de París) sino también a nivel artístico tal y como reza el título: *Nadar eleva la fotografía al nivel del arte*.

1.4 La reacción de los artistas

El arte y la fotografía fijaban la vista la una en la otra y, al igual que fotógrafos como Nadar inauguraban la búsqueda de un lenguaje propio para la fotografía, los artistas sintieron la necesidad de determinar una entidad para el arte que se ajustase a los nuevos tiempos. Según Argán:

(...) es difícil decir si era mayor el interés del fotógrafo por aquellos pintores que el de aquellos pintores por la fotografía; en todo caso es cierto que uno de los móviles de la reforma de la pintura fue la necesidad de redefinir su esencia y sus objetivos con relación a ese nuevo instrumento de reproducción mecánica de la realidad.¹⁷

Courbet iniciaría el camino con el realismo al afirmar la necesidad de abordar directamente la realidad liberando el arte de cualquier carga literaria y permitiéndole expresarse mediante otras vías. Pero aún fue más lejos al llegar a exhibir un lienzo en el que había dejado partes sin pintar. Si bien aún existe un deseo de interpretación de la realidad, comienza a resaltarse el proceso pictórico de manera literal, sin apoyo de las convenciones de la representación¹⁸. Éste camino fue seguido primero por Manet y después por los impresionistas.

Pintores como Monet o Renoir jugaron con las pinceladas de color y con los elementos lumínicos para crear impresiones verídicas, que la retina fuera capaz de mezclar y de identificar. El arte se entrega de esta forma a una desintegración formal en detrimento de la hegemonía temática imperante en la historia del arte. La sensación, lo que el ojo ve, se impone sobre el conocimiento y la reflexión entrando de lleno en la exclusiva relación de los elementos plásticos. Se abre así el camino hacia una pintura no figurativa, hacia la abstracción, con el que el arte

se desvincula de la amenaza de la literalidad fotográfica:

cuando el impresionismo cede al Cubismo, la pintura se ha procurado un amplio dominio en el que la fotografía, de momento, no puede seguirla¹⁹

Esta nueva noción de arte autorreferencial encuentra sus fundamentos en la teoría filosófica idealista del “arte por el arte”, que alcanza su máxima difusión a partir de este momento. Este principio se fundamenta en la tesis de Kant²⁰ sobre el desinterés del juicio estético por lo práctico, que desvincula al arte de todo fin utilitario abriendo una vía que justifica la idea de un arte como fin en sí mismo –liberado del tema y de su función mimética–, e impermeabiliza la obra de arte frente al desarrollo de la técnica. Al carecer de cualquier tipo de premisa que lo justifique, el arte quedará ligado a la libertad creativa del artista frente a la sociedad, una libertad que llega a desembocar, incluso, en una irresponsabilidad total ante el pueblo.

El arte rehuye la amenaza de la literalidad fotográfica abriéndose un nuevo camino a la abstracción

Frente a esta tendencia, otra vinculada con la realidad social y con los medios tecnológicos irá germinando para dar pie a los principios del diseño. Y esta tendencia viene ligada a los movimientos de las artes y los oficios.

1.5 Artes y oficios

Si tuviéramos que decantarnos por una edad de oro, en la que artistas artesanos y diseñadores se fusionan entremezclando sus tareas y trabajan para fines comunes, esa época coincidiría con la génesis del diseño, el periodo que abarca desde finales del siglo XIX hasta los comien-

17 ARGAN, G.C. *El Arte Moderno*. Op.cit., p.68

18 GONZÁLEZ FLORES, L. *Fotografía y pintura: ¿dos medios diferentes?*. Op.cit., p.63

19 BENJAMIN, W. “París capital del siglo XIX”. En: TIEDEMANN, R. (ed.). *Libro de los pasajes*. Op.cit., p.41

20 KANT, E. *Crítica del juicio*. Madrid: Austral, 1981

zos del siglo XX. Y la razón de este fenómeno hay que buscarla en la progresiva dignificación a la que se ven sometidas las artes aplicadas o las artes y los oficios.

La revolución industrial, iniciada en Inglaterra, conlleva un alto precio. Si bien el país goza de una prosperidad económica sin precedentes, comienzan a darse nuevos problemas cada vez más complejos relacionados, principalmente, con la cuestión social: la explotación de los trabajadores, la falta de salubridad en las barriadas obreras y la degradación cultural de las clases dirigentes –imbuidas en el pensamiento utilitarista–, dejan un panorama que no pasa inadvertido a las mentes más sensibles:

“You must either make a tool of the creature, or a man of him.
You cannot make both.”²¹

John Ruskin, uno de los pensadores europeos más influyentes del siglo XIX, es el responsable de esta contundente frase publicada en *The Stones of Venice* el año 1851. Junto con un grupo de artistas va a defender la idea de que el arte debe asumir una función paliativa y correctora de los males que asedian a la sociedad “paleoindustrial” y, en un alarde de escapismo, afirma que dentro de la modernidad no tiene cabida un arte moderno,²² por lo que predica una vuelta a la arquitectura gótica y al primitivismo en las artes, concretamente a los artistas anteriores a Rafael y Miguel Ángel. Se desbanca así de los dos pintores favoritos de la Royal Academy liderada en ese momento por el insigne pintor Sir Joshua Reynolds.

Los artistas figurativos que corresponderán a estas ideas serán conocidos bajo el título de la Hermandad de los Prerrafaelistas, integrada en 1948 por tres jóvenes pintores: Holman Hunt, John Everett Millais y Dante Gabriel Rossetti. Su programa propone una vuelta a la ética y a la religiosidad propias del trabajo minucioso, una apuesta por la humildad, la sinceridad y la honestidad a través de una observación exhaustiva de la naturaleza que queda reflejada en un detallismo preciosista, semejante a la de

los antiguos maestros artesanos; un arte que se adecúa a la perfección a los preceptos de Ruskin:

All art worthy the name is the energy –neither of the human body alone, nor of the human soul alone, but of both united, one guiding the other: good craftsmanship and work of the fingers joined with good emotion and work of the heart.²³

Las ideas de un arte socialmente activo y del retorno a un trabajo que aunara la espiritualidad y la minuciosidad propias de los gremios medievales calaron hondamente en William Morris, un hombre de acción que observaba horrorizado los objetos perpetrados por la incipiente industria victoriana. Morris estaba convencido de que al

Morris abrió el camino hacia un arte comprometido socialmente basado en el retorno a un trabajo ético y minucioso heredero de los gremios medievales

arte, “asesinado por el comercialismo”²⁴, había que devolverle el valor estético y la humanidad conciliando las tareas cotidianas con el trabajo artístico. Con este fin y junto a un grupo de artistas, fundó, primero, la empresa Morris, Marshall, Faulkner & Co. para proseguir, después en solitario, trabajando en actividades como el diseño de mobiliario, la decoración y la edición e impresión de libros. Por sus ideas y su actividad, Morris es considerado el precursor de los movimientos Arts & Crafts.

El proyecto de Morris tuvo un pero: paradójicamente, sus ideas de corte socialista derivaron en productos que cosecharon grandes éxitos entre un público elitista, ya que al fin y al cabo, el trabajo manual no podía competir en un mercado popular con el seriado. Su trabajo, sin embargo, abrió una vía necesaria de ruptura con los modelos histo-

21 RUSKIN, J. *The Stones of Venice*, vol. II. Harvard: Smith, Elder and Co., 1853, p.161

22 ARGAN, G.C. *El Arte Moderno*. Op.cit., p.171

23 RUSKIN, J. *On art and life*. Londres: Penguin books, 2004, p.69

24 MORRIS, W. En: ARGAN, G.C. *El Arte Moderno*. Op.cit., p.173

ricistas de la época e instaló un nuevo lenguaje ornamental de carácter naturalista, en el que las líneas sinuosas y los motivos florales se entrelazaban en motivos geométricos. Las ideas y el estilo de las Arts & Crafts se extendió por Europa como la pólvora. El esfuerzo de Morris por la revalorización de las artes decorativas legitimó, además, una vía para el arte en la que cada objeto significaba un nuevo lugar para expresarse y, en este sentido, dejaba abierto el camino a los diseñadores.

El ejemplo de Morris fue profusamente imitado. “El gremio del siglo”, una asociación creada por uno de los más notables continuadores de su estela, el diseñador y arquitecto Arthur Mackmurdo, fue una entre las múltiples sociedades que se crearon para mantener vivo el espíritu de las artes y oficios. Uno de sus colaboradores, Selwyn Image, recomendaba que el nombre de la Real Academia de Arte fuera cambiado por el de “Real Academia de Pintura al Óleo” y argumentaba que un “inventor desconocido de modelos para decorar una pared o una bañera” o quien “se emplea a sí mismo en representar líneas y masas abstractas” merece que se le reconozca como artista tanto como al pintor Rafael. En esta misma línea concluye:

Quando se empieza a reconocer que todo lo que se ha inventado en cuanto a forma, tono y color tiene el mismo valor artístico y es igualmente honorable, se está ante algo muy parecido a una revolución asomándose frente a nosotros.²⁵

Tal era la vehemencia que demostraban los diseñadores por demostrar la unidad del arte.

A finales del siglo XIX, se perfilaron en Europa nuevos movimientos como el Art Nouveau en Francia, el Jugendstil en Alemania, el Modernismo en España o la Sezessionsstil en Austria. Todos ellos comparten un sentimiento artístico de la vida que se refleja sobre todo en la fabricación de elementos de uso cotidiano²⁶. Esa impresión de un arte expansivo que busca un gran impacto

social ya había sido introducido por el romanticismo, y concretamente por Richard Wagner, bajo el concepto de “la obra de arte total”. La idea de la “Gesamtkunstwerk” es retomada ahora por los artistas para describir un objetivo estético que pretende abarcar cada una de las actividades productivas del hombre.

Los movimientos modernistas y de las Arts & Craft buscaban la obra de arte total a través de una revalorización de las artes aplicadas

Las nuevas teorías y sensibilidades legitiman una intrusión por parte de los artistas en el mundo del diseño. Los distintos medios de reproducción masiva como la industria o la fotografía hacían peligrar varias de las competencias artísticas tradicionales y, bajo el manto del arte total y en contraposición de los principios del “arte por el arte”, se abre un nuevo camino que parece resultar rentable. La imparable clase burguesa, ávida de novedades y necesitada de un lenguaje propio, financia a unos artistas que se dan a diseñar carteles, muebles, revistas, etc., sin complejos teóricos y sin temor a perder su estatus. Renovarse o morir.

Pérez Gaudi expone esta reflexión en referencia a la publicidad, que resulta extensible a otras ramas del diseño:

Se crea una simbiosis en la que ambas partes salen beneficiadas: los artistas elaboran las propuestas gráficas –a los que los comerciantes otorgan una función comercial– y se sirven de las nuevas posibilidades ofrecidas por la publicidad –la reproducción y la distribución–. El Modernismo fue el punto de encuentro entre los dos lenguajes y a la vez el canto de cisne de la relación. A partir de ese momento la publicidad y el arte tomarán derroteros claramente diferenciados²⁷

El panorama que ofrece el diseño de finales de siglo XIX y

25 SELWYN, I. “Sobre la unidad del arte”. En: *Hobby Horse*, enero 1887, citado por MEGGS, P.B., *Historia del diseño gráfico*. Op.cit., p.166

26 BÜRDEK, B. E. *Diseño*. Barcelona: Gustavo Gili, 1994, p.23

27 PÉREZ GAULI, J.C. *El cuerpo en venta. Relación entre arte y publicidad*. Madrid: Cátedra, 2000, p.12

principios del siguiente es, por lo tanto, extremadamente rico en matices. A la vez que representantes del realismo como Daumier ilustran los periódicos de la época, la estética y poética simbolista son traducidas a las artes gráficas a través de Aubrey Beardsley o Jean Toorop, Toulouse Lautrec introduce el impresionismo en la publicidad y artistas como Van del Velde o Cheret dan con la clave de los gustos de la burguesía modernista. Todos ellos son artistas que se entregan al diseño sin prejuicios que, si bien pertenecen a movimientos o corrientes diferentes, absorben de los movimientos modernos y de las ideas de Morris la necesidad de trasladar la cultura a una nueva sociedad industrializada.

Este camino, aderezado por novedades como la introducida por Adolf Loos²⁸, que plantea las bases para acabar definitivamente con el historicismo defendiendo el destierro de cualquier forma de decoración inútil; o por la escuela de Glasgow, en la que Charles Rennie Mackintosh junto con Herbet McNair y las hermanas Margaret implantan un nuevo gusto por la geometrización, hacen de puente para un nuevo estilo en el que el diseño va a encontrar su identidad y su madurez: el funcionalismo.

En 1900 el Duque de Hessen, haciéndose eco del ejemplo de Morris y de las tendencias modernas, establece una colonia artística en Darmstadt con el fin de fusionar el arte y la vida a través del desarrollo cultural y económico de la manufactura ligera. La colonia contó con siete artistas entre los que se encontraba Peter Behrens.²⁹ Este artista, que en la colonia diseñó cada uno de los utensilios de su casa, será el responsable de una serie de conquistas, tanto en el ámbito del diseño industrial como en el de la identidad corporativa, que lo situarán en la historiografía como un verdadero pionero del diseño en un sentido moderno. Años más tarde, ya como director de la Escuela de Artes y Oficios de Düsseldorf y partícipe de la Deutscher Werkbund, contará con dos aprendices que introducirán, a través de la escuela Bauhaus, el espíritu

del movimiento de las artes y los oficios de manera definitiva en la industria: Walter Gropius y Mies Van der Rohe.

Hemos constatado como los repentinos cambios provocados por el desarrollo de la industria generan dos posturas de carácter aún poco definido: la que continuaremos denominando como la postura del “arte por el arte” y una segunda vía dispuesta a comprometerse con los avances tecnológicos y a llevar el arte a toda la sociedad. Estas posturas, si bien se mezclan y se confunden, abocetan dos perfiles que ya a mediados del siglo XIX empiezan a diferenciarse: el del artista en su concepción moderna, y el perfil del diseñador.

28 LOOS, A. *Ornamento y delito* [on line]. Disponible en: <http://artediez.es/paperback/wp-content/uploads/sites/13/2014/12/ornato.pdf> [Consulta: 20/08/2015]

29 MEGGS, P.B. *Historia del diseño gráfico*. Op.cit., p.255

2. ARTISTAS Y DISEÑADORES

2.1 Juicios previos

Entender lo que significa ser artista supone en gran medida entender lo que significa el arte. En palabras de Ernest Gombrich³⁰:

No existe, realmente, el Arte. Tan sólo hay artistas. Éstos eran en otros tiempos hombres que cogían tierra coloreada y dibujaban toscamente las formas de un bisonte sobre las paredes de una cueva; hoy, compran sus colores y trazan carteles para las estaciones del metro. Entre unos y otros han hecho muchas cosas los artistas.

Durante los siglos XIX y XX, la figura del artista como representante de una individualidad radical irá alcanzando una relevancia tal que, como ya veremos más adelante, llega incluso a caracterizar la identidad del nuevo arte, a la vez que desbanca la obra de arte total promulgada por los movimientos modernistas en aras de la figura del genio.

El artista como individuo libre nace en gran parte –tal y como hemos visto– a partir de las revoluciones tecnológicas y llegará a ser un elemento definitorio del arte; más aún que sus propias obras, cada vez más difíciles de clasificar.

En la definición desapasionada que ofrece la Real Academia de la Lengua³¹, se presenta al artista como un profesional dedicado a las Bellas Artes, término neoclásico desfasado desde el momento en que la belleza deja de ser el fin perseguido por el arte. Una visión del artista generalizada y de carácter más legendario entiende la figura del artista como la de una persona de espíritu crítico que vive alejada de los convencionalismos, dotada de una gran dosis de sensibilidad y creatividad que lo convierte en algo así como un catalizador de la realidad que lo envuelve. Este personaje, un tanto esotérico, da rienda suelta a su libre albedrío con tal atrevimiento que,

en diversas ocasiones, acaba incurriendo en el terreno de lo ininteligible, de lo enigmático e incluso de lo marginal.

En lo que respecta a la figura del diseñador, son frecuentes las opiniones que ven en el diseñador una figura que comparte esa capacidad casi demiúrgica del artista de crear nuevos mundos incluso de mejorar el presente, frente a los que mantienen una visión más pragmática en la que el diseñador no es sino un mero ejecutor de unas demandas y objetivos impuestos.

Entender la evolución de ambas figuras resulta necesario para entender tanto la evolución del arte como el actual afán del diseño por suscribirse a sus logros. En las siguientes páginas nos centraremos en el estudio de dos personajes que coexisten en el momento del nacimiento del diseño y que resultan casos paradigmáticos para entender dos actitudes en plena gestación: Gustave Courbet y Christopher Dresser. Mientras la figura de Courbet nos ayudará a explicar la génesis de una visión extendida del artista que es consecuencia del triunfo de las ideas románticas, Dresser representa el lado más cercano a la realidad material propia de su época.

Esta elección responde por lo tanto a un corte metodológico que tiene el fin de esclarecer ciertas maneras de hacer y de sentir que se fraguan en la época y que se extienden hasta nuestros días, pero además, responde a una cuestión geográfica: si Francia, en base a la historia del arte, ostenta la hegemonía artística occidental desde el siglo XVIII y siembra el camino de los movimientos modernos, Inglaterra, como cuna del movimiento industrial, es la primera instigadora del diseño.

Existe, finalmente, un último razonamiento que nos ha impulsado a elegir estas dos figuras: Courbet se eleva como una figura mayúscula dentro de la historia como fundador del Realismo e impulsor de un cambio frente a la tradición que lo precede, mientras que Dresser, a pesar de sus ideas revolucionarias y de ser artífice de una innovación formal sin precedentes, ha quedado, por lo general, excluido de la historia canónica, si bien es cierto que la historiografía, principalmente la inglesa, comienza a enmendar el error.

30 GOMBRICH, E.H. *Historia del arte*. Madrid: Debate, 1997, p.7

31 *Diccionario de la Lengua Española* [on line], Madrid: Real Academia Española, 2001. Disponible en: www.rae.es, [Consulta: 12/3/2012]

2.2 Courbet y el nuevo artista

En 1854, Courbet escribía en una carta:

Confío siempre, ganarme la vida con mi arte sin tener que desviarme nunca de mis principios ni el grueso de un cabello, sin traicionar mi conciencia ni un solo instante, sin pintar siquiera lo que pueda abarcarse con una mano sólo por darle gusto a alguien o por vender con más facilidad³²

Gustave Courbet, fundador y máximo representante del Realismo, expone aquí dos rasgos fundamentales que pasan a ser definitorios de un nuevo papel que ocupa la figura del artista en la sociedad a partir de este momento.

En el siglo XIX Francia pasa a desempeñar definitivamente la hegemonía artística europea en detrimento de la hasta ahora indiscutible Italia. La institucionalización de la enseñanza artística en academias culmina en este siglo con el llamado Academicismo, es decir, con una tendencia a que, en base a los cánones clásicos, los académicos —expertos vinculados a la institución de la Academia— dicten las normas que rigen todo tipo de arte. Se promueven obras de una factura impecable pero carentes de frescura, que responden tanto a unos gustos preestablecidos acordes a la sociedad burguesa como a los propios intereses políticos imperialistas.

Con esta frase Courbet anuncia una nueva voluntad de libertad creadora frente a estos cánones promulgados por la Academia y, a la vez, demuestra una actitud temeraria ante las instituciones y los promotores del arte o —en términos más cercanos a la realidad del diseño—, una independencia frente a los objetivos marcados por los clientes. Se prefigura un nuevo artista autónomo que responde únicamente a sus convicciones y que incluso está dispuesto a sacrificar por este fin su estatus social.

Un cambio semejante en los valores del artista no se producía desde el Renacimiento. Durante el Medioevo, las obras maestras eran siempre el resultado de un acuerdo

Courbet anuncia una nueva libertad del artista, tanto ante el proceso creativo como ante los promotores del arte

particular entre el cliente y el artista. Éste era considerado un artesano y él mismo se tenía como tal. Era por lo tanto un técnico y no un autor por lo que su nombre permanecía en el anonimato. En clave anecdótica, llaman la atención excepciones como la del Maestro Mateo, que en el siglo XII incluye su nombre en la puerta de la Gloria de la catedral de Santiago de Compostela. Resulta curioso como las leyendas de los peregrinos castigan esta actitud por parte del artista: se suele identificar al Maestro con una pequeña escultura que se encuentra a los pies del parteluz de la puerta porque, según estas leyendas, el artista se encuentra condenado, por su soberbia, a permanecer eternamente de espaldas a su obra y privado del deleite de su contemplación³³.

En un contexto en el que el arte constituía una expresión de lo divino, no había lugar para un artista inventor que hiciera sombra a la figura del Creador. Era por lo tanto al sufragante de la obra a quien se consideraba responsable de los éxitos artísticos y se le representaba o se le nombraba en la obra dando testimonio de su acto devoto.

La propia historia del arte revela de manera significativa un cambio de rumbo. Si en los siglos que preceden al Renacimiento su historia es una historia de iglesias, retablos y catedrales, a partir del siglo XV se convierte en la historia de los artistas. La célebre obra *La vida de los más excelentes arquitectos, pintores y escultores italianos*³⁴ de Vasari, publicada por primera vez en 1550 y considerada precursora de la historia del arte occidental, da buena muestra de esto. Argan³⁵ nos explica cómo a partir de este momento el arte no es ya una actividad

33 Escuchado a un guía en una visita a la catedral de Santiago

34 VASARI, G. *Le vite de più eccellenti pittori, scultori ed architetti*. Op.cit.

35 ARGAN, G.C. *Renacimiento y Barroco*. Madrid: Akal, 1987, p.99

32 GOMBRICH, E.H. *La Historia del Arte*. Op. cit, p.511

manual o *mechanica*, sino intelectual o *liberalis*. Si el artista medieval era responsable únicamente de la ejecución, el artista renacentista ostenta una mayor libertad a la hora de dar la orientación cultural de su propio trabajo. No se limita a ofrecer preceptos técnicos para la buena ejecución, sino que enuncia los principios y describe los procesos de ideación de la obra de arte. Adquiere así un relieve que nunca había tenido la personalidad del artista. Esto sucede de manera muy localizada en la Italia del Quattrocento; valga como caso el arquitecto y escultor Filippo Brunelleschi, el primer artista occidental del que tenemos una biografía escrita por un contemporáneo. Cada artista tratará a partir de ahora de superar a los que le han precedido, de alzarse por encima de sus contemporáneos, de distinguirse por un estilo propio y netamente caracterizado.

Pero, si bien, el artista es, a partir de ahora, considerado como un profesional de tipo liberal, su libertad y su manera de destacar responden más bien a un ejercicio de estilo y a ciertos aportes personales a la hora de representar las obras que le son propuestas; aún existen unas normas y cánones a los que debe adecuarse, unos temas a los que debe someterse y su actitud debe ser ante todo decorosa. Recordemos, si no, los problemas a los que tuvo que enfrentarse algunos años después Caravaggio (1571-1610), precursor prematuro del Realismo de Courbet, por su oposición a la belleza ideal renacentista. Su preferencia por retratar a los santos desde una perspectiva naturalista usando a mendigos y gente de la calle como modelos provocó el rechazo de sus obras en numerosas ocasiones.

El papel de los mecenas o de los comitentes, en palabras de Aby Warburg, aún definía el arte del Renacimiento:

Uno de los aspectos cardinales de la cultura del primer Renacimiento florentino es que las obras de arte nacen de la responsabilidad compartida entre comitente y artista, y, por tanto, han de ser consideradas desde un principio como fruto del compromiso entre quien encarga el cuadro y el maestro

que lo realiza³⁶

Haskell,³⁷ en su estudio *Patronos y pintores*, demostraba que la importancia de los mecenas en la configuración del arte seguiría siendo determinante durante los siguientes siglos.

La carta que escribe Courbet en 1854 es indicadora de un cambio. Sin ser propiamente romántico, demuestra el triunfo del ideario del romanticismo en su apuesta por la libertad y en su oposición al academicismo. El arte deja de remitirse a un baremo imitativo y adquiere una nueva importancia la capacidad imaginativa e inventiva del genio. El artista es, a partir de este momento, un creador. Tal y como nos explica Simón Marchan³⁸:

si la doctrina clásica sometía al genio a un sistema de reglas respaldadas por la tradición, la razón o el sentido común y, gracias a ello, alcanzaba la perfección, la nueva ideología se interroga sobre la relación entre el studium y el ingenium, entre lo que puede ser aprendido y la inspiración, ese don “divino” o natural que acompaña al genio. (...) El rechazo de las reglas y del aprendizaje, la relevancia concedida al acto creador, la liberación de la subjetividad de sus ataduras, la defensa apasionada en cuestiones morales, teológicas y estéticas de los derechos del singular y de su autodeterminación, son rasgos distintivos de una conciencia desconocida hasta entonces de la genialidad.

Esta nueva situación crea una brecha entre el artista oficial y el inconformista, que se aleja de las escalas de valores de la burguesía para emprender un camino en solitario a la búsqueda de la verdad y se convierte en un observador, en un nuevo testigo – si es que no esclavo– de la modernidad que encarna la figura del “flaneur” descrita por el poeta y ensayista Baudelaire, a quien Courbet admiraba e –incluso– llegó a retratar:

36 WARBURG, A. *El renacimiento del paganismo. Aportaciones a la historia cultural del Renacimiento europeo*. Madrid: Alianza, 2005, p.149

37 HASKELL, F. *Patronos y pintores*, Madrid: Cátedra, 1984

38 MARCHAN FIZ, S. *La estética en la cultura moderna*, Madrid: Alianza, 1996, pp.27-28

Si una moda, un corte de vestido, ha sido ligeramente transformado, si los nudos de los lazos, los bucles han sido destronados por las escarapelas, si la papelina se ha alargado y si el moño ha descendido un punto sobre la nuca, si el cinturón se ha elevado y la falda ampliado, crean que a una distancia enorme su ojo de águila (el del artista) ya lo ha adivinado.³⁹

El “ser artista” deja así de ser una profesión liberal para convertirse en lo que podría considerarse un acto de fe, sin quedar exento del sacrificio que este tipo de actos conlleva: si bien el artista es un ser privilegiado, salvaguarda de una revelación, sus convicciones le obligan a enfrentarse en soledad a su mundo interior, lo conducen al aislamiento, llegando incluso a sentir el peso de la marginación social:

A menudo, por divertirse, los hombres de la tripulación cogen albatros, grandes pájaros de los mares, que siguen, como indolentes compañeros de viaje,

al navío que se desliza por los abismos amargos. Apenas les han colocado en las planchas de cubierta, estos reyes del cielo torpes y vergonzosos, dejan lastimosamente sus grandes alas blancas colgando como remos en sus costados.

¡Qué torpe y débil es este alado viajero!
Hace poco tan bello, ¡qué cómico y qué feo!
Uno le provoca dándole con una pipa en el pico, otro imita, cojeando, al abatido que volaba.

El Poeta es semejante al príncipe de las nubes que frecuenta la tempestad y se ríe del arquero; desterrado en el suelo en medio de los abucheos, sus alas de gigante le impiden caminar.⁴⁰

Courbet demuestra sus convicciones también a través de su obra. En el cuadro de 1854 *Bonjour Monsieur Courbet* (FIG.3), el autor recurre a la mitología cristiana

39 BAUDELAIRE, CH. *El pintor de la vida moderna* [on line], 1862. Disponible en: www.lacoctelera.com/myfiles/qwerty/ baudelaire.pdf [Consulta: 15/09/2009]

40 BAUDELAIRE, C. *Las flores del mal*. Madrid: Orbis Fabri, 2007, p.41



FIG.4: *Bonjour Monsieur Courbet* de Gustave Courbet, 1854



FIG.5: *Le juif errant* (anónimo)

y retoma el tema iconográfico del judío errante.⁴¹ El mito cuenta la historia del hijo de un zapatero judío que insultó a Jesús durante su crucifixión, por lo que habría sido condenado a errar hasta su retorno (FIG.4). Courbet se identifica de esta manera con esa percepción compartida por los artistas románticos que los lleva a considerarse seres diferentes, solitarios y marginales.

Este cuadro es también un reflejo de la nueva independencia que adquiere el artista: el retrato describe el momento en el que Courbet es saludado por su patrón y amigo Bruyas, acompañado de su criado. Semejante formato para un tema tan anecdótico, exento de la teatralidad de los cuadros académicos, causó una fuerte impresión a sus coetáneos y suscitó feroces críticas. Si comparamos este cuadro con una obra coetánea de gran éxito como puede ser *Los romanos de la decadencia* (FIG.5), de Couture, podemos entender el desconcierto que debió de causar “Bonjour Monsieur Courbet”.

Su falta de formalidad vistiendo y actitud frente a su benefactor representa un ascenso del artista que le permite exhibirse en un vis-à-vis con su protector; en la imagen resulta patente el sentido de igualdad –e incluso– de la superioridad, de Courbet frente a Bruyas.

Gombrich realiza una descripción de este nuevo personaje. Ha nacido el artista bohemio:

Los artistas comienzan a sentirse una raza aparte, dejándose crecer la barba y los cabellos, vistiendo de terciopelo o pana, con sombreros de alas anchas y grandes lazos anudados de cualquier modo⁴²

Tal y como afirma Linda Nochlin, puede buscarse la raíz de esta autoconsciencia elevada del artista en una revolución social más generalizada en el siglo XIX vinculada a una mentalidad burguesa que tiende a abolir las concesiones de cuna. En este contexto, el artista, se hace eco

41 NOCHLIN, L. *Courbet*. London: Thames & Hudson, 2007

42 GOMBRICH, E.H. *La Historia del Arte*. Op.cit., p.502



FIG.6: Los romanos de la decadencia, de Thomas Couture, 1847

de las ideas liberales de su tiempo y revaloriza su talento. Valga como ejemplo la siguiente cita de Chateaubriand, político y escritor considerado el padre del romanticismo en la literatura francesa, en una carta de 1823 dirigida a Mme. Recamier:

Talent ought to have privileges. It is the oldest aristocracy and the most certain that I know⁴³.

Esta nueva conciencia alcanza el paroxismo llegando a relacionarse la figura del artista con un mesías, un sacerdote o un profeta. Los versos de Víctor Hugo en los que se describe la función del poeta dejan entrever esta nueva concepción del artista:

Le poète en des jours impies
Vient préparer des jours meilleurs.
Il est l'homme des utopies,
Les pieds ici, les yeux ailleurs.
C'est lui qui sur toutes les têtes,
En tout temps, pareil aux prophètes,
Dans sa main, où tout peut tenir,
Doit qu'on l'insulte ou qu'on le loue,
Comme une torche qu'il secoue,
Faire flamboyer l'avenir!⁴⁴

Si bien es cierto que las revoluciones burguesas influyen en una tendencia generalizada que recompensa el esfuerzo, los valores y el trabajo individuales rechazando los privilegios heredados e impulsando, por lo tanto, una ruptura con lo tradicional en todos los ámbitos, no creemos que por sí sólo esto explique el giro metafísico que dan los artistas y que los aleja, precisamente de ésta, la mentalidad burguesa.

Tal y como vamos arguyendo, las técnicas de reproducción masiva que irrumpen violentamente en la sociedad decimonónica someten a los artistas como profesionales liberales a una gran presión que, consideramos, potencia una bifurcación entre aquellos que abrazan las nue-

Ante la perspectiva de la popularización de las imágenes, los artistas encuentran en su personalidad valor diferencial

vas posibilidades técnicas y entre los que se refugian en un universo propio y en continua rebelión frente a los convencionalismos sociales. Ante la perspectiva de la popularización de las imágenes estéticas, estos artistas encuentran en su valor personal una nueva forma de marcar diferencias.

2.3 Pioneros del diseño: Christopher Dresser

Si la rebelión de Courbet ejemplifica un cambio dialéctico, una transformación que, como respuesta al academicismo, dialoga con la tradición precedente, las ideas y la obra de Christopher Dresser irrumpen con cierto cariz visionario y depositan las esperanzas en las posibilidades que ofrece la nueva sociedad industrial:

arts must teach us the perfection of machinery and the greatness of our mechanical skill, and they will also tell in future ages, of the vastness of our power⁴⁵

Mientras que la Francia del siglo XIX ostenta la hegemonía artística occidental, el proceso de industrialización que se da en Inglaterra la sitúa medio siglo por delante del resto de los países continentales y de EEUU, obligando a la nación a enfrentarse prontamente a nuevos problemas sociales y culturales. El modelo de sociedad victoriana supone, tras el primer fervor industrial, el asentamiento de la clase burguesa. Ésta adopta unos valores éticos férreos basados en la observación religiosa y el culto al trabajo duro, que ha propiciado su ascenso a través del nuevo liberalismo.

El paisaje que dejan tras de sí los pioneros de la indus-

43 NOCHLIN, L. *Courbet*. Op.cit., p.48

44 HUGO, V. *Les rayons et les ombres*. París: Auguste Ozzane, 1840, p.14

45 HALEN, W. *Christopher Dresser*. Oxford: Pahidon-Christie's, 1990, p.47

tria es estéticamente desolador. La atención había estado fijada en aumentar la producción dejando a un lado todo atisbo de sensibilidad; las muestras de diseño se reducían a un exhibicionismo ridículo y sobrecargado cuyo fin artístico se limitaba a demostrar que las máquinas eran capaces de reproducir la ornamentación más elaborada de los estilos decorativos anteriores.⁴⁶ Y las reacciones no se hacen esperar.

Una de las actitudes ante esta falta de delicadeza que ya comentábamos en el capítulo anterior, va a ser el rechazo al nuevo entorno urbano que nace como consecuencia de la industrialización y que conduce a buscar refugio en épocas y estilos pasados como el gótico, donde se busca una espiritualidad totalmente marginada en la nueva era maquinista. Dentro de esta corriente de pensamiento nos encontramos con las Arts & Crafts y la línea neo medieval con intelectuales como Pugin y Ruskin a la cabeza, con una concepción estética conectada a un orden moral y metafísico donde se relaciona la belleza con la religión y la ética.⁴⁷ Sus ideas cristalizan en una reactivación de las artes aplicadas a través del citado William Morris y sus colaboradores, con la que se pretende solucionar el problema de la falta de gusto de los artículos producidos en masa mediante un retorno a la dignidad ética y estética que ofrece el trabajo artesanal.

Desde los círculos más ligados a la economía y a la política las ideas e iniciativas que surgían eran mucho más prácticas; obviamente renunciar al progreso industrial no constituía una opción para los implicados. Sin embargo, de manera temprana, se entiende la importancia de la estética en el ámbito de la producción masiva y se comienzan a adoptar políticas paternalistas que pretenden educar el gusto de empresarios y consumidores con el fin de alcanzar una solución dialéctica entre arte e industria. En este contexto, destacan las iniciativas de Henry Cole, un funcionario comprometido con la idea de promover el diseño para dar solución al problema de las exportaciones

Desde los círculos ligados a la economía y la política se adoptan medidas paternalistas con el fin de alcanzar una solución dialéctica entre arte e industria

británicas.⁴⁸ Acompañado del pintor Richard Redgrave y del arquitecto Owen Jones, comienza una particular cruzada organizando exposiciones para educar al público, creando academias, comités de investigación para asesorar a los artistas, etc. En 1849, promueve la edición de la revista *Journal Desing of Manufacture*, destinada a unir arte y manufactura. Cole también es el responsable de acuñar el término *art manufacturer* anticipando la figura del diseñador moderno.⁴⁹

Si bien, dentro del círculo de Cole, se prefiguran algunos aspectos definitorios del diseño de los siguientes años como la participación del arte de la realidad industrial, la tendencia a la geometrización o la importancia de la funcionalidad, sus resultados dejaron qué desear y no llegaron a trascender. Los diseños de la nueva industria estaban demasiado pendientes de los modelos historicistas acordes a los gustos contemporáneos y no acababan de fusionarse con los nuevos medios. Tal y como sugiere De Fusco⁵⁰, en Inglaterra la industrialización va unida a un importante debate ideológico que remite el problema del diseño a cuestiones culturales de más largo alcance (como la historia del arte o el protagonismo de las academias). Estas cuestiones traban el desarrollo del diseño en contraposición de lo que ocurrirá en Estados Unidos, donde la industrialización se impone de manera mucho más práctica, sin obstáculos ni prejuicios estéticos.

46 KLEIN, D. "Art Decó y funcionalismo". En: PIJOÁN, J.(dir.). *Summa Artis*, vol. XIV. Op.cit., pp.9-101

47 VARCELLONE, F. *Estética del siglo XIX*, Madrid: A. Machado Libros, 2004, p.122

48 BAYLEY, S. *Guía Conran del Diseño*. Op.cit.

49 FUSCO DE, R. *Historia del diseño*. Barcelona: Santa & Cole, 2005, p.60

50 Idem

Ante este panorama, podría considerarse que Dresser⁵¹ constituye una excepción al ser el único en practicar la simplicidad que este grupo predicaba. Si bien se le relaciona con el círculo de Cole – estudió en una de las escuelas creadas por éste y colaboró con Owen Jones en su principal obra, *Grammar of Ornament*⁵² –, trabajó de manera independiente para varias empresas hasta que fundó su propio estudio, el Art Furnisher's Alliance.

Viendo estas imágenes (FIG.6-10)⁵³ nos resulta difícil creer que fueron producidas en pleno auge de la estética victoriana:

La estilización geométrica y la adecuación a los materiales y la búsqueda de la sencillez y la funcionalidad nos trasladan a épocas y movimientos posteriores como el modernismo, el Art Decó e incluso a la Bauhaus. Más difícil todavía resulta creer que su diseñador, Christopher Dresser, frente al éxito alcanzado por su contemporáneo William Morris – nacido además en 1834, el mismo año en que nació Dresser– se mantuviera en el olvido hasta que Nikolaus Pevsner, en su célebre *Los orígenes de la arquitectura moderna y del diseño*, lo mencionara como un ejemplo interesante de la estela dejada por Morris.⁵⁴ Hoy en día, estudios como el realizado por Widar Halen⁵⁵ sugieren un cambio de perspectiva ya que Dresser publicó sus ideas quince años antes de que lo hiciera Morris, y le otorgan el título del primer diseñador de Inglaterra.

A diferencia de lo que hiciera Morris, que proponía un retorno de la artesanía como forma de dignificar los objetos cotidianos limitando así su difusión a un reducido –y elitista– número de personas, Dresser abrazó en cuerpo y alma la producción industrial.

51 "Christopher Dresser" [on line], *Victoria & Albert Museums*. Londres: Disponible en www.vam.ac.uk/dresser [Consulta: 29/01/ 2008]

52 JONES, O. *The grammar of ornament*. Londres: Quaritch, 1910

53 "Christopher Dresser" 1834-1904 [on line]. En: *The Victorian Web*. Disponible en: <http://www.victorianweb.org/art/design/dresser/index.html>, [Consulta: 29/02/2008]

54 PEVSNER, N. *Pioneros del diseño moderno*. Buenos Aires: Infinito, 1977, p.54

55 HALEN, W. *Christopher Dresser*. Op.cit.

Se preocupó por realizar objetos bien diseñados y asequibles para el creciente número de consumidores buscando siempre la adecuación de los materiales a las diferentes técnicas de reproducción. Lejos de remitirse a los ornamentos de vocación clásica, tan al gusto de la época, adoptó un nuevo lenguaje decorativo acorde a su idea

Dresser abrazó en cuerpo y alma la producción industrial adoptando un lenguaje de acuerdo con su idea de que el arte debía remitirse al presente

de que el arte debía remitirse al presente y que frente a la imitación debía prevalecer la ideación. Su formación como botánico le llevó a buscar las raíces de este arte en la ciencia y, más concretamente, en la estructura de las plantas, con una tendencia a la geometrización acorde con lo que había aprendido de Owen Jones.

Tal y como posteriormente les ocurriera a los artistas de principios del siglo del XX, Dresser quedó fascinado por el arte japonés y fue el primero en aunar las líneas sencillas propias del arte oriental con la industria. Sus ideas quedaron reflejadas en su obra *The Art of Decorative Design*⁵⁶, 1862, responsable de las dudas anteriormente mencionadas sobre la originalidad de las propuestas de Morris.

Si bien los objetos producidos por Dresser cosecharon cierto éxito entre sus contemporáneos, quedaron pronto olvidados. Esto podría ser debido a que estos objetos, por su carácter innovador, sólo podrían haber sido debidamente comprendidos algunos años más tarde; pero tal vez se debiera, prefigurando lo que acabará siendo lo más "natural" en el mundo del diseño, a que, sencillamente, ya habían cometido con eficacia, sin bombos ni platillos, la función para la que habían sido creados.

56 DRESSER, C. *The Art of Decorative Design*. Garland, Universidad de California, 1977



FIG.7: Motivo decorativo diseñado por Chistopher Dresser



FIG.8: Silla diseñada por Chistopher Dresser



FIG.9: Cafetera diseñada por Christopher Dresser



FIG.10: Motivo decorativo diseñado por Chistopher Dresser

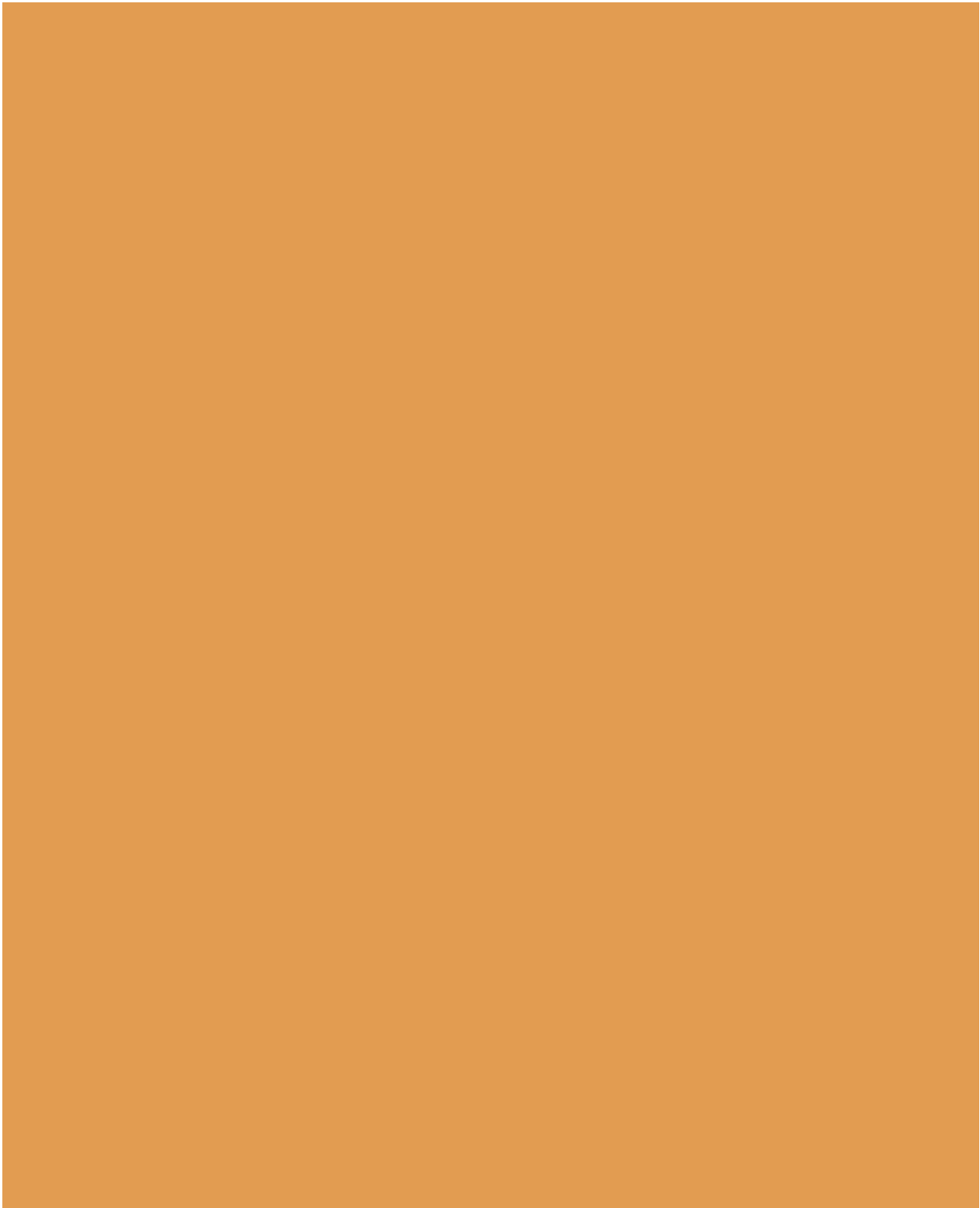
Tanto Courbet como Dresser, se consideraron artistas, aunque a este último hoy por hoy lo consideraríamos un diseñador. Y ambos fueron personajes que supieron asumir, desde dos posturas bien diferenciadas, las inquietudes que en su tiempo les tocó vivir y expresarlo con altas dosis de creatividad.

Tanto Courbet como Dresser se consideraron artistas, aunque la historia haya etiquetado a cada uno de una manera diferente

La historia del arte ha sabido ensamblar como una pieza más la obra y el personaje de Courbet, al igual que la de William Morris, en la magnífica concatenación de sucesos y genialidades que supone su propia obra, mientras otros personajes como Christopher Dresser han quedado relegados, ajenos al reconocimiento de un público menos especializado, posiblemente por no responder a los intereses de un método y, muy probablemente, porque encarnan la apertura a un nuevo mercado, el popular, del que el arte tradicionalmente ha intentado distinguirse.

El final del siglo XIX dibuja un panorama un tanto confuso en el ámbito artístico. Por un lado está el arte y los artistas que no dudan en venderse a las nuevas necesidades de un público cada vez más numeroso, y por otro existe un reducido grupo que, desde posturas más puristas, busca reencontrar el camino en el que el arte continúe siendo algo extraordinario, pretendiendo alcanzar, tal y como diría Oscar Wilde, una vida que imite al arte más que un arte que imite a la vida. Pero los principios que rigen las diferencias no están aún definidos. Serán las vanguardias las que sienten las bases que determinen el camino a seguir de estas dos vías.

C) HACIA UNA AUTONOMÍA DEL ARTE Y EL DISEÑO



1. INTRODUCCIÓN

El capítulo se sitúa a principios del siglo XX y presenta las vanguardias artísticas como el momento en el que se establecen los planteamientos teóricos definitivos de los discursos del arte y del diseño moderno. Estos discursos se ejemplifican mediante la contraposición de las ideas de Marcel Duchamp y la Escuela de la Bauhaus.

El escenario se centra, por una lado, en Francia y la École de París, centro neurálgico donde se redefine la idea de arte y se introduce en la sociedad capitalista como objeto de lujo y, por otro lado, los países del Este de Europa y Alemania, donde la utopía socialista del arte alcanza su mayor esplendor.

Aunque todavía todas las expresiones pertenecen al “ámbito del arte”, los escenarios ideológicos que contribuyen a la ruptura del arte con el diseño comienzan a asentarse.

1.1 Un nuevo panorama

En 1914, fecha en la que para algunos historiadores como Hobsbawm se cierra el “siglo XIX largo”¹, –que culmina definitivamente con la primera guerra mundial–, existía ya prácticamente todo lo que puede englobarse bajo el término vago e indefinido de “vanguardia”: el Cubismo, el Expresionismo, el Futurismo y la abstracción en la pintura; el Funcionalismo y el rechazo del ornamento en la arquitectura; el abandono de la tonalidad en la música y la ruptura con la tradición en la literatura. El Dadaísmo, que prefiguró el Surrealismo en la mitad occidental europea, y el Constructivismo en el Este, incorporado rápidamente a las tendencias del diseño y la arquitectura a través de la Bauhaus, son las únicas innovaciones formales que se registran pasado este año.

Se acepta de manera generalizada que todas estas corrientes coinciden en buscar una ruptura con la tradición, en desquebrajar todos los sistemas de expresión y representación artística aceptados llegando incluso a creer en la renovación de la sociedad a través de una reforma radical del arte.

Pero tras esta aparente unidad existen multitud de matices determinados por distintas tradiciones históricas, situaciones políticas, actitudes sociales y sentimientos individuales que convergen para hacer del movimiento de las vanguardias algo complejo –incluso confuso– que, si bien en algunos de sus puntos ha sido bien acotado por la historiografía artística, se resiste con vehemencia a una catalogación de manual.

La complejidad de los acontecimientos que se acumulan durante estos primeros años del siglo XX nos permite adoptar miradas concretas sin privarnos de reconocer que el tema tratado abarca parcelas mucho más amplias. Con el fin de resultar más claros abordaremos las vanguardias en base a una distinción de dos vías, fruto de una decisión metodológica, que esperamos permita dar respuestas a ciertas cuestiones sobre la emancipación

¹ HOBBSAWM, E. *Historia del siglo XX*. Barcelona: Crítica, 1995, p.183

del arte y el diseño.

1.2 Dos vías

Como ya apuntábamos, bajo el término “vanguardias” se integran múltiples corrientes diferentes entre sí, y a menudo contradictorias, a las que une la creencia de que las relaciones entre arte y sociedad han cambiado de manera sustancial. Si bien en su día se admitieron como íntegramente radicales, rupturistas y revolucionarias, hoy encuentran en el siglo XIX sus fundamentos y se entienden como corrientes continuistas de unos principios que ya estaban presentes en el siglo anterior. No resulta difícil relacionar a la Bauhaus con los exitosos movimientos de las artes y los oficios; y cualquiera que haya podido ver el desconcertante “Almuerzo sobre la hierba” de Édouard Manet coincidirá en la idea de que esa ruptura radical con el arte tradicional ya se vislumbraba en 1868.

En el capítulo anterior, tal y como Nikolaus Pevsner² había reconocido acertadamente, diferenciábamos dos incipientes vías que surgían a raíz de la industrialización; la primera vía, marcada por figuras como Courbet o los impresionistas, buscaba un camino adicional al arte académico para lo que retomaba los postulados del romanticismo. La segunda vía nacía directamente de las necesidades o de los excesos de la revolución industrial y tenía su expresión cultural en el Arts and Crafts, seguida de los movimientos modernistas, y su expresión más práctica en las iniciativas llevadas a cabo desde el ámbito empresarial.

Pues bien, durante la primera mitad del siglo XX, estas vías no pierden vigencia y además pueden, con reservas y de manera generalizada, ser situadas geográficamente y concretadas en algunos movimientos: Francia, con el antecedente de los impresionistas, se sitúa a la cabeza en la búsqueda de la autonomía del arte, primero con el Cubismo, de fuerte impronta sobre los futuristas, y después con el Dadá y el Surrealismo; Alemania, de tradición expresionista pero muy marcada por los movimientos de

las artes y los oficios, pronto se adhiere a las propuestas funcionalistas de la arquitectura en el proyecto metodológico-didáctico que será la Bauhaus, destinada a unir el arte con los procesos industriales; Y finalmente Rusia, que de un Suprematismo influido por las artes autónomas –especialmente por el Cubismo– pronto pasa, debido a su situación política singular, a necesitar un arte socialmente comprometido que tendrá su expresión en el Constructivismo.

Francia se sitúa a la cabeza de la búsqueda de una autonomía para el arte y Alemania y Rusia lideran la vía de un arte comprometido con la industria y la sociedad

Ya sea por contraposición o por consenso, ambas vías resultan de vital importancia en la conformación de la teoría y la práctica del diseño así como en la definición de los conceptos de la actual noción del arte. Y si bien todas estas manifestaciones son entendidas por la historiografía como partes de las Vanguardias artísticas, con el fin de resultar más claros haremos una distinción entre aquellos países y movimientos que abogan por la individualidad del artista y buscan un arte autónomo frente a aquellos que presentan una actitud más ligada a las exigencias sociales.

Hablaremos por lo tanto y en primer lugar de unas Vanguardias propiamente artísticas para referirnos a esa clase de artes visuales que Moholy Nagy, de la Bauhaus, describió una vez como “confinadas al marco y al pedestal”³. En este punto se explicará cómo el nuevo arte se rebela definitivamente en contra del arte de masas y define las nuevas pautas que regirán el arte moderno. Por otra parte hablaremos de Vanguardias del diseño al tratar aquellos movimientos que no renuncian al contacto

2 PEVSNER, N. *Los orígenes de la arquitectura moderna y del diseño*. Op.cit.

3 WILLET, J. “The New Sobriety; Art and Politics in the Weimar Period 1917-1933”. Londres: 1978, p.76. En: HOBBSAWM, E. *A la zaga*. Barcelona: Crítica, 1999, p.10

con la producción masiva y cuya proyección dará como resultado una concepción del diseño que ha sobrevivido hasta la actualidad.

De esta manera movimientos como el Cubismo, el Futurismo, el Dadá o el Surrealismo, de origen eminentemente francés, se enfrentan a otros como el Funcionalismo, el Constructivismo y las manifestaciones de la Bauhaus, que triunfan en el Este y en centro de Europa.

Con esto no se pretende negar las influencias vitales que cada una de las vías ejerce sobre la otra: resulta obvio el interés que los experimentos del “arte de vanguardia” como el collage, la expresión a través de la tipografía o el fotomontaje presentan para el diseño. Igualmente aspectos como la adopción de las nuevas tecnologías para la representación estética o la utilización de las formas artísticas como mensaje, ya sea este publicitario, político o social, resultan más propios del diseño y serán igualmente consustanciales para el arte posterior.

Al igual que lo hacíamos en el capítulo anterior, cabe aclarar que, en los años que tratamos, todavía no existía una frontera clara que separara el diseño del arte. La apertura disciplinar de los movimientos modernistas (Art Nouveau, Secesión, Jugendstil, etc.) que incluía dentro del arte todas las manifestaciones “menores” como parte de un proyecto de estetización de la vida sigue presente en la cultura de vanguardia. Es más, frente a las iniciativas emancipadoras de algunos grupos minoritarios muy localizados geográficamente como los impresionistas –que tampoco carecían del espíritu modernista como demuestra Toulouse-Lautrec–, el modernismo es la corriente con más calado en la Europa de comienzos del siglo XX. No será hasta el posterior éxito de las propuestas del nuevo arte y de su ansiada autonomía cuando el diseño comenzará también a radicalizar sus posturas a través de los postulados funcionalistas. Sólo a partir de entonces, podemos comenzar a plantearnos seriamente la idea de un divorcio entre ambos.

Somos por lo tanto conscientes de que, con el fin de resultar más claros, con esta división que proponemos olvidamos por un momento la falta de definición de ambas

disciplinas a comienzos de siglo, y caemos en el anacronismo de observar los fenómenos bajo las actuales nociones del arte y del diseño.

Finalmente comentar que, la insistencia de la predominancia geográfica de cada uno de los movimientos no es un tema baladí: tal y como se comprobará más adelante, en una Europa marcada por los conflictos y a las puertas de la guerra fría cualquier iniciativa cultural correrá el riesgo de ser absorbida por las necesidades políticas.

2. VANGUARDIAS DEL ARTE

2.1 Decadencia y renacimiento de los artistas

A lo largo de poco menos de un siglo, los artistas pasarán de una situación precaria, provocada en gran medida por la llegada de los medios de reproducción masiva, a otra poblada de éxitos sociales, económicos y coronada con una posición de lujo en la historia. Los protagonistas de este cambio fueron los artistas modernos.

En pocas décadas, los artistas pasarán de una situación precaria a un éxito sin precedentes

Mario de Micheli⁴ aborda el tema del inicio de la modernidad en el arte desde una perspectiva histórica y le pone fechas: Las revoluciones de 1848, las últimas revoluciones burguesas europeas, fueron fruto de una unidad y cohesión cultural propias de un alto desarrollo intelectual en la que los artistas mostraron un compromiso social sin precedentes. Sin embargo, su decadencia comienza a dar pistas a partir de este mismo instante.

En 1870, tras la derrota de Francia ante Prusia y el posterior acontecimiento de la Comuna de París, la crisis se hace patente. Las clases populares se levantan en protesta por una brecha económica cada vez más acusada que los separa de una burguesía que observa como “todos los medios de cultura alumbrados por ella se rebelaban contra su propia civilización”⁵. El arte oficial se convierte en un arma de defensa ante estos ataques, en una herramienta apologética y celebrativa de las virtudes capitalistas y los “verdaderos” artistas, los modernos, se alzan contra una moral, unas costumbres y un modo de vida que encuentran a toda luz hipócrita.

Hay un tema aquí que nos resulta significativo y que es el cambio de posición de los artistas con respecto a su tra-

dicional condición burguesa, es decir, su acercamiento, tras largos siglos de convivencia con las clases de élite, a las clases populares. Y es que los artistas se habían empobrecido.

Casos de la miseria de personajes como los de Van Gogh o Gauguin, merecidamente proclamados precursores de la modernidad, son bien conocidos; también está el Picasso del periodo azul, que se alzarán más tarde como gran triunfador de la vanguardia, reacio siempre a recordar sus orígenes marcados por el fracaso comercial⁶, durante los mismos años en los que se iba fraguando la historia de la bohemia en los cafés de célebres barrios parisinos como el de Montparnasse. Por ahí (mal)vivieron o simplemente pasaron la gran mayoría de las figuras del arte de principios de siglo, absorbiendo las nuevas tendencias artísticas y convirtiendo esta ciudad en el crisol del arte moderno.

Artistas como el mismo Picasso, Guillaume Apollinaire, Jean Cocteau, Erik Satie, Marc Chagall, Fernand Léger, Max Jacob, Amadeo Modigliani, Max Ernst, Marcel Duchamp, Constantin Brancusi, Juan Gris, Diego Rivera, Alberto Giacometti, André Breton, Salvador Dalí, Henry Miller, Samuel Beckett, Joan Miró... seguidos de un largo etcétera alimentaron el mito de la École de París, al igual que otros que no alcanzaron su fama pero que, como artistas malditos, pasan ya al imaginario colectivo apoyados por una leyenda literaria con espléndidos ejemplos como el de nuestro Max Estrella⁷.

Mientras que el dinero, la influencia y el mecenazgo se ponían del lado de unos pocos artistas privilegiados opuestos a las innovaciones radicales, las nuevas tendencias se las veían con una crítica adversa y un público entregado a las burlas. Pero durante el primer tercio del siglo XX se produce un giro drástico en esta situación que sorprendió sobremedida a aquellos teóricos que fueron testigos del cambio:

4 MICHELI DE, M. *Las vanguardias artísticas del siglo XX*. Madrid: Alianza Forma, 2006

5 MARX, K. “El dieciocho brumario de Luis Bonaparte”, 1852. En: MICHELI DE, M. *Las vanguardias artísticas del siglo XX*. Op.cit., p 47

6 WARNICHE, C.P. *Picasso*. Madrid: Taschen, 2006

7 VALLE INCLÁN DEL, J.M. *Luces de bohemia*. Madrid: Espasa-Calpe, 2006

No ha habido ninguna revolución artística que haya tenido más éxito que la que se inició antes de la primera guerra mundial. Aquellos de nosotros que conocimos a los primeros defensores de estos movimientos y recordamos su coraje, y también su amargura, mientras se enfrentaban a una prensa hostil y a un público burlón, casi no damos crédito a nuestros ojos cuando vemos las exposiciones de los rebeldes de antaño organizadas con apoyo oficial y que cuentan con la asistencia de multitudes ansiosas por aprender y absorber los nuevos estilos⁸

Las obras del nuevo arte adquirirán en las casas de subastas precios sin precedentes, mientras el arte normativo padecía una devaluación de la que apenas comenzó a recuperarse hasta finales de siglo, manteniéndose siempre a años luz de la gloria que ha seguido iluminando a las primeras.

Por lo tanto, uno de los grandes logros del arte de vanguardia fue su capacidad de reinventar su actividad y de resituarse en la cima de la pirámide del Arte. Para que esto fuera posible, fue necesario que la burguesía capitalista constatará la necesidad de un nuevo arte que

Agotadas sus vías tradicionales, uno de los grandes logros del arte de vanguardia será la reinvención de su actividad a partir de los presupuestos románticos

supusiera un cambio tras la terrible crisis provocada por la primera guerra mundial; un arte que, por otra parte, legitimase su condición de burguesía moderna acorde a los nuevos tiempos y los cambios que, tras la revolución industrial, se estaban precipitando en las ciudades.

Recordemos que los medios de comunicación masiva habían agotado las vías de un arte más descriptivo, por lo

que, para producir este cambio los artistas se aferran a la idea romántica de la libertad creativa:

En la era tecnológica, el artista tiene que elegir entre adaptarse a la actitud analítica de la técnica y la ciencia u oponerse de manera consciente a ella. Un arte que pretendía ser representante de la totalidad humana se ve, ante la técnica, apremiado a adoptar la posición del romanticismo. No está del lado de la modernidad técnica, sino de las fuerzas conservadoras, y como todos los demás intereses culturales, corre el peligro de convertirse en un pasatiempo dominical o de días festivos⁹

Esta libertad, que ya había sido proclamada con insistencia desde finales del siglo XVII por ilustrados y románticos, es ahora, a partir de la primera mitad de siglo XX, cuando alcanza unas cotas que difícilmente podrían haber sido predichas por la sociedad que le dio la luz.

Tal libertad dificultó las relaciones entre los creadores y los posibles compradores, volviendo necesaria la presencia de intermediarios entre unos y otros que posibilitasen la circulación de la mercancía; el pintor o el escultor ya no trataban directamente con el público, eran representados por marchantes y, con posterioridad, por galerías. La relación artista - intermediario no resultó ser un idilio, sino que respondía mayormente a cuestiones exclusivamente comerciales bañadas en todo caso por tintes culturalistas.¹⁰

La vuelta de los artistas, desde una situación que los hacía coincidir con "el pueblo" al seno de la burguesía, crea una paradoja que ha dado pie a la idea del fracaso de estos movimientos y que ha sido el blanco de gran parte de las críticas que se han imputado a las vanguardias, y más aún a los movimientos posteriores que mantienen viva su llama: ¿Cómo un arte pretendidamente radical, subversivo y rompedor puede acabar postrándose ante un sistema similar al que pretendía dinamitar?

9 SEDLMAYER, H. *La revolución del arte moderno*. Barcelona: Acantilado, 2008, p.163

10 SUREDA, J.; GUASCH, A. M^a. *La trama de lo moderno*. Madrid: Akal, 1993, p.23

8 GOMBRICH, E.H. *La Historia del Arte*. Op.cit., p 610

Consideramos que esta situación demuestra que, si bien a través de la novedad, la intención última de los artistas (no olvidemos que la mayor parte provenían de familias burguesas) era la de volver a su situación pasada a través de una revalorización del arte. Aún corriendo el riesgo de una vuelta a un renovado academicismo.

La manera en que la burguesía digiere este nuevo arte revolucionario constata, a su vez, una nueva manera de proceder por parte de las instituciones: a partir de este momento asumir las manifestaciones radicales y los elementos antisistema, suavizarlos y neutralizarlos, resultará mucho más efectivo que tratar de exterminarlos. Este procedimiento se volverá algo habitual en los gobiernos totalitarios.

La utilización, por parte del sistema, de los movimientos contraculturales es hoy un secreto a voces¹¹. A Adorno no se le escapó que la novedad es la etiqueta bajo la que el mercado ofrece siempre a los consumidores las mismas mercancías y, en este sentido, también las críticas de Bürger:

cuando el arte se acomoda a esa superficialidad de la sociedad de consumo, hay que reconocer con pesar que debe servir precisamente de tal mecanismo para oponer resistencia a la propia sociedad¹²

A raíz de todo esto podemos concluir que la historia de las vanguardias artísticas es la de una redefinición de los valores del arte a partir de las ideas románticas tanto como la de su asimilación por parte del sistema. Ante un arte que sufría de una falta de objetivos y una devaluación a consecuencia de la irrupción de los medios de masas, los artistas, ahora empobrecidos, perseveran en la lucha por conseguir una revalorización de su trabajo y alcanzar una situación holgada dentro del capitalismo, buscando un camino propio que los aleje de las necesidades populares manteniendo esa distancia, ese aire aristocrático del que

La historia de las vanguardias es también la historia de su asimilación por parte de las clases pudientes

el arte siempre ha sido reflejo. Con este fin y, paradójicamente, bajo la máscara del socialismo, los artistas no dudan en aceptar todas las herramientas que la nueva sociedad les ofrece. Al más puro estilo capitalista, nos atrevemos a considerar que los artistas crean un nuevo producto, el arte moderno, y que comienzan a darlo a conocer a través de un complejo sistema que incluye el diseño, la publicidad y el marketing, para acabar situándolo en el mercado bajo la categoría de objeto de lujo, con la enorme ventaja diferencial que ofrece la exclusividad, es decir, la obra de arte única.

En los siguientes puntos nos proponemos mostrar cómo se define este nuevo producto, de qué manera se desvincula definitivamente del “arte” de masas y cómo vuelve a ser asimilado nuevamente por la sociedad. Lejos de infravalorar el papel del arte, más bien consideramos que el vuelco que consigue dar a su situación lo convierte, frente a las críticas que lo tachan de reaccionario, en un ejemplo del liberalismo económico y en un superviviente al duro golpe que la sociedad industrial le asesta. Y por supuesto y, una vez más, todo esto lo consigue a base de genios.

2.2 Hacia una definición del arte

Todo el mundo quiere entender el arte ¿Por qué no intentan entender el canto de un pájaro? ¿Por qué amamos la noche, las flores, todo lo que nos rodea sin probar a entenderlo? Pero en el caso de un pintor, la gente quiere entender... La gente que intenta explicar pinturas no hace generalmente sino pedir peras al olmo.¹³

11 ROM, J.; SABATÉ, J. “Publicitat i contracultura”. En: Trípodos, N.º. 18, 2006, pp.139-157

12 BÜRGER, P. *Teoría de la vanguardia*. Barcelona: Península, 1997, p.121

13 PICASSO, P. *Poemas y declaraciones*. Granada: Darro y Genil, 1944, p.39

Dar una definición al arte supone establecer una serie de normas que faciliten la tarea de incluir o descartar en su ámbito una serie de manifestaciones con el fin de facilitar su estudio. Si hasta ahora nos hemos abstenido a delimitar el término es porque, en la época que nos toca tratar, la demolición de toda ley que arrastrara el arte es, precisamente, una de las tareas principales que ocupa a los artistas, y la implantación de nuevos conceptos de “obras de arte” en las viejas categorías, uno de sus mayores logros.

Dar una definición del arte es difícil ya que demoler las leyes del arte tradicional es una de las tareas principales que ocupa a los artistas de vanguardia

Bruno Munari afirma que una definición del arte no es necesaria ya que sus actividades están en continuo cambio:

Parece ser que una definición del arte que fije de una vez para siempre los caracteres de esta actividad humana no es urgente, ni siquiera necesaria dado que esta actividad, como tantas otras, cambia continuamente en el tiempo según las relaciones que tiene con el momento histórico en el que actúa.¹⁴

No obstante, nada más lejos de nuestra intención que arrojar el arte al vacío, dejarlo desprovisto de significados. El cambio que comienza a experimentar el arte a finales del siglo XIX demuestra una vez más su condición histórica, una naturaleza que modifica sus contenidos y su significado a lo largo del tiempo y en las distintas culturas. Resulta por lo tanto pertinente repasar brevemente las principales denotaciones que ha ido adquiriendo a lo largo de la cultura occidental para comprender la base sobre la que se redefine el nuevo arte.

14 MUNARI, B. “Artista y designer”. En: CALVERA, A. (ed.). *Arte? Diseño*. Op.cit., pp. 37

El vocablo arte procede del latín *ars*, considerado el equivalente al griego *tékne*, del que heredó gran parte de sus acepciones.¹⁵ El arte en la antigüedad adopta un significado considerablemente más amplio del que comúnmente se le otorga hoy en día. Todo tipo de habilidad o destreza a la hora de realizar una actividad era considerado como tal, por lo que no existían distinciones entre científicos, artesanos, artistas, oradores...etc. El arte se refería por lo tanto a un grado de conocimiento superior de unas determinadas reglas, en definitiva, a la maestría.

Aristóteles, haciéndose eco de las consideraciones de sus conciudadanos sobre lo que era el arte, lo explicaba así:

Médico es el practicante, el especialista que dirige el tratamiento y, en tercer lugar, el instruido en el arte. Pues hay tales hombres también en todas las artes, por así decir ¹⁶

El mismo Estagirita es el responsable de concretar las enseñanzas de sus predecesores estableciendo la definición del arte como “una producción consciente, basada en el conocimiento”¹⁷, que perdurará casi dos mil años hasta la irrupción de las Bellas Artes.

Cabe mencionar que el significado que otorgaban los griegos al arte, si bien ha perdido vigencia, se mantiene en nuestro lenguaje y, de hecho, una definición muy similar es la primera en ser recogida por el diccionario de la Real Academia de la Lengua¹⁸. Su perdurabilidad es sólo un ejemplo más entre multitud de reflexiones de una modernidad sorprendente que tomaron forma ya en la cuna de nuestra civilización: conceptos sobre la mimesis, la subjetividad o las cualidades innatas en el arte –que tal transcendencia adquirieron en la historia posterior– fueron tempranamente concebidos por los clásicos; los

15 SOURIAU, E. *Estética*. Madrid: Akal diccionarios, 1998, p.135

16 ARISTÓTELES. “Poética”, 1282 a 3 (28). En Tatariewicz, W. *Historia de la estética I*. Madrid: Akal, Madrid, 1987, p.170

17 TATARIEWICZ, W. *Historia de la estética I*. Op.cit., p.147

18 “Virtud, disposición y habilidad para hacer algo. Conjunto de preceptos y reglas necesarios para hacer bien algo”. Definición extraída del *Diccionario de la Lengua Española* [Internet]. Madrid: Real Academia Española, 2001. Disponible en www.rae.es [Consulta: 28/02/2010].

diálogos socráticos de *El Banquete de Platón* son una fuente a la que aún se recurre para tratar el tema de la utilidad en el confrontamiento entre arte y diseño¹⁹; también otros temas pretendidamente actuales como la muerte del arte, o la importancia de la memoria en el proceso estético –presentada como novedad en ciertos tratados sobre el diseño²⁰– ya fueron esbozados por los antiguos pensadores.

A partir del siglo IV, desde el año 313 para ser exactos, cuando el edicto de Constantino el Grande permitió que el cristianismo se extendiera, y más a partir del año 325 en que llegó a ser religión estatal, comienza una nueva era que, si bien, no cambia la definición del arte como actividad genérica, sí modifica sustancialmente sus objetivos. A muchas de las ideas filosóficas de los griegos y los romanos se les suman concepciones extraídas de las sagradas escrituras y el arte abandona su cualidad positivista, su conformidad con las leyes naturales, para dar paso a una preocupación por los asuntos distantes, sobrenaturales e invisibles. Su fin último será el de demostrar y ejemplarizar la Ley de Dios.

Durante el largo periodo de tiempo que abarca la Edad Media se mantuvo como la más aceptada la partición, también procedente de los griegos, que dividía las artes entre aquellas que eran físicas –las artes vulgares o mecánicas– y aquellas que dependían únicamente de los procesos mentales –las artes liberales–, siendo éstas consideradas muy superiores. La gramática, la retórica, la lógica, la aritmética, la geometría, la astronomía y la música –por su relación con las leyes matemáticas a partir de los pitagóricos– son consideradas artes sabias mientras otras como la pintura o la escultura pasan por sus horas más bajas y apenas si se mencionan en los tratados teóricos:

¿Qué diré de los mármoles con los que resplandecen los templos y las casas? ¿Qué de los bloques de piedra redondeados y pulidos con los que sostenemos los pórticos y techos que albergan a las muchedumbres?... ésas son ocupaciones de los esclavos más humildes: la sabiduría mora más alto.²¹

La revalorización de “nuestras” artes comienza a producirse en el gótico tardío, más concretamente en Italia, con artistas como Cimabue y, principalmente, con Giotto. Ya en la Alta Edad Media se adivinaba una tendencia al abandono del idealismo platónico y el teocentrismo que había prevalecido durante los primeros siglos del cristianismo. La vuelta a las posturas aristotélicas vino acompañada de un nuevo interés por los temas naturales, síntoma de una estabilidad y de la reactivación del comercio en las grandes ciudades Europeas, que dejaban atrás una época oscura y temerosa de Dios.

Los primeros indicios de un acercamiento al naturalismo se dieron en el seno de la iglesia: mientras San Francisco de Asís concedía a todos los seres vivos el rango de criaturas merecedoras de la misericordia divina llegando incluso a predicar para los pájaros, Santo Tomás de Aquino, escolástico aristotélico por antonomasia, iría aún más lejos al dotar de un alma a las plantas y animales. Se asientan así las bases teóricas de una nueva sensibilidad más naturalizada y alejada de aquella otra, totalmente ajena a fenómenos terrenales. El renovado interés por la naturaleza se manifiesta de forma grandiosa en la nueva arquitectura orgánica de las catedrales, así como en una pintura y escultura cada vez más vivas que, poco a poco, se van independizando de su sumisión a la arquitectura.

Los artistas comienzan un proceso de revalorización de su trabajo fortaleciendo las relaciones del arte con otras ciencias, buscando una precisión matemática que les relegue del título de artesanos y les permita pasar a formar parte de los eruditos²². Las pinturas religiosas de Giotto, poseen una apariencia vital y un tímido estudio de la pro-

19 ZIMMERMANN, Y. “De lo adecuado y bello, dialogando con un diálogo de Platón”. En: CALVERA, A. (ed.), *De lo bello de las cosas*. Barcelona: Gustavo Gili, 2007, pp.31-41; CAMPI, I. *Diseño y nostalgia*. Barcelona: de Belloch, 2007, p.112

20 GOBÉ, M. *Branding emocional*. Barcelona: Divine Egg, 2005; NORMAN, A. *El diseño emocional*. Barcelona: Paidós Transiciones, 2005

21 “Código Teodosiano”, VI, 10, 8 (ed. J. Gothofredi, vol. VI, pars.1, 1743, p. 300). En: Tatarkiewicz, W. *Historia de la estética II*. Madrid: Akal, 1987, p.28

22 TATARKIEWITZ, W. *Historia de seis ideas*. Madrid: Tecnos, 1996

fundidad que le valieron a su autor el salir del anonimato al que estaban destinados los artistas medievales. Su trabajo da el pistoletazo de salida a un nuevo arte centrado en engrosar su corpus teórico a través de nociones como la perspectiva, las relaciones áureas o el claroscuro, que cuenta con la ayuda de la nobleza y de una incipiente burguesía que comienzan a entender el arte como una buena forma de inversión.

La pintura, la arquitectura y la escultura comienzan a concebirse bajo un único concepto sólo a partir del siglo XVI, bajo la convicción de que el diseño, entendido como dibujo, las integra²³. Por lo tanto, la identificación que hoy en día nos resulta tan natural de estas actividades como artes visuales, por aquel entonces *arti del disegno*, es un producto relativamente tardío. Estas artes formaban ya parte –junto con la elocuencia, la poesía, la música y el grabado– de las artes liberales, término que será poco a poco reemplazado por el término de las Bellas Artes, que irá restringiendo su significado para acabar denominando únicamente a las antiguas artes del diseño, a las artes visuales.

Durante un largo periodo de tiempo que abarca desde el Renacimiento hasta el siglo XVIII, el arte será la consecuencia de una serie de fórmulas y normas provenientes de las épocas clásicas que, según las modas, se irán conjugando de diversas maneras. El arte es así una actividad que produce obras cuya existencia está justificada por unas cualidades estéticas acordes al clasicismo, diferenciándose así definitivamente de otras actividades como la técnica, que tiene una finalidad práctica, o la ciencia.²⁴ Esta distinción que aleja a las “Bellas Artes” de toda finalidad práctica para centrar sus fines en la belleza clásica pronto resultará limitada para afrontar la nueva producción estética derivada del desarrollo industrial. Desde finales del siglo XIX, el arte se dedicará a dinamitar los preceptos y las normas del clasicismo destinando a las Bellas Artes a la condición de un fósil, un recuerdo palpable de la grandeza de las antiguas artes.

23 VASARI, G. Op.cit

24 SOURIAU, E. *Estética*. Op.cit., p.136

La modernidad supone, por lo tanto, la progresiva desintegración de los ideales clásicos. Simon Marchan distingue dos fases en este proceso: en primer lugar la construcción de lo moderno o periodo de formación, que se extiende desde finales del siglo XVII hasta el primer tercio del siglo XIX. Este periodo se vincula al abandono del ideal de perfección humanista y a la destrucción de la imagen clásica del mundo y el arte, lo cual, apunta el autor, no disipa su permanente añoranza. En segundo lugar, aparecería la modernidad, en su sentido más estricto, localizada a mediados del siglo XIX y encumbrada por Charles Baudelaire.²⁵

En este proceso histórico, las vanguardias vendrían a ser la culminación de esa modernidad, la celebración final de la ruptura con todos los elementos precedentes del arte así como la implantación de nuevas vías de desarrollo que den salida a un arte desprovisto tanto de su tradición como de sus funciones.

2.3 Duchamp y el nuevo arte

“Los dos pintores que han ejercido mayor influencia en nuestro siglo son Pablo Picasso y Marcel Duchamp. El primero por sus obras y el segundo por una obra que es la negación misma de la moderna noción de obra”²⁶

La elección de Marcel Duchamp para explicar las características del nuevo arte responde a varios factores en los que nos iremos extendiendo a lo largo de las siguientes líneas: Su relación con el Dadaísmo, su condición de “genio”, sus relaciones con las dos naciones hegemónicas del arte (Francia y EEUU) y su interés por la industria y los medios de comunicación masiva, convierten a este personaje en un interesante ejemplo que nos permite condensar las principales problemáticas del arte de su tiempo.

En cuanto al primer punto, cabe resaltar cómo el Dadaís-

25 MARCHAN FIZ, S. *La estética en la cultura moderna*. Op.cit., pp.27-28

26 PAZ, O. *Apariencia desnuda: La obra de Marcel Duchamp*. México: Era, 1973, p.15

mo, entre cuyas filas suele incluirse a Duchamp, destila las ideas más sólidas de las diferentes “vanguardias del arte” para proyectarlas después de manera amplificada. Planteamientos básicos de las artes de principios de siglo como la subjetividad del artista o la ruptura con los sistemas tradicionales de la representación, alcanzan ahora su clímax haciendo de este movimiento el más subversivo, el más radical –fundamental, de raíz– del panorama artístico de comienzos del siglo XX.

Además, su incursión tardía en el panorama de las vanguardias, proporciona al Dadaísmo cierta perspectiva y ventaja sintética que le permite digerir de manera más estructurada los antecedentes de la modernidad del arte. A diferencia de otros movimientos como el Expresionismo, el Fauvismo, el Cubismo o el Futurismo, el Dadaísmo nace en 1916 con y a causa de una conciencia vital del significado de una guerra –la primera guerra mundial–, que confirma la necesidad del cambio demandado ya por los movimientos anteriores. Las reivindicaciones se plantean ahora de forma rotunda, a gritos. Como ejemplo de esta contundencia, basta echar un vistazo al manifiesto Dadá, pronunciado en 1918 por el poeta y ensayista Tristán Tzara:

Toda forma de asco susceptible de convertirse en negación de la familia es Dada; la protesta a puñetazos de todo el ser entregado a una acción destructiva es Dada; el conocimiento de todos los medios hasta hoy rechazados por el pudor sexual, por el compromiso demasiado cómodo y por la cortesía es Dada; la abolición de la lógica, la danza de los impotentes de la creación es Dada; la abolición de toda jerarquía y de toda ecuación social de valores establecida entre los siervos que se hallan entre nosotros los siervos es Dada; todo objeto, todos los objetos, los sentimientos y las oscuridades, las apariciones y el choque preciso de las líneas paralelas son medios de lucha Dada; abolición de la memoria: Dada; abolición del futuro: Dada; confianza indiscutible en todo dios producto inmediato de la espontaneidad: Dada; salto elegante y sin prejuicios de una armonía a otra esfera; trayectoria de una palabra lanzada como un disco, grito sonoro; respeto de todas las individualidades en la momentánea locura de cada uno de sus sentimientos, serios o temerosos, tímidos o ardientes, vigorosos, decididos, entusiastas; despojar la pro-

pia iglesia de todo accesorio inútil y pesado; escupir como una cascada luminosa el pensamiento descortés o amoroso, o bien, complaciéndose en ello, mimarlo con la misma identidad, lo que es lo mismo, en un matorral puro de insectos para una noble sangre, dorado por los cuerpos de los arcángeles y por su alma. Libertad: Dadá, Dadá, Dadá, aullido de colores encrespados, encuentro de todos los contrarios y de todas las contradicciones, de todo motivo grotesco, de toda incoherencia: la vida.²⁷

De igual manera que el ideario de Tzara concentra temas básicos ya presentes en el discurso de la modernidad, tampoco se puede hablar de unas características formales que le sean propias: el arte Dadá reinterpreta las fórmulas y técnicas empleadas por otros movimientos como el Cubismo o el Futurismo y recoge también esbozos de otras disciplinas como el ballet, el teatro, la literatura, el diseño y la publicidad, para conformar un discurso perturbador pero de carácter integrador.

Su doctrina presenta un nihilismo sin parangón que rechaza todo convencionalismo, tradición o costumbre y que se manifiesta a través de lo espontáneo, lo inmediato y lo aleatorio. Y en su insistente crítica no olvida al arte moderno: la pintura “retiniana” de movimientos como el Cubismo o la abstracción, es decir, aquella que se centra en aspectos visuales y no comprende la actividad vital del arte, es acusada de originar un punto de cristalización de nuevas concepciones universalistas, de ser el germen de un nuevo pensamiento academicista. La historia demostrará que, a pesar de su discurso extremo, tampoco estos artistas se librarán de este fin.

Marcel Duchamp tenía ya un estilo personal y cierto nombre en el momento en que irrumpe el movimiento Dadá y enseguida detectó en estas ideas muchos paralelismos con sus propios puntos de vista. Individualista y contradictorio por naturaleza, aceptó de buen grado la rebeldía y el espíritu antinormativo de los dadaístas, lo que no es de extrañar en un personaje que evitó tópicos y lugares comunes hasta tal punto que, a pesar de su éxito,

27 TZARA, T. “Manifiesto Dadá” *Dadá*, Nº. 3, 1918. En: Micheli de, M. *Las vanguardias artísticas del siglo XX*. Op.cit., p.256.

abandonó el arte en el momento en que consideró que no tenía nada nuevo que decir, lo que le convierte en uno de los pocos artistas que antepuso el arte a su bolsillo.

Pero este mismo carácter paradójico de Duchamp, hace que a la hora de incluirlo en el Dadaísmo tengamos que hacerlo con reservas. Si bien en teoría su talante se ajusta al ideario dadaísta, él mismo se dedicó a denunciar las contradicciones que acusaban sus compañeros. En 1921, cuando Tristán Tzara le invitó a exponer en el salón Dadá de la Galería Montaigne de París, Duchamp rehusaría la invitación recordando al poeta que el verbo exponer (*exposer*) sonaba demasiado parecido al de desposarse (*épouser*).²⁸

La independencia frívola de la que hacía gala en todo lo referente al arte le llevó a denostar cualquier agrupación al igual que a cualquiera que se tomara el tema un poco en serio. Así, pronto se desencantó de los dadaístas:

De lejos, todas estas cosas, todos estos movimientos, aparecen realizados por un atractivo del que carecen a corta distancia²⁹

De la misma manera, más adelante, evitó también a los surrealistas –fieles admiradores suyos– haciéndose eco de estas palabras de su álgter ego el artista Francis Picabia:

El arte no se fabrica, es, sin más, pero es singular. Ustedes son demasiado numerosos, señores surrealistas, como para que haya un hombre singular entre todos ustedes³⁰

Duchamp, al igual que pasa con otros artistas como Leonardo, Goya o Picasso, resulta difícil de etiquetar, de ceñirlo a un estilo o tendencia. Existe un importante consenso a la hora de considerar a Duchamp uno de los artistas que mejor refleja las paradojas del arte moderno. Miguel Cereceda, por ejemplo, considera que los dos ex-

tremos que definen el arte vanguardista – la expresión más pura de la subjetividad (Expresionismo) frente a la pura objetividad de las cosas mismas (Cubismo, abstracción geométrica)– se dan paradigmáticamente en Duchamp ya que sus ready-mades presentan la cualidad de ser objetos a la vez que conceptos.³¹ Igualmente, la idea de que su obra es una de las que más influencia ha ejercido sobre el arte posterior es comúnmente aceptada. En la misma línea que Cereceda, Sureda y Guasch destacan el papel del artista como pionero tanto del arte objetual como del conceptual.³²

Alejándonos del significado de su arte y a raíz de lo expuesto, podemos también afirmar que Duchamp es un paradigma de “artista autónomo” y, en base a una vida paradójica, relativista y contradictoria, así como a una obra descontextualizada que derrumba cualquier barrera genérica y que busca ante todo la novedad, puede igualmente considerarse un temprano ejemplo de artista postmoderno.

Las características del Dadaísmo y la genialidad de Duchamp han provocado que éste haya sido y continúe siendo tema central a la hora de exponer la problemática del arte actual.³³ Pero además queremos aún resaltar otros dos factores:

Por un lado su condición de enlace entre la vieja Europa con los EEUU, lugar destinado a convertirse tras la guerra en el nuevo referente artístico. Duchamp fue uno de los primeros artistas en emigrar y consolidar su éxito en este país, entrando de lleno en un mercado que pronto destituiría definitivamente a París como capital del arte, y demostrando una temprana conciencia del cambio que se iba a producir:

Ojalá Norteamérica se diera cuenta de que el arte europeo

28 TOMKINS, C., *Duchamp*, Barcelona: Anagrama, 1999, p.264

29 *Ibid.*, p.265

30 *Ibid.*, p.293

31 CERECEDA, M. *Curso de Filosofía del arte en 15 lecciones*. Cartagena: Ad Hoc, 2006

32 SUREDA, J.; GUASCH, A. M^a. *La trama de lo moderno*. Op.cit., pp.62-63.

33 Véase por ejemplo CERECEDA, M. *Curso de Filosofía del arte en 15 lecciones*. Op.cit. o BÜRGER, P. *Teoría de la vanguardia*. Op. cit.



FIG.11: Retrato de una dama en edad de desnudez. Francis Picabia, 1913



FIG.12: Cartel del diseñador Lucian Bernhard para la empresa Bosch, 1914

está acabado –muerto– y de que Estados Unidos es el país del arte del futuro.... ¡Mirad esos rascacielos! ¿Acaso Europa tiene algo más bello que ofrecer que eso?³⁴

Y finalmente, y con especial relevancia en el tema que nos preocupa, se encuentra el hecho de que en la obra de Duchamp, la problemática del arte frente a las nuevas tecnologías adquiere un gran protagonismo. Fue realmente crítico con un arte que debía asumir su desplazamiento ante los nuevos medios:

Sabes perfectamente lo que opino de la fotografía, me gustaría que llevara a la gente a despreciar la pintura hasta que surja algo que consiga que la fotografía resulte insoportable.³⁵

Sus ready-mades –objetos comunes sacados de su contexto y convertidos en piezas de museo– ponen en evidencia la cuestión del un arte que ha sido desplazado de la historia, que transfiere todos sus contenidos a los

nuevos medios quedándose únicamente con la intención del autor. Su trabajo parece más un asesinato del arte que una nueva propuesta, aunque paradójicamente, la relectura histórica se centrará en este punto –el de la intención del autor– exhibiendo a Duchamp como uno de los artistas clave para la perpetuación del arte.

2.4 El Ready made. Nuevas características para el arte

Al observar estas dos imágenes la pregunta salta como un resorte: ¿en qué radica la artísticidad?, ¿por qué una de estas dos obras es arte y la otra no? El cartel para la empresa Bosch del diseñador Lucian Bernhard fue producido en 1914, un año antes que la bujía (que lleva el título de *Retrato de una mujer americana en estado de desnudez*) de Francis Picabia –íntimo amigo de Duchamp– y formalmente nada tiene que envidiar a la propuesta de éste. Entonces, ¿cuál es el factor que hace de uno un simple (aunque admirado) cartel y del otro una obra de arte?

Marcel Duchamp lo vio muy claro. El año 1917 presentó un urinario, uno de sus ready-mades, firmado con el

34 TOMKINS, C. *Duchamp*. Op.cit., p.171

35 Ibid, p.274

seudónimo de *Sr. Mutt* en la Society of Independent Artists de Nueva York, una exposición-concurso de la que él mismo era jurado. Al ser su obra rechazada, publicó (presuntamente) un artículo realmente revelador:

Dicen que cualquier artista que pague seis dólares puede exponer. El señor Richard Mutt envió una fuente. Sin mediar discusión, este artículo desapareció y nunca llegó a exponerse. He aquí los motivos para el rechazo de la fuente del señor Mutt:

Unos adujeron que era inmoral, vulgar.

Otros que era un plagio, una mera pieza de fontanería.

Ahora bien, la fuente del señor Mutt no es inmoral, sería absurdo, cuando menos no más inmoral que una bañera. Es una pieza de mobiliario que vemos todos los días en los escaparates de los fontaneros.

El hecho de que el señor Mutt realizara o no la fuente con sus propias manos carece de importancia. La ELIGIÓ. Cogió un artículo de la vida cotidiana y lo presentó de tal modo que su significado utilitario desapareció bajo un título y un punto de vista nuevos. Creó un pensamiento nuevo para ese objeto.

En cuanto a lo de la fontanería, es absurdo. Las únicas obras de arte que Norteamérica ha producido son la fontanería y los puentes.³⁶

De estas declaraciones se destilan una serie de ideas que resultan fundamentales para entender las posiciones que tomarán el arte y el diseño en un futuro:

En primer lugar el arte ya no es una cuestión formal, no responde a parámetros estéticos sino a una “elección”, un capricho del artista. El ready-made más que representar un nuevo concepto de obra en sentido plástico, está encaminado a destruir otro. Significa un ataque frontal al gusto y a la noción de obra de arte tal y como se venía planteando desde el Renacimiento.³⁷ Esta afirmación sitúa a la máquina de Picabia en una realidad ajena a la máquina de Bernhard, ya que mientras que la bujía de éste diseñador es la que es, y es tratada de manera que resulte atractiva, la máquina de Picabia no es sino una

provocación a la tradición del arte, una máquina que ha dejado de ser una máquina para convertirse en un arte que ha dejado de ser arte.

En segundo lugar, el texto refleja una concepción artística que se aleja definitivamente de la artesanía. En palabras del artista: “el hecho de que el señor Mutt realizara o no la fuente con sus propias manos carece de importancia”. Tal planteamiento cierra una evolución histórica del arte (ver apartado *Hacia una definición del arte*). Si en sus comienzos el arte era considerado como una labor meramente artesanal, a través de los siglos el criterio del artista va tomando relevancia hasta que ahora, finalmente, es éste el único que prevalece por encima de los atributos de la obra en sí. Si Picabia ha hecho a mano su bujía o si bien la ha sacado de algún manual carece de importancia. Bernhard, sin embargo, debe seguir aplicándose como buen artesano en la representación del objeto concreto.

Finalmente, Duchamp expone que la artísticidad radica en la pérdida de todo tipo de funcionalidad real del propio objeto³⁸, “desaparece todo significado utilitario”. La significación artística se consigue al distanciar el objeto de su uso cotidiano, lo que una vez más sitúa el cartel de Bernhard, cuyo fin último es el de acercar el objeto a la cotidianidad a través de un mensaje que establezca una conexión entre el emisor y el receptor³⁹, en las antípodas de la obra de Picabia.

Nótese que estos tres planteamientos, paradójicamente, hacen que el diseño sea más arte, refiriéndonos a su acepción tradicional, que el propio arte en sí. La belleza, o incluso la fealdad, la maestría y la función –ya fuera esta mimética, religiosa, expresiva, conmemorativa, etc. – habían sido hasta ahora, tal y como hemos visto, parte consustancial del arte. Se da un trasvase de las características tradicionales del arte hacia el diseño, y el arte comienza una nueva etapa.

36 TOMKINS, C. *Duchamp*. Op.cit., p.207xf

37 SUREDA, J.; GUASCH, A. M^a. *La trama de lo moderno*. Op.cit., p.62

38 Idem

39 SATUÉ, E. *El diseño gráfico*, Op. cit., p.119

Esta propuesta convierte a Duchamp en un lúcido observador de la realidad de principios del siglo XX:

Belleza, función, y maestría; el arte no podía competir a ninguno de estos niveles con los objetos que producía la industria. La precisión de las máquinas y de la fotografía, la calidad estética de los carteles publicitarios o, sencillamente, la funcionalidad hacia la que estaban dirigidas todas y cada una de las manifestaciones industriales oscurecían el camino del arte: “¿Hay alguien capaz de hacer algo mejor que esta hélice?, ¿acaso sabrías tú?”⁴⁰ Preguntaba Duchamp al escultor Brancusi en 1912, durante una visita al salón anual de la aviación de París.

Ya el arte de Courbet o el de los impresionistas mostraba una tímida tendencia a buscar nuevos caminos que dotaran al arte de un campo de actuación propio que conllevara a una paulatina desintegración de valores como la belleza ideal o el trabajo regido por una serie de normas. Si las normas del arte ya no son fijas ni hay un ideal concreto que perseguir, la pregunta que se hace Duchamp es del todo pertinente: ¿Se pueden hacer obras que no sean

Belleza, función, y maestría; el arte no podía competir a ninguno de estos niveles con los objetos que producía la industria.

obras de arte?⁴¹ Distinguir el arte frente a las producciones industriales, por lo tanto, debía pasar por prescindir de la obra en sí y quedarse sólo con el artista.

Las intenciones finales de Duchamp quedan encubiertas en sus juegos de palabras, sus ironías y dobles sentidos. Resulta difícil distinguir si Duchamp alguna vez creyó en un camino para el arte o si pretendía firmar su sentencia de muerte. Sin embargo, las generaciones venideras entenderán su obra como un nuevo punto de partida en el

que el artista es el centro de un juego que busca la crítica, el ingenio, la provocación o simplemente la eterna novedad, sea esta de la índole que sea. Y este juego, como veremos a continuación, resultará ser muy lucrativo.

2.5 El nuevo arte y la conquista del público

Desde finales del siglo XIX, y cada vez más, el protagonismo del arte recae sobre la gente común, sobre aquel que se produce por y para ella. El arte de masas, aunque en Europa, al contrario de lo que ocurre en los EEUU, no escapa a la tutela de las clases cultas, alcanza una hegemonía cultural creciente que se refleja en el cine, en la radio o en la fotografía, cuyo éxito alcanza sin distinciones a todas las clases sociales.⁴²

El “arte nuevo”, como ya hemos visto, nace dando la espalda a los nuevos medios y comienza una carrera que se justifica en la libertad del artista y en el espíritu contestatario que se revuelve en contra de los valores de las clases acomodadas. Desde que el Salón de los académicos rechazara la primera obra presentada por Manet (“El bebedor de ajeno”, 1859) hasta las miserias de los artistas de las primeras vanguardias, el arte moderno se muestra como una manifestación marginal e incomprendida, lejana al público y a las instituciones.

El cambio de situación que posicionó a las vanguardias en el centro de la cultura oficial en un breve periodo de tiempo, resulta difícil de entender sin atender a un acercamiento a la sociedad burguesa industrial, a pesar del carácter abiertamente izquierdista que mayormente demostraban estos movimientos. Este cambio, tal y como apuntan Rom y Sabaté⁴³, aleja a las vanguardias de su pretendido carácter radical para devolverlas a una esfera más cercana al arte tradicional y al academicismo que a las revoluciones.

Podríamos decir que, en un sentido literal, las vanguardias se venden: se muestran y explican, claman su men-

40 TOMKINS, C. *Duchamp*. Op.cit., p.154

41 *Ibid.*, p.148

42 HOBBSBAWN, E. *Historia del siglo XX*. op.cit.

43 ROM, J.; SABATÉ, J. “Publicitat i contracultura”, op.cit.

saje, se difunden, se propagan y se publicitan para, finalmente, subastarse al mejor postor. Acaban siendo por lo tanto un ejemplo más del éxito del sistema capitalista.

El ciclo comienza con los manifiestos artísticos: el desplazamiento de funciones que ha sufrido el arte hace que este se encuentre, por primera vez, con la necesidad de explicar en qué consiste su labor y de darse a conocer. Expresionistas, Dadás, Futuristas, etc. publican sus manifiestos en revistas, folletos e incluso periódicos,⁴⁴ demostrando pocos prejuicios a la hora de convertirse en publicistas o diseñadores cuando se trata de mostrar su arte.

Si la necesidad de notoriedad es la base de la publicidad, los artistas de vanguardia son sin duda unos de sus mejores primeros ejemplos. Incluso las excentricidades promovidas por los dadaístas en el Cabaret Voltaire, fundado por el artista Hugo Ball en Zurich en 1916, pueden, desde la perspectiva de hoy en día, considerarse acciones publicitarias de gran efecto: recordemos si no “innovadoras” campañas como las de Nike y su utilización de elementos contraculturales como eran los grafitis, o la ocupación del espacio público por parte de Ikea, que montaba un pequeño apartamento en un arcén como protesta del tamaño de los pisos y para promocionar sus muebles.⁴⁵ Y es que el escándalo siempre ha resultado ser un potente mecanismo promocional.

Esta actividad promocional vino a ser respaldada por un emergente mercado del arte. A mediados del siglo XIX lo que llamamos “marchante” no eran sino simples representantes comerciales de las producciones académicas, imprescindibles –de cara a los artistas– para vender sus obras. Formaban parte de un sistema, el de la Academia, donde no existían posibilidades de una oposición concreta dada una estructura piramidal férrea capaz de monopolizar toda la producción artística.

44 El Manifiesto Futurista fue publicado en el periódico *Le Figaro* el año 1909

45 DORRIAN, M.; LUCAS, G. *Publicidad de guerrilla*. Barcelona: Gustavo Gili, 2006, pp.50-51, 150-151.

El Salón des *Refusés*, instituido por Napoleón III en 1863, fue la primera concesión oficial al creciente número de artistas que, excluidos de las manifestaciones académicas o desertores voluntarios, buscaban una posibilidad de colocarse en un contexto complicado por la irrupción de medios como la fotografía. Poli Francesco explica esta actuación como la consecuencia de una crisis en la institución académica: un sistema cerrado que pretendía el dominio práctico e ideológico del arte carecía del dinamismo necesario para amoldarse a la realidad social, a las nuevas solicitudes de producción en todos los sectores⁴⁶.

Para entender el significado del nacimiento de un sistema alternativo con respecto al académico, hay que entender que, junto con la tensión provocada por la aparición de grupos minoritarios que se opusieron cada vez con más conciencia a la estética académica –los vanguardistas–, existía una clase burguesa necesitada de legitimar, también en un plano cultural, su estatus. Si en un primer momento esta burguesía recurrió a los valores culturales de la aristocracia, en una segunda etapa, con las sociedades industriales y tras las convulsiones vividas durante las guerras, la burguesía sintió también la exigencia de una renovación radical.

La oposición comenzó con personajes audaces y apasionados como Paul Durand Ruel –posiblemente el primer *marchand*–, que hicieron de París el centro internacional del arte moderno, visitado por todos los artistas europeos que buscaban oportunidades que sus países estaban lejos de ofrecer. Estos primeros marchantes impulsieron un tipo de organización basada en la libre iniciativa y sustentada en el provecho de la venta de la mercancía, con la consiguiente necesidad de una política promocional adecuada: las exposiciones en las galerías, la fundación de revistas especializadas y la organización de muestras en el extranjero fueron algunas de las actividades que ayudaron al desarrollo del mercado a escala internacional.

Si inicialmente los coleccionistas se caracterizaban por su

46 POLI, F. *Producción artística y mercado*. Barcelona: Gustavo Gili, 1976

“amor al arte”, pronto comenzó a constatarse que el “arte vivo”, resultaba rentable, y la especulación con las obras se convirtió en un lucrativo negocio.

Estados Unidos, ajeno a las penurias de la guerra, enseguida adquirió un papel fundamental en la compra-venta de las obras de vanguardia durante los años veinte. A partir de la crisis de 1929, muchos de los coleccionistas se vieron obligados a malvender mientras que algunos que contaban con un colchón económico consiguieron obras a buen precio y constituyeron las grandes colecciones que darían pie a los primeros museos de arte moderno.

Sin embargo, la inclusión del arte en el sistema de los mercados no supone un acercamiento al público; las artes visuales –entendidas como la pintura y la escultura– no dejan de despertar un interés minoritario. El mismo modo de producción del artista visual resulta elitista en cuanto que responde a un proceso manual que da como resultado un producto irreplicable, a diferencia de otras artes como el teatro, la música y el baile que, al fin y al

La inclusión del arte en los mercados no supone un acercamiento al gran público sino, más bien, todo lo contrario

cabado, están pensadas para su reproducción y destinadas a un público más amplio. Ese modo de producción es, en palabras de Hobsbawm, típico de una sociedad de patronazgo o de pequeños grupos que compiten en ver quién gasta más,⁴⁷ es en parte el responsable de que el arte se convirtiera en un objeto que sólo unos pocos, la élite, podrían consumir, contribuyendo a consolidar su hegemonía en un plano económico. El arte había encontrado por lo tanto un público objetivo, minoritario, pero pudiente.

Pero, además, el arte moderno también crea un cisma en un plano intelectual y cultural en el que las obras, desplazadas de su función mimética, se ven necesitadas de un sólido bagaje conceptual que dé significado a sus formas. Como bien explica Ortega y Gasset en su célebre ensayo *La deshumanización del arte*, se establece una nueva división que se aleja de la tradicional “me gusta” o “no me gusta” y que es la que se da entre aquellos que supuestamente entienden el arte y los que no lo entienden:

El artista nuevo divide al público en dos clases de individuos: los que lo entienden y los que no lo entienden; (...) Actúa, pues, la obra de arte como un poder social que crea dos grupos antagónicos, que separa y selecciona en el montón informe de la muchedumbre dos castas diferentes de hombres⁴⁸

La anécdota de lo sucedido con la escultura *Pájaro en el espacio* de Brancusi retrata a la perfección la incompreensión y el sentimiento de la gente común frente al nuevo arte, y su desenlace recuerda mucho al de aquella fábula de Andersen, la de *El traje nuevo del emperador*:

Cuando Edward Steichn intentó llevar su recién adquirida escultura a Nueva York para una retrospectiva del artista, los funcionarios de aduanas de los Estados Unidos catalogaron la escultura como utensilio de cocina, por ende, fabricado en serie y sujeto al pago de impuestos del que habría estado libre una obra de arte. Los mecenas de Brancusi, provistos de prestigiosos abogados llevaron el caso a juicio en 1927, la respuesta del jurado resulta realmente ilustrativa:

Se ha desarrollado una llamada nueva escuela de arte, cuyos exponentes intentan representar ideas abstractas en vez de imitar objetos naturales. (...) El objeto está hecho de líneas armoniosas y simétricas y aunque podría encontrarse alguna dificultad para asociarlo con un pájaro, es no obstante agradable a la vista y muy decorativo, y a tenor de la evidencia sostendríamos que es la producción original de un escultor profesional. (...) Admitimos la protesta y fallamos que tiene derecho a estar libre de impuestos.⁴⁹

48 ORTEGA Y GASSET, J. *La deshumanización del arte*. Madrid: Austral, 1999, p.55

49 FOSTER, H. (et al.). *Arte desde 1900*. Madrid: Akal, 2006, p.218

47 HOBBSAWM, E. *A la zaga*. Barcelona: Crítica, 1999, p.21

La confusión del jurado con respecto a la condición artística del objeto es manifiesta, sin embargo, la evidencia de que es una producción “original” de un “escultor profesional” describe lo que a partir de este momento, serán los únicos parámetros para definir una obra de arte, la originalidad y, sobre todo, la firma del artista. Esto da pie a que galeristas, coleccionistas, críticos y algún que otro cultivador de cultura se dediquen a partir de ahora a apostar por uno u otro artista estableciendo una especie de *Start System* del que Picasso se alzará como vencedor absoluto, siendo el primer artista en disfrutar de la obsesión persecutoria de los medios.

Todo este sistema se verá coronado por una historia del arte que lo fundamenta, le da coherencia y lo alimenta. Ángel González lo expresa de la siguiente manera:

Autor, época, escuela, técnica, soporte o tema son convenciones que el historiador propone al comprador de cuadros para simular los criterios de clasificación que convienen al coleccionista, aún a riesgo de la soberana integridad de esos mismos cuadros⁵⁰

La crítica a los movimientos de las vanguardias, por lo general, se ha centrado en su incapacidad de llevar a cabo la revolución artística utópica que desde varios bandos se promulgaba. Ni la vanguardia fue capaz de ser la voz de su tiempo⁵¹ —sí que lo fueron los medios de masas—, ni consiguió llevar a cabo ningún cometido político convirtiéndose en una especie de arte oficial del mundo libre contra el totalitarismo (como ya veremos más adelante), un curioso destino para los enemigos de los convencionalismos burgueses.

Pero suele ser pasada por alto la eficacia del sistema que crearon, pese a enfrentarse desde un principio con serias dificultades. Este nuevo sistema basado en las leyes del libre comercio consiguió, entendiendo el arte como un

La crítica a las vanguardias pasa por alto su eficacia a la hora de introducir su producto en el mercado sin renunciar a la acostumbrada excelencia de las artes

producto más y acopiándose de todas las ventajas que el diseño y la publicidad podían ofrecerle, situar el arte a un nivel en el que ningún otro producto ha conseguido estar. A su vez, el diseño y la publicidad pronto percibieron el importante papel que juega la identificación con las élites a la hora de acercar los productos a las masas, y no dudaron en utilizar las formas del arte como cantera para su repertorio. Un repertorio cada vez más necesitado de una alimentación constante tras la consagración del fenómeno *styling*, basado en el reemplazo de los objetos en base a las modas con el fin de reducir la vida de los objetos y mantener las ventas:

El fenomen *styling* va a facilitar l'èxit del decorativisme geomètric i refinat de l'art déco (...) . L'art déco va integrar les aportacions gràfiques del cubisme, del modernisme vienés i del constructivisme més amable. A més, l'elegància d'aquesta estètica va coincidir amb els gustos d'una classe mitjana que s'imagina sofisticada i elitista.⁵²

Con todo esto, el arte de Vanguardia había logrado no sólo consolidar un nuevo sentido para el arte, sino acaparar de nuevo la atención del público sin renunciar a su acostumbrada excelencia.

50 GONZÁLEZ GARCÍA, A. “Un poco sobre nada: contra los así llamados coleccionistas de pintura”. En: *El Resto*. Museo de Bellas Artes de Bilbao, Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, Madrid, 2000, p.237

51 HOBSBAWM, E. *A la zaga*. Op.cit., p.23

52 ROM, J. *Sobre la direcció d'art*. Barcelona: Trípod, 2006, p.34

3. A LA VANGUARDIA DEL DISEÑO

3.1 Introducción

A medida que “el arte por el arte” define su propia trayectoria, el diseño comienza un proceso de especialización que irá poco a poco alejándolo del nuevo universo que los artistas están construyendo. Este proceso aúna la fe en la tecnología con la tradición artística, factores de los que el arte, como ya hemos visto, reniega. Los fundamentos de ambas disciplinas comienzan ahora a diferenciarse e incluso a contraponerse: ante la expresión y la autonomía del artista, el mecanicismo y el compromiso social; ante la inmanencia del arte, el funcionalismo; ante el juego libre, la sistematización; y ante unos pocos privilegiados, el gran público.

Ambos polos representan las dos caras de una misma moneda en una sociedad occidental que avanza a pasos agigantados hacia un sistema global que requiere de la integración tanto de las manifestaciones individuales, de la subjetividad, como de leyes que puedan ser aplicadas universalmente a las sociedades humanas. Esta aparente disyuntiva sigue reflejando el binomio romanticismo-racionalismo que ya se había definido como necesario para lograr el equilibrio en el siglo precedente.

Ambas formas de arte representan las dos caras de una misma moneda en una sociedad que requiere integrar tanto manifestaciones subjetivas como leyes universales

Pero si el diálogo, en el siglo XIX, se había expresado de una manera más o menos conciliadora, los conflictos que tiñen el nuevo siglo condicionan ambas posturas a una politización (liberalismo/capitalismo ante comunismo/socialismo utópico) que continuará más allá de las Guerras Mundiales, hasta el periodo de la Guerra Fría.

Esto revertirá más en un plano teórico que en la práctica, ya que las manifestaciones tanto del arte autónomo como del diseño se hacen necesarias en ambos extremos y se

propagan sin fronteras. En un sentido habermasiano diríamos que corren solas como sistemas de acción dentro de la sociedad, carentes de unos mecanismos normativos y de una legitimación social. Esta legitimación social, a saber, la teoría, será la que no conseguirá desvincularse de la carga política.

Los fundamentos teóricos que comienzan a plantear el arte y el diseño –y que aquí exponemos en sus expresiones más conocidas a través de la École de París y de la Bauhaus–, reflejan las dos imágenes de la Europa de principios del siglo XX: “la de cómo de hecho es, en pleno éxito del capitalismo, y la de cómo la titubeante utopía socialista desearía que fuera”⁵³.

En el caso del diseño, los mayores esfuerzos de investigación y teorización –independientes a las acciones ya puestas en marcha dentro del ámbito empresarial– se darán dentro de un contexto que ansía alcanzar una democratización del arte. Los esfuerzos por aunar el arte con los procesos tecnológicos conllevan un nuevo estilo y la creación de unos modelos metodológicos que le valdrán su legitimación como una disciplina desvinculada del arte y que cosechará un éxito internacional a través de los movimientos modernos.

La Bauhaus o “la Casa de la Construcción” es en este sentido el gran referente. Pero además, su nacimiento como centro artístico en contacto con todas las tendencias avanzadas del arte europeo – Neoplasticismo holandés, Constructivismo ruso y hasta con el Dadaísmo y el Surrealismo– y la participación en ella de diversas figuras artísticas destacadas (Klee, Kandinsky, Calder, etc.) la sitúan, no sólo como un modelo para el diseño, sino también en una institución orientada a las masas todavía digna de atención para la Historia del Arte. Será sólo después de la radicalización de las posturas expuestas por los integrantes de la escuela cuando las actividades relacionadas con el diseño se desvíen finalmente del foco de atención de los historiadores del arte.

53 ARGAN, G.C. *El Arte Moderno*. Op.cit., p.314

A través de los logros de este centro veremos, en las siguientes páginas, cómo se erigen los cimientos de la cultura del diseño moderno –en contraposición a los presupuestos del arte autónomo– en estrecha relación a los acontecimientos políticos que marcan el nacimiento del siglo.

3.2 Antes de la Bauhaus

La Bauhaus es un crisol en el que se concentran las ideas de todos los movimientos avanzados del arte y del diseño para aplicarse a problemas tecnológicos e industriales. Para entender el nacimiento de esta escuela alemana es necesario comprender algunas iniciativas del panorama artístico europeo que sentarán las bases de una institución paradigmática para el diseño occidental.

En un plano formal, un primer referente proviene directamente de los experimentos llevados a cabo por movimientos como el Futurismo o el Dadaísmo, y que serán prontamente asimilados como fórmulas para conformar un lenguaje propio para la era industrial. Hallazgos de las primeras vanguardias como el collage, la tipografía expresiva o el fotomontaje demostraron una eficacia comunicativa que no pasa desapercibida a los nuevos artistas-diseñadores.

La Bauhaus es un crisol en el que se concentran las ideas de todos los movimientos del arte y del diseño para aplicarse a problemas tecnológicos e industriales

La abstracción geométrica, con movimientos como el Suprematismo o el Neoplasticismo y con representantes como el ruso Kasimir Malevich o el holandés Piet Mondrian, pintor cumbre del movimiento De Stij, fue también prontamente asumida por la Bauhaus. Estos movimientos descendientes de las propuestas cubistas y futuristas, presentaban un arte no figurativo de composiciones sencillas en base a líneas y planos que se manifestó como

una fórmula especialmente apta para la reproducción mecánica. De hecho, Herbert Read, uno de los primeros historiadores del diseño denominaría a los diseñadores industriales como “artistas de la forma abstracta”⁵⁴.

La eficacia de las formas puras ya estaba siendo demostrada por la arquitectura. En 1908, la conferencia Ornamento y delito de Adolf Loos marca los inicios de una nueva arquitectura forzosamente orientada al funcionalismo:

La persona de nuestro tiempo que, por impulso interior, pinge las paredes con símbolos eróticos es o un delincuente o un degenerado. (...) Ved, es esto lo que caracteriza la grandeza de nuestro tiempo: que no sea capaz de ofrecer un nuevo ornamento. Hemos superado el ornamento, nos hemos decidido por la desornamentación. Ved, está cercano el tiempo, el gozo nos espera. ¡Pronto relucirán como muros blancos las calles de las ciudades! Como Sión, la ciudad santa, la capital del cielo. Pues ahí estará el gozo⁵⁵

El crecimiento de las ciudades a raíz de la revolución industrial revela una estructura urbana incapaz de dar respuesta a las exigencias sociales. El problema urbanístico emerge como algo urgente y gravísimo. La clase obrera es ahora el núcleo principal de la comunidad y exige soluciones nuevas. La arquitectura, por lo tanto, debe plantearse a escala urbanística y construir viviendas dignas y asequibles, no pudiéndose encontrar soluciones fuera de la serialización y de la tecnología industrial.

Argán plantea una nueva división entre los arquitectos. Por un lado están los “especuladores” y por otro los “racionales”, que se enfrentan a la incontrolada explotación del suelo:

No se trata ya de la vieja distinción entre empíricos y teóricos, entre artistas e ingenieros, sino de una diferenciación de orden moral en virtud de la cual los arquitectos que se plantean concretamente el problema funcional de la ciudad

54. READ H. *Arte e industria: principios del diseño industrial*. Op.cit.

55. LOOS, A. “Ornamento y delito” Op. cit.

son los únicos que llevan a cabo una investigación libre y los que logran resultados estéticamente válidos ⁵⁶

Este debate resulta fácil de trasladar a la oposición que venimos observando entre artistas y diseñadores y se extiende con éxito a través del tiempo, como lo demuestra el lema de la séptima Muestra de Arquitectura de la Bienal de Venecia del año 2000, que rezaba: “Más ética y menos estética”.

Walter Gropius, fundador de la escuela Bauhaus y arquitecto de profesión, no es ajeno a esta confrontación y desde los inicios de su carrera defiende una arquitectura progresista y comprometida con las causas sociales. Este compromiso lo extenderá más tarde a todas las actividades impartidas en su escuela, convirtiendo la economía productiva, la racionalidad rigurosa en las formas, el uso sistemático de la tecnología y la estandarización o la prefabricación en serie en elementos clave de su programa, entendiendo el diseño como un factor de progreso social y de educación democrática de la comunidad.

Otro gran referente de la Bauhaus, relacionado con el compromiso social lo encontramos en los movimientos comunistas y sus intentos de generar un arte para el pueblo. La Revolución Rusa, que llevó al triunfo de los Bolcheviques en octubre de 1917 y al establecimiento de la Unión Soviética tras el derrocamiento del zar y del posterior gobierno tradicional, emerge como la nueva esperanza socialista a través del mundo entero, con especial incidencia en los países hundidos por la guerra, como es el caso de Alemania. La influencia internacional de la nueva Rusia comunista se extiende también al campo del arte, que pronto adopta objetivos más cercanos al productivismo en un país donde el comercio destinado a una élite ha dejado de tener sentido. La pintura de “autor” se ve relegada a un segundo plano ante la exaltación de un discurso basado en la utilidad de la tecnología. Frente al objeto de lujo que instauran los artistas franceses, los artistas soviéticos pronto se vuelcan a la experimentación con el diseño.

El Suprematismo ruso, un movimiento de abstracción pura derivado del Cubismo que defendía la autonomía del arte frente a cualquier fin práctico e incluso estético, alcanza su máxima expresión (a la vez que la vía de su extinción) tras la serie de lienzos de 1918 a los que Malevich puso el descriptivo título de “blanco sobre blanco”. A esta serie, Rodchenko responde con sus lienzos “negro sobre negro” en una disputa que, despojada de su carga teórica y de implicaciones posteriores, no deja de resultar algo pueril. Tal vez estos artistas tomaron conciencia de ello ya que pronto sobrevino una crisis del sistema pictórico y la vanguardia rusa tomó nuevos derroteros. “El pincel”, –afirmará Rodchenko– “se ha convertido en un instrumento impreciso e insuficiente” frente a la “la prensa, el rodillo, el tiralíneas, el compás, etc.” ⁵⁷ Se impuso la búsqueda de una vía que diera respuesta a las nuevas necesidades sociales e ideológicas mediante la unión arte-industria.

El esencialismo de Malevich y la influencia de Vladímir Tatlin, cuya maqueta para la Tercera Internacional (1919-1920) reducía el objeto a su esqueleto estructural, constituyen los rasgos iniciales de lo que a partir de 1921 vendrá a llamarse el Constructivismo ruso. Estos artistas defenderán un arte de fuertes componentes ideológicos, que usa materiales corrientes y métodos de construcción sencillos y económicos compatibles con los procesos industriales.

Las nuevas ideas serán defendidas por los integrantes del Instituto de la Cultura Artística, presidido por el mismo Rodchenko junto con Varvara Stepánova y Alekséi Gan, desde donde formarán en 1920 una escuela de talleres, la Vjutemas, para instruir a las nuevas generaciones de artistas en los principios constructivistas y dar salida al arte a través de la industria.

Alfred Barr, el ya citado primer director del Museum of Modern Art de Nueva York, constata el éxito de este nuevo espíritu. En 1927 viajó a Rusia a la búsqueda de manifestaciones de vanguardia que poder incluir en el

⁵⁶ ARGAN, G.C. *El Arte Moderno*. Op.cit., p.379

⁵⁷ DUÑACH, I. (coord.). *Rodchenko*. Barcelona: Obra Social de Caixa Catalunya, 2008, p.28

MOMA, que sería fundado un año después. Sus declaraciones revelan la dificultad que tuvo para encontrar pintores en este país:

Fui a ver a Rodchenko y su talentosa mujer (...). Rodchenko nos mostró una asombrosa variedad de cosas (...). Estuvimos allí hasta pasadas las once de la noche, fue una velada excelente pero, si es posible, tengo que encontrar algún pintor.⁵⁸

Sin embargo, y a pesar de la fuerza ideológica que los respaldaba, los talleres de la Vjutesmas se quedaron en algo experimental y no llegaron a cuajar significativamente en el entramado industrial. La iniciativa, sin embargo, constituye un referente más para la Bauhaus, contagiada por el entusiasmo político y por la fe en la tecnología de este movimiento. El mismo Gropius exhortaba a los artistas a “atravesar las barreras que llevan a la arquitectura” y “a empezar a ser constructores, contendientes en pos de la meta final del arte”⁵⁹. El arquitecto también demostró su simpatía hacia la nueva forma de gobierno comunista:

Como en estos momentos no tenemos cultura sino sólo civilización, estoy convencido de que el bolchevismo, a pesar de sus nocivos efectos colaterales, es el único camino, dentro del futuro previsible, para crear los fundamentos de una nueva cultura⁶⁰

Para finalizar, un último referente de la Bauhaus –el más cercano– lo encontramos en los movimientos de las artes y oficios y el modernismo y en la idea de un arte vinculado al concepto de utilidad que venían practicando. Tal y como afirma Satué:

(...) este sentimiento utilitario que permite a los artistas integrarse en prácticas publicitarias e industriales es el elemento

aglutinador de un arte modernista de naturaleza notoriamente ecléctica, y la principal razón que justifica su apadrinamiento por la burguesía.⁶¹

A partir del éxito de estos movimientos se multiplicaron los centros destinados a unir el arte con la producción; entre estos centros destaca, por ser el antecedente directo de la Bauhaus, la Werkbund de Munich, fundada en 1907. En sus estatutos se descubren los criterios que inspiraron el centro:

El propósito del Werkbund es el de ennoblecer el trabajo artesano; vinculándolo al arte y la industria, la artesanía y las fuerzas activas manuales, quiere unir esfuerzos y tendencias hacia el trabajo de calidad existente en el mundo del trabajo; constituye el punto de reunión de aquellos que deseen producir un trabajo de calidad.⁶²

La línea que une esta proclama con las ideas difundidas por el círculo de William Morris es evidente. Pero mientras que los ingleses rechazaban la máquina y abogaban por un retorno a la artesanía medieval –una forma de protesta romántica contra la revolución industrial– la Werkbund defendía el camino de integración de los elementos artísticos con los objetos producidos mediante procedimientos industriales.

Entre sus representantes, la escuela contó con figuras como Peter Berherens, Theodor Fischer, Hermann Muthesius, Bruno Paul, Richard Riemerschmid, o Henry van de Velde. A través de estos, en la asociación se manifestaron las dos corrientes dominantes del arte de vanguardia que venimos viendo: la de la estandarización industrial y tipificación de los productos por un lado y, por el otro, la de la individualidad artística.⁶³ Esta última corriente irá desapareciendo en la medida en que se va consolidando la cultura moderna del diseño.

58 BARR, A. “Russian Diary 1027-1928”, p.21. En: BULOCH, B.H., *Formalismo e historicidad*. Madrid: Akal, 2004, p.118

59 GROPIUS, W. “¿Qué es la arquitectura?”, Weimarer Blätter, núm 9, 1919, p. 220. En: HOCHMAN, E.S. *La Bauhaus. Crisol de la modernidad*. Barcelona: Paidós Ibérica, 2002, p.103

60 Encuesta realizada en Leipzig, 1920. En: HOCHMAN, E.S. *La Bauhaus. Crisol de la modernidad*. Op.cit., p.110

61 SATUÉ, E. *El diseño gráfico*. Op.cit., p.120

62 FRANCO, R. “Il Werkbund 1907, alle origine del design”. Venecia: Biennale de Venezia, catálogo general, Vol.2, 1976. En: SATUÉ, E. *El diseño gráfico*. Op.cit., p.117

63 BÜRDEK, B. E., *Diseño*, op.cit., p. 25.

Siguiendo este ejemplo continuaron fundándose asociaciones similares en Austria, Suiza, Suecia e Inglaterra con el objetivo común de influir en el gusto de fabricantes y usuarios de los productos.

Después de la Primera Guerra Mundial y bajo la euforia comunista, las inclinaciones sociales de estas escuelas, apoyadas por las clases burguesas, comenzaban a resultar un tanto ingenuas. Los horrores vividos durante la guerra y las esperanzas acarreadas por la revolución rusa llevaron a los artistas europeos a defender un cambio radical. Moholy-Nagy, profesor de la Bauhaus, fue uno de esos artistas que entendió que las nuevas condiciones económicas, políticas y sociales demandaban un cambio mayor:

No sólo el sistema económico moderno, sino también el proceso productivo, exigen ser mejorados desde los cimientos. Con este fin, debe apelarse a la inventiva y a la sistematización, a la planificación y a la responsabilidad social.⁶⁴

Por otra parte, la tecnología y la industria se habían confirmado como fuerzas clave para el éxito en la guerra y continuaban su expansión haciendo realmente necesaria la especialización. Esta especialización debía de darse también en el diseño, que comenzaba a demostrar –más allá del mero decorativismo– un alto grado de eficiencia comunicativa, persuasiva y funcional.

La imperiosa necesidad de un mayor compromiso con la industria en aras de un cambio social fue, seguramente, lo que llevó a afirmar a Gropius: “Para mí el Werkbund está muerto”, “De él no puede salir nada más”.⁶⁵

3.3 La Bauhaus

El arte abstracto, la arquitectura moderna y las ideas del nuevo socialismo se unieron para conformar la ilusión de Walter Gropius, fundador, ideólogo y, en definitiva, principal responsable del nacimiento de la Bauhaus:

64 MOHOLY-NAGY, L. *La nueva visión*. Buenos Aires: Infinito, 1997, p.24

65 HESS-FRELINGHAUS. “Osthaus”, pp.470-472. En HOCHMAN, E.S., *La Bauhaus. Crisol de la modernidad*. Op.cit., p.92

Actualmente estoy ocupado en hablar y escribir aquí, en Berlín, sobre el sistema de liberar las diferentes artes de su aislamiento (...) uniéndolas bajo las alas de una gran arquitectura (...) Estoy decidido (...) a dedicar mi vida a realizar este concepto.⁶⁶

Gropius, que había vivido como soldado los horrores de la guerra en primera línea, estaba decidido a crear una nueva institución que realmente supusiera un cambio. En ésta, pretendía aunar todos los géneros del arte y la artesanía bajo el manto de la arquitectura con el fin de lograr una producción estética orientada a las necesidades de un amplio espectro de las clases sociales. Vertió toda su fe en el proyecto, que debía regenerar la cultura y, con ello, la sociedad.

Tras numerosos obstáculos políticos y burocráticos Gropius consigue fundar la Bauhaus en Weimar el año 1919, a partir de la fusión de la Escuela de Artes y Oficios –abandonada por motivos políticos por su director Van de Velde– y la Escuela Superior de Artes Plásticas. Fue él el responsable de seleccionar a los integrantes, entre los que incluyó a representantes de la pintura abstracta y cubista para ocupar los puestos de profesores en la escuela. Wassily Kandinsky, Paul Klee, Lyonel Feininger, Johannes Itten y László Moholy-Nagy, fueron algunos de los artistas que figuraron en el equipo docente.

El objetivo asignado a los artistas dentro de la Bauhaus distaba enormemente de los fundamentos que regían la École de París

El objetivo asignado a los artistas de la Bauhaus, sin embargo, dista enormemente de los fundamentos que regían el círculo artístico de la École de París. Frente a la promoción personal y a los enfoques subjetivos, se impone ahora un espíritu colaboracionista en la que los artistas-profesores y los alumnos trabajan juntos para en-

66 HOCHMAN, E.S. *La Bauhaus. Crisol de la modernidad*. Op.cit., p 97

contrar soluciones a través de un sistema que integra el “método” y la “creatividad”. El mismo Gropius contaba siempre con colaboradores a la hora de idear sus proyectos convencido de que la arquitectura no podía ser una obra individual, fruto del trabajo de un solo artista. La idea era salvar el abismo existente entre la sociedad y el artista autónomo que no era, a ojos de Gropius, sino un artesano:

No hay una diferencia esencial entre el artista y el artesano. El artista es un artesano promocionado.⁶⁷

Junto con el papel del artista, la universalidad del arte también es cuestionada. Frente a la genialidad y al papel inmanente del arte se manifiesta ahora la necesidad de crear soluciones creativas para problemas concretos. Frente al “no busco, sino encuentro” que proclamaba Picasso, se instaura un sistema didáctico basado en la experimentación, la curiosidad y la constante investigación con fines útiles. El arte deja de ser una realidad universal y se convierte en una herramienta para la sociedad, por lo que la enseñanza es una tarea fundamental a la que deben consagrarse los artistas⁶⁸.

Pese a las buenas intenciones, en la fase de fundación de la Bauhaus, los artistas se superpusieron a los artesanos y, después de todo, el centro de atención volvió a caer sobre la figura del artista autónomo.⁶⁹ Pero según Argan, esto ayudó a evitar que el margen para la imaginación se viera restringido y que el arte se uniformizara con el racionalismo mecánico de la tecnología industrial,⁷⁰ algo de lo que el diseño pecaría en estadios posteriores.

A partir del año 1923 las ideas del Neoplasticismo holandés y del Constructivismo ruso calan hondamente en Walter Gropius y la escuela comienza a relegar los experimentos artísticos en beneficio de las tareas creativas

Pese a las buenas intenciones, los artistas se superpusieron a los artesanos y el centro de atención volvió a recaer sobre la figura del artista autónomo

aplicadas. Se elaboran prototipos industriales que deben orientarse a la realidad de la producción industrial y dar salida a las necesidades de la sociedad. La Bauhaus trasladada ya a una nueva sede en Dessau, se convirtió en una Escuela Superior de Diseño.

La tendencia racionalista fue cobrando mayor importancia hasta que se abandonó por completo el concepto de una escuela superior de arte. En 1928 Hannes Meyer toma las riendas de la dirección de la escuela a favor de esta nueva línea más objetiva, lo que provoca que algunos artistas como Klee o Moholy-Nagy abandonen la Bauhaus. Esta tendencia se mantiene después de 1930, año en el que Mies Van der Rohe pasa a ser el nuevo director y en el que la escuela se traslada a Berlín. La búsqueda de lo específico del diseño y de la independencia frente al arte irá incrementándose hasta llegar a su cénit, años después, bajo el concepto del “Buen diseño”.

Pero la Bauhaus no fue solo una escuela. Constituyó un microcosmos, un experimento vital de una comunidad de jóvenes que, tras la quiebra del viejo orden y la traumática experiencia de la recién acabada Primera Guerra Mundial, se lanzó llena de entusiasmo a la construcción de una utopía social, y de nuevas formas de convivencia. Sus ideas sólidamente democráticas y su carencia de jerarquías no tardaron en encontrarse de frente con el nacionalsocialismo. La Bauhaus fue cerrada el año 1933. La frase pronunciada por un estudiante de la escuela años atrás cobraba ahora un sentido realmente sincero: “abandonar la Bauhaus no tiene sentido mientras lo que haya fuera sea como es ahora”⁷¹.

67 WINGLER, “The Bauhaus”, p.31. En: Hochman, E.S. *La Bauhaus. Crisol de la modernidad*. Op.cit., p.124

68 ARGAN, G.C. *El Arte Moderno*. Op.cit., p.254

69 BÜRDEK, B.E. *Diseño*. Op.cit., p.31

70 ARGAN, G.C. *El Arte Moderno*. Op.cit., p.256

71 GONZÁLEZ GARCÍA, A., “Un poco sobre nada: contra los así llamados coleccionistas de pintura”, en *El Resto*, op.cit., p. 212.

Tal y como hemos observado, necesidades sociales, motivos políticos e ideológicos y distintas sensibilidades convergen durante las vanguardias para que el sentimiento de arte como una unidad se quiebre comenzando a definirse dos vías. Discernidos los dos caminos, las posturas dispuestas a extremar las distancias no tardarán en llegar.

D) LOS RADICALISMOS



1. INTRODUCCIÓN

Este capítulo se desarrolla a mediados del s.XX, en la Europa de posguerra, y en él se describe el trasvase del centro hegemónico del arte occidental desde París a Nueva York, como hecho desencadenante de una serie de factores que llevan a la confrontación directa de las teorías del arte y el diseño. Para su ejemplificación se ha usado el ejemplo del Expresionismo Abstracto contrastado con los ideales de la Escuela de Ulm.

Toma también aquí una especial relevancia, el desarrollo del diseño en los Estados Unidos como disciplina autónoma a los debates que se dan en los ámbitos culturales.

1.1 Introducción

La Segunda Guerra Mundial finaliza en 1945 dejando tras de sí una Europa desestructurada que mira con resignación como Estados Unidos se convierte en la primera potencia mundial. Esta situación tiene su reflejo en el mundo del arte, que abandona París como centro hegemónico y centra su nueva sede en Nueva York. Es aquí desde donde comienzan a exportarse las renovadas teorías sobre arte que triunfarán en los mercados y museos, así como el primer movimiento artístico realmente cohesionado de posguerra: el Expresionismo abstracto.

En el caso del diseño, la situación es más compleja. Mientras que el arte, de controlada producción, entiene de órdenes y jerarquías y facilita la lectura lógica de acontecimientos a través de la historia del arte, el diseño, como expresión generalizada y espontánea de las nuevas necesidades capitalistas, resulta difícil de delimitar. Sin embargo, es posible discernir dos corrientes generales en el diseño occidental que dividen los EEUU de Europa.

Desde el punto de vista comercial el éxito del diseño en EEUU es incontestable, y queda avalado por la multiplicación tanto de recipientes que lo contienen como de financiadores y de productores. Y, si en un primer momento, su lenguaje resulta inmaduro y delata inexperiencia, la práctica, promovida por la necesidad de dar salida a los excedentes productivos de una crecida industria, así como el apoyo de las nuevas oleadas de profesionales provenientes de Europa, facilitan, en un breve espacio de tiempo, el florecimiento de un diseño estratégicamente combativo no carente de valiosos modelos estéticos.

Sin embargo, y a diferencia de lo que había sucedido en países como Holanda, Rusia o Alemania, el diseño no es adoptado –sino más bien rechazado– por la élite cultural americana, en detrimento de lo que podría haber sido un sólido desarrollo teórico. A falta de sustanciales avances formales y conceptuales en la materia, la dependencia con los reducidos núcleos europeos que custodian la tradición de “pensar” el diseño se mantiene.

Pero ante esta debilidad el diseño americano no decae,

sino que alcanza otros derroteros alejados de la visión más formalista. Frente a la postura intelectual del diseño europeo, en EEUU son los empresarios los que toman las riendas de la situación aportando un espíritu práctico y una agresividad competitiva que abre el camino a las estrategias de marketing y de publicidad.

En Europa, el margen de desarrollo que la merma económica de la posguerra deja al diseño es escaso e imposible, por lo menos en un primer momento, avances en este sentido. Aún así, la firme huella que había dejado la Bauhaus alienta el desarrollo localizado de algunos grupos que, desde el racionalismo, perfeccionan las teorías y prácticas del diseño con consecuencias muy significativas para la disciplina.

Generalizando, podríamos decir que si bien a nivel productivo la superioridad americana resulta avasalladora, Europa se mantiene como baluarte de las iniciativas ideológicas del diseño.

Ambas actitudes se equilibran y contribuyen a la maduración de los objetivos de la disciplina; mientras la imperiosa América aboga por posturas prácticas y resultados inmediatos a través de las ventas, en Europa se mantiene vivo el espíritu ilustrado que busca incorporar en el diseño valores éticos y estéticos tradicionalmente asumidos por el arte.

La palabra que adopta este capítulo como título es la de “radicalismos”. Y es que desde 1945 –fecha que da fin a la II Guerra Mundial– y durante aproximadamente dos décadas, las posturas del arte y del diseño se distancian drásticamente. Cabe resaltar que este distanciamiento se produce principalmente dentro de un ámbito academicista, tanto por parte del arte como del diseño, ya que el interés que cada una de estas disciplinas sigue provocando sobre la otra se mantendrá vivo en la práctica.

El Expresionismo Abstracto y la Escuela de Ulm, paradigmas del arte y del diseño de posguerra, nos servirán de referentes para ofrecer un contexto al cisma arte-diseño que alcanza su cénit a mediados del siglo XX.

2. EL ARTE CONTRA EL DISEÑO

2.1 Un gran arte para una gran nación

En 1939, año en que estalla la Segunda Guerra Mundial el arte americano tenía poco peso específico en el panorama artístico internacional. Tras la crisis de los años 30, la celebración e imitación del arte de vanguardia europeo había sido abandonada en pos de dos tendencias figurativas predominantes: una vía de carácter más introspectivo, conservadora y nacionalista, representada por los regionalistas o los artistas de la escena americana con ejemplos como Gran Wood o Edward Hopper; y una segunda vía vinculada al realismo social e influenciada por artistas como Diego de Rivera o José Clemente Orozco, muralistas de la revolución mexicana. Simpatizantes también con las ideas marxistas, algunos artistas marginales se mantenían en la tradición de las vanguardias sustentando el espíritu de la bohemia y abogando por un arte abstracto. De entre estos últimos saldrá lo que se vendrá a llamar la vanguardia americana.

En el año 1935 se constituyó la Works Progress Administration (WPA), una prolongación de las políticas intervencionistas del New Deal puestas en marcha por el gobierno de Roosevelt con el objetivo de sofocar la ingente tasa de desempleo generada por la Gran Depresión. Dentro del programa de la WPA, la Federal Art Project dotaba de ayudas económicas a los artistas independientemente de su estilo, lo que contribuyó a que algunos pintores abstractos pudieran dedicarse a su arte a tiempo completo y pusieran en marcha una serie de iniciativas que les hará tomar conciencia de grupo y les permitirá darse a conocer tímidamente entre la crítica especializada y las galerías de arte.

En aquel momento el mercado internacional todavía centraba sus intereses en Europa y estaba controlado por los marchantes de París. En la capital francesa, a comienzos de la década de 1920, el Surrealismo había desplazado al Dadaísmo como movimiento protagonista escribiendo una historia marcada por los cismas y los escándalos. Las relaciones del Surrealismo con el comunismo¹, a la

vez que las expectativas de lucro de muchos de sus integrantes,² que no mostraron reparos a la hora de hacer de su arte algo comercial, fueron foco de controversias y de expulsiones en el grupo y evidenciaron las contradicciones de este movimiento, adelantando cuestiones fundamentales que marcarán el camino del nuevo arte. La mayoría de estos artistas (Breton, Dalí, Ernst, Matta...) emigraron a Nueva York durante la guerra y, ayudados por la marchante Peggy Guggenheim (esposa de Ernst), se convirtieron en un referente vivo y cotizado de las vanguardias europeas en la ciudad. Tanto el arte surrealista como las tensiones que hacían oscilar a sus integrantes entre el comunismo y el consumismo, serán ejes fundamentales para entender la evolución del arte americano que tendrá su centro en Nueva York.

Estados Unidos, alejado del foco de los conflictos bélicos y neutral durante gran parte de la guerra pronto tomó conciencia de haber dejado atrás la crisis y de que se hallaba en una nueva situación privilegiada ante la maltrata Europa. Desde el gobierno no se vaciló a la hora de proclamar su supremacía para subir los ánimos a una población confundida y asustada ante el panorama internacional. Un sentimiento de que la nación formaba ahora parte de algo superior se fue extendiendo y alcanzó los círculos artísticos. En 1941, John Peale Bishop hizo público de forma muy acertada el sentir de muchos intelectuales norteamericanos que creían firmemente que su arte nacional debía convertirse en un referente internacional, a la vez que profetizó el papel que jugarían en el cambio los numerosos artistas –no sólo los surrealistas– llegados desde Europa:

Empezaré con la sencilla convicción de que el futuro de las artes está en Norteamérica... sin esperar al resultado [de la guerra], sin siquiera intentar predecirlo, resulta posible afirmar ya que el centro de la cultura occidental no está ya en Europa. Está en Norteamérica. Somos nosotros los árbitros de su futuro y nuestras sus inmensas responsabilidades. El futuro de las artes está en Norteamérica... La presencia entre nosotros de estos escritores, eruditos, artistas y compositores

1 SMITH, L. *Movimientos artísticos desde 1945*. Barcelona: Destino, 1995, p.25

2 WOOD, G. *Cosas del Surrealismo*. Bilbao: Museo Guggenheim, 2007

Europeos es un hecho. Puede suponer para nosotros un hecho tan crucial como lo fue la llegada a Italia de los eruditos bizantinos tras la captura de su antigua y civilizada capital por las hordas turcas. Merece la pena sopesar la comparación. Por lo que sé, los exiliados bizantinos hicieron poco por iniciativa propia después de llegar a Italia. Pero su presencia, el conocimiento que trajeron consigo, resultaron enormemente fecundos para los italianos.³

Este convencimiento de que los artistas americanos debían tomar las riendas del arte y de la cultura de occidente se veía limitado por la inexistencia de un movimiento nacional cohesionado capaz de asumir un papel semejante y de proyectar convicciones que pudieran ser adoptadas por el resto de los países.

El panorama artístico dejado por la crisis del 29 no cumplía las expectativas: el Regionalismo, la pintura de Escena Americana y los movimientos relacionados con el comunismo, ya fueran el realismo social o los movimientos abstractos, resultaban sectarios, inadecuados para representar a una mayoría y, por lo tanto, para abarcar las expectativas globalizadoras necesarias para consolidar la imagen de la nueva potencia mundial:

Aquí, en Norteamérica, con toda la mezcla de naciones y razas, existe la rara oportunidad de que los artistas consigan la universalidad de expresión. ¿Por qué tratar deliberadamente de empequeñecer esa expresión reduciéndola a un lugar o a una nación?⁴

Por otro lado estaba el fantasma de Europa. El arte americano era tradicionalmente una colonia artística del viejo continente y parecía que, tras la revolucionaria ruptura de las vanguardias con el academicismo, estaba destinada a seguir siéndolo. En 1913, La Asociación Americana de Pintores y Escultores, un grupo formado por artistas pro vanguardias, organizó una exposición ocupando una

antigua sala de armas que tomaría el nombre de Armory Show en la que se mostraban cerca de 1600 obras de artistas como Brancusi, Braque, Duchamp, Derain, Léger, Picabia, Delaunay, etc. Esta exposición llevó el arte moderno a EEUU consolidando los tradicionales lazos de unión e inaugurando una fluida relación entre el arte americano y los vanguardistas europeos:

(...) la exposición supuso un verdadero éxito apreciable en dos aspectos fundamentales: la inmediata influencia del arte europeo de vanguardia sobre los artistas americanos y el nacimiento del coleccionismo de arte contemporáneo. Ciertamente, a partir del Armory Show, el arte americano, hasta los años 30, se desarrolló como secuela, importante en muchas ocasiones, de los movimientos europeos, tanto en lo que respecta a las derivaciones de las vanguardias clásicas (Postimpresionismo, Cubismo y Futurismo) como en las prácticas objetuales predadaístas y dadaístas.⁵

La supeditación centenaria del arte americano a la larga tradición artística europea así como la ventaja que manifestaba París en los circuitos comerciales del arte, ponía de manifiesto la falta de madurez del arte norteamericano provocando un sentido complejo de inferioridad. Pero la Vanguardia americana no sólo consiguió superar estos obstáculos, sino que consiguió aunar la idiosincrasia na-

En Estados Unidos existía cierto complejo ante la superioridad cultural de París que debía superarse para tomar las riendas del arte y la cultura occidentales

cional con la tradición europea y crear un nuevo arte universal dando la vuelta, primero, a la situación y, después, al mundo.

3 PEALE BISHOP, J. "The Arts", *Keynon Review*, Nº.3, 1941, pp.170-90. En: GUILBAUT.S. *De cómo Nueva York robó la idea de arte moderno*. Valencia: Tirant lo Blanch, 2007, p.121

4 Cartas enviadas a JEWELL, A.A. al New York Times y reproducidas en su obra *Have We an American Art?*, Nueva York: Logman, 1939, pp.128-29. En *Ibid.*, p.89

5 SUREDA, J.; GUASCH, A. M^a. *La trama de lo moderno*. Op.cit., p.93

Los pasos previos fueron la despolitización de la vanguardia y la búsqueda de un carácter propio para el arte americano.

2.2 De nuevo un nuevo arte

Los abusos de poder perpetrados por los fascismos y el estalinismo, así como los excesos de los gobiernos liberales, encarnados bajo el símbolo de la bomba de Hiroshima, trajeron consigo una profunda crisis ideológica entre la población occidental. Esta crisis provocó en el arte la búsqueda de un camino alejado de cualquier significado político. La despolitización de la vanguardia estadounidense llegó a un punto sin retorno cuando Clement Greenberg, el crítico más influyente del panorama artístico de posguerra, rechazó el marxismo públicamente a través de la revista literaria *Partisan Review*. Los artistas volvieron a encontrar en los ideales románticos un punto en el que aferrarse. Greenberg, años más tarde bromearía sobre este proceso:

Algún día habrá que contar como el antiestalinismo que comenzó siendo más o menos trotskismo, se convirtió en el arte por el arte, y de ese modo abrió el camino, heroicamente, hacia el futuro⁶

Si Duchamp, entre chanzas y dobles sentidos presenta la idea del criterio del artista como única salida para el arte de la era industrial, en América, tras un breve periodo de un arte social y políticamente comprometido, se retoma la apuesta del *star system* francés convirtiendo la nueva obra de arte en un gesto autoexpresivo, un autógrafo sobredimensionado que avala de nuevo la autonomía del artista. En el prefacio sobre la primera exposición de 1943 dedicada a Jackson Pollock – pintor estrella del Expresionismo abstracto – se describe la genial independencia que se les supone a los nuevos artistas:

Lo que necesitamos son más jóvenes que pinten movidos por un impulso interior sin prestar atención a lo que el crítico o el espectador puedan sentir, pintores que se atrevan a echar

a perder un lienzo para comunicar algo a su modo. Pollock es uno de ellos ⁷

Por otra parte, la hegemonía artística de París se fue desvaneciendo poco a poco como consecuencia de la guerra, el deterioro económico, la reducción del número de artistas por bajas y migraciones y la todavía enorme influencia de gigantes como Picasso o Matisse, entregados a una frenética y acaparadora actividad que restó brío a los esfuerzos de la esperada nueva generación. Tal y como explica Rosenberg, gran defensor del arte de vanguardia americano, la caída de París va en consonancia con el declive general que se vive en Europa:

Las corrientes que fluían por el mundo elevaron a París por encima del campo que la rodea, y la mantuvieron suspendida en el aire como una isla mágica. E, igualmente, su declive no fue el resultado de alguna debilidad interna –de la sensualidad o la blandura, como sus antiguos amigos y actuales enemigos del pueblo afirman– sino de un declive general. Durante una década, la civilización entera se ha ido hundiendo, bajando poco a poco a París hacia la tierra de Francia. Hasta que los tanques alemanes completaron su restauración como la capital de una nación.⁸

Ante la marchita París el complejo americano fue disipándose. Muchos de los artistas europeos eran además residentes estadounidenses, y la cercanía contribuyó a despojarlos del aura que las distancias ayudan a proporcionar. Los artistas abstractos, aun siendo descendientes directos de las vanguardias históricas, iniciaron un proceso que los desligaba de su postrera manifestación: el Surrealismo. El automatismo y la representación de los sueños, que tenían su origen en Freud, dieron paso a las teorías más evolucionadas de Jung, a la búsqueda de mitos y símbolos primitivos de los que no sólo la tradición artística europea era depositaria. Los mitos eran un patrimonio de toda la humanidad.

6 FOSTER, H. (et al.). *Arte desde 1900*. Op.cit., p.294

7 JOHNSON SWEENEY, J. Catálogo de la exposición "Jackson Pollock", Art of this Century Gallery, Nueva York, 1943, pp.9-27. En: SANDLER, I. *El triunfo de la pintura norteamericana*. Madrid: Alianza, 1996, p.111

8 ROSENBERG, H. "The Fall of Paris", *Partisan Review* 7, Nº. 6, 1940. En: GUILBAUT, S. *De cómo Nueva York robó la idea de arte moderno*. Op.cit., p.448

Esta búsqueda de lo que hay de primitivo en el ser humano sumada a la subjetividad y a la trascendencia de lo individual dio pie a una autoexpresión radical y descontrolada en el que la acción, el propio acto de pintar, tomaba más importancia que la obra en sí (*action painting*). Había nacido el Expresionismo abstracto, un nuevo arte americano.

2.3 El éxito de América

El hecho de que el Expresionismo abstracto definiera sus pautas internas no explica su éxito internacional, su paso de la condición de corriente marginal a movimiento artístico preeminente. Este paso, que poco tiene que ver con el universo artístico, es explicado por Serge Guilbaut en su ensayo *De cómo Nueva York robó la idea de arte moderno*⁹.

El hecho de que el Expresionismo abstracto definiera sus pautas internas no explica, por sí solo, su inmediato éxito internacional

Guilbaut asigna el éxito de este movimiento a las políticas propagandísticas puestas en marcha durante la Guerra Fría. Al acabar la guerra, la competencia entre EEUU y la URSS se intensifica. Estados Unidos requería de Europa y del libre mercado para sacar su excedente de producción, aumentado por los esfuerzos tecnológicos llevados a cabo durante la guerra así como por la incorporación de los soldados y de las mujeres a la industria.

En Europa, el éxito de los partidos comunistas suponía una amenaza a la expansión americana, lo que dio pie a una serie de medidas disuasorias para apoyar el liberalismo encabezadas por el Plan Marshall, que proveía de ayudas económicas a los países damnificados por la guerra. Un arma de igual importancia en esta batalla era la

diseminación de la cultura norteamericana, del *american way of life*, en lo que Hollywood jugaba un importante papel.

Ante la imposición de las películas norteamericanas en los cines franceses, París, estratégicamente vital por su condición de centro cultural europeo, reaccionó con rabia, considerando el acto un ataque a su identidad nacional y cultural. La irritación llegó hasta las páginas de *Le Monde*:

Estos acuerdos ponen en peligro la existencia misma del arte dramático. El cambio en los gustos franceses puede muy bien ser irremediable y fatal. Acostumbrados a los Vinos de Borgoña y Bordeaux, nuestros estómagos tendrán que acostumbrarse ahora a la Coca-Cola. Para un francés, tal cosa equivale a renunciar a su ciudadanía.¹⁰

La cultura francesa corría el riesgo de ser destruida por el Kitsch. La intelectualidad europea, de sangre aristócrata, percibía a los americanos como unos advenedizos, unos provincianos venidos a más carentes de sensibilidad; en definitiva, América era vulgar.

Para demostrar que la nueva potencia estaba a la altura resultaba necesario añadir a la lista de armas del arsenal cultural la más prestigiosa de todas, la pintura. Y el Expresionismo abstracto, apoyado y proclamado por el todopoderoso Greenberg, estaba listo para representar a la alta cultura norteamericana. Tal y como comentan Foster, H. (*et al.*)

Las características de este arte resultaban idóneas para la conquista cultural Europea. El arte abstracto estaba en las antípodas del realismo socialista, única manifestación artística de la URSS desde que en 1933 un decreto del Comité Central del Partido Comunista suprimiera todas las agrupaciones artísticas independientes estableciendo la Unión de Artistas Soviéticos.¹¹

9 GUILBAUT, S. *De cómo Nueva York robó la idea de arte moderno* Op.cit.

10 JOUVET, L. *Le Monde*, 17 de junio de 1946, p.3. En: GUILBAULT, S. *De cómo Nueva York robó la idea de arte moderno*. Op.cit., p.254

11 FOSTER, H. (et al.). *Arte desde 1900*. Op.cit., pp.264-265

Además de ser un arte alejado de las manifestaciones comunistas el Expresionismo abstracto era un arte presuntamente despolitizado y subjetivo que respetaba las libertades culturales e individuales tan arraigadas en el pensamiento europeo. El nuevo arte exportaba la libertad de expresión norteamericana suprimiendo cualquier tinte totalitario que desde París pudiera ser percibido como una amenaza. Además, el Expresionismo abstracto se adscribía a la tradición vanguardista confiriendo a los artistas europeos cierta responsabilidad en su autoría.

Estrechamente relacionado con lo expuesto, nos resulta especialmente significativo el papel que adquiere el arte norteamericano con respecto a los medios de masas. En el capítulo anterior dedicado a las vanguardias ya apuntábamos que mientras el arte de la Escuela de París buscaba una autonomía artística que enlazara con las pretensiones tradicionalmente elitistas del arte, los primeros pasos de la teoría del diseño venían ligados a las utopías socialistas, estableciéndose una frontera ideológica entre ambas manifestaciones: una comprometida ya con la sociedad capitalista y la otra, más acorde a los presupuestos comunistas.

Resulta especialmente significativo el papel que adquirió el arte norteamericano con respecto a los medios de masas

Si bien la Unión Soviética había dejado a un lado el Constructivismo, el nuevo arte no se desvinculaba, ni mucho menos, de lo popular. Stalin abogó por que se pintasen “cuadros que fueran comprensibles para las masas y retratos que no exigieran adivinar quién estaba retratado”¹². De hecho los retratos de Isaac Brodsky, pintor preferido de Stalin, eran verdaderas fotografías.

El comunismo había optado por un arte mimético clara-

mente publicitario que pudiera alcanzar a la mayor parte del público. Desde este punto de vista, la toma de partido por el artista autónomo estaba más que justificada. Pronto comenzó una encarnizada lucha contra el arte popular y la nueva vanguardia comenzó a atacar implacablemente a los medios de masas:

Las nuevas masas urbanas presionaron sobre la sociedad para que se les proporcionara el tipo de cultura adecuado a su propio consumo. Y se ideó una nueva mercancía que cubriera la demanda del nuevo mercado: la cultura sucedánea, kitsch, destinada a aquellos que, insensibles a los valores de la cultura genuina, estaban hambrientos de distracciones que sólo algún tipo de cultura puede proporcionar.

El kitsch, que utiliza como materia prima simulacros académicos y degradados de la verdadera cultura, acoge y cultiva esa insensibilidad. Ahí está la fuente de sus ganancias. El kitsch es mecánico y opera mediante fórmulas. El kitsch es experiencia vicaria y sensaciones falseadas. El kitsch cambia con los estilos pero permanece siempre igual. El kitsch es el epítome de todo lo que hay de espurio en la vida de nuestro tiempo. El kitsch no exige nada a sus consumidores, salvo dinero; ni siquiera les pide su tiempo.¹³

El nuevo arte americano se corona como ejemplo paradigmático del arte elitista; es un arte que, tal y como afirma Greenberg en su ensayo de 1939 *Vanguardia y Kitsch*, “pertenece a la clase dirigente”. Así, y en palabras de Simon Marchan, el Expresionismo Abstracto “se afianza como microcosmo cultural retrógrado respecto a fuerzas y técnicas productivas de sociedades industriales, siguiendo las huellas de la estética idealista”.¹⁴

En el Surrealismo, ya se había dado con anterioridad una reacción en contra de los medios comerciales. Antes de esto, las vanguardias históricas habían sido una reacción ante el diseño y la llegada de los medios de reproducción masiva, aunque no un enfrentamiento directo dado que

13 GREENBERG, C. “Vanguardia y Kitsch”. En: *Arte y cultura*, Barcelona: Paidós, 2002

14 MARCHAN, S. *Del arte objetual al arte del concepto*. Madrid: Akal, 1997, p.82

12 Idem

El nuevo arte americano se corona como ejemplo paradigmático del arte elitista; un arte que “pertenece a la clase dirigente”

sus posturas se estaban definiendo en ese momento. De hecho, elementos que serán después propios del diseño como los mensajes publicitarios, los juegos tipográficos, los carteles o la maquetación de revistas eran libremente utilizados por los artistas como parte de su proceso creativo.

Pero con su último movimiento, el de los surrealistas, cualquier pretensión de concebir el arte a la luz de aplicaciones comerciales será considerada como una violación directa del espíritu del movimiento.¹⁵ Paradójicamente esta reacción nace desde una postura anticapitalista y asociada con los planteamientos del marxismo, pero como venimos viendo, los anhelos e ideologías de los artistas poco tienen que ver con el uso que se hace –y que ellos mismos hacen– del arte.

Por lo tanto la herencia ideológica del Surrealismo y la desacreditación de las posturas socialistas se suman provocando una reacción contra el diseño y los medios de masas. La reacción responde también a un complejo de inferioridad de los estadounidenses ante la intelectual París: dejando a un lado el espíritu de la Coca Cola la pintura norteamericana se alejaba de la vulgaridad y se convertía en un arte digno de la tradición aristocrática, en un arte incuestionablemente culto, como afirma Guibault:

El embellecido y popularizado arte del Expresionismo abstracto se convirtió en la palanca vanguardista usada para hacer añicos la sospecha europea de que los norteamericanos sólo eran capaces de producir kitsch.¹⁶

Bajo la consigna de “*We Can Win the Battle for the Mind of Europe*”¹⁷ y a instancias de las pretensiones de los propios artistas, el nuevo producto será catapultado como insignia de la cultura nacional bajo el velo del individualismo al mundo entero, con Jackson Pollock como símbolo principal del hombre libre.

Con el objetivo final de volver a los intelectuales europeos permeables al capitalismo americano, no se reparó en gastos. Organismos como la CIA¹⁸ utilizaron sus fondos para promocionar exposiciones, revistas culturales y todo tipo de estrategias comunicativas que dieran al antimediático arte estadounidense una repercusión mediática capaz de calar hondo en las insignes mentes europeas. Y ante la postura del arte, la reacción del diseño no se hizo esperar.

15 GHISLAINE W. (Ed.). “Materialismo negro: el Surrealismo se enfrenta al mundo comercial”. En: WOOD, G. (ED.). *Cosas del Surrealismo*. Op.cit., p.111

16 GUILBAUT, S. *De cómo Nueva York robó la idea de arte moderno*. Op.cit., p.378

17 SPENDER, S. “We can Win the Battle for the Mind of Europe”, *New York Times Magazine*, 25 de abril, 1948, pp.15, 31-35. En: GUILBAUT, S. *De cómo Nueva York robó la idea de arte moderno*. Op.cit., p.321

18 STONOR F.S. *La Cía y la guerra fría cultural*. Madrid: Debate, 2001

3. EL DISEÑO CONTRA EL ARTE

3.1 Académicos y empresarios

El espíritu de las artes y los oficios, aquel que defendía una fusión del arte con la vida y con todos los objetos que la rodeaban, no logra sobrevivir a las vanguardias. Si la reacción del arte se vuelve agresiva en lo que concierne a los medios de masa, el diseño también marca su postura y se desentiende de los caminos que marcan los artistas.

De entre las posibles razones de su distanciamiento, dos nos resultan especialmente evidentes. Existe, en primer lugar, una tendencia “natural” a la desvinculación con las intrincadas teorías artísticas desde el momento en el que el diseño es concebido como una necesidad industrial y sus benefactores no forman ya parte del universo intelectual sino del mundo empresarial. El diletantismo de una primera burguesía que competía con la aristocracia, da paso a una nueva clase pudiente con menos complejos culturales y más preocupada por los asuntos materiales.

También resulta evidente, en segundo lugar, la reacción que se produce desde el ámbito académico del diseño ante la actitud individualista e intransigente que el arte está demostrando. Esta reacción se manifestará a través de las utopías socialistas.

Estas dos posturas, la empresarial y la académica, si bien se mezclan, presentan ciertas preferencias geográficas: mientras EEUU, más representativo de esa clase burguesa enriquecida en base al trabajo mundano incide en la primera, la vasta tradición cultural europea arrastra al diseño a una disputa que pasa por el discurso teórico.

3.2 Estados Unidos y la mentalidad empresarial

El diseño norteamericano, al igual que había ocurrido con el arte, es impulsado por los eventos históricos a dejar de un lado su provincianismo y a subirse al carro internacional. Y al igual que había ocurrido con el arte, los diseñadores se apoyan en la experiencia europea. Si las primeras migraciones de profesionales europeos sucedidas durante los años 30 contribuyeron a dotar de cierto rigor a una disciplina basada hasta entonces en intuiciones, la segunda oleada –o más bien estampida– que se produce

coincidiendo con la ocupación nazi, resulta fundamental para que el diseño estadounidense encuentre su camino dentro de la modernidad.

Volvemos aquí a toparnos con la Bauhaus, y es que, para mediados de los años 40, gran parte de sus actores estaban asentados en Estados Unidos: Walter Gropius, Mies Van der Rohe, Herbert Bayer, Marcel Breuer, Moholy-Nagy o Josef Albers son algunos de los profesionales que, entre muchos otros, reanudaron su trayectoria en este país. Su influencia se dejó sentir tanto en el diseño como en el arte, gracias en gran medida, a una importante labor pedagógica.¹⁹

Su principal aportación fue la de servir de enlace entre las teorías de origen constructivista y el arrojo y la espontaneidad americana, contribuyendo a dotar tanto al arte como al diseño de leyes que permitían estructurar la estética, así como del rigor analítico propio de los movimientos modernos europeos. En definitiva, completaron los “excesos” creativos infundidos por la Escuela de París y dieron a las nuevas generaciones la oportunidad de reflexionar sobre los procesos de trabajo y de experimentar conscientemente con los materiales.

La experiencia europea tuvo felices fusiones con las propuestas de algunos jóvenes vanguardistas americanos abriendo camino a estilos y personalidades propias. El minimalismo e, incluso, el Expresionismo abstracto o los primeros diseñadores “completos” americanos como Paul Rand mantienen una deuda considerable con las propuestas de los europeos.

Pero la mentalidad integradora de los viejos maestros, heredera del humanismo de la Bauhaus, chocó a menu-

19 Mientras Gropius y Breuer ejercían como profesores de arquitectura en Harvard, Moholy-Nagy intentaba recuperar el espíritu de la Bauhaus fundando escuelas como la “The New Bauhaus” o la posterior “Chicago School of design” que se convertiría en el “Institute of Design” de Chicago, una de las más influyentes escuelas del diseño americano. Igualmente destaca la labor docente de Josef Albers, primero desde la Black Mountain College, que supuso un hito para el arte abstracto norteamericano, y más tarde en la Universidad de Yale de donde procede su famosa investigación sobre el color llamada “Interaction Colour”.

do con la mentalidad americana. Los responsables de la alta cultura y por lo tanto del arte —entre los que destaca Greenberg—, no admitían la posibilidad defendida por artistas como Albers o Moholy-Nagy de aunar la subjetividad y los mecanismos estéticos del arte con los métodos racionales productivos, ansiando para el arte un estado de espiritualidad inmaculada.

Por otra parte, el diseño de los Estados Unidos se veía inmerso en una gloriosa dinámica empresarial en la que las utopías socialistas, la idea de un diseño para la vida de larga tradición en Europa, no tenía cabida excepto, si acaso, en algún que otro eslogan.

El diseño de los Estados Unidos se veía inmerso en una gloriosa dinámica empresarial en la que las utopías socialistas no tenía cabida excepto, si acaso, en algún que otro slogan.

El florecimiento del diseño en Estados Unidos vino marcado en un primer momento por la consagración de la publicidad. Las grandes empresas periodísticas que a primeros de siglo se habían convertido en las reinas del periodismo mundial hicieron posible la organización de la publicidad de prensa en forma de agencias iniciando un proceso que posibilitó la formación de las grandes plataformas publicitarias internacionales, como fue el caso de la Walter Thompson fundada en 1846.²⁰

Estas empresas estaban firmemente dedicadas a las ventas, ajenas a toda contaminación cultural, si bien no dudaban a la hora implantar algún que otro “pastiche” artístico en el momento en que un autor o movimiento acaparaba cierto éxito popular. El *styling*, que Dorfles de-

finía con acierto como una cosmética de producto²¹, alcanza su periodo de máximo esplendor durante los años 50. Los empresarios habían encontrado en las modas efímeras la gallina de los huevos de oro y no existía la necesidad de involucrarse con ninguna convicción de tinte ideológico que no viniera justificada por una cuestión puntual y meramente lucrativa.

Siguiendo esta línea de pensamiento, David Ogilvy cuestionaba los métodos de la Bauhaus por seguir criterios intangibles y por su poca solidez a la hora de incrementar las ventas. Este publicista defendía además la máxima “el fondo es más importante que la forma”,²² haciéndose eco de una tendencia en la publicidad a subvertir la función formal en favor del contenido.

Durante la década anterior, la publicidad había recibido un impulso científicista destinado a ahondar en los mecanismos de la mente con el fin de sugestionar al consumidor y de ganar así eficacia. Tal y como afirma Josep Rom, se desplazaba el “interés de la plástica que muestra y emociona”, por un nuevo discurso destinado a “demostrar y motivar”²³. Pierde así fuerza el postulado estético que se mantenía en la publicidad europea, fiel a los tiempos dorados del cartel modernista.

La despreocupación estética e ideológica vino compensada por un importante desarrollo en las estrategias de ventas, un mayor conocimiento del mercado y diferentes estudios sobre posicionamiento de marcas, hábitos de consumidores, etc., que culminaron en la primera definición oficial del concepto de marketing por parte de la American Marketing Association (AMA) en 1960.²⁴

21 DORFLES, G. *El diseño industrial y su estética*, Barcelona: Labor, 1977, p.53

22 OGYLVY, D. *Confesiones de un publicitario*. Barcelona: Oikus-tau, 1967, p.16. En: Rom, J. *Sobre la direcció d'art*. Op.cit., p.65

23 ROM, J. *Sobre la direcció d'art*. Op.cit., p.48

24 MOLINER, M.A.; CERVERA, A. “Historia y teoría del marketing” [Internet], Universitat Jaume I. Departamento de Economía, 2004-05. Disponible en: www.eco.uji.es/asignatura/obtener.php?letra=A&codigo=82&fichero=1098699834A82 - [Consulta: 28/02/2009].

20 SATUÉ, E. *El diseño gráfico*. Op.cit., p.253

La preferencia americana por las cuestiones de producción puso en manifiesto cierto desfase con la evolución de la gráfica. En este sentido, y desde un punto de vista formalista, la definición despreciativa de Meggs de los métodos del diseño americano de los años 50 resulta legítima:

Una repetición constante de eslóganes, testimonios de estrellas de cine y afirmaciones exageradas fueron los pilares de la época, enfatizados por una ocasional excelencia del diseño ²⁵

3.3 El caso europeo

Si en los Estados Unidos la forma es una cuestión secundaria, en Europa, el diseño proyecta a esta forma las más altas expectativas que van de la ética a la belleza, pasando por el consumo de una manera que se diría secundaria. En definitiva, el diseño europeo parece no haberse desvinculado de la idea tradicional de las Bellas Artes, si bien sus protagonistas pondrán todo su empeño en demostrar lo contrario.

A finales de los años 40 surgió en Suiza y Alemania lo que se ha denominado el “estilo internacional” como una prolongación de la vertiente más racionalista de la Bauhaus y de la arquitectura. Se trataba de un diseño ordenado, basado en formas geométricas, en rejillas y tipografías de palo seco, con fotografías objetivas libres de la propaganda comercial y de los reclamos exagerados de gran parte de las manifestaciones que se prodigaban en los EEUU. La claridad, la supeditación al método y la uniformidad de sus soluciones pronto ganaron adeptos en una caótica Europa que precisaba de ideas estructuradas y planes sólidos para resurgir de sus ruinas.

Si bien el viejo continente no cuenta con la capacidad productiva americana, mantiene el legado de entregueras que asumía el diseño como una disciplina de escuela, algo que no es espontáneo sino proyectado, lo que le permitirá continuar indagando ya no tanto en el campo de las ventas, en el que EEUU es líder indiscutible, sino

en la eficacia y la posibilidades que ofrecen las formas. Se busca una absoluta y universal expresión gráfica a través de una presentación impersonal, que prescinde de

Si Estados Unidos es líder indiscutible en el tema ventas, la larga tradición en el diseño le permitirá a Europa seguir indagando en la eficacia y las posibilidades que ofrecen las formas

todo elemento subjetivo apartándose radicalmente de las corrientes artísticas de moda, a la vez que mantiene las distancias con respecto a las técnicas persuasivas utilizadas en los Estados Unidos.

Esta forma de diseñar, cristalizará nuevamente en Alemania, donde la influencia de la Bauhaus era más fuerte y donde la antigua esperanza de renovación difundida por sus maestros se hacía, tras la guerra, más necesaria. Las renovadas ideas serán difundidas a través de la escuela de Ulm (Hochschule für Gestaltung), en la que se funda un estilo que tendrá un amplio desarrollo en Suiza, especialmente a través de las escuelas de Basilea y Zurich, así como a través de personajes que, a pesar de encontrarse fuera de la corriente principal, se adhieren a esa búsqueda de formas racionales de comunicación, tal es el ejemplo de Jan Tschichold.

3.4 La Escuela de Ulm

Ives Zimmerman, diseñador suizo asentado en Barcelona y formado en la escuela de Basilea, plantea que para entender la naturaleza del diseño y para concretar aspectos como su vinculación con el arte, resulta necesario remitirse a la educación. Ésta, según el autor, informa de la relación que el individuo mantendrá con el ejercicio de

la profesión,²⁶ y por lo tanto, la define.

La afirmación de Zimmerman cobra un sentido importante si atendemos a la evolución del diseño europeo, que a diferencia del americano –más definido por las necesidades empresariales–, acusa profundamente el sello de las directrices marcadas por las escuelas, y especialmente por dos: La Bauhaus y la Escuela de Ulm. Y si en algo se desmarcó esta segunda de la primera, fue en su empeño por desvincular el diseño definitivamente del arte.

Veinte años después de la disolución de la Bauhaus, nace la Escuela Superior de Diseño de Ulm, a partir de una fundación instituida en memoria de los hermanos Scholl (Hans y Sophie) ejecutados por los nacionalsocialistas. En el desarrollo de su concepto y contenido colaboraron especialmente: Inge Aicher, Otl Aicher, Max Bill y Walter Zeischegg.

Max Bill fue el primer rector del centro así como el arquitecto que proyectó el edificio que a partir de 1953 sirvió de emplazamiento para la escuela. Como antiguo alumno de la Bauhaus, llevó el programa de esta escuela a Ulm haciendo de enlace entre el diseño de entreguerras y las nuevas generaciones. Una de las consecuencias de su educación fue la de mantener el tándem arte-diseño como un principio indisoluble, algo que llevó a sus compañeros a percibirlo como una figura anacrónica, de un tiempo pasado; así lo explicaba Otl Aicher:

En lo fundamental Bill era para nosotros un prisionero de la Bauhaus. Nunca dejó de ser un artista, y tenía reservado al arte un rango especial²⁷

Y es que Max Bill, además de arquitecto y diseñador era, efectivamente, artista, el principal exponente de lo que vendrá a llamarse “arte concreto”. Sus ideas sobre un arte universal, de claridad absoluta y basadas en construcciones aritméticas controladas, encuentran su reflejo

en la nueva escuela y serán aplicadas al diseño a través de redes modulares, progresiones aritméticas y geométricas, divisiones armónicas del espacio, permutaciones y secuencias. “Es posible” –afirmaría– “desarrollar un arte en gran medida sobre la base del pensamiento matemático”²⁸. Si bien su propuesta cartesiana constituía un punto de unión con la mentalidad predominante de la Ulm, su inclinación hacia el arte supuso un problema *in crescendo* que lo llevó a su dimisión cuatro años después de la inauguración de la escuela.

En la Ulm el interés por el arte fue reducido a algo puramente cognoscitivo e instrumental

Ya en el programa educativo de los primeros años, y en contra de las propuestas de Bill, el interés por el arte fue reducido a algo puramente cognoscitivo e instrumental, quedando destituidas las clases de pintura, escultura, artes plásticas y artes aplicadas.²⁹

Esta postura, encaminada a desarrollar un diseño independiente del arte y asociado a la empresa, se hizo más manifiesta en la medida en que se renovaba la fe en la ciencia. La industria y los avances tecnológicos comenzaron a percibirse como los principales responsables de la sorprendentemente rápida recuperación de la economía germana tras la guerra, un episodio que ha sido denominado como “el milagro Alemán”. La ergonomía, las técnicas matemáticas, la economía, la física... destituyeron definitivamente los parámetros románticos de la imaginación y la libertad expresiva entre las generaciones de los diseñadores de posguerra. Existía la sensación de que el diseño llegaría a ser el sustituto del arte, tal y como años después explica Tomás Maldonado, antiguo integrante de la escuela, en una entrevista:

26 ZIMMERMANN, Y. “Acerca de la pedagogía del diseño gráfico”. En: *Del diseño*. Barcelona: Gustavo Gili, 1998, pp.31-59

27 AICHER, O. *El mundo como proyecto*. Barcelona: Gustavo Gili, 1994, p.87

28 MEGGS, P.B. *Historia del diseño gráfico*. Op.cit., p.323

29 BÜRDEK, B.E. *Diseño*. Op.cit., pp.40-41

El ala productiva del Constructivismo ruso (...) entendía por muerte del arte una transferencia de los valores que conllevan la creatividad artística al campo de la producción industrial. (...). Lo mismo sostenían algunos exponentes de la Bauhaus, especialmente después de 1928.

Si bien en parte equivocada, esta concepción fue decisiva en el desarrollo constitutivo del diseño industrial como disciplina. La parte que (hoy) juzgo equivocada de tal concepción es justamente la de creer que el diseño industrial fuese sustitutivo del arte y que el diseñador industrial reemplazaría al artista. Confieso sin embargo que, durante mis primeros años en Alemania, fue precisamente este mismo error de evaluación lo que me llevó creer que la salida lógica del tipo de arte por mí practicado fuese el diseño industrial.³⁰

Consideramos que el renacimiento del racionalismo alemán debe también ser entendido desde una óptica diferente, la del rechazo, bajo la cual los alemanes no acababan de aceptar los parámetros formales que ofrecían las naciones que habían salido victoriosas de la guerra.

Existía cierta sublevación ante la postura capitalista y su idolatría al individualismo. Desde la postura de la Ulm, aún ligada a la mentalidad socialista del diseño, se intuía, en esa libertad de expresión predicada para los artistas, estrategias que enmascaraban luchas de índole muy diferente. El cuestionamiento al que expone Otl Aicher al arte, así lo constata:

(...) hubimos de preguntarnos si una cultura y un arte que ignoran los verdaderos problemas humanos de una posguerra no están ellos mismos poniéndose en evidencia. ¿no sería el arte en su conjunto una coartada para dejar la realidad en manos de quienes la tenían en su dominio? ¿no respondía el arte a una voluntad burguesa de enmascaramiento festivo para poder tener en los asuntos cotidianos más firmemente la sartén por el mango? ¿no fueron precisamente los interesados en el poder los que más habían hecho por el arte?³¹

30 MALDONADO, T. *Escritos preulmianos*. Buenos Aires: Infinito, 1997, p.124

31 AICHER, O. *El mundo como proyecto*. Op.cit., p.81

Los diseñadores intuían en la libertad del artista estrategias que enmascaraban luchas de índole muy diferente

Los miembros de la Ulm reaccionaban ante un arte confinado en su castillo de cristal, y el hecho de que pudiera significar un ejemplo para el diseño suponía, en palabras de Aicher, un peligro. En el periodo delicado que estaba viviendo Europa resultaba necesario volver la cabeza hacia los asuntos reales, a los productos de la calle, al hombre. Estos planteamientos mantienen muchos de los elementos que habían tensado el diálogo entre la Bauhaus y la Escuela de París, pero lo que había sido precisamente eso, un diálogo, pasa ahora a ser una firme exposición de las posturas tanto por parte de los diseñadores de la corriente funcionalista como por parte del arte y de su principal embajador, el Expresionismo Abstracto.

Ante la amenaza de un arte formalista basado en la subjetividad y despreocupado por la realidad social, el nuevo diseño se centra en lo objetual, en la capacidad racional que tienen las cosas para facilitar la vida o para satisfacer las necesidades de un colectivo.

Pronto este movimiento traspasó sus fronteras naturales para convertirse en verdaderamente internacional y alcanzar la cumbre a la que aspira todo movimiento racionalista, a saber, la universalidad.

La rápida estabilización de muchos de los países europeos, ayudó a la consagración de este movimiento como un símbolo para expresar un nuevo orden nacido en los años del crecimiento económico de posguerra. Además su capacidad de sistematizar y de unificar en un cuerpo diversos tipos de información lo colocaron en una situación privilegiada ante las grandes organizaciones, que lo adoptaron eficazmente como método identificativo.

La absorción por parte del universo empresarial de este estilo conllevó, inevitablemente, la pérdida de los valores

en los que se fundaba³²: su cariz socialista y el alejamiento de la estética (del arte por el arte) despreciada por ser considerada una forma de segregación social o un distintivo de pertenencia a una clase

Por una parte los ideales utópicos dieron paso a las fuerzas del mercado convirtiendo el estilo internacional en un prestigioso distintivo avalado por distintas instituciones. Sus principios racionalistas acabaron transmitiendo mensajes estrechamente relacionados con la condición social, el prestigio y el poder (...) alejando al movimiento de sus raíces socialista. El estilo moderno o internacional acabó siendo aceptado como el “buen diseño” no sólo por la industria sino también por las escuelas, los museos o –incluso los Estados.³³

Por otra parte, una vez despojado de su ideología, el movimiento –olvidándonos por un momento de sus aportaciones metodológicas– no pasó de ser un estilo más, una concepción estética con el objetivo de establecer un canon de belleza y mostrar el camino para alcanzarlo con garantías de éxito. El funcionalismo como estilo, tal

y como indica Calvera, responde a un canon formal y conceptualmente clasicista, en el que la calidad deriva de la coherencia existente entre una esencia técnico-funcional y una apariencia estética basada en la elegancia austera (menos es más); lo que no está de más porque, tal y como indica la autora, los objetos y comunicados gráficos creados de ese modo, además de ser bonitos, eran discretos.³⁴

Como corriente estética el funcionalismo o el estilo internacional resultó ser extremadamente dogmática y acabó siendo prisionera de sus propias leyes. Si observamos los siguientes logotipos, creados en diferentes años para la Penguin Books³⁵ (FIG.13), una editorial de clásicos que desde su creación en 1935 ha sido un reflejo de la historia del diseño británico, puede entenderse fácilmente a qué nos referimos.

Los logotipos correspondientes a los años sesenta, con el estilo internacional en su máximo apogeo, se adhieren a esa objetividad, geometría y adecuación modular que pro-

32 AICHER, O. *El mundo como proyecto*. Op.cit., p.36

33 GARNER, P. *Sixties design*. Roma: Taschen, 2003, pp.19-25

34 CALVERA, A. “Nuevos capítulos en una polémica que viene de lejos”. En: CALVERA, A. (ed.). *Arte¿? Diseño*. Op.cit., pp.16-17

35 BAINES, P. *Penguin by design: A cover story 1935-2005*. London: Penguin Group, 2005, p.250-251

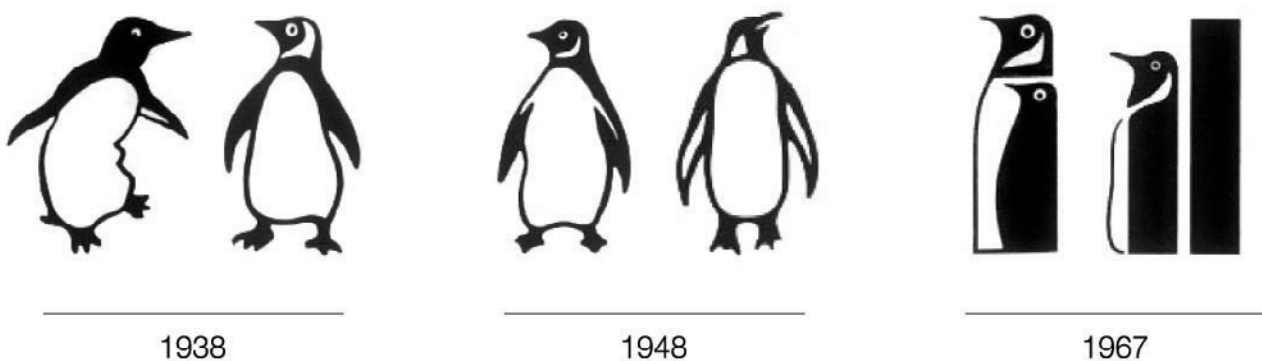


FIG.13: Distintos logotipos para la editorial Penguin Books

mulga el movimiento, pero no resulta difícil darse cuenta de que parecen no poder llegar mucho más lejos. Por otra parte, resulta cierto que, aún hoy en día, nos resultaría verosímil si nos dijeran que el tercer ejemplo forma parte de la imagen de una empresa de mayor envergadura que el resto. Tal es el importante legado que el movimiento racionalista ha dejado en nuestro subconsciente.

Tal y como apunta Dorfles, el de la Ulm es tal vez el único intento de la segunda mitad del siglo XX por encontrar un nuevo enfoque didáctico y dar respuesta a los problemas de comunicación masiva buscando la coherencia del ambiente del neo-capitalismo³⁶. Pero si esa coherencia no dejaba de ser un ideal, el funcionalismo sí que consiguió que el diseño pasará a ser un elemento clave del movimiento contemporáneo, estableciendo, sin proponérselo, el valor simbólico de unos objetos que más allá de su valor de uso, pasan a ser objetos de diseño.

Sin embargo, y a la vista de sus limitaciones, no es de extrañar que los movimientos posteriores proclamaran a gritos una nueva libertad expresiva y, en cierto sentido, una nueva aproximación al mundo del arte.

Lo que le tocó hacer al movimiento postmoderno en la década de los ochenta fue constatar el agotamiento y el cansancio de un diseño que había congelado su verdadera esencia y que se había agotado en la reiteración de formas, funciones y técnicas. Y, por supuesto, tratar de derribar los muros que entre el arte y el diseño se habían levantado.

36 DORFLES, G. *El diseño industrial y su estética*. Op.cit.

E) CONCLUSIONES DEL ESTUDIO



1. CONCLUSIONES

1.1 Revisión de objetivos

Al comienzo de este estudio nos marcábamos una serie de objetivos específicos que, tras el análisis, procedemos a retomar:

1. Demostrar la raíz común del arte y del diseño:

Tal y como ha podido comprobarse a lo largo de este trabajo, el diseño está profundamente arraigado en el arte. Tanto aquellos que comenzaron su actividad siguiendo la línea ideológica que marcaban las Arts&Crafts (modernismos, Werkbund, Bauhaus, Ulm), como aquellos que se desvincularon de temas ideológicos para abrazar directamente los métodos industriales (George Stubbs, John Flaxman, Dresser) se consideraban artistas y eran considerados artistas por sus semejantes

2. Demostrar que la llegada de la tecnología no sólo provoca el nacimiento de lo que llamamos diseño, sino que también cambia radicalmente lo que venía siendo el arte y el artista:

La llegada de la tecnología, principalmente de la pintura, aparta a los artistas de muchas de sus funciones y aleja al arte de sus principales objetivos. Ante esta situación y aferrándose a la idea romántica del artista, el arte moderno será capaz de reinventarse renegando de los principios del arte tradicional. Haciendo uso de su tradición áulica y de su poder de legitimación cultural y social¹ logrará posicionarse en la nueva sociedad capitalista como el más excelso de los objetos de lujo.

3. Demostrar que, en muchos aspectos, el diseño gráfico es más cercano al arte tradicional que el arte en sí.

Para hablar de este punto nos remitimos a los criterios de Duchamp a la hora de valorar aquello que era arte: Duchamp (a través del Sr. Mutt) afirmaba que el arte no respondía a parámetros estéticos, sino a una elección del artista. Explicaba que el hecho de que el artista hubiera o no hecho la obra con sus propias manos carecía de importancia y, además, afirmaba que la artísticidad se basaba en la pérdida de la funcionalidad real del propio objeto al distanciarse de su uso cotidiano.

Todos estos principios, la belleza, o incluso la fealdad, la maestría y la función –ya fuera esta mimética, religiosa, expresiva, conmemorativa, etc. – que habían sido, hasta ahora parte consustancial del arte son rechazados por las vanguardias y el arte posterior. Estas tres ideas, la estética, la maestría o el oficio y la funcionalidad son tres ejes muy principales del diseño lo que lo convierten, en cierto sentido, en un más fiel heredero del arte tradicional de lo que lo es el propio arte.

4. La desvinculación con el arte por parte del diseño responde a motivos (sociales, económicos, culturales...) ajenos a la práctica y a la tradición de la profesión.

A lo largo de este estudio hemos ido exponiendo distintos intereses que han acompañado al nacimiento del arte moderno: hemos visto cómo los artistas inventaban el nuevo arte para mantener un estatus, cómo la burguesía lo utilizaba para legitimar un cambio de postura, cómo bajo el capitalismo y los mercados del arte éste se convertía en un objeto de lujo y cómo Estados Unidos utilizaba el nuevo arte para legitimar su condición de nueva potencia mundial, oponerse al comunismo y ganarse a los intelectuales europeos. También hemos visto que lo que hoy llamamos diseñadores eran, según ellos y la sociedad que los rodeaba, artistas, por lo menos hasta bien entrado el siglo XX.

1.2 Reflexiones finales

Todos estos factores que llevaron a una escisión entre los artistas y los diseñadores culminan con la apropiación de la historia del arte y de su tradición cultural por parte de los agentes vinculados al arte moderno: mientras el diseño, en cuanto a fenómeno necesario en las sociedades postindustriales resulta una actividad “transparente” que no requiere ser explicada, el arte no encuentra su sentido fuera de una historia y de un marco cultural que lo legitime; tal y como lúcidamente explicaba Ángel González,² el autor, la técnica, la historia, el soporte... se convierten en criterios necesarios para justificar los elevados precios que

1 ORTEGA Y GASSET, J. *La deshumanización del arte*. Op. Cit.; BOURDIEU, P. *La distinción*. Madrid: Taurus, 2012

2 Ver: *El nuevo arte y la conquista del público*

los objetos artísticos alcanzan en el mercado. Sin duda esta es una buena razón para mantener a buen recaudo la historia y la tradición.

Por su parte, el diseño ha ido perdiendo su vinculación con la historia del arte por dos motivos que ya hemos observado. En primer lugar, porque el diseño se ha movido, mayormente, en un plano instrumental: un sector muy importante del diseño y los diseñadores ha estado más pendiente de los objetivos empresariales e industriales que de mantener o buscar sus orígenes y sus fundamentos. Por otra parte, las secciones más interesadas en la cultura del diseño –los seguidores del movimiento moderno– abogaron por desvincularse de parte de su historia como reacción a las provocaciones del arte, olvidando que el arte tradicional no siempre se había fundamentado en la exaltación del individualismo.

Finalmente, cabe destacar que, tal y como nos explicaban autoras como Pelta o Campi³, la historia del diseño está escrita en gran medida por y para los diseñadores industriales. Suponemos que desde el punto de vista del diseño industrial no resulta demasiado importante desecharse una historia para la que las artes decorativas y la artesanía han sido siempre cuestiones secundarias. Una de las mayores preocupaciones de la historia del arte ha sido, desde su nacimiento, la pintura, o sea, las imágenes. Las aportaciones de la historia del arte en este campo son ricas y llenas de matices y desde el diseño gráfico una relectura se hace obligada. Consideramos que el predominio de la visión de los diseñadores industriales en el diseño ha contribuido también a pasar por alto todo lo que la historia de las artes plásticas tenía que ofrecer al diseño gráfico.

Este estudio nos reafirma en uno de los puntos de la hipótesis principal que hace mención a los prejuicios sobre los que se asientan las fronteras entre el arte y el diseño. Esta afirmación permite abrir un debate que dé pie a generar nuevos relatos históricos que desde el diseño tengan en cuenta la tradición artística.

En un siguiente paso nos cuestionamos el interés que esto tendría: ¿será realmente útil para el diseño hacer este tipo de historia?

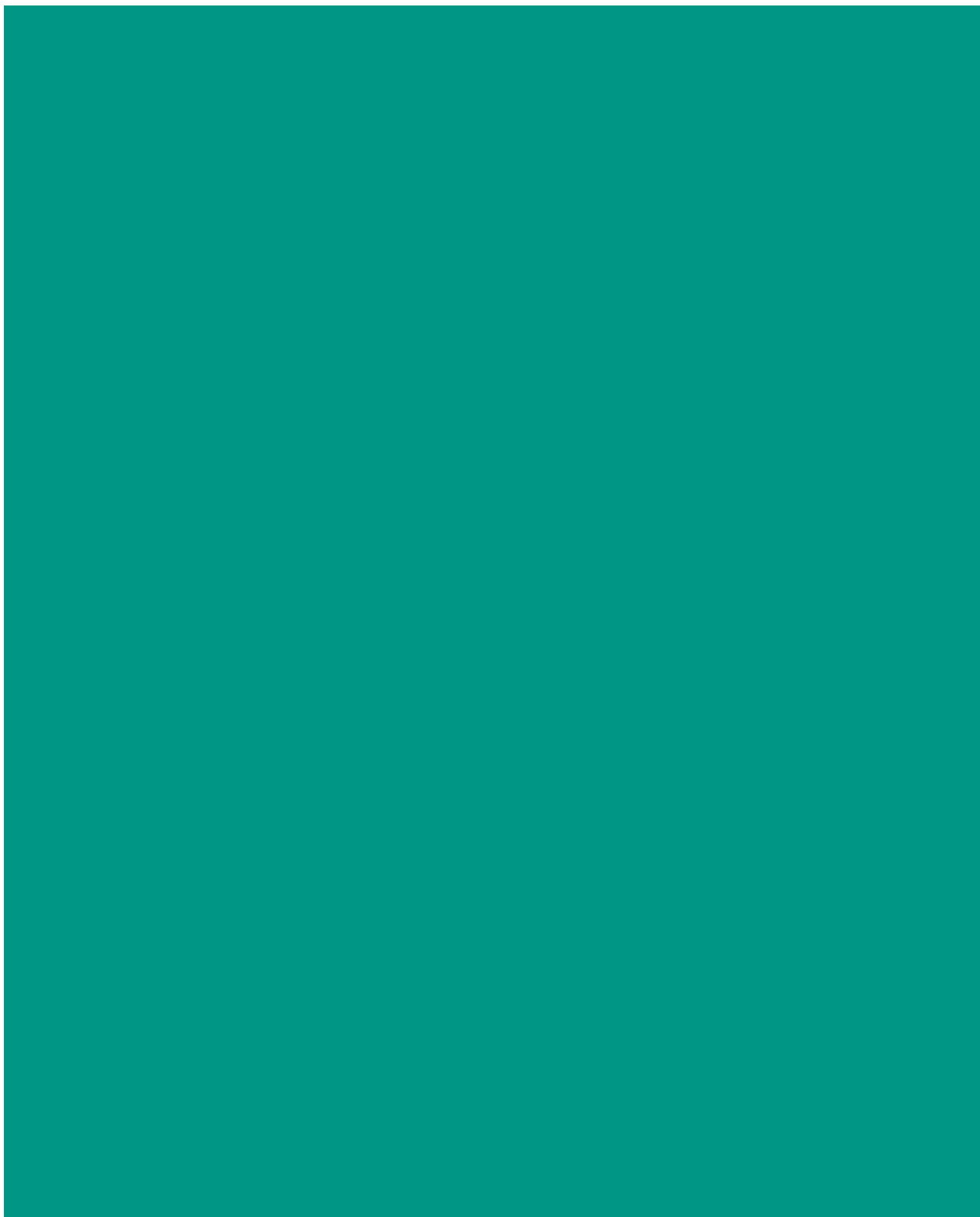
3 Ver: *La historia del arte y la historia del diseño*

2.

Metodologías del arte en el contexto del diseño. Opinión de los diseñadores gráficos

- A) INTRODUCCIÓN AL ESTUDIO**
- B) EL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**
- C) PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS**
- D) ANÁLISIS DEL ESTUDIO**
- E) CONCLUSIONES DEL ESTUDIO**

A) INTRODUCCIÓN AL ESTUDIO



1. INTRODUCCIÓN AL ESTUDIO

1.1 Presentación y justificación del estudio

Extendiéndonos sobre lo que ya adelantábamos en el capítulo introductorio, en las páginas que siguen vamos a hacer un análisis cuantitativo bajo la hipótesis de que los paradigmas y metodologías utilizados tradicionalmente para estudiar la historia del arte son vigentes y necesarios a la hora de comprender las piezas gráficas en profundidad y, sobre todo, son útiles para los diseñadores gráficos a la hora de ampliar sus registros y adquirir enfoques más críticos a la hora de trabajar.

La confirmación de este supuesto significaría dar un paso más en nuestra hipótesis y en nuestro objetivo de demostrar que la tradición de la historia del arte debería formar parte de la historia del diseño en contra de lo que se defiende desde ciertas posturas académicas.

La historia del arte ha ido evolucionando a lo largo del tiempo y, muy especialmente, en los últimos tres siglos para erigirse como una ciencia con unos objetivos y una entidad propia. Con este fin ha ido adoptando y adaptando distintas metodologías de trabajo dependientes de los conocimientos y la cultura de cada época.

Podríamos decir que la historia del arte ha ido añadiendo prismas bajo los que observar su objeto de estudio: la obra de arte. Estos prismas, forjados a lo largo del tiempo, dotan a la teoría del arte de una riqueza de interpretaciones y formas de acercarse a las imágenes que la teoría del diseño pasa de largo o bien aplica de forma intuitiva, sin consciencia ni rigor metodológico.

Nuestro estudio no carece de importancia: si los métodos que tradicionalmente han hecho de la historia del arte una disciplina científica y autónoma son compartidos por el diseño estaríamos, por lo menos, hablando de que el objeto de estudio del arte tradicional y del diseño es –si no igual– muy similar. Consideramos que resulta lógico pensar que si estas metodologías, creadas explícitamente para aquello que durante los últimos siglos ha sido entendido como arte, se adaptan también al diseño, es porque el arte tradicional y el diseño comparten una misma entidad que los hermana en el transcurso del tiempo. Esto vendría a dar luz sobre temas ontológicos del diseño así

como aportaría una pieza más a nuestra teoría de que la historia del arte debe formar parte de la base de la historia del diseño gráfico.

Por otra parte, demostrar que los métodos o prismas tradicionales bajo los que se estudia el arte son aplicables al diseño llamaría –primero– a una revisión de los mismos desde la perspectiva del diseño y –segundo– abriría un vasto campo para investigaciones posteriores que podrían partir, no ya de un vacío metodológico, sino de una tradición con numerosas e importantes aportaciones, contrastes, etc.

Si los métodos que han hecho de la historia del arte una disciplina científica son compartidos por el diseño gráfico hablaríamos de un objeto de estudio al menos similar

Finalmente, pero no menos importante, conocer hasta que punto los diferentes enfoques motivan o resultan útiles a los diseñadores ayudaría en la construcción de una historia que les resultara más cercana, más interesante y más útil.

1.2 Un estudio exploratorio

Para continuar, resulta necesario concretar qué son y cómo nacen estas metodologías a las que nos referimos. El primer paso lógico será, por lo tanto, hacer un breve recorrido, un mapa a través de los principales paradigmas y métodos de la historia del arte. Este mismo mapa nos servirá para, en un siguiente paso, construir nuestra herramienta de investigación.

No es la intención de este capítulo convertirse en una guía historiográfica sobre la historia y teorías del arte; existen en el mercado multitud de obras de referencia que cometen esta función. Se trata más bien de hacer un ejercicio de síntesis a la búsqueda de aquellas ideas clave que han tenido una mayor relevancia a la hora de

configurar la historia del arte como disciplina científica. A partir de estas ideas clave trataremos de destilar las preguntas de nuestro cuestionario.

Somos conscientes de que resumir las corrientes metodológicas de la historia del arte en un cuestionario puede resultar reduccionista. Es por esto que debemos insistir en el carácter exploratorio de nuestro cuestionario. Nuestro fin no es tanto elaborar descripciones detalladas sino presentar una visión general del tema de estudio. Esta búsqueda de lo general viene justificada por la falta de antecedentes de nuestro estudio: en palabras de Ander-Egg¹ hablaríamos de *familiarizarnos con un tema desconocido, novedoso o escasamente estudiado* que nos sirva como refuerzo de nuestras hipótesis y como apoyo a la anterior investigación histórica y posterior análisis de contenidos.

1.3 Fuentes y criterios de selección

Condensar la densa e intrincada información que nos ofrece la historiografía artística en una serie de preguntas que representen el esqueleto que ha fundamentado la historia del arte y que, además, puedan ser comprendidas fácilmente por un público no habituado al tema no es tarea fácil. La síntesis, requiere una comprensión profunda de los datos capaz de destilar lo realmente importante pero, además, requiere aptitudes pedagógicas que permitan transmitir de la manera más eficiente y fácil posible esa concreción. Es por eso que, además de la biografía de referencia² y las fuentes primarias relativas a los autores principales de cada uno de los paradigmas tratados, para realizar este resumen hemos también acudido a tesis doctorales y a programas didácticos que, por su vocación pedagógica y su carácter esquemático nos

han resultado de gran ayuda a la hora de realizar este trabajo de síntesis³.

La tesis *Les proves de correcció objectiva i l'aprenentatge de la Història de l'Art al Batxillerat*⁴ también ha resultado un referente. Montserrat Rovira, con el fin de sistematizar un sustrato teórico que fundamente sus instrumentos de investigación, propone un resumen de los principales enfoques de investigación de la historia del arte basándose en su presencia dentro de los programas didácticos y de formación del profesorado. En su propuesta incluye el método biográfico, el positivismo, el formalismo, el paradigma iconológico y el sociológico. En cada uno de los paradigmas tratados incluye además una tabla, un esquema en el que precisa su base teórica y su metodología.

Hemos seguido su planteamiento a nivel estructural por resultar claro y útil para realizar nuestro instrumento de investigación. Se ha seguido también su criterio a la hora de establecer cuáles eran las teorías clave de la historiografía del arte si bien, a partir de la bibliografía consultada han sido añadidos ciertos enfoques y la información ha sido ampliada.

Podrá observarse que no están incluidos los enfoques metodológicos que nacen paralelos a la posmodernidad. Esta decisión concuerda con los límites propuestos al principio de esta tesis: a partir de los años 60, el diseño comienza ya a escribir su propia historia por lo que es capaz de ir asimilando de manera consciente y crítica los avances ideológicos y asumirlos sin complejos con un enfoque propio, cosa que ocurre con las metodologías precedentes, las de la historia del arte.

1 ANDER-EGG, E. *Técnicas de Investigación Social*. Argentina: Lumen, 1995, p.35

2 FERNANDEZ ARENAS, J. *Teoría y metodología de la historia del arte*. Barcelona: Antrhpos, 1989; KULTERMANN, U. *Historia de la historia del arte*. Madrid: Akal, 1996; OCAMPO, E. y PERAN, M. *Teorías del arte*. Barcelona: Icaria, 2002; BORRÁS, G.M. *Teoría del arte I. Las obras de arte*. Madrid: Historia 16, 1996; SOLE, P.A., *Historia del arte: ciencia y metodología* [archivo informático]. Tavira, 1985, n.2, pp. 91-106; GARCÍA MELERO, E., *Literatura Española sobre artes plásticas*. Madrid: Encuentro, 2002

3 PELÁEZ, E. M. *Historia y métodos en la historiografía del arte occidental* [en línea]. Proyecto Clio, Disponible en: clio.rediris.es/n30/artehistoriografia.htm [Consulta: 14/03/2015]; GONZÁLEZ ROMÁN, C., *Teoría del arte* [archivo informático]. Málaga: 1012, Disponible en: www.uma.es [17/04/2015]; SANTIAGO MARTÍN, P., *Análisis de la obra de arte* [vídeos], Valencia: Universidad Politécnica de Valencia, 2011, Disponible en: www.youtube.com/watch?v=cUbj-KmBhVA [Consulta: 14/03/2015]

4 ROVIRA I BACH, M. *Les proves de correcció objectiva i l'aprenentatge de la Història de l'art al Batxillerat* (tesis doctoral dirigida por Trepal, C.). Barcelona: Universitat de Barcelona, 2007

2. LAS METODOLOGÍA DE LA HISTORIA DEL ARTE

2.1 La historia del arte

La historia del arte estudia los objetos y acciones artísticas en relación a su contexto histórico; describe, explica e interpreta las obras de arte, sus significados, funciones y su valor a lo largo del tiempo. Lo que diferencia a la historia del arte de otras disciplinas que también muestran interés por este tipo de objetos artísticos como la antropología o la sociología, es que al historiador de arte le interesan las obras de arte como hechos históricos y hechos estéticos.

A día de hoy los esfuerzos de esta disciplina se orientan principalmente hacia la obtención de un conocimiento a través de un método científico y hacia la democratización, valoración y difusión del patrimonio artístico y cultural.

Como ya hemos precisado en capítulos anteriores, el concepto de arte occidental, si bien mantiene una serie de características comunes, no es el mismo ni a lo largo del tiempo ni en las diferentes sociedades en las que se produce e, igualmente, las formas de interpretarlo cambian. En palabras del gran divulgador y erudito Ernest Gombrich:

“no existe, realmente, el Arte. Tan solo hay artistas. Éstos eran en otros tiempos hombres que cogían tierra coloreada y dibujaban toscamente las formas de un bisonte sobre las paredes de una cueva; hoy, compran sus colores y trazan carteles para las estaciones del metro. Entre unos y otros han hecho muchas cosas los artistas.”⁵

Pero si bien el arte depende en gran medida de un consenso social establecido en la época y la sociedad en que se produce, existen metodologías, fórmulas y puntos de vista que han tenido un gran peso a lo largo de los últimos siglos a la hora de conformar las ideas sobre arte con las que convivimos a día de hoy.

Los escritos, descripciones y las reflexiones sobre los objetos que hoy consideramos obras de arte son –casi–tan antiguos como esas mismas obras. Sin embargo, no será

hasta muchos siglos después cuando pueda hablarse de ciertos sistemas de estudio que acerquen la historia del arte a un estatuto de disciplina. Ya desde el renacimiento comienzan a darse importantes pasos hacia la configuración de un sistema para estudiar el fenómeno artístico. Pero el mayor esfuerzo de hacer de la historia del arte una ciencia autónoma se produce en el contexto de la mentalidad que sigue a las ideas ilustradas, coincidiendo con la revolución industrial. Será, por lo tanto, durante el siglo XIX cuando se sistematizarán y se dotará de una estructuración racional a las más importantes metodologías de la historia del arte. La disciplina en su acepción científica, es, por lo tanto, relativamente joven pero muy rica y compleja en cuanto a enfoques y significaciones.

2.2 El método biográfico

Desde siempre se ha hablado y escrito sobre el arte en occidente; son innumerables los testimonios y textos que desde la Grecia antigua hasta la actualidad se han ido generando, todos ellos reflexionando, comentando, analizando o simplemente describiendo las obras de arte. La mayor parte de estas aproximaciones o bien observaban el parecido de las obras con el modelo –la mimesis– o bien eran estudios técnicos sobre los métodos empleados. Sin embargo, el primer intento de sistematización de comentarios sobre arte no se dará hasta el renacimiento y consistirá en relacionar las obras de arte con las vidas de sus autores.

Existe, entre los historiadores del arte, cierto consenso sobre que la historia del arte nace como disciplina en el siglo XVI y, más concretamente, con la obra *Vidas de los mejores arquitectos, pintores y escultores italianos* de Giorgio Vasari. Y es que la obra de este autor es, probablemente, la primera aportación que intenta hacer una vertebración histórica rigurosa del desarrollo del arte.

Hay que entender esta obra dentro de una nueva conciencia artística surgida en Florencia a partir de la segunda mitad del siglo XIII de la mano del pensamiento humanista de autores como Dante, Petrarca, Boccaccio o Villani. Tal y como ya comentábamos en capítulos anteriores, surge en este momento un nuevo concepto de arte que abandona el objetivo medieval de representar una

5 GOMBRICH E. *La historia del arte*. Madrid: Debate, 1995, p.15

idea superior para – siguiendo el ejemplo de los clásicos– imitar a la naturaleza. En este contexto algunos artistas comenzarán a destacar por unos nuevos conocimientos científicos y humanistas a través de los cuales se irán introduciendo en las cortes. Algunos de estos artistas consiguieron acaparar un importante interés por sus figuras, un interés que tendrá su reflejo en una nueva manera de aproximación al arte: la biografía del artista.

Las *Vidas* de Vasari conforman un copioso catálogo de biografías de artistas en el que el autor busca conseguir un retrato de sus personajes que permita explicar su práctica artística, es decir, analiza y valora las obras desde su ordenación en un trayecto vital incluyendo aspectos como las relaciones entre los artistas y sus mecenas. Las obras se analizan como expresión absoluta de un temperamento o de un pensamiento. El culto a la personalidad del artista es, por lo tanto, la piedra angular de este método histórico.

El paradigma biográfico se mantendrá vivo a través del tiempo como un método útil para catalogar la obra de un autor; incluso a día de hoy, resulta muy fácil encontrar en cualquier librería libros y catálogos centrados en artistas en los que su obra viene ordenada en base a su trayectoria vital.

Esta forma de aproximación al arte irá completándose con otras metodologías y se irá enriqueciendo y alimentando de nuevas aproximaciones como la biografía psicoanalítica de Freud o la historia de las generaciones de artistas de Pinder.

BASE TEÓRICA: El método biográfico explica la obra de arte a través de la persona que lo realiza entendiéndola como una línea en la que las obras se suceden perfeccionándose en el tiempo.

METODOLOGÍA: Se estudia el trayecto vital del artista a través de una reconstrucción biográfica estableciendo relaciones causales entre momentos vitales y expresión artística.

2.3 La superación del método biográfico

La superación del método biográfico debe entenderse dentro de un nuevo contexto ideológico en gran parte promovido por la filosofía de Descartes y su Discurso del método. Descartes llama la atención sobre la necesidad de utilizar el razonamiento para alcanzar el conocimiento dando pie a nuevas formas de investigar basadas en la enumeración, división, clasificación y comprobación de los hechos.

Coincidiendo con las primeras cátedras de arte en las universidades europeas, será el historiador germánico Johann Joachim Wickelmann el primero en tratar de crear un sistema para analizar la historia del arte y no de los artistas, empleando una metodología a la vez descriptiva e interpretativa. Su nuevo enfoque le permitirá descubrir, por primera vez, cierto desarrollo racional en el arte, ciertas leyes que lo hacen evolucionar; de ahí la capital relevancia de su aportación. Sus principales ideas quedan registradas en su obra *Historia de Arte de la Antigüedad* (1764).

La novedad del sistema de Wickelmann radica en su intento de comprender, no sólo la obra de arte en sí, sino también sus causas históricas, geográficas, políticas... El autor entiende el arte como una manifestación de una cultura y de un momento histórico determinado, es decir, como un hijo de su propio tiempo y de su entorno. Con ello introduce en el arte ideas principales de las corrientes historicista y positivista, que serán la base de la historia del arte decimonónica.

Wickelmann da un importante giro a la tendencia epistemológica dominante ya que amplía la escala del objeto de estudio; si con Vasari, el arte se gestaba y se desarro-

llaba en base a las experiencias vividas por una persona –el artista–, ahora las pautas de crecimiento, plenitud y decadencia artística se dan en unos periodos determinados. Estos periodos dan pie a los historiadores posteriores a hablar de algo que a día de hoy tenemos muy interiorizado: los estilos históricos. Es por este esfuerzo de ordenar el arte cronológica y estilísticamente en momentos históricos determinados por lo que Wickelmann es considerado el padre de la historia del arte en un sentido moderno.

La principal limitación de su propuesta fue su idealismo dogmático; siguiendo el espíritu de su época, su historia del arte se mide a través del rasero del clasicismo restando “cientificidad” al conjunto en cuanto a que todo lo que no se asemeja al arte clásico es, según el autor, decadente:

Las artes que dependen del dibujo empezaron, como todas las invenciones, por lo imprescindible; luego se buscó la belleza y finalmente llegó lo superfluo: tales son los tres grados principales del arte. Las noticias más antiguas nos dicen que las primeras figuras no representaban al hombre tal como lo vemos, en su aspecto, sino en sus contornos. De la simplicidad de la figuración se pasó al estudio de las proporciones que enseñaba la exactitud, y ésta permitió aventurarse con lo grande, y así el arte alcanzó altura y pudo llegar progresivamente entre los griegos a la máxima belleza. Después de haber unido todas las partes de la figura y buscado su adorno, se cayó en lo superfluo, con lo cual la grandeza del arte desapareció, hasta que le acabó llegando la completa decadencia.⁶

Pero a pesar de sus limitaciones, el esfuerzo y el ejemplo de Winckelmann será continuado por numerosos autores coincidiendo con una época especialmente fecunda para la literatura artística: el siglo XVIII no solo verá nacer la historia del arte sino –también– la crítica artística de la mano de Diderot y la estética, a partir de las ideas del filósofo alemán Baumgarten.

La eclosión de la semilla plantada por la ilustración dará sus frutos en la Europa industrial del s.XIX. El creciente interés en la constitución de una filosofía de la historia⁷, y la disposición para hacer de esta historia una ciencia serán los principales pilares sobre los que se asentará la historia del arte. El historicismo y el positivismo son los primeros grandes paradigmas que convivirán, entremezclados, en una teoría del arte decimonónica caracterizada por el optimismo y la fe en el progreso.

2.4 Historicismo

Una de las características del pensamiento moderno es que los procesos sociales se vuelven históricos, es decir, cronológicamente desarrollados e interesantes en cuanto a que el pasado determina el presente. En otras palabras, la dimensión histórica de los objetos, la filosofía, el arte, la política, etc., se convierten en objeto de estudio. La historia del arte, que hasta ahora había sido afrontada de manera intuitiva, gracias a las ideas positivistas se empieza a someter a formas de entendimiento y de razonamiento como son la comparación, el causalismo, la conexión, la síntesis, etc., que ayudarán a ordenar y clasificar los hechos históricos.

Lo histórico –es decir, el factor tiempo– se introduce así como nueva categoría en la valoración de la evolución artística. Un significativo ejemplo de esta nueva dimensión en el campo del arte lo encontramos, a comienzos del siglo XIX, en el Museo Napoleón de París (actual Museo del Louvre). Por vez primera pudieron verse obras ordenadas en base a escuelas y a una cronología, prueba de que los objetos artísticos adquirirían un nuevo valor en cuanto testimonios históricos del pasado. Sobra decir que esta manera de catalogar el arte en base a su antigüedad goza de buena salud –también– a día de hoy. La catalogación y ordenación de la historia es una propuesta positivista que se verá enriquecida, complementada e incluso puesta en duda por los postulados del idealismo y el romanticismo, dando pie al historicismo.

6 WINCKELMANN, J.J. *Historia del arte en la antigüedad*. Madrid: Akal, 2011, p.15

7 HENARES CUELLAR, I.L., CALATRAVA, J.A. “El historicismo en la crítica del arte del romanticismo español”. *Mayurqa: revista del Departament de Ciències Històriques i Teoria de les Arts*, N° 19, 1979-1980, pp. 309-322

El historicismo parte del contraste entre las ciencias de la naturaleza, consagradas a la observación de fenómenos que se reproducen según leyes rigurosas e inmutables; y las ciencias del hombre o ciencias del espíritu, que se basan en un constante cambio y cuyo objeto de estudio son historias únicas basadas en acciones conscientes y cargadas de sentidos. Esta dicotomía llevará a Dilthey a su célebre afirmación: “explicamos la naturaleza, pero comprendemos la vida espiritual”⁸.

Si Descartes había preparado el terreno para el positivismo anunciando una razón capaz de alcanzar el conocimiento mediante la aplicación de un método, Emanuel Kant, con su *Crítica de la razón pura*, propone una razón que va más allá en el sentido de que es capaz de emancipar al ser humano a través del devenir histórico. ¿Cómo?, si el fin último del ser humano es el de ser capaz de racionalizar de forma libre y autónoma o el de “alcanzar una mayoría de edad”, cada paso que se da en ese sentido se ve reflejado en la historia y en las acciones sociales y políticas que en ésta acontecen. La historia se convierte en algo así como el progreso en el uso de la razón por parte de la humanidad y debe, por lo tanto, tratar de ser comprendida de manera crítica.

Bajo el prisma de este nuevo paradigma del conocimiento histórico, Kant da el pistoletazo de salida a lo que será un incesante intento por comprender las causas y los actores de la historia a través de los métodos críticos de la razón. Su influencia, sumada a la de otros autores románticos como Herder sienta las bases para un nuevo paradigma del conocimiento histórico conocido como historicismo.⁹ Dilthey define así los fundamentos de esta *escuela*¹⁰:

Animaba a esta escuela (...) un ahondamiento amoroso en las particularidades del proceso histórico, un espíritu universal que, al considerar la historia, pretendía determinar el valor

de cada hecho singular partiendo inicialmente de la trama del desarrollo y un espíritu histórico que, dentro de la ciencia de la sociedad, buscaba en el estudio del pasado la explicación y la regla del presente para el que la vida espiritual era en todos sus puntos histórica

La visión historicista relega la visión descriptiva de la historia a un segundo plano y se dedica a buscar lógicas en el desarrollo de los hechos. La más clara de estas relaciones –que no la única– es aquella que busca una relación causal entre los hechos anteriores y los posteriores. Complementariamente, el historicismo puso énfasis en un desarrollo lineal, o por lo menos progresivo hacia un destino mejor o un modo de existencia superior.

Fue Hegel, en Alemania, quien proporcionó la base teórica para este principio con su idea de historia –no como de un conjunto de hechos aislados– sino como una totalidad en desarrollo dialéctico¹¹. Según Kultermann¹²

“Hegel marca con claridad el punto de la evolución, que iba a ser decisivo para el origen de las ciencias históricas. Su conexión con el pasado y su método dialéctico proporcionaron la base para uno de los componentes decisivos de la investigación histórico-artística posterior, de la historia del arte en su vertiente sistemática”.

A raíz de esta nueva manera de entender la historia, la propia historia del arte cambiará su rumbo y dejará de ser la explicación de una serie de objetos, hechos o momentos concretos para aspirar a ser la expresión de un todo. El interés se centra ahora en buscar valores comunes y afines a una finalidad histórica, correlaciones y situaciones generales detrás de los que subyace siempre la idea de evolución.

A Hegel, que proporciona el fundamento metafísico a

8 DILTHEY, W. *Psicología y teoría del conocimiento*. México: Fondo de Cultura Económica, 1945, p.28

9 LÓPEZ FILARDO, M.G. *El historicismo* [en línea]. Montevideo: Chasque. Disponible en: www.chasque.net/frontpage/relacion/0308/historicismo.htm [Consulta: 19/04/2015]

10 DILTHEY, W. *Introducción a las ciencias del espíritu*, México: Fondo de Cultura Económica, 1949, p.4

11 Para Hegel la historia supone una evolución del espíritu hacia estadios cada vez mejores. Plantea una fórmula evolutiva que resume en los estadios de tesis, antítesis y síntesis. Cada periodo conlleva una tesis que en un estadio posterior es puesta a duda (antítesis) para finalmente llegar a una síntesis de ambas, que, a su vez, contiene la tesis del siguiente periodo.

12 KULTERMANN, U. *Historia de la historia del arte*. Op. cit., p.91

este credo, le seguirán autores como Karl Marx que le dará un enfoque materialista tratando de convertirlo en una ciencia predictiva, o Burckhardt o Hippolyte Taine, quienes popularizarán la nueva manera de hacer historia en términos más afines a la sociología y la cultura. Será, por lo tanto, bajo el ala de este paradigma donde se construirán las grandes narraciones históricas que dos siglos después la posmodernidad intentará derribar.

Para comienzos del siglo XX, esta promesa utópica se había apoderado de las mentes de muchos artistas y de gran parte de la sociedad. Gombrich hace hincapié sobre la importancia que el historicismo cobra en el devenir histórico en general, y en la historia del arte en particular. Tal y como el autor explica, a partir del pensamiento historicista todas nuestras manifestaciones se ven en cierta manera forzadas a ser “hijas de su tiempo”. Sin esta manera de concebir la contemporaneidad, un movimiento tan radical como las vanguardias no hubiera sido posible:

El alejamiento radical de la norma que supuso el Cubismo habría sin duda nacido muerto si el terreno no hubiera estado abonado por la ideología del historicismo.¹³

BASE TEÓRICA: El historicismo pretende explicar la evolución del espíritu de la humanidad a través del arte, entendiendo que cada movimiento se explica por su anterior y que a la vez este tiene el germen de lo que vendrá más adelante.

METODOLOGÍA: Se estudia la obra de arte en relación a contextos concretos buscando encontrar normas generales o relaciones que expliquen los fenómenos artísticos y su evolución.

2.5 El positivismo

Si el historicismo generaliza sobre los hechos históricos, el positivismo concreta. Ambas posturas se contraponen, se mezclan y se complementan como las dos caras de una moneda fundamentando la evolución de la historia del arte posterior.

Fue Augusto Comte, en sus *Cursos de Philosophia positiva* quien inspiró la ilusión científica en el conjunto de las humanidades. La filosofía positivista basa su conocimiento en lo positivo o lo real, es decir, en los datos objetivos y objetivables apartándose de teorías abstractas o metafísicas. Siguiendo el ejemplo de las ciencias naturales, los datos se observan y clasifican a la búsqueda de tendencias y continuidades.

La obra de arte, por lo tanto, se fundamenta ahora en la identificación de datos concretos que se buscan, mayormente, en el contexto donde ésta se produce.

En su ala más radical, la del determinismo, la filosofía positivista ensayó métodos historiográficos paralelos en rigor al de las ciencias naturales. Los artistas y sus obras empiezan a agruparse y clasificarse en regiones, escuelas o generaciones en base a –si no leyes– sí a estilos y tendencias, en un método que se extiende hasta nuestros días.

Uno de los grandes “peros” del positivismo es que no logra integrar en su discurso de manera coherente aspectos abstractos inherentes al arte como pueden ser el genio o la experiencia estética sin echar mano de razonamientos “filosóficos” más cercanos al historicismo y al idealismo. Pero sin duda fue un gran avance a la hora de acercar la historia del arte a las disciplinas de carácter científico.

Los grandes representantes de este paradigma serán Hippólito Taine y Gottfried Semper.

Taine se centra en los hechos y sus leyes como el único objeto posible de conocimiento y establece un método basado en tres relaciones: la obra de arte en el conjunto de la obra de su autor, la del estilo del artista en relación a sus contemporáneos y la del conjunto de artistas en el

13 GOMBRICH, E.H. *Los usos de las imágenes*, Op.cit. p. 260

contexto histórico cultural de su época. En este método, –y en detrimento del individuo– el contexto y temas como la geografía, el clima, la raza, la religión o las costumbres en las que se origina la obra del arte adquieren una gran importancia: ¹⁴

“Llegamos, pues, a establecer la siguiente regla: para comprender una obra de arte, un artista, un grupo de artistas, es preciso representarse, con la mayor exactitud posible, el estado de las costumbres y el estado del espíritu del país y del momento, en que el artista produce sus obras. Esta es la última explicación; en ella radica la causa inicial que determina todas las demás condiciones.

Uno de los principales problemas que la historia del arte posterior achacará a Taine será la subordinación de la obra de arte a causas exteriores no dejando cabida ni a la obra de arte en sí misma ni a la libertad del artista.

En la línea de Taine, pero con una visión no estrictamente positivista y más abierta a otras corrientes como el formalismo y el historicismo, cabe mencionar a Jacob Burckhardt, otro de los autores que puede considerarse una figura fundacional de la historia del arte y especialmente valorado en la actualidad. Si Taine introduce el arte dentro de un contexto o un ambiente, Burckhardt dará un paso más allá al integrar el arte como un eslabón más dentro de la historia de la cultura.

Otro gran exponente de la repercusión positivista sobre la concepción del arte es Gottfried Semper. Este autor sumará al naturalismo positivista un interés clave por la técnica llegando incluso a otorgarle tareas estéticas.

Para Semper, el hombre crea objetos en base a unos principios formales (simetría, proporcionalidad, dirección) que imita de la naturaleza. El resultado de este acto queda determinado por la técnica utilizada, el material escogido y la finalidad práctica deseada.

Se trata de un concepto evolucionista de raíz darwinina-

na en el que al aspecto naturalista se le suma el interés positivista por la técnica. Las ideas de Semper sobre una estética determinada por el material y la finalidad práctica tendrán un gran calado en una de las teorías del diseño imperantes a mediados del siglo XX: el funcionalismo.

El positivismo, por lo tanto, asienta durante el siglo XIX un importante precedente metodológico que extiende a la historia del arte un rigor científico que ya estaba presente en otras ciencias del conocimiento.

Una de las consecuencias de éste hecho será el nacimiento de una serie de especialistas al servicio del coleccionismo particular dedicados a estudiar la autoría de obras, a probar su origen, a medir el estado de conservación, etc. Este método, denominado por la historiografía artística “atribucionismo”, llegará ya en el siglo XX a las más altas cotas de cientifismo en los laboratorios, donde la obra de arte será objeto de estudio a través de los últimos adelantos científicos y tecnológicos .

BASE TEÓRICA: El positivismo se basa en el método científico. Basa su conocimiento en lo positivo o lo real, es decir, en los datos objetivos y objetivables apartándose de teorías abstractas o metafísicas.

METODOLOGÍA: Se intentan precisar las condiciones que influyen sobre el arte tales como la raza, la técnica, o el medio físico y moral del periodo histórico. En base a esto se determinan los estilos y se hace una catalogación datación y clasificación precisa de escuelas, generaciones...

2.6 El formalismo

A finales del siglo XIX se da una de las reacciones más severas en contra del positivismo; el formalismo. Frente a los métodos de la historia del arte que habían tratado de explicar los contenidos de las obras artísticas centran- do su significado de un modo determinista dentro de un contexto histórico, religioso, cultural, filosófico, etc., los

¹⁴ TAINÉ, H. *Filosofía del arte* [en línea]. Argentina: El Aleph, 2000, p.11, Disponible en: <http://www.educ.ar> [Consulta:10/05/2015]

formalistas centran su atención en el análisis físico, formal del arte. Se podría decir que buscan la lógica en la que se desenvuelven las formas a través de la historia.

El formalismo, por lo tanto, entiende el objeto artístico como un objeto de estudio válido por sí mismo y busca la información en sus características intrínsecas interesándose en temas como las variables compositivas, la armonía, el contraste, los efectos lumínicos, valores táctiles, etc. Los temas que habían resultado relevantes para otros paradigmas como las interferencias sociales, económicas, personales, etc., o el sentimentalismo histórico pasan a un segundo plano frente a la realidad material de la obra.

Para encontrar los fundamentos del formalismo, una vez más, tenemos que fijar nuestra atención en el pensamiento kantiano y en su *Crítica del Juicio*: Kant plantea que la experiencia estética se mantiene en la estricta formalidad del objeto; es decir, que el placer que sentimos al percibir algo bello deviene de una reflexión sobre su estructura formal. Lo estético queda remitido a la forma y, siguiendo esta línea de pensamiento y desde perspectivas renovadas, los formalistas se esmerarán en crear un sistema científico proponiendo múltiples –y hasta muchas veces personales– metodologías que, una vez más se funden y se completan con otros paradigmas.

La obra de autores como K. Fiedler, R. Zimmermann, J.F. Herbart o A. Hildebrand diseñará el camino hacia un método crítico fundamentado en el análisis y la descripción, que confluirá en un catálogo extenso regido por esta idea común de relegar el contenido de la obra en favor de la forma representativa y dirigir el estudio hacia el desarrollo interior del arte.

La sistematización del formalismo que va a tener más éxito se debe a Heinrich Wölfflin:

“Se me considera el “formalista” entre los historiadores del arte. Acepto el título como un título de honor, si es que significa que siempre he considerado que la primera tarea del historiador del arte es el análisis de la forma visible. (...) El arte, o para decirlo mejor, la imaginación creadora de formas, tiene, según sus posibilidades más generales, una vida y una

evolución que le son propias”.¹⁵

Para Wölfflin existen cinco categorías antagónicas que se suceden a lo largo del tiempo: lo lineal y lo pictórico; lo superficial y lo profundo; la unidad y la multiplicidad; la claridad y la oscuridad y lo abierto y lo cerrado. Las primeras de esta lista de categorías se encuentran claramente representadas en el arte del renacimiento mientras que las segundas son más propias del barroco.

A diferencia de modelos predecesores que requerían siempre de un estilo “modélico” a partir del que crear sistemas de comparación o contraposición, el método de Wölfflin, al contener en sí mismo los fenómenos a contrastar, permite prescindir de dichos modelos abriendo el camino al relativismo estético.

Tal y como venimos reiterando los distintos paradigmas positivistas, formalistas e historicistas se mezclan en una compleja trama a la que vienen a sumarse nuevas ideas, escuelas, etc. Contemporáneamente a la carrera de Wölfflin, se desarrollaba la actividad de una importante escuela sobre teoría del arte en la Universidad de Viena, comúnmente denominada dentro de la historia del arte como la Escuela de Viena. Esta escuela, en la línea del formalismo más ortodoxo, supone una reacción a los determinismos positivistas; se busca una historia del arte sustentada en el desarrollo histórico más propio del historicismo pero prestando una mayor atención al componente formal del arte.

Dentro de esta escuela cabe destacar la figura de Alois Riegl, principalmente, por ser quien introdujo un concepto que resultará seminal para movimientos posteriores: la *kunstwollen* o *voluntad artística*. Para Riegl la *voluntad artística* es una fuerza del espíritu humano determinada por el pensamiento de cada momento que hace nacer afinidades formales dentro de una misma época.

La idea de que en cada época y en lugares determinados existe cierto consenso formal acerca a Riegl a las teorías

15 WÖLFFLIN, H., *Reflexiones sobre la historia del arte*. Madrid: Península, 1988

posteriores del arte como lenguaje y el arte como símbolo de la semiótica y la iconología.

BASE TEÓRICA: el formalismo centra su atención en el análisis físico del arte. Busca lógicas dentro de la propia obra de arte que puedan ayudar a entender los contextos en los que se han creado.

METODOLOGÍA: Se estudian las características visuales de la obra detectando o agrupando tendencias y ritmos en la pincelada, el estilo, el uso de la luz, etc. y diferenciándolas en base al área geográfica, el periodo o el artista tratando de establecer cuál ha sido la evolución del arte.

2.7 La iconología

Conviviendo con los ejemplos historicistas, formalistas, positivistas e incluso con las biografías de los artistas, a mediados del siglo XX aparece una nueva corriente interpretativa: el método iconológico. En esta ocasión son las formas las que quedan relegadas a un segundo plano mientras que la preferencia de los historiadores se centra en la interpretación: se busca dar un significado, buscar lo que cada tema o detalle representado simboliza para las personas que lo llevaron a cabo.

El nuevo método describe, analiza y clasifica las imágenes de una misma obra para después interpretar sus contenidos simbólicos y culturales. Al primer proceso los fundadores del método lo denominarán análisis iconográfico, mientras la segunda fase es la propiamente iconológica.

Uno de los pilares conceptuales de la iconología lo constituye la teoría del símbolo, resultando ineludible la referencia a las ideas de F. Hegel y E. Cassirer.¹⁶

A Hegel le debemos una profunda y abarcativa reflexión acerca de la naturaleza del símbolo que la diferencia del símil o el signo en base a su mayor ambigüedad y multiplicidad de significados. Mientras Hegel circunscribe el símbolo a etapas concretas del arte, para Cassirer el hombre vive inmerso en una red simbólica tejida por el lenguaje, el mito, el arte y la religión. Define al hombre como un creador de símbolos, un animal simbólico. Mientras que los símbolos que éste va creando varían a través del tiempo la actividad creadora de los mismos se mantiene inalterable. El arte ya no es representativo ni expresivo, sino simbólico.

El formulador del método iconológico será, ya a la entrada del siglo XX, el alemán Aby Warburg. Claramente influenciado por las ideas positivistas de Taine, propone reconstruir el medio original en el que se han producido las obras de arte para entender la mentalidad de los hombres que la produjeron, lo cual es equivalente a alcanzar sus significado.

La figura que más rigurosamente precisará el método iconológico será Erwin Panofsky (1892-1968). Panofsky intenta responder a la pregunta de por qué ciertas imágenes y actitudes son de una forma determinada en relación a determinadas situaciones históricas. En base a ésta pregunta, las obras de arte no se contemplan como imágenes sino también como ideas. La historia del arte se adhiere así a la historia de las ideas y la obra de arte deja de ser un objeto formal para pasar a adquirir un complejo conjunto de significados.

El contenido de las obras de arte tiene para Panofsky tres niveles: la forma materializada (lo que sería el estilo), la idea representada o el tema (iconografía) y el significado profundo o intrínseco (iconología).

Igualmente, las fases de su método quedan reducidas a tres. En la primera fase, la preiconográfica, se describen las formas desde principios formalistas, es decir, se analiza la manera en que determinados motivos se representan en un determinado tiempo, cultura o espacio. La segunda fase o análisis iconográfico consiste en identificar el contenido temático (historias, alegorías....) e interpretarlo a través de las fuentes literarias para fi-

16 OCAMPO, E. y PERAN, M. *Teorías del arte. Op.cit.*, pp. 125-175

nalizar con el análisis iconológico, que intenta dilucidar el significado intrínseco del contenido identificando los principios que subyacen a lo anterior (mentalidad de una época, creencia religiosa, personalidad de un artista...). Se trata, por lo tanto, de un proceso de interpretación que requiere de una documentación y conocimientos tanto de los temas como de las tendencias generales del espíritu humano muy exhaustivos.

A día de hoy estos estudios siguen contribuyendo enormemente a la valoración de las obras artísticas amalgamándose con otros enfoques como la semiótica que, en la línea de la iconología, entiende el arte como algo susceptible de ser decodificado.

BASE TEÓRICA: la iconología entiende el arte como algo simbólico y se centra en la interpretación de sus contenidos o temas haciendo una interpretación cultural de los mismos, reconstruyendo el medio original en el que se han producido los símbolos para entender la mentalidad de la época.

METODOLOGÍA: Tras una descripción de la obra y una identificación de los temas tratados, la iconología busca el origen de estos temas en las obras literarias para comprender la forma en la que los símbolos han llegado a tener determinadas interpretaciones. Requiere de una gran documentación.

2.8 La psicología del estilo

El importante empuje de la psicología que se da durante el siglo XIX tendrá su reflejo también en el arte. Tres enfoques tendrán una repercusión especialmente significativa en la historia del arte posterior: La psicología de estilo, la psicología de la forma y el psicoanálisis.

La psicología del estilo o teoría de la *Einfühlung* nace de

la fusión de las teorías formalistas con el enfoque psicológico de la estética experimental y su esfuerzo por conseguir encontrar fundamentaciones empíricas para el fenómeno estético. La teoría de la *Einfühlung* o teoría de la “empatía” explica el arte como el reconocimiento subjetivo tanto del artista como del receptor en las formas artísticas. De forma simplificada podríamos decir que la experiencia estética responde a un proceso en que el artista proyecta sus emociones en la obra de arte y el receptor, en un acto de empatía, intuye estas emociones.

Puede claramente establecerse la relación de estas ideas con los movimientos expresionistas de la Alemania prebélica; basta recordar el cuadro de Edvard Munch *El grito* y su capacidad de transmitir la ansiedad del artista para acercarnos un poco más al principio de esta teoría. Para la psicología del estilo la historia del arte no debe limitarse a analizar lo que visualizamos (tema, forma, etc.) sino también lo que percibimos. Mientras que con los paradigmas anteriores el foco de atención había estado puesto bien en la obra, el artista o el ambiente, con la *Einfühlung* se introduce otro factor que forma parte importante del arte: el sujeto receptor o el público.

En su vertiente más formalista, la psicología de estilo establece paralelismos entre elementos formales y el alma del espectador; así, por ejemplo, nuestros sentimientos variarán según el uso de la luz por parte del artista (plana, tenebrosa) o de la inclinación de las líneas (una horizontal dará más equilibrio mientras las diagonales provocarán más inquietud, inestabilidad).

Sus autores teóricos más relevantes son Friedrich Theodor Vischer, Theodor Lipps, Johannes Volkelt o Wilhelm Worringer. Este último, dará un nuevo giro a la Historia del Arte al entender los estilos como una alternancia entre arte abstracto y naturalista según los distintos presupuestos psicológicos de la naturaleza humana.

BASE TEÓRICA: El arte se basa en la expresión de sentimientos y la participación afectiva del espectador. Los valores formales responden a valores internos y la empatía es el desencadenante psicológico de los diferentes estilos.

METODOLOGÍA: Las formas se relacionan con el tipo de sentimientos o empatía que provocan, para lo que también se estudia la vida espiritual del artista. A partir de ahí se establecen relaciones que van desde lo puntual hasta lo global.

2.9 La psicología de la forma

La psicología de la Gestalt o psicología de la forma es una corriente surgida en Alemania a principios del siglo XX que sienta sus bases en la psicología de la percepción. La percepción, o manera en la que captamos las obras de arte, para la Gestalt depende principalmente de una actitud activa del sujeto basada en una serie de leyes psicológicas. En otras palabras, existen unas leyes que determinan cómo se crean las formas en nuestro cerebro.

Kant y Husserl ya habían introducido la importancia de los procesos mentales en las experiencias perceptivas, pero será la estética experimental y, muy especialmente el trabajo experimental de Wundt y Fechner, el que demostrará el carácter activo y personal de la exploración visual en el que se basa esta nueva teoría. Con estos precedentes, la psicología gestáltica se desarrolla paulatinamente gracias, especialmente, a las aportaciones de las escuelas de Graz y de Berlín.

El axioma o la principal ley psicológica que rige a la Gestalt es el de que la configuración de un objeto es algo más que la suma de sus partes. Un ejemplo: no es lo mismo escuchar las notas do, mí y sol por separado que formando un acorde ya que en el segundo caso se percibe una totalidad estructurada. A esta ley se le unirán la del isomorfismo, según la cual existe una correspondencia entre los estímulos sensoriales y la realidad palpable y la ley de

la buena forma que demuestra que nuestra percepción explora hasta desvelar la estructura más sencilla posible. Esta ley suscitó una radical revisión de las manifestaciones ornamentales o decorativas y resultará capital para poder comprender la teoría moderna del diseño.

Será R. Arnheim quien mejor comprendió y ejemplificó su clara vinculación con el proceso artístico: El arte construye nuevas realidades a partir de la manera en que tenemos de entender las formas. Se trata de buscar la estructura de las cosas y representarla (p.e. hacer un círculo para crear una cabeza). La representación, por lo tanto, no reproduce la realidad sino que crea una nueva buscando unos equivalentes formales. El estilo se convierte así en el ideal de configuración de un periodo determinado.

Existe, en esta teoría, una afinidad con el arte abstracto de la época: la forma artística aspira a explicarse por sí misma a pesar de que esta pueda camuflarse tras el naturalismo o gusto por el detalle. La abstracción, por lo tanto, ya no es esa respuesta a ciertos procesos psicológicos dispares que defendía la psicología de estilo, sino que trata, simplemente, de centrarse en las leyes de la representación y en las estructuras primigenias que la sustentan, prescindiendo de cualquier vínculo con la realidad exterior a la obra.

En el proceso de recepción de las obras, el espectador, mediante la observación, vuelve a hacer emerger esta estructura formal básica que de por sí posee cualidades expresivas. El disfrute del arte se encuentra en este reconocimiento estructural al que todos tenemos acceso y es, por lo tanto, universal, ya que no requiere de conocimientos previos.

Si bien esta teoría se mostrará limitada a la hora de explicar ciertos fenómenos sin acudir a explicaciones exteriores a la propia obra de arte —el descubrimiento de la perspectiva, por ejemplo— genera una serie de coordenadas que permiten un análisis gramatical de la obra de arte de gran calado en la historia del arte y de gran valor pedagógico en cuanto a medio educativo de la visión.¹⁷ Si

¹⁷ Ibid., pp.164-168

percibir una imagen implica un proceso de organización por parte del espectador, qué mejor que ejercitarse en los principios que rigen esa organización.

BASE TEÓRICA: Explica el arte a partir de la manera en la que nuestra psique percibe las formas alejándose del espiritualismo de la escuela anterior. Esta manera de percibir queda plasmada en una serie de principios o normas que demuestran que nuestra mente “organiza” una nueva realidad a partir de las formas dadas.

METODOLOGÍA: Se busca la estructura de la obra de arte observando cómo se aplican los principios de la percepción visual.

2.10 El psicoanálisis del arte

El último de los paradigmas al que nos referiremos centrado en un enfoque psicológico del arte será el psicoanálisis. Obviamente, debemos mencionar la obra de Sigmund Freud por ser quien comienza a centrar el origen del arte en el psiquismo del artista. Existen claros antecedentes en el método biográfico si bien –para Freud– los biógrafos tradicionales han fallado por que se han identificado con el personaje del artista:

(...) los biógrafos se muestran siempre singularmente fijados a su héroe. Con gran frecuencia lo han elegido impulsados por motivos puramente personales, de orden sentimental, que se lo hicieron simpático de antemano¹⁸

La metodología de Freud consiste en llevar al diván a algunos artistas a la búsqueda de los impulsos inconscientes que les llevan a la realización de una obra. El arte, tiene un efecto terapéutico que sirve para liberar al artista

de ciertas fantasías y fantasmas que se gestan en su infancia. Al mecanismo que permite convertir los miedos y las fantasías en arte Freud lo llama sublimación. Más concretamente la sublimación es un proceso por el cual se deriva la pulsión sexual hacia otros objetivos no sexuales, es, en última instancia, lo que permite la existencia del arte siendo el artista un individuo especialmente dotado para este fin.¹⁹ El placer estético del espectador deviene, igualmente, de experimentar los deseos y fantasías reprimidos que presenta el artista y el arte.

Para Freud, el arte como proceso de simbolización se enmarca dentro de la producción de la cultura general y los contenidos inconscientes se manifiestan en mitos, leyendas, en el folclore, la literatura... distorsionados o transformados

El enfoque freudiano ha sido ampliamente seguido y discutido y –a pesar de sugerentes conceptos como el del narcisismo o la sublimación–, su metodología de diván no ha sido especialmente fructífera.

Sin embargo, a raíz del psicoanálisis, la historia del arte comienza a plantearse las razones más profundas del comportamiento artístico. El arte se propone como una expresión simbólica, semejante a los sueños, que se formaliza a través del subconsciente humano. A partir de las aportaciones de autores como Jung, este subconsciente comenzará también a ser colectivo o representativo de clases, grupos, etnias, etc.

Esta visión de arte como algo simbólico tendrá importantes repercusiones tanto en la iconología, como en aquellos paradigmas, como la semiótica o el estructuralismo, que vinculan el arte al lenguaje.

18 FREUD, S. *Psicoanálisis del arte*. Madrid: Alianza, 1996, p. 66

19 OCAMPO, E. y PERAN, M. *Teorías del arte*. Op.cit., pp. 179-188

BASE TEÓRICA: El arte es una expresión del subconsciente del artista en el que influye también el subconsciente colectivo que tiene una finalidad terapéutica en cuanto a liberación de la conciencia humana sometida a la censura.

METODOLOGÍA: Se indaga en la vida del autor para evidenciar estructuras psíquicas inconscientes que tienen su base en los instintos de la libido.

2.11 El paradigma sociológico

La sociología del arte es una metodología de la historia del arte que trata de explicar las creaciones artísticas como resultado de unas circunstancias sociales determinadas. En palabras de Vinçens Furió²⁰, la sociología del arte estudia las condiciones sociológicas de existencia de las obras y sigue su existencia y efectos sociales. En resumen: se interesa por las condiciones sociales de producción, difusión y recepción de las obras de artes.

El origen de este paradigma debe entenderse en un contexto en el que el capitalismo y el progreso industrial chocan con el socialismo y las utopías románticas. La nueva situación provocó profundas reflexiones en torno a la nueva sociedad que se estaba gestando y, en este contexto, también se cuestionó la función social del arte desde diversas posturas. Algunas de estas posturas vieron en el arte una forma de devolver la moral a la sociedad (es el caso de artistas como William Morris o pensadores como Ruskin). Para otras posturas provenientes del pensamiento marxista, el arte no era sino otra forma de producción económica susceptible de ser utilizado ideológicamente para perpetuar ciertas relaciones de clases. Destacan en esta línea ideológica autores como Lucacks, Hadjinicolaou y autores de la escuela de Frankfurt como Adorno, o Horkheimer.

Como antecedentes a un nivel más teórico, habría que resaltar figuras ya tratadas como la de Jacob Burckhardt o Hippolyte Taine por el énfasis que pusieron en un estudio del arte unido al medio histórico social y cultural que lo hace posible.

Hacia 1950, sobre estas bases y con un marcado corte marxista, las obras de Frederick Antal y Arnold Hauser ponen de moda una nueva manera de acercarse al arte muy diferente del formalismo imperante: la historia social del arte.

Este paradigma, que gozará de un gran protagonismo en las décadas posteriores –alcanzando incluso la actualidad– interpreta la obra de arte dentro de la sociedad donde esta se ha producido y se ha recibido, insistiendo en un punto de la interpretación algo desvalorizado en los anteriores paradigmas. Para el enfoque sociológico, la obra de arte es un documento histórico de la sociedad de un periodo o momento determinado pero, y sobretodo, es un documento del rol social del artista y de los factores actuantes en su entorno como los mecenas, el mercado del arte, las políticas o la crítica. Estos factores son, en un último término, los que contribuyen a delinear el arte de cada momento estableciendo los programas iconográficos dominantes.

Una de las aportaciones más importante de este paradigma es la idea de una valoración no neutral de la obra de arte: la sociología del arte establece vínculos entre las formas artísticas y las ideologías de las clases dominantes en momentos determinados; como artefacto cargado de una ideología, el arte toma un papel activo como modificador de conciencias colectivas.

La reflexión sociológica en los últimos años ha ampliado su campo de acción refiriéndose no solamente a la influencia que la sociedad tiene en el arte sino también a la relación en sentido inverso, es decir, la influencia que el arte tiene en el establecimiento de hábitos, ideas e instituciones sociales. En este sentido se estudia no tanto la producción del arte sino la recepción del mismo.

Una de las críticas más frecuentes a este paradigma es el del determinismo, así como el escaso interés mostrado

20 FURIÓ, V. *Sociología del arte*. Madrid: Cátedra, 2012, p. 29

hacia los artistas y las obras individuales.²¹

BASE TEÓRICA: Arte y sociedad conforman una estructura unificada regida por principios causales; el arte es una producción social relacionada con un ambiente susceptible de ser utilizado de manera ideológica.

METODOLOGÍA: Se analiza el contexto social en el que se produce y se recibe el arte sin omitir ningún factor: económicos, social, político, cultural...

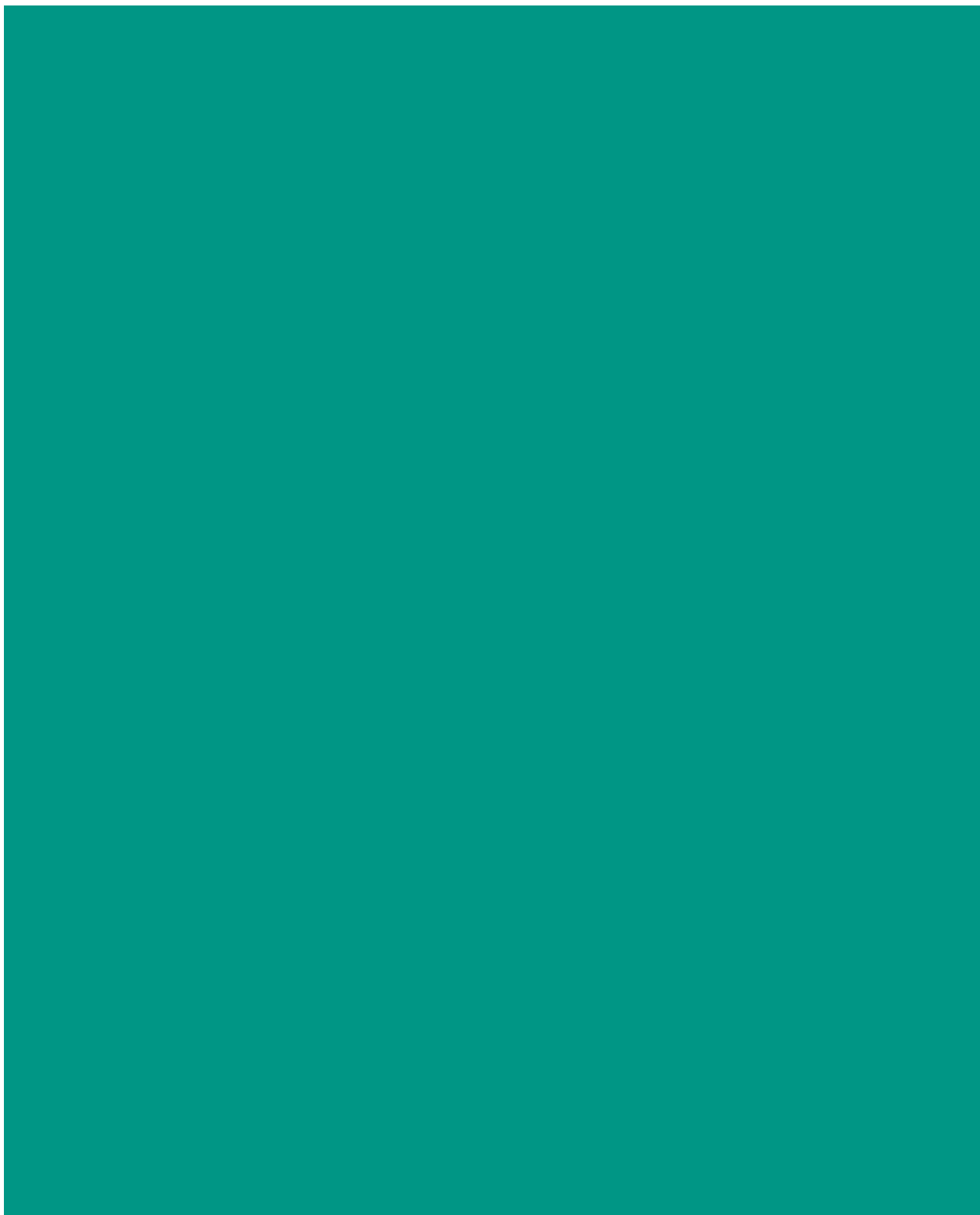
A lo largo de estas páginas hemos expuesto los principales métodos a partir de los cuales la teoría del arte se ha acercado, en diferentes momentos, a los objetos artísticos. No es nuestro interés posicionarnos en uno u otro paradigma, ya que entendemos que se complementan, sino que nos proponemos demostrar que estas maneras de acercarse al arte son también útiles a la hora de estudiar las piezas gráficas: a nuestro entender, cualquiera de las bases y metodologías aquí propuestas son cien por cien trasladables a al estudio del diseño gráfico.

Otro de nuestros intereses se centra en saber con qué tipo de enfoque se sienten más cómodos los diseñadores gráficos. Conocer este dato resultaría de gran ayuda de cara a plantear nuevos relatos para la historia del diseño gráfico.

Basándonos en toda la información aportado sobre las metodologías del diseño, en un siguiente paso vamos a diseñar un cuestionario que nos permita arrojar luz sobre todos estas temas.

21 Ibid, p.32

B) EL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN



1. HIPÓTESIS Y OBJETIVOS ESPECÍFICOS DEL ESTUDIO

1.1 Hipótesis del estudio

Si en estadios anteriores de la investigación hemos centrado nuestros esfuerzos en la historia, señalando que el relato de la historia del diseño gráfico debería revisar su relación con los objetos artísticos, esta segunda parte de nuestro proyecto se centra en la opinión de los diseñadores y su interés hacia los enfoques metodológicos tradicionales de la historia del arte.

Pretendemos demostrar que los paradigmas tradicionalmente aplicados al estudio del arte son también aplicables al diseño gráfico y queremos conocer la opinión de los diseñadores sobre los diferentes enfoques.

Cabe aquí desgranar la hipótesis y explicar lo que entendemos con la palabra “aplicables”:

- Que los paradigmas tradicionales de la historia del arte son ya habituales en el campo del diseño, es decir, que se aplican ya de manera un tanto intuitiva

- Que estos paradigmas resultan motivadores para los diseñadores gráficos

- Que les son o les serían útiles en el ejercicio de su profesión

A partir de estas hipótesis, tal y como sugiere Bunge, se han establecido una serie de indicadores para relacionar las variables hipotéticas con otras variables observables¹ (FIG.1). En concreto, los tres **indicadores** que utilizaremos para probar nuestra hipótesis serán los hábitos, la motivación y la utilidad. Dicho de otro modo, preguntaremos a los diseñadores sobre sus hábitos en relación a cada una de las metodologías, la motivación que les provoca o la utilidad que le ven.

Más adelante explicaremos con detalle cómo los utilizamos.

¹ BUNGE, M., *La investigación científica. Su estrategia y su filosofía*, Siglo XXI Editores, México 2000

FIG.1: TABLA DE VARIABLES

Nº	VARIABLES HIPOTÉTICAS	INDICADORES	VARIABLES OBSERVABLES
1.	LOS PARADIGMAS DE LA Hª DEL ARTE SON HABITUALES EN EL CAMPO DEL DISEÑO	HÁBITOS	DEL UNO AL 5.... CON QUÉ FRECUENCIA...?
2.	LOS PARADIGMAS DE LA Hª DEL ARTE RESULTAN INTERESANTES PARA LOS DISEÑADORES GRÁFICOS	MOTIVACIÓN	DEL UNO AL 5.... CUANTO TE INTERESA...?
3.	LOS PARADIGMAS DE LA Hª DEL ARTE SIRVEN A LOS DISEÑADORES GRÁFICOS	UTILIDAD	DEL UNO AL 5.... DE QUÉ UTILIDAD ENCUENTRAS...?

1.2 Objetivos del estudio

Pasamos a desgranar estas ideas en una serie de **objetivos concretos** que nos ayudarán a generar las preguntas de nuestro cuestionario:

- Conocer hasta qué punto los principales paradigmas de la historia del arte pueden ser aplicados al diseño gráfico en base a la opinión de los diseñadores.
- Conocer si los diseñadores relacionan estos paradigmas con aspectos del día a día de su profesión.
- Conocer que interés les despiertan a los diseñadores estos paradigmas.
- Conocer hasta que punto los diseñadores consideran útiles para su profesión los conocimientos que estas metodologías pueden ofrecerles.
Conocer cuáles de estas formas de acercamiento al diseño despiertan un mayor interés entre los diseñadores.
- Conocer cuáles de estas formas de acercamiento al diseño consideran los diseñadores de mayor utilidad para ejercer su profesión.

2. METODOLOGÍA DEL ESTUDIO

A continuación presentamos el diseño metodológico de un estudio cuantitativo de carácter exploratorio que conforma uno de los tres pilares de esta tesis doctoral.

2.1 El cuestionario

Para llevar a cabo esta fase de nuestra investigación hemos recurrido a la encuesta por cuestionario, uno de los principales instrumentos para recabar datos del campo de las ciencias sociales que consiste en plantear a un conjunto de encuestados, lo más representativo posible, una serie de preguntas sobre su situación social, opiniones, actitudes, etc.

El motivo principal que nos ha llevado a seleccionar este

método de recopilación de datos ha sido el hecho de que nos permitía acceder más fácilmente a un mayor número de individuos que otros métodos de encuesta a un menor coste y en un menor espacio de tiempo.

Este método, cuenta con una serie de ventajas y desventajas que pasamos a resumir en la tabla (FIG.2) adaptada de Calvo Encinas.²

2.2 El cuestionario en línea

Para nuestro estudio, optamos por una modalidad relativamente reciente de cuestionario: el cuestionario en línea. Se trata de un cuestionario de administración directa que es difundido vía internet.

Ciertos autores³ plantean que utilizar este tipo de métodos a los que no todo el mundo tiene cómodo acceso puede causar un sesgo en los resultados (p.e. entre los que no tienen ordenador, acceso a internet, etc.). En nuestro caso resulta un método idóneo ya que entre nuestra población, los diseñadores gráficos, estar en contacto con el universo digital y con internet es imperativo.

Dentro de las diferentes plataformas que en internet posibilitan la creación de cuestionarios, hemos recurrido a SurveyMonkey⁴. Se trata de una aplicación web que facilita tanto la creación de encuestas en línea como su testeo, difusión, y posterior análisis y que ya ha demostrado sus resultados en otros trabajos de investigación⁵. Otra de las ventajas de SurveyMonkey es que lee las IP de los ordenadores imposibilitando rellenar dos veces la

FIG.2: VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL CUESTIONARIO

VENTAJAS	DESVENTAJAS
La administración es más rápida y menos costosa	Pueden recibirse de forma negativa y generar índices de respuesta bajos
Se accede a un mayor número de individuos	No dan ocasión de aclarar dudas
Ofrece mayor anonimato	Las respuestas pierden espontaneidad
El feedback cuantitativo puede utilizarse para observar tendencias generales hacer evaluaciones generales	Las respuestas a unas preguntas pueden influir sobre las respuestas a otras preguntas
Permite recoger respuestas sobre gran cantidad de temas a varios niveles en poco tiempo	Requiere ciertos conocimientos especializados
Ofrece respuestas cuantificables	El proceso de análisis puede resultar costoso
Bien diseñado, fomenta condiciones de control significativas a la hora de eliminar o limitar sesgos	Las respuestas pueden llegar a ser demasiado específicas
Bien planificado, se minimiza la influencia del encuestador	Se pueden dar problemas para identificar items mal interpretados
	Existe riesgo de sesgos en la formulación y diseño del cuestionario.

2 Adaptada de CALVO ENCINAS, ELISA. *Análisis curricular de los estudios de traducción e Interpretación en España: Perspectiva del estudiantado* (Tesis doctoral: dirigida por KELLY, D.) Granada: Universidad de Granada, 2010, p.342

3 "Métodos interrogativos de investigación" [en línea]. Helsinki: The University of Art and Design Helsinki, Disponible en: <http://www2.uiah.fi/projekti/metodi/264.htm#kysely> [Consulta: 1/6/2015]

4 Survey Monkey [en línea]. Palo Alto: Disponible en: www.surveymonkey.com [Consulta: 2/9/2015]

5 Ver como ejemplo CEREZO MERCHÁN, B. *La didáctica de la traducción audiovisual en España: un estudio de caso empírico-descriptivo* (Tesis doctoral dirigida por CHAUME, F.), Universitat Jaume I, Castellón de la plana, 2012

encuesta desde un mismo ordenador, minimizando así peligros de contaminación de la muestra.

2.3 Muestreo por bola de nieve

Para la difusión de la encuesta hemos utilizado un método de muestreo en cadena también denominado como “Bola de nieve”. Se trata de un sistema de recogida de muestras que consiste en localizar una serie de sujetos para el cuestionario y pedirles que lo difundan entre otros sujetos de iguales características. Son diversos los autores⁶ que convergen en la idea de que resulta un método conveniente en los casos en que el cuestionario va dirigido a grupos de población difíciles de localizar, así como en casos en los que existen pocos recursos para realizar la investigación.

Una de las principales desventajas de la bola de nieve es que se trata de un método no probabilístico en cuanto que el investigador decide los primeros sujetos de la muestra y, por lo tanto no brinda a todos los individuos de determinada población iguales oportunidades de ser seleccionados.

Sin embargo, hemos considerado que contamos con herramientas para, a pesar de esto, conseguir una muestra altamente característica de los diseñadores en España. Un investigador debe ser consciente de todas sus limitaciones, pero también de sus ventajas. El hecho de que la investigadora principal del trabajo haya vivido largas temporadas en diferentes comunidades autónomas (País Vasco, Andalucía, Valencia y Cataluña) y por otra parte, su condición de diseñadora (en contacto con otros profesionales) así como de profesora (en contacto con alumnos y otros profesores) ha posibilitado comenzar la cadena a partir de públicos muy heterogéneos.

6 BIERNAKI, P. y WALDORF, D. “Snowball Sampling, Problems and Techniques of chain referral sampling”. *Sociological methods & research*, Vol. 10, N°2, November 1981, p.141-163; CROSSMAN, A. “Snowball sampling” [en línea]. About education, Disponible en: <http://sociology.about.com/od/Types-of-Samples/a/Snowball-Sample.htm> [Consulta:10/8/2015]; “Survey sampling methods” [en línea]. Statpac, Disponible en <https://www.statpac.com/surveys/sampling.htm> [Consulta:10/8/2015]

En resumen, la encuesta en cadena resulta un método barato, simple y rentable que nos permite, gracias a la idiosincrasia de nuestro caso en concreto, acceder a un mayor número de población y más variada de la que con nuestras limitaciones temporales y de medios habríamos podido alcanzar.

2.4 La población

A día de hoy no existe ningún estudio que cuantifique el número de diseñadores gráficos que hay en España. Lo más cercano a un censo de diseñadores es el que ofrece el instituto nacional de estadística a través de la CNAE (Clasificación nacional de Actividades económicas), cuyo objetivo es establecer un conjunto jerarquizado de actividades económicas que pueda ser utilizada para diferentes estudios y clasificaciones estadísticas⁷. Bajo el código 7410 la CNAE agrupa *Actividades de diseño especializado* y contabiliza un total de 3436⁸ empresas de las cuales un 23% se localizan en Cataluña.

Sin embargo, este número no nos permite hacernos una idea del número de diseñadores gráficos que hay en España. En primer lugar, porque no habla de personas, sino de empresas y porque no todas las empresas están inscritas en el CNAE. Y además, el código 7410 incluye no sólo las empresas dedicadas al diseño gráfico sino que también al diseño de moda, el diseño industrial y de productos, el diseño gráfico e interiorismo. Y sin embargo no se incluye el diseño de páginas web, una actividad estrechamente ligada al diseño gráfico e incluida en las *Actividades de programación informática*.

Un intento más serio de hacer un censo, pero no a nivel estatal sino de Cataluña, lo constituye el promovido por el BCD (Barcelona Centre de Disseny) y presentado bajo el título *Sessió de presentació reflexió estratègica del sector de serveis de disseny*⁹. Este estudio contabiliza 3.783

7 Instituto Nacional de Estadística [en línea]. Disponible en: www.ine.es [Consulta:1/6/2015]

8 Empresa [en línea]. Disponible en: www.empresa.es [Consulta:1/6/2015]

9 El estudio fue presentado el 23 de junio del 2015 en el Centro de Artes

empresas dedicadas al diseño sólo en Cataluña y sitúa a Barcelona como la 4 ciudad europea con más densidad de empresas dedicadas a esta actividad.

El censo está realizado cruzando los datos del propio BCD, con los del CNAE, así como con todas las asociaciones de diseño de Barcelona (ADG-FAD, ADI-FAD, ARQUIN-FAD, GIDI y los Colegios de diseñadores gráficos y de interior) y se completa con información obtenida a través de cuestionarios enviados a distintos estudios de diseño. De estas empresas, casi un 60% se dedican a la comunicación visual.

Si bien estos datos no nos permiten trabajar sobre una población finita y determinar la representatividad de forma estadística, sí que nos permiten extraer algunos datos interesantes como es la descompensación (al alza) de la presencia de diseñadores en Cataluña y especialmente de Barcelona con respecto al resto de España, o el escaso control existente a nivel nacional sobre una actividad tan sustancial a día de hoy como es el diseño.

2.5 La muestra

Campenhoud¹⁰ describe tres posibilidades de muestreo: estudiar la totalidad de la población, estudiar una muestra representativa de la población y, finalmente, estudiar los componentes no estrictamente representativos pero sí característicos de la población.

Dado que es imposible estudiar la totalidad de la población de diseñadores en España y que no contamos con una población definida, nos decantaremos por la tercera opción que, tal y como indica el autor, es la más común.

El cuestionario está destinado a diseñadores gráficos y se centra en España. Si estuviéramos hablando de otras materias como derecho o medicina, el único criterio de haber estudiado la carrera valdría como criterio de inclusión para establecer la muestra. Pero en el caso del diseño en España, los estudios oficiales, tal y como

detallaremos en un siguiente capítulo, son un fenómeno tardío y la profesión ha existido de manera independiente a este hecho. Esto nos da una muestra heterogénea que va desde profesionales autodidactas hasta licenciados en Bellas Artes pasando por multitud de opciones de formación. Para recoger, por lo tanto, un grupo representativo debemos ser abiertos con nuestros criterios de inclusión. La encuesta, por lo tanto, estará conformada por personas que hayan estudiado diseño gráfico y/o que hayan ejercido el diseño en España.

Por otra parte, por el tipo de encuesta que es (online) y el método de lanzamiento utilizado (bola de nieve), se prevé que haya cierta tasa de abandono de personas que por curiosidad comiencen a rellenar la encuesta pero por falta de interés renuncien antes de finalizar. Un criterio de exclusión será, en este sentido, el no haber rellenado el 30% por ciento de las preguntas con tal de que los resultados sean de utilidad.

2.6 El diseño del cuestionario

A la hora de planificar y estructurar el cuestionario y de formular las preguntas nos han resultado sumamente útiles las indicaciones de Azofra¹¹ y Fernández Núñez¹².

Nuestro cuestionario se trata de un cuestionario autoadministrado que consta de 39 preguntas divididas de la siguiente manera:

1. Un texto introductorio

Se trata de un texto de presentación cuya principal función es motivar positivamente a dar respuesta al cuestionario. Es por eso que además de hablar de las pequeñas molestias que podremos causar y de insistir en la importancia de sus respuestas se han utilizado algunas técnicas que ya han demostrado cierta respuesta positiva¹³:

Santa Mónica

10 CAMPENHOUD, Q. *Manual de investigación en ciencias sociales*. Mexico: Limusa, 2005, p. 155

11 AZOFRA, M. J. "Cuestionarios". Colección Cuadernos Metodológicos, Nº 26, Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas, 2000

12 FERNÁNDEZ NÚÑEZ, L. "¿Cómo se elabora un cuestionario" [archivo informático]. *Bulletí LaRecerca*, Ficha 8. Barcelona: Universitat de Barcelona, 2007

13 JOBBER, D. *Principles and Practice of Marketing*. Europe: McGraw-Hill Education, 1995, p.177

- se concede el anonimato a los cuestionados
- se explica que se trata de un cuestionario autogestionable corto, ya que puede hacerse en menos de 10 minutos
- se explica la finalidad del cuestionario

Además, siguiendo una técnica que hemos observado en diversos cuestionarios de vocación masiva que circulan por internet, hemos optado por reservar cierta información para el final como son la lógica de las preguntas y los datos de contacto del encuestador. Con esto pretendemos crear expectación y motivar a los sujetos a completar el cuestionario explicando que una vez finalizado el mismo les será desvelada la lógica que subyace a las preguntas. Esta fórmula ha sido contrastada en la fase de testeo.

1. Preguntas de control

Se trata de preguntas descriptivas que nos permiten ase-

gurar que los sujetos responden al perfil requerido, es decir, si han estudiado diseño gráfico y/o han ejercido el diseño en España. Además nos ayudan establecer la representatividad y a segmentar el análisis en base a datos como las comunidades autónomas o los estudios realizados. Por lo tanto, son de carácter obligatorio.

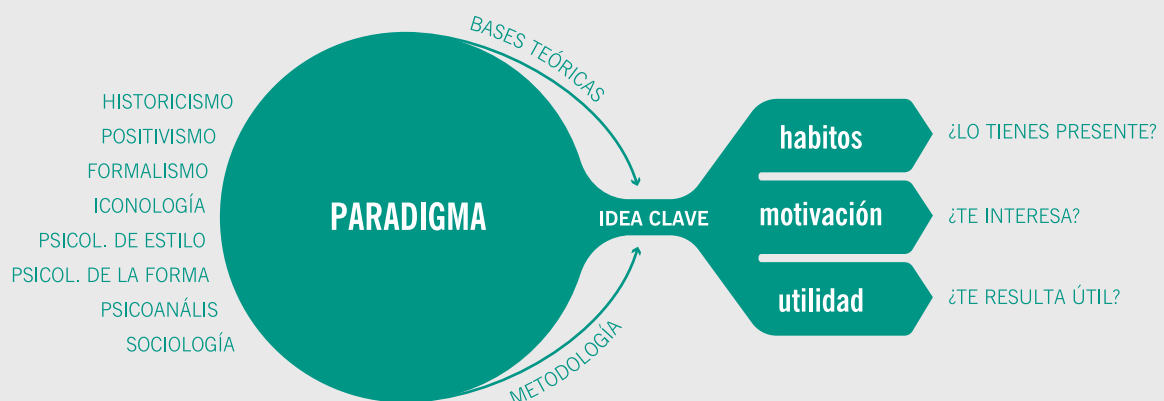
2. Preguntas generales

Las primeras preguntas de esta sección son preguntas normativas cerradas, muy sencillas y que no requieren de meditación, sirviendo para introducir a los sujetos en la dinámica y el tema del cuestionario. Además nos servirán para conocer si los sujetos han recibido formación sobre la historia del diseño y el arte.

3. Preguntas específicas

Suponen el cuerpo central del cuestionario. Se trata de preguntas cerradas ordinales que pueden contestarse

FIG.3: MÓDULOS DE PREGUNTAS ESPECÍFICAS



siempre en una escala del 1 al 5. Hemos acudido a la escala Osgood (o “la escala Likert”) también llamada “el diferencial semántico” de modo tal que reflejen tanto las actitudes positivas como negativas de igual manera para minimizar el efecto de sesgo sobre las preguntas. Hemos optado por no obligar a dar respuesta a estas preguntas con el fin de minimizar la tasa de abandono.¹⁴

Las preguntas han sido divididas en 9 módulos (**FIG.3**) de tres preguntas cada uno que responden a los 9 paradigmas que vamos a tratar: método biográfico, historicismo, positivismo, formalismo, iconología, psicología del estilo, psicología de la forma, psicoanálisis y sociología del arte.

De cada uno de estos paradigmas han sido destiladas una serie de ideas clave muy representativas del mismo, a partir de las cuales se formulan las 3 preguntas que responden a los siguientes 3 indicadores.

- **Hábitos:** Se formula la pregunta para esclarecer hasta qué punto el paradigma está presente en los hábitos del sujeto.
- **Motivación:** Se formula la pregunta para esclarecer hasta qué punto el paradigma resulta interesante para el sujeto
- **Utilidad:** Se formula la pregunta para esclarecer hasta qué punto el paradigma resulta útil para el sujeto

Se ha tratado de simplificar las preguntas y el lenguaje a las características del sujeto, si bien entendemos que, aun no siendo historiadores del arte, los diseñadores están muy familiarizados con mucha de la terminología que en esta disciplina se baraja.

2.7 Testeo del cuestionario:

Antes de lanzar el cuestionario este ha sido testado, –además de por un grupo reducido de diseñadores compuesto por 4 sujetos–por 20 alumnos de la clase de 3º de diseño gráfico de la escuela IDEP, donde la investigadora principal de este trabajo imparte clase.

Una de las ventajas de contar con estudiantes la proporciona el hecho de que, al no estar completamente formados, detectan rápidamente el lenguaje demasiado técnico y el exceso de complejidad. Por lo tanto, una de las primeras medidas tomadas tras el testeo fue el de simplificar las preguntas.

Por otra parte el testeo nos confirmó en nuestra decisión de explicar el grueso de los objetivos de la investigación tras finalizar la encuesta. Diversos autores comentan la ventaja de describir los objetivos de la investigación antes de comenzar con las preguntas¹⁵. Sin embargo, nuestra observación directa de las encuestas de vocación masiva que recorren las redes sociales nos llevó a pensar que tal vez la encuesta tuviera un menor índice de abandono si creábamos cierta expectación por alcanzar el final de la misma. Se propuso así un texto introductorio en el que se invitaba a rellenar el cuestionario bajo la promesa de que al final del mismo se explicarían los objetivos y el razonamiento que seguían las preguntas. El testeo nos animó a seguir en esta dirección porque tanto los diseñadores como el 100% de los alumnos estaba de acuerdo en que preferían la encuesta de esta manera porque pensaban que iba a pasar “algo” al final.

En las páginas siguientes, y antes de comenzar con el análisis de los resultados, mostramos la estructura al completo del cuestionario.

14 LLAURADÓ, O. “EL trabajo de campo online: Qué hemos aprendido en los últimos 10 años” [en línea]. Netquest: Disponible en: http://www.netquest.com/papers/trabajo_campo_online_ollaurado.pdf [Consulta: 3/6/2015]

15 AZOFRA, M. J. “Cuestionarios”. Op.cit; JOBBER, D. *Principles and Practice of Marketing*. Op. cit

3. EL CUESTIONARIO

FIG.4: TABLA TEXTO INTRODUCTORIO

TEXTO INTRODUCTORIO
<p>!Hola!</p> <p>Esta es una encuesta anónima dirigida a diseñadores gráficos que se rellena en aproximadamente 7 minutos. Los datos recopilados serán utilizados para un proyecto de investigación dentro del programa de doctorado “Comunicación y Humanidades” de la Universidad Ramón Llull de Barcelona.</p> <p>La tipología y el orden de las preguntas responde a los objetivos de la investigación. Al final de la encuesta te explicaremos más concretamente lo que pretendemos con estas preguntas y te facilitaremos nuestros datos de contacto.</p> <p>Muchas gracias de antemano por tomarte la molestia, tu ayuda nos servirá para entender cómo podemos hacer la historia más cercana a los diseñadores.</p>

FIG.5: TABLA DE PREGUNTAS DE CONTROL

PREGUNTAS DE CONTROL		
Pregunta	Carácter	Tipo de respuesta
1. ¿Eres diseñador/a gráfico/a?	Obligatoria	Sí - no
2. Indica tu provincia de origen	Obligatoria	Abierta
3. Indica tu provincia de residencia	Obligatoria	Abierta
4. ¿Has ejercido alguna vez como profesional del diseño gráfico?	Obligatoria	Sí - no
5. ¿Ejerces actualmente como diseñador gráfico?		
6. ¿Cuales son tus estudios de diseño?	Obligatoria	Grado en diseño - Licenciado en BBAA - Otro tipo de estudios reglados (3 años o más) - Autodidacta* - Otros*
7. ¿Cuándo realizaste tus estudios de diseño?	Obligatoria	Soy estudiante - Hace entre 0-5 años - Hace entre 5-10 años - Hace entre 10-15 años - Hace más de 15 años - Otros
8. Indica la provincia principal en la que estudiaste diseño	Opcional	Abierta
9. Indica el centro en el que estudiaste diseño	Opcional	Abierta

FIG.6: TABLA DE PREGUNTAS GENERALES

*Estas preguntas pasan directamente a la pregunta

PREGUNTAS GENERALES		
Pregunta	Carácter	Tipo de respuesta
10. Cuando estudiabas diseño, ¿estudiaste temas relacionados con la historia del diseño?	Opcional	Sí- no
11. Cuando estudiabas diseño, ¿estudiaste temas relacionados con la historia del arte?	Opcional	Sí- no
12. ¿Entiendes la relación existente entre el arte y el diseño gráfico?	Opcional	Sí, la entiendo bien - Me resulta algo confusa - No entiendo la relación - No creo que exista ninguna relación
13. ¿Te gustaría tener información más concreta sobre la relación entre arte y diseño?	Optativa	Sí- no

FIG.7: TABLA DE PREGUNTAS ESPECÍFICAS

PREGUNTAS ESPECÍFICAS					
Método	Bases	Metodología	Indicadores	Preguntas	Respuesta
Método biográfico	Explica la obra de arte a través de la persona que lo realiza entendiendo su vida como una línea en la que las obras se suceden evolucionando junto con el artista.	Estudia el trayecto vital del artista a través de la recopilación de su obra y de una reconstrucción biográfica.	● Hábitos	14. Cuando te gusta un diseñador/a o un estudio de diseño, ¿recopilas su obra de alguna manera? (ya sea en Pinterest, en papel, en el historial del navegador...)	1-5 Siempre-Nunca (opcional)
			● Motivación	15. ¿Qué interés le encuentras a leer sobre los orígenes y la trayectoria de tus diseñadores/as referentes?	1-5 Mucho -Nada (opcional)
			● Utilidad	16. ¿Crees que estudiar en profundidad el trabajo y la vida de otros diseñadores/as puede ayudar a mejorar tus habilidades como diseñador/a?	1-5 Mucho- Nada (opcional)
Historicismo	El historicismo pretende explicar la evolución del espíritu de la humanidad a través del arte, entendiendo que cada movimiento se explica por su anterior y que a la vez este tiene el germen de lo que vendrá más adelante. Esa idea de progreso nos lleva a querer ser hijos de nuestro tiempo.	Se estudia la obra de arte en relación a contextos concretos buscando encontrar normas generales o relaciones que expliquen los fenómenos artísticos y su evolución.	● Hábitos	17. ¿En tu trabajo, hasta qué punto te preocupas por conocer los estilos y modas vigentes?	1-5 Mucho- Nada (opcional)
			● Motivación	18. ¿Te interesa conocer más sobre la evolución de las modas y las causas que pueden provocarlas?	1-5 Mucho- Nada (opcional)
			● Utilidad	19. ¿Crees que entender mejor lo que hay detrás de las variaciones de estilos y modas te ayudaría de alguna forma en el desempeño de tu trabajo?	1-5 Mucho- Nada (opcional)
Positivismo	El positivismo responde al método científico. Basa su conocimiento en lo positivo o lo real, es decir, en los datos objetivos y objetivables apartándose de teorías abstractas o metafísicas.	Se intentan precisar las condiciones que influyen sobre el arte tales como la raza, la técnica, o el medio físico y moral del periodo histórico. En base a esto se determinan los estilos y se hace una catalogación datación y clasificación precisa de escuelas, generaciones...	● Hábitos	20. Cuando alguna pieza de diseño te interesa, ¿intentas comprender las condiciones en las que ha sido creada? (p.e., el país del que proviene, la escuela, las circunstancias bajo las que se ha producido...)	1-5 Siempre -Nunca (opcional)
			● Motivación	21. ¿Encuentras interesante el comprender cómo las características del diseño varían según el ambiente en que se producen?	1-5 Mucho - Nada (opcional)
			● Utilidad	22. ¿Ser capaz de identificar tipologías de diseño en base al ambiente en el que se han producido te ayuda o ayudaría en tu trabajo?	1-5 Mucho - Nada (opcional)

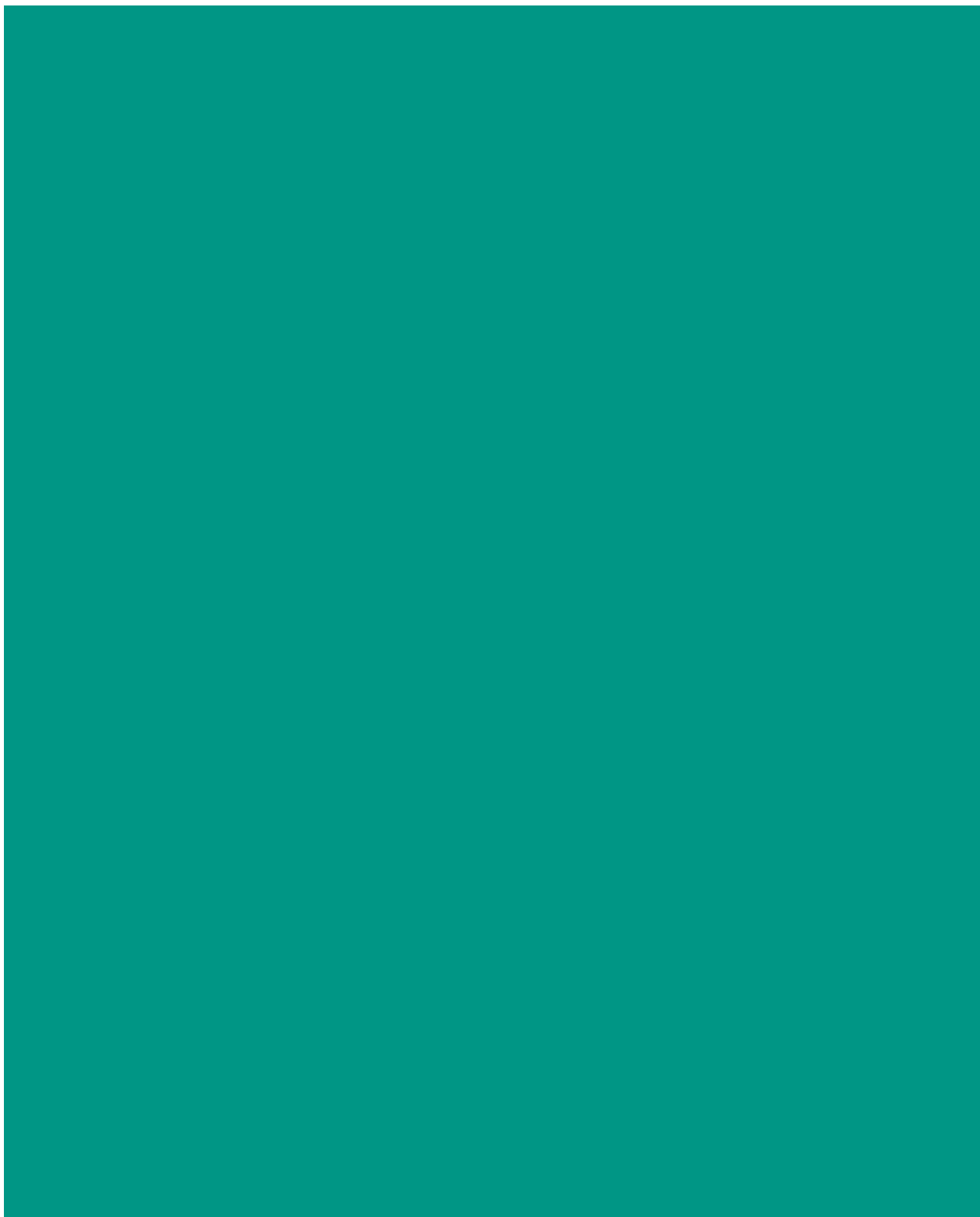
Método	Bases	Metodología	Indicadores	Preguntas	Respuesta
Formalismo	El formalismo centra su atención en el análisis físico del arte. Busca lógicas dentro de la propia obra de arte que puedan ayudar a entender los contextos en los que se han creado.	Se estudian las características visuales de la obra detectando o agrupando tendencias y ritmos en la pincelada, el estilo, el uso de la luz, etc. y diferenciándolas en base al área geográfica, el periodo o el artista tratando de establecer cuál ha sido la evolución del arte.	● Hábitos	23. Cuando ves un trabajo de diseño interesante, ¿tiendes a analizar la manera en que se ha hecho? (herramientas utilizadas, composición, uso de colores, etc.)	1-5 Siempre -Nunca (opcional)
			● Motivación	24. ¿Te interesa adquirir más conocimientos sobre cómo han ido evolucionando esas formas y técnicas a lo largo del tiempo?	1-5 Mucho -Nada (opcional)
			● Utilidad	25. ¿Hasta qué punto crees que te ayuda o ayudaría en tu trabajo como diseñador, entender cómo otras personas se han enfrentado a diferentes problemas formales?	1-5 Mucho -Nada (opcional)
Iconología	La iconología entiende el arte como algo simbólico y se centra en la interpretación de sus contenidos o temas haciendo una interpretación cultural de los mismos, reconstruyendo el medio original en el que se han producido los símbolos para entender la mentalidad de la época.	Tras una descripción de la obra y una identificación de los temas tratados, la iconología busca su origen, las obras letrarias asociadas a las imágenes, la forma en la que los símbolos han llegado a tener determinada interpretación, etc. Requiere de una gran documentación.	● Hábitos	25. ¿Qué importancia adquieren para ti (como diseñador gráfico) palabras como símbolo, metáfora o alegoría?	1-5 (opcional)
			● Motivación	26. ¿Te resultara interesante comprender los significados simbólicos, alegóricos, metafóricos, etc., que subyacen en las piezas de diseño?	1-5 (opcional)
			● Utilidad	27. ¿Crees que el conocimiento de los lenguajes simbólicos es o podría ser útil para tu trabajo como diseñador?	1-5 (opcional)
Psicología de estilo	El arte se basa en la expresión de sentimientos y la participación afectiva del espectador. Los valores formales responden a valores internos y la empatía es el desencadente psicológico de los diferentes estilos.	Las formas se relacionan con el tipo de sentimientos o empatía que provocan, para lo que también se estudia la vida espiritual del artista. A partir de ahí se establecen relaciones que van desde lo puntual hasta lo global.	● Hábitos	28. ¿Consideras que, de alguna manera, diseñar es para ti una forma de expresión personal?	1-5 (opcional)
			● Motivación	29. ¿Qué interés le encuentras a entender las conexiones emocionales existentes entre un diseñador y su público?	1-5 (opcional)
			● Utilidad	30. ¿Crees que alcanzar una mayor comprensión sobre las conexiones emocionales entre el diseñador y el público podría ayudarte en tu trabajo como diseñador?	1-5 (opcional)

Método	Bases	Metodología	Indicadores	Preguntas	Respuesta
Psicología de la forma	Explica el arte a partir de la manera en la que nuestra psique percibe las formas alejándose del espiritualismo de la escuela anterior. Esta manera de percibir queda plasmada en una serie de principios o normas que demuestran que nuestra mente "organiza" una nueva realidad a partir de las formas dadas.	Se busca la estructura de la obra de arte observando cómo se aplican los principios de la percepción visual.	● Hábitos	31. A la hora de diseñar, ¿eres consciente de cómo la mente del ser humano lee o percibe las formas?	1-5 (opcional)
			● Motivación	32. ¿Te interesa conocer en profundidad las leyes científicas (de estructura, de contraste, de cierre...) que rigen nuestra manera de percibir las formas o imágenes?	1-5 (opcional)
			● Utilidad	33. ¿Crees que conocer la forma en que nuestra mente interpreta las formas o imágenes te ayudaría o ayuda en el desempeño de tu trabajo como diseñador?	1-5 (opcional)
Psicoanálisis	El arte es una expresión del subconsciente del artista en el que influye también el subconsciente colectivo que tiene una finalidad terapéutica en cuanto a liberación de la conciencia humana sometida a la censura.	Se indaga en la vida del autor para evidenciar estructuras psíquicas incoscientes que tienen su base en los instintos de la libido.	● Hábitos	34. ¿Consideras que el acto de diseñar, de alguna manera, te ayuda a equilibrarte como persona a un nivel psicológico?	1-5 (opcional)
			● Motivación	35. ¿Qué interés le encuentras a entender los factores subconscientes que subyacen tanto al acto de crear una imagen como al de percibirla?	1-5 (opcional)
			● Utilidad	36. ¿Crees que comprender mejor las razones subconscientes que nos llevan a elegir unas determinadas formas (o a empatizar con ellas) te ayudaría a mejorar como profesional?	1-5 (opcional)
Sociología del arte	Arte y sociedad conforman una estructura unificada regida por principios causales; el arte es una producción social relacionada con un ambiente susceptible de ser utilizado de manera ideológica.	Se analiza el contexto social en el que se produce y se recibe el arte sin omitir ningún factor: económicos, social, político, cultural...	● Hábitos	37. ¿Acostumbras a cuestionarte el papel que ejercéis tú y tu profesión dentro del sistema económico, social, político, etc. actual?	1-5 (opcional)
			● Motivación	38. ¿Qué interés le encuentras a indagar sobre el papel que tradicionalmente han ido cumpliendo los agentes que influyen en la creación del diseño, tales como clientes, instituciones, concursos, empresas...?	1-5 (opcional)
			● Utilidad	39. ¿Crees que una mayor comprensión de las dinámicas sociales de producción, difusión y recepción del diseño te ayudarían a ejercer mejor tu profesión?	1-5 (opcional)

FIG.8: TABLA DE TEXTO DE CIERRE

TEXTO DE CIERRE
<p>!Muchísimas gracias por ayudarnos!</p> <p>Esto es una encuesta en cadena. Por favor, DIFUNDELA ENTRE OTROS DISEÑADORES GRÁFICOS para que los resultados sean representativos y nos ayuden a avanzar.</p> <p>¿Quieres saber lo que has contestado? Tradicionalmente el arte se ha estudiado desde diferentes enfoques: centrándose en la figura del artista (método biográfico), centrándose en la evolución de los estilos (historicismo), centrándose en el ambiente físico en el que ha sido creado (positivismo), centrándose en las técnicas, trazos, colores... empleados (formalismo), centrándose en la simbología o los significados profundos de las piezas (iconología), centrándose en aspectos psicológicos del espectador y del diseñador (psicología del estilo, psicología de la forma, psicoanálisis), centrándose en el contexto social (sociología del arte)....</p> <p>Cada uno de los bloques de preguntas que has contestado corresponde a uno de estos paradigmas y, con tus preguntas, nos aclaras si actualmente los tienes presentes, si te interesan o si te resultan útiles. Con esto pretendemos demostrar que estos enfoques pueden aplicarse tanto al arte como al diseño: arte y diseño se convierten así en un mismo objeto de estudio. Además la encuesta nos permite saber qué enfoques gustan más a los diseñadores.</p> <p>¿Quieres contactar con el responsable de la encuesta? info@maiderzulueta.com</p>

C) PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS



1. PROCESO DE RECOGIDA DE DATOS

1.1 Descripción del proceso de recogida de la muestra

Antes de presentar los resultados obtenidos procedemos a hacer un breve resumen de cómo se difundió el cuestionario y se consiguió muestra.

El cuestionario se lanzó el 8 de junio del 2015 y se mantuvo abierto un total de 21 días durante los cuales 274 sujetos lo cumplimentaron. 64 de los sujetos fueron eliminados siguiendo los criterios expuestos con anterioridad:

- Personas que no han estudiado ni ejercido el diseño en España
- Personas que no han contestado al menos el 30% de las preguntas.

Eso nos da un total de 210 encuestas válidas. De éstas, 188 encuestas han sido cumplimentadas en su totalidad. Esto nos da una tasa de abandono dentro de la muestra útil de un 10%.

La encuesta se envió en lunes y un 78% de las personas que rellenaron la encuesta lo hicieron durante los primeros 5 días después del lanzamiento mientras que el otro 22% se reparten entre los 16 días restantes.

1.2 Focos de difusión

El cuestionario se difundió entre amigos y conocidos diseñadores gráficos, así como entre personas susceptibles de conocer diseñadores gráficos.

Para su difusión, además del correo electrónico fueron utilizadas las redes sociales. Concretamente se enviaron mensajes vía Facebook, Twitter y LinkedIn y se realizaron recordatorios semanales durante los 21 días en que la encuesta se mantuvo en abierto.

Por estas vías se contactó con personas de diversas localidades y autonomías, principalmente de Cataluña, País Vasco, Andalucía, Madrid y Valencia.

Con el fin de alcanzar un mayor número de sujetos, de abarcar más territorio español y de minimizar el sesgo de la investigadora también se enviaron cuestionarios, a través de direcciones obtenidas por internet, a estudios de diseño gráfico de Galicia, Extremadura, Castilla La Mancha y Castilla León, Asturias, Cantabria y Murcia, sin demasiados resultados, debemos admitir.

Pasamos a mostrar los resultados de las preguntas.

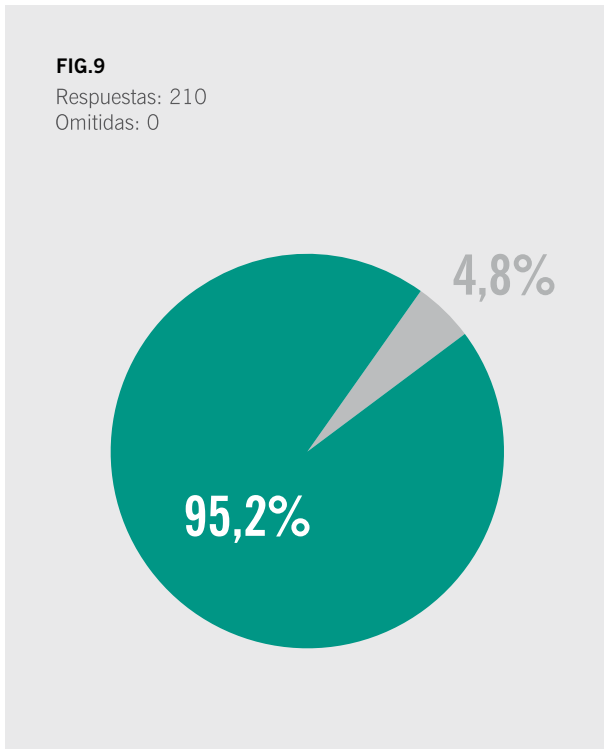
2. PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS

1. ¿ERES DISEÑADOR/A GRÁFICO/A?

200 sujetos admiten ser diseñadores gráficos. Los 10 restantes dicen no serlo pero, o bien han estudiado diseño o bien lo han ejercido por lo que según los criterios de inclusión forman parte de la muestra.

Esta pregunta introductoria nos ha servido como filtro para centrar el tema y como aviso para no diseñadores.

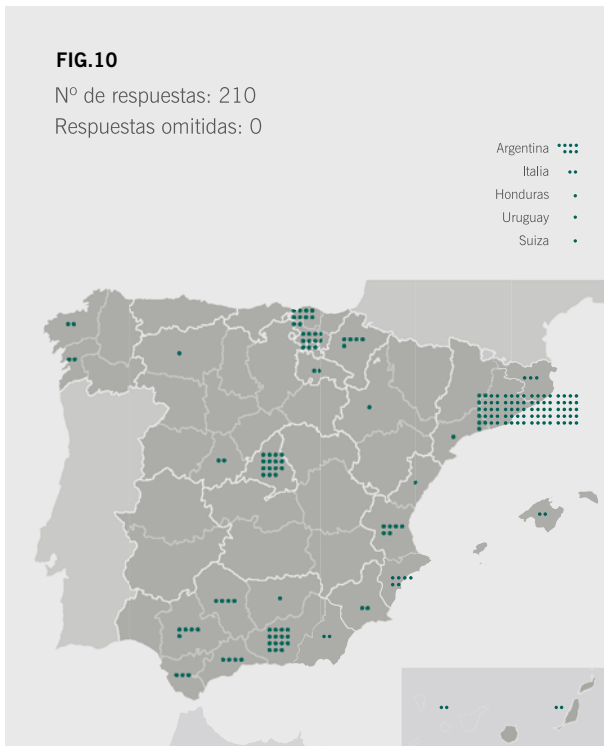
Comentario: Suponemos que las personas que han respondido que no son diseñadores son parados, jubilados, personas que han cambiado de profesión o personas que tras estudiar diseño se han dedicado a otras profesiones.



2. INDICA TU PROVINCIA DE ORIGEN

198 de los sujetos son nacidos en España frente a 12 extranjeros que han estudiado o ejercido en el país. Destacan los 81 sujetos pertenecientes a Barcelona (38,6%). El resto de respuestas se reparten principalmente por Andalucía, Madrid, País Vasco y Navarra coincidiendo con los principales focos de difusión. Destacan los vacíos de las provincias de Extremadura, Castilla la Mancha, Asturias y Cantabria.

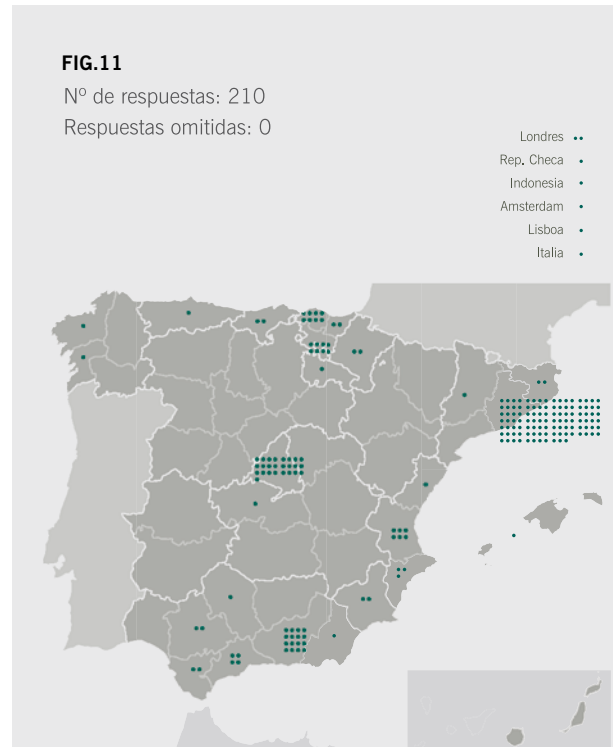
Comentario: El protagonismo de Barcelona puede responder a un sesgo por ser el lugar actual de residencia de la investigadora. Pero no podemos pasar por alto la desproporción de diseñadores (ver apartado de población) y escuelas (ver capítulo siguiente) existentes en Barcelona que justifican hasta cierto punto la diferencia.



3. INDICA LA PROVINCIA EN LA QUE RESIDES

203 de los encuestados reside actualmente en España, habiendo llegado la encuesta a 7 sujetos (que han estudiado o ejercido en España) residentes en el extranjero. Un 62,9% de los sujetos reside entre Madrid y Barcelona.

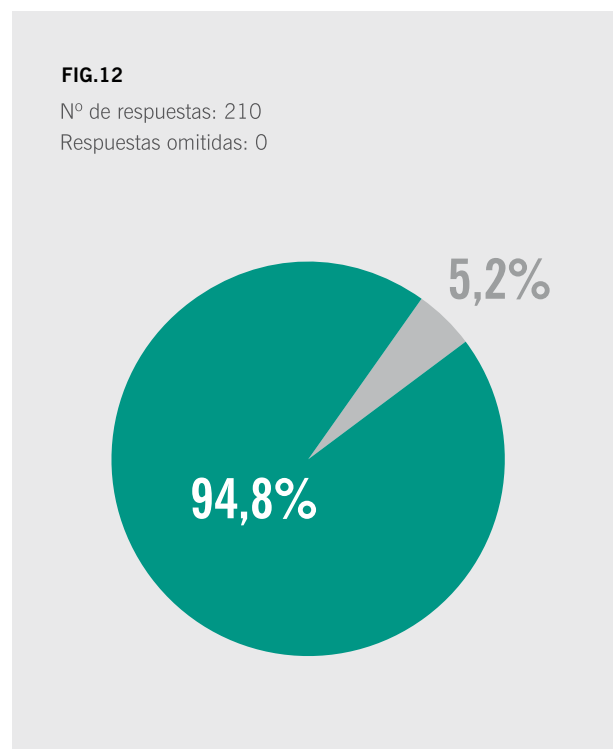
Comentario: Destaca una mayor centralización de los sujetos en las provincias de Madrid y Barcelona que responde, probablemente, a la demanda de trabajo. Una vez más destaca Barcelona, probablemente debido a cierto sesgo sumado a su alto número de escuelas y al hecho de ser una de las ciudades europeas que más empresas de diseño contiene (ver apartado de población).



4. ¿HAS EJERCIDO ALGUNA VEZ COMO PROFESIONAL DEL DISEÑO GRÁFICO?

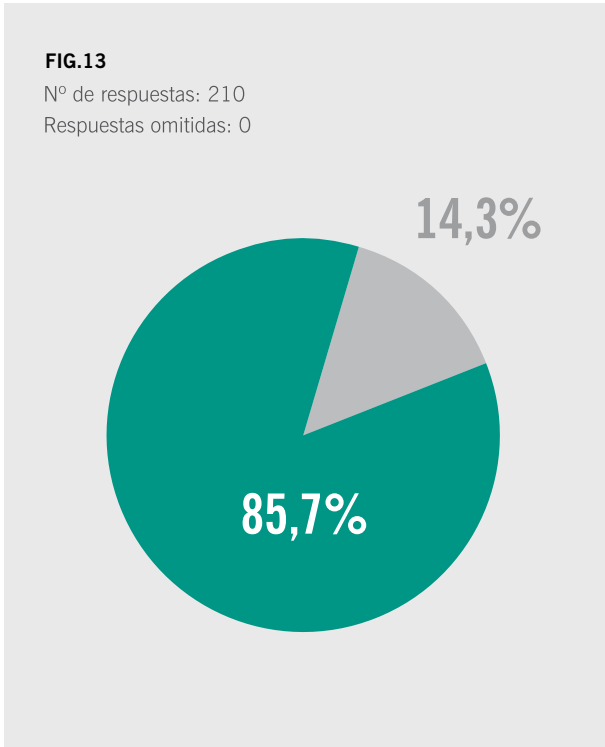
199 sujetos han ejercido de diseñadores gráficos frente a 11 que no lo han hecho.

Comentario: Preguntas posteriores apuntan a que hay 7 estudiantes que han contestado la encuesta y que podrían pertenecer a este grupo de 11 personas que no han ejercido de diseñadores. El resto serían personas que a pesar de haber estudiado el diseño no lo han ejercido.



5. ¿EJERCES ACTUALMENTE COMO PROFESIONAL DEL DISEÑO GRÁFICO?

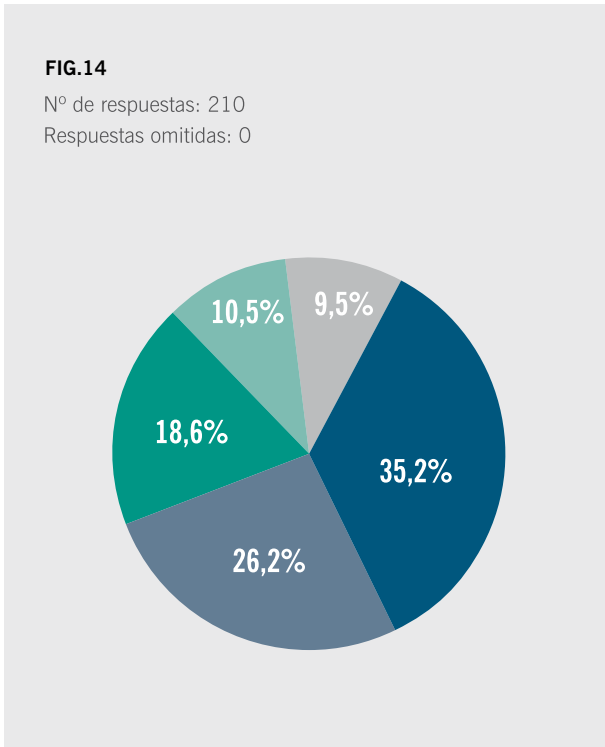
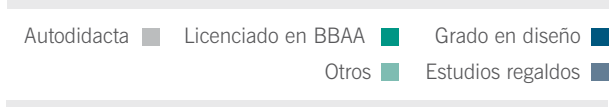
180 personas ejercen actualmente el diseño gráfico frente a 30 que no lo hacen. Por lo tanto 19 de estas 30 personas han ejercido el diseño alguna vez pero en la actualidad no lo hacen.



6. ¿CUÁLES SON TUS ESTUDIOS DE DISEÑO?

74 personas han estudiado el grado en diseño, 55 algún tipo de estudio reglado, 39 provienen de Bellas Artes, 20 son autodidactas y 22 personas han estudiado otro tipo de estudios.

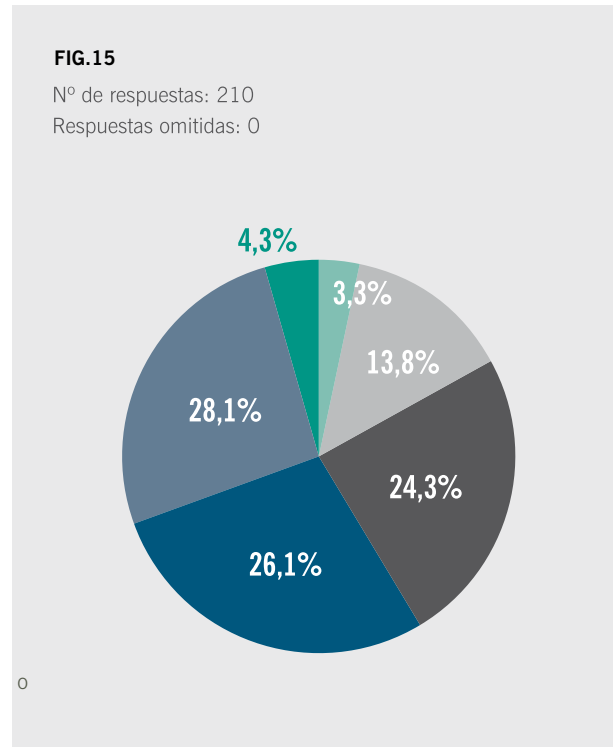
Comentario: Cruzando la gráfica con la pregunta –¿Cuándo estudiaste diseño?– vemos el dato de 35,2% de personas que han estudiado grado en diseño desmesurado puesto que estos estudios comenzaron a impartirse hace sólo 6 años. En muchos centros que de estudios reglados otorgaban el título de graduado. Creemos que esto ha llevado a confusiones. Sin embargo queda claro que por lo menos 168 personas han estudiado estudios reglados de más de 3 años y que la muestra es, en cuanto heterogénea, representativa de los estudios en este país.



7. ¿CUÁNDO ESTUDIASTE DISEÑO?

Una mayoría, 59 personas, estudió diseño gráfico hace entre 10 y 15 años seguida de 55 personas que estudiaron hace más de 15 años y 51 personas que lo hicieron entre hace 5 y 10 años. 29 personas acabaron sus estudios hace menos de 5 años mientras 7 de los encuestados son estudiantes.

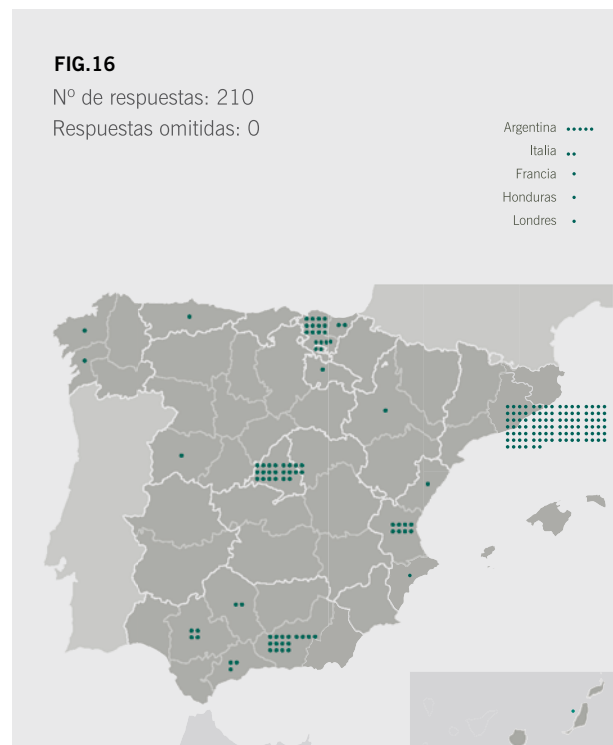
Comentario: La muestra es representativa de todas las generaciones de diseñadores



8. INDICA LA PROVINCIA EN LA QUE ESTUDIASTE

10 personas que han ejercido o ejercen el diseño en Barcelona estudiaron en el extranjero frente a 200 personas que lo hicieron en España. Las ciudades que mayor concentración presentan son Barcelona (102) y Madrid (22)

Comentario: Cruzando la información que aporta este mapa con la pregunta número 2 –Indica tu provincia de origen–, llama la atención cierta migración a ciudades universitarias. Barcelona pasa de tener 80 a 102 personas, Madrid pasa de 15 a 22, Valencia de 6 a 8, Vizcaya de 10 a 12 y Granada de 15 a 16. Aparecen nuevas provincias que no tenían representación como Guipúzcoa (2), Asturias (1) o Salamanca (1).



9. INDICA EL NOMBRE DEL CENTRO PRINCIPAL EN EL QUE ESTUDIASTE DISEÑO

En las respuestas vienen referidos 63 centros que pueden encontrarse en el Anexo>Cuestionario>Escuelas. 14 personas han omitido contestar la pregunta mientras 41 personas no han especificado el centro o han dado genéricos tipo Bellas Artes, Artes y Oficios, Escuela de Artes... sin especificar el nombre del centro.

La mayor concentración de personas se da en los centros Eina y Elisava de Barcelona, mientras que hay 37 centros que están representados por una única persona.

Comentario: En la gráfica aparecen los centros con una mayor representación en la muestra. Consideramos que 63 centros, supone una muestra característica de los centros de diseño de este país.

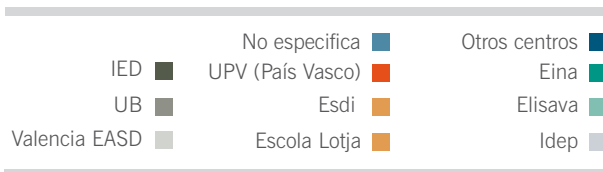
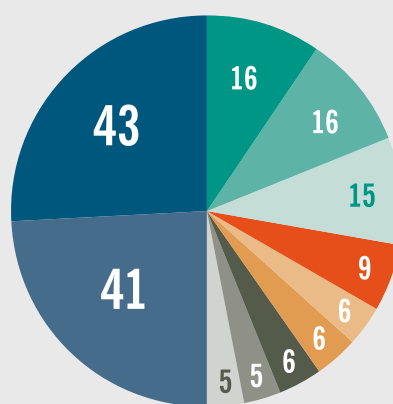


FIG.17

Nº de respuestas: 198
Respuestas omitidas:14



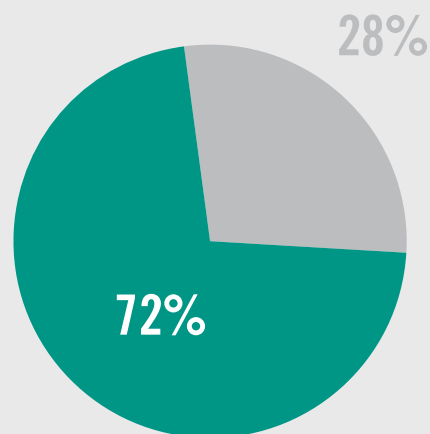
10. CUANDO ESTUDIABAS DISEÑO, ¿ESTUDIASTE TEMAS RELACIONADOS CON LA HISTORIA DEL DISEÑO?

149 personas estudiaron historia del diseño frente a 58 que no lo han hecho.

Comentario: El número de personas que aduce ser autodidactas así como las personas que indican "otros" haber cursado "otros" estudios (Academias informáticas, cursos del Inem...) podrían estar en la base de este 28% que no ha recibido formación en historia del diseño.

FIG.18

Respuestas: 207
Omitidas: 3

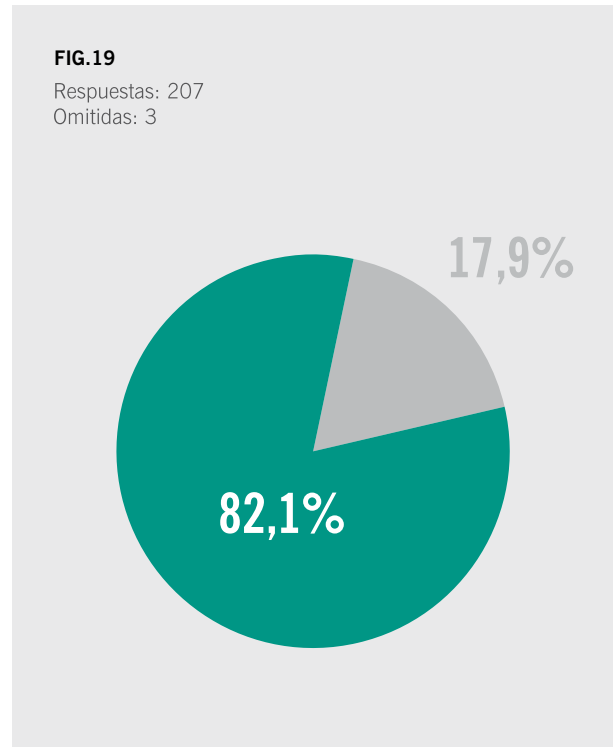


Sí ■
No ■

11. CUANDO ESTUDIABAS DISEÑO, ¿ESTUDIASTE TEMAS RELACIONADOS CON LA HISTORIA DEL ARTE?

170 personas admiten haber estudiado temas relacionados con la historia del arte frente a 37 personas que no lo han hecho.

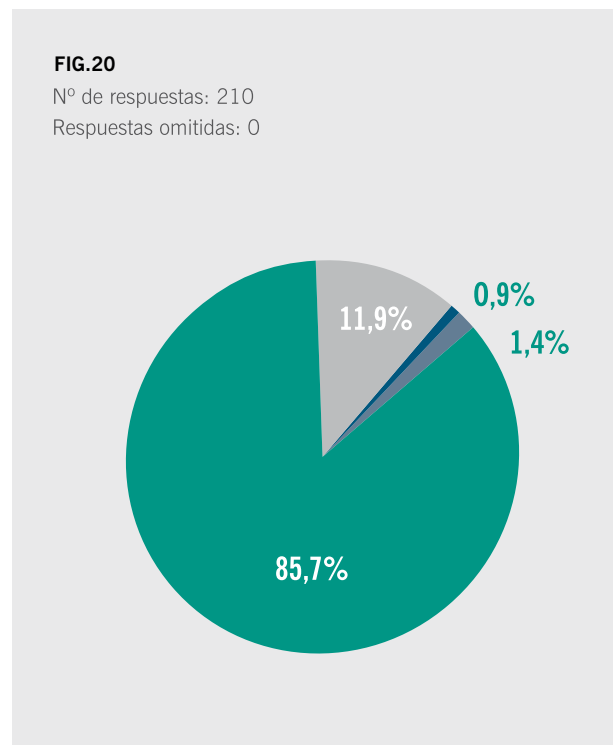
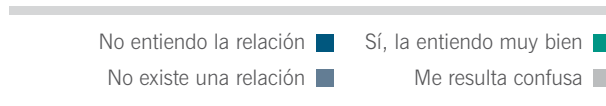
Comentario: El número de personas que aduce ser autodidactas así como las personas que indican “otros” haber cursado “otros” estudios (Academias informáticas, cursos del Inem...) podrían estar en la base de este 17,9% que no ha recibido formación en historia del arte.



12 ¿ENTIENDES LA RELACIÓN EXISTENTE ENTRE EL ARTE Y EL DISEÑO GRÁFICO?

180 personas entienden bien la relación existente entre el arte y el diseño gráfico, a 25 personas esta relación les resulta un tanto confusa, 2 personas no entienden la relación mientras que 3 personas no creen que exista ninguna relación.

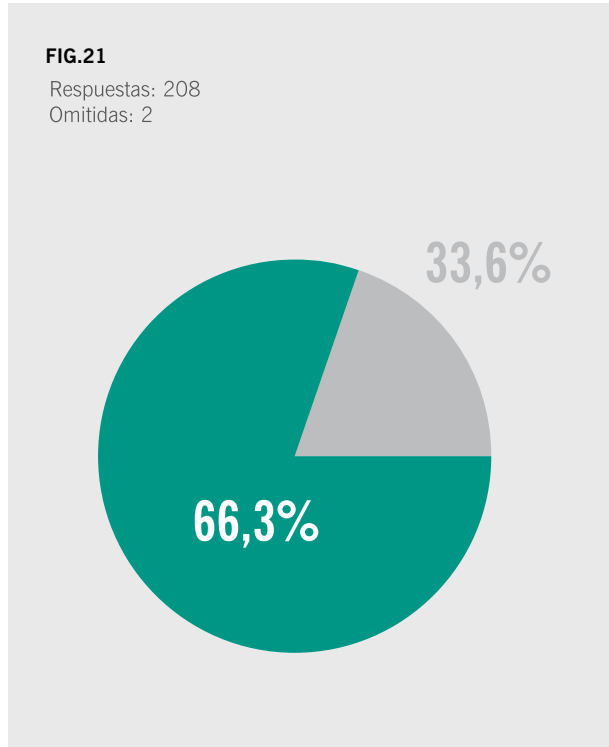
Comentario: Nos resulta asombroso que tantas personas admitan entender la relación cuando ni el arte ni diseño admiten, a día de hoy, una definición precisa y cuando en el ámbito académico existe un intenso debate en lo que se refiere a este punto. Intuimos, que lo que las 180 personas han querido evidenciar es que tienen una profesión diferenciada de la del arte.



13 ¿TE GUSTARÍA TENER INFORMACIÓN MÁS CONCRETA SOBRE LA RELACIÓN ENTRE ARTE Y DISEÑO?

138 personas muestran interés por conocer más sobre la relación entre arte y diseño mientras que a 70 personas el tema nos les resulta especialmente interesante.

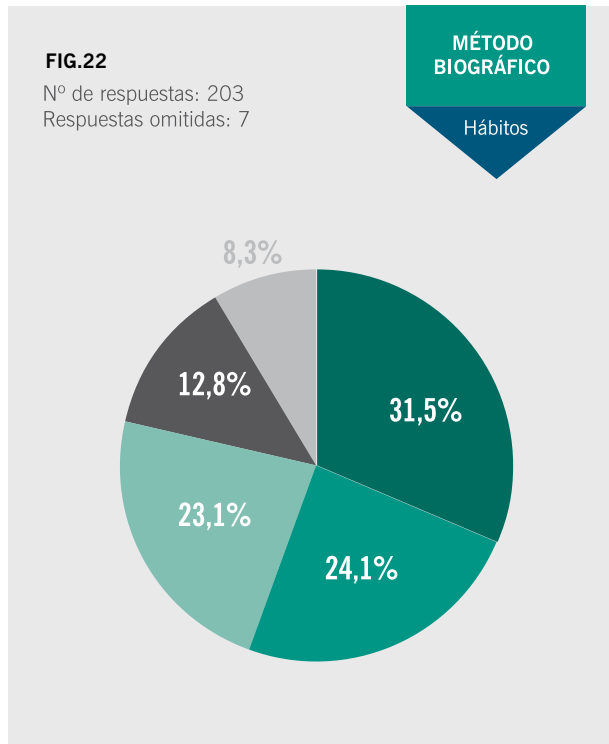
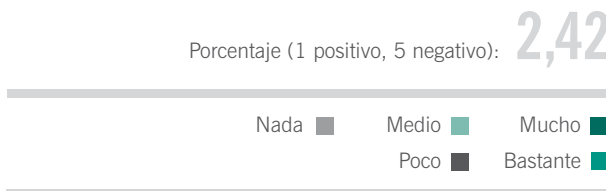
Comentario: El tema por lo tanto, resulta bastante interesante para los diseñadores gráficos.



14. CUANDO TE GUSTA UN DISEÑADOR/A O UN ESTUDIO DE DISEÑO, ¿RECOPILAS SU OBRA DE ALGUNA MANERA? (YA SEA EN PINTEREST, EN PAPEL, EN EL HISTORIAL DEL NAVEGADOR....)

64 personas recopilan la obra de sus diseñadores preferidos muy habitualmente, 49 personas lo hace a menudo, 47 personas lo hacen a veces y 26 personas lo hacen muy de vez en cuando. 17 personas dicen no hacerlo nunca.

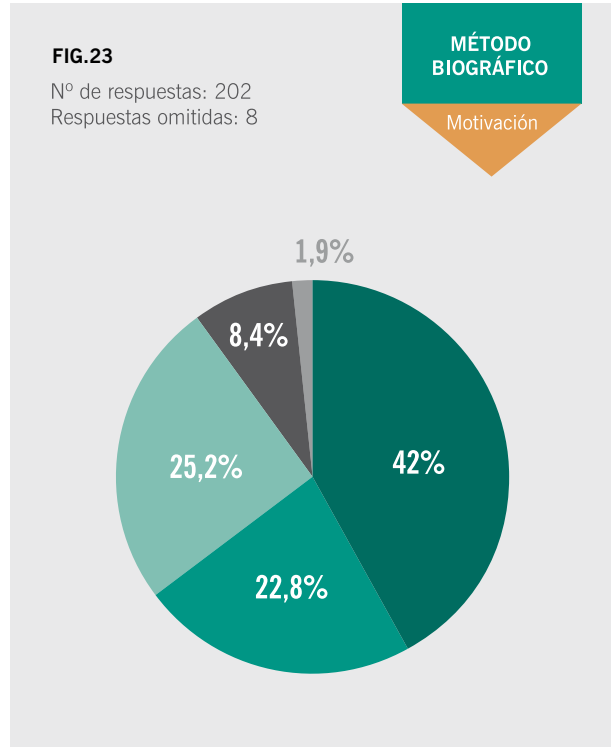
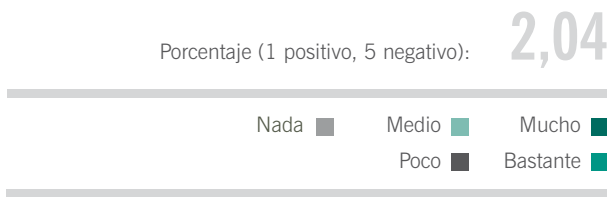
Comentario: El promedio de 2,42 nos da indicios sobre que ciertos procedimientos del método biográfico resultan bastante comunes en el día a día de los diseñadores.



15. ¿QUÉ INTERÉS LE ENCUENTRAS A LEER SOBRE LOS ORÍGENES Y LA TRAYECTORIA DE TUS DISEÑADORES REFERENTES?

85 personas encuentra muy interesante leer sobre la vida de sus diseñadores, 46 personas lo encuentran bastante interesante, 51 personas lo encuentran medianamente interesante mientras que 17 personas lo encuentra poco interesante y 3 nada interesante.

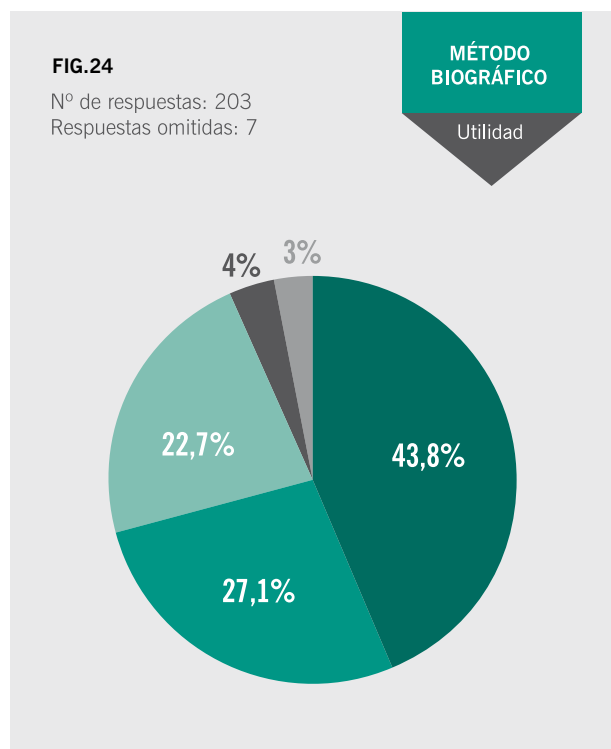
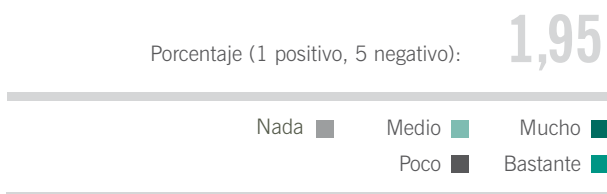
Comentario: Un porcentaje del 2,04 nos da indicios de que la forma de proporcionar información del método biográfico resulta bastante interesante o motivador para los diseñadores gráficos.



16. ¿CREES QUE ESTUDIAR EN PROFUNDIDAD EL TRABAJO Y LA VIDA DE OTROS DISEÑADORES/AS PUEDE AYUDAR A MEJORAR TUS HABILIDADES COMO DISEÑADOR/A?

89 personas consideran que estudiar el trabajo y la vida de otros diseñadores puede ayudarles a mejorar mucho sus habilidades como diseñadores, 55 creen que les ayudaría bastante, 46 que les ayudaría medianamente, 7 que les ayudaría algo y 6 personas piensan que no les ayudaría en absoluto.

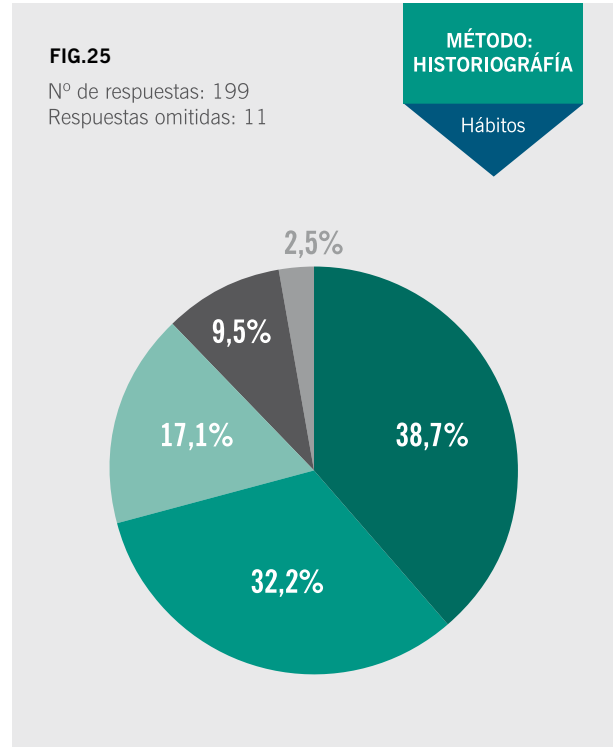
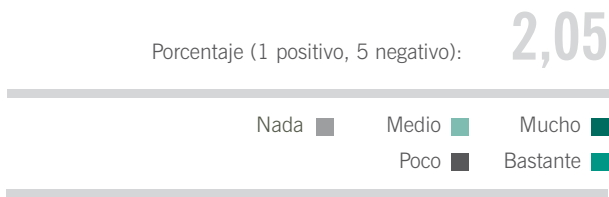
Comentario: Un porcentaje del 1,95 nos da indicios de que la forma de proporcionar información del método biográfico resulta muy útil para los diseñadores gráficos.



17. ¿EN TU TRABAJO, HASTA QUÉ PUNTO TE PREOCUPAS POR CONOCER LOS ESTILOS Y LAS MODAS VIGENTES?

77 personas afirman preocuparse mucho por conocer la evolución de las modas y los estilos, 64 personas afirman hacerlo bastante, 33 de manera moderada, 19 poco y 5 personas no se preocupan por conocer las modas.

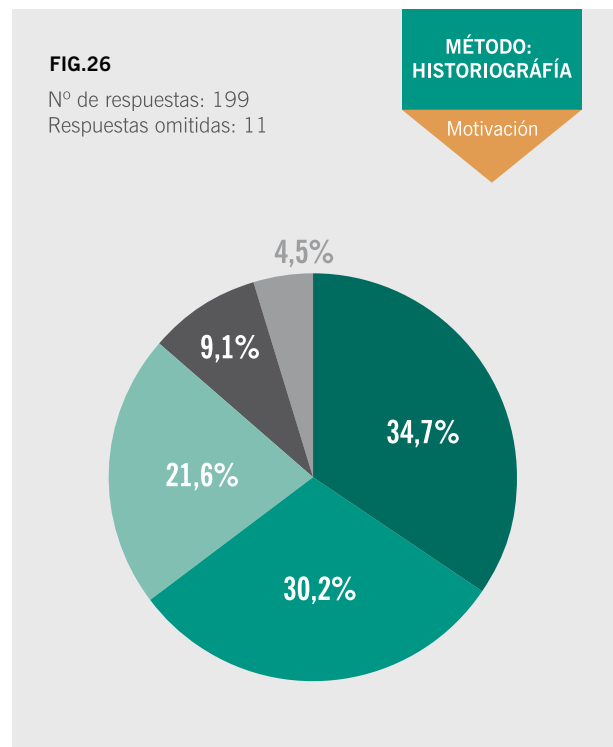
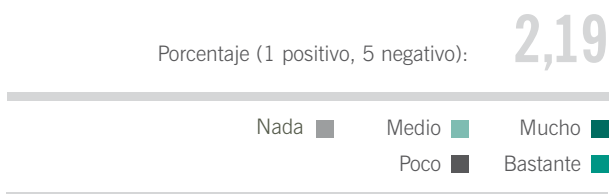
Comentario: El promedio de 2,05 nos da indicios sobre que ciertos modelos establecidos por el el método historiográfico resultan bastante comunes en el día a día de los diseñadores.



18. ¿TE INTERESA CONOCER MÁS SOBRE LA EVOLUCIÓN DE LAS MODAS Y LAS CAUSAS QUE PUEDEN PROVOCARLAS?

A 69 personas les interesa mucho saber más sobre la evolución de las modas y sus causas, a 59 personas les interesa bastante, a 43 personas les interesa algo, mientras que a 18 personas les interesa muy poco y a 9 personas no les interesa nada.

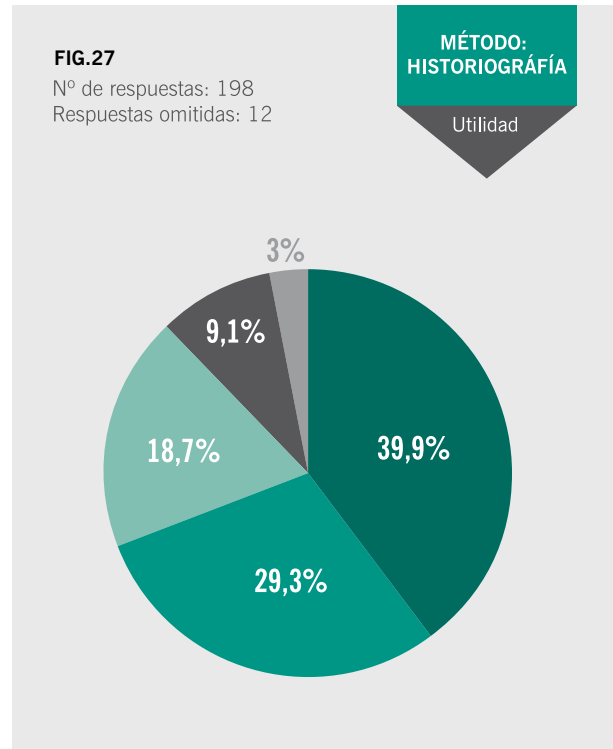
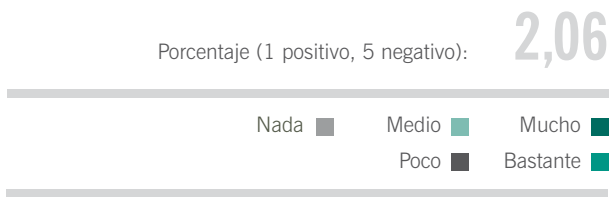
Comentario: Un porcentaje del 2,19 nos da indicios de que ciertos modelos historiográficos resultan bastante interesantes o motivadores para los diseñadores gráficos.



19. ¿CREES QUE ENTENDER MEJOR LO QUE HAY DETRÁS DE LAS VARIACIONES DE ESTILOS Y MODAS TE AYUDARÍA DE ALGUNA FORMA EN EL EMPEÑO DE TU TRABAJO?

79 personas afirman que entender mejor lo que subyace a las modas y los estilos les ayudaría mucho a mejorar en el trabajo, a 58 personas les ayudaría bastante, a 36 personas les ayudaría moderadamente mientras que a 18 personas les ayudaría poco y a 6 nada.

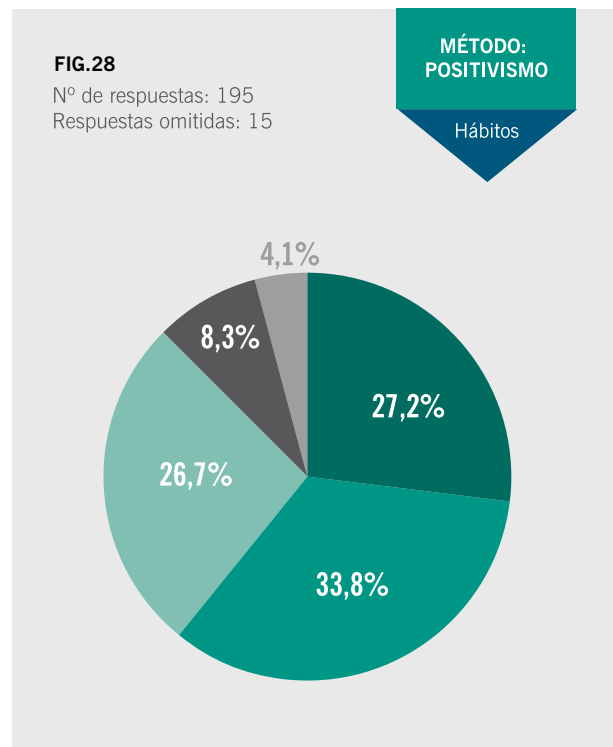
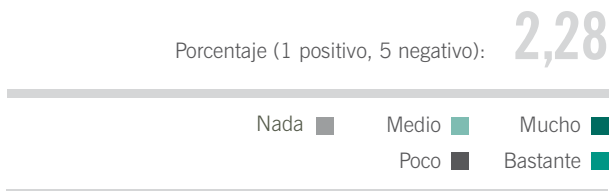
Comentario: Un porcentaje del 2,06 nos da indicios de que ciertos modelos del método historiográfico resultan bastante útiles para los diseñadores gráficos



20. ¿CUÁNDO ALGUNA PIEZA DE DISEÑO TE INTERESA, INTENTAS COMPRENDER LAS CONDICIONES EN LAS QUE HA SIDO CREADA? (P.E., EL PAÍS DEL QUE PROVIENE, LA ESCUELA, LAS CIRCUNSTANCIAS BAJO LAS QUE SE HA PRODUCIDO...)

53 personas afirman intentar comprender siempre éstas condiciones, 65 personas dicen hacerlo a menudo, 52 personas a veces, 16 personas raramente y 8 personas no lo hacen nunca.

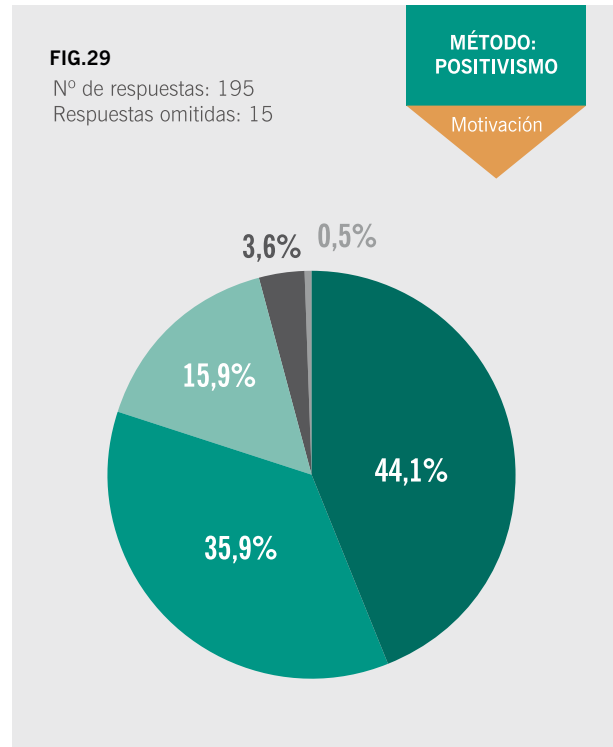
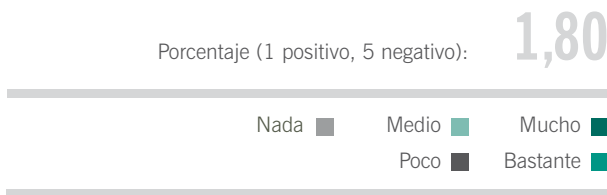
Comentario: El promedio de 2,28 nos da indicios sobre que ciertos procedimientos del positivismo resultan bastante comunes en el día a día de los diseñadores.



21. ¿ENCUENTRAS INTERESANTE EL COMPRENDER CÓMO LAS CARACTERÍSTICAS DEL DISEÑO VARÍAN SEGÚN EL AMBIENTE EN EL QUE SE PRODUZCAN?

86 personas lo encuentran muy interesante, 69 bastante interesante, 31 personas lo encuentran de cierto interés, 7 personas lo encuentran poco interesante mientras que 1 persona lo encuentra nada interesante.

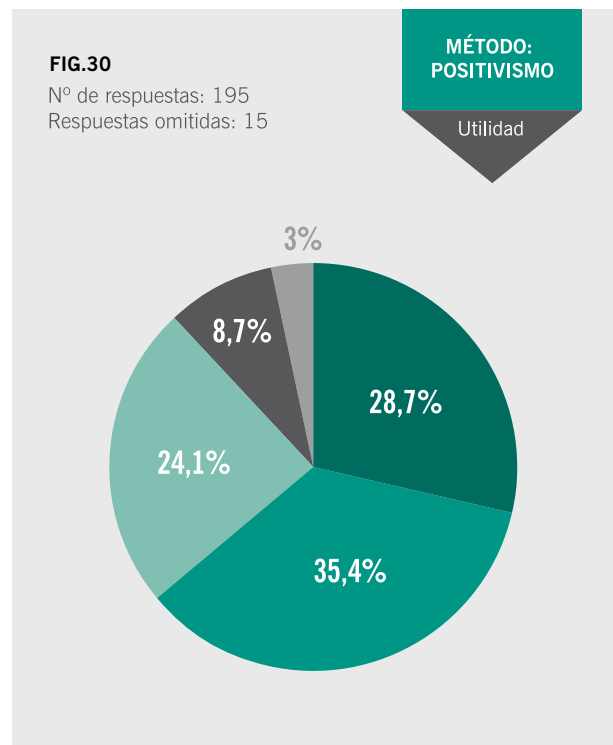
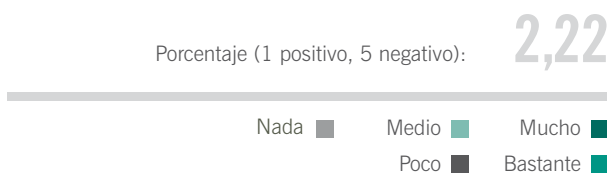
Comentario: Un porcentaje del 1,8 nos da indicios de que la información que puede proporcionar el método positivista resulta muy interesante o motivador para los diseñadores gráficos.



22. ¿SER CAPAZ DE IDENTIFICAR TIPOLOGÍAS DE DISEÑO EN BASE AL AMBIENTE EN EL QUE SE HAN PRODUCIDO TE AYUDA O AYUDARÍA EN TU TRABAJO?

56 personas afirman que les sería muy útil, 68 bastante útil, y 47 personas creen que les sería medianamente útil. 17 personas creen que sería poco útil y para 6 personas no tendría utilidad ninguna.

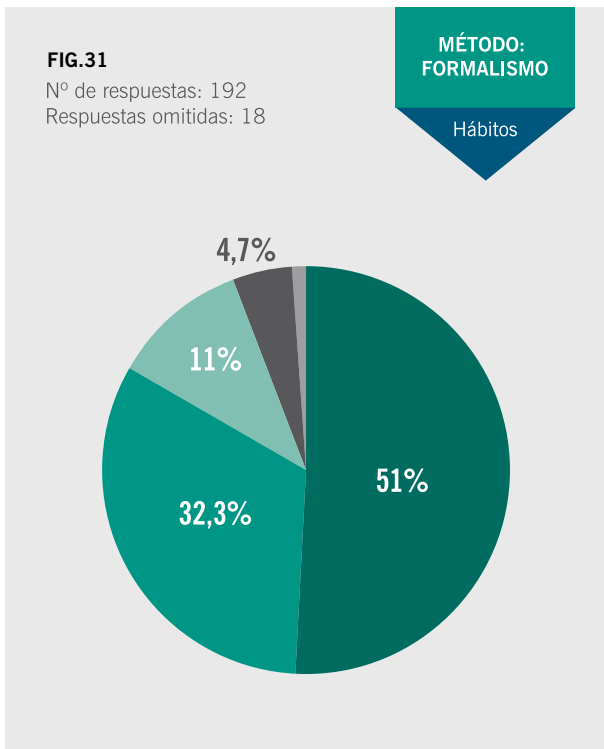
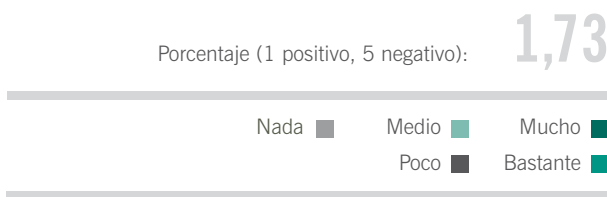
Comentario: Un porcentaje del 2,22 nos da indicios de que la forma de proporcionar información del método positivo resulta muy bastante útil para los diseñadores gráficos.



23. CUANDO VES UN TRABAJO DE DISEÑO INTERESANTE, ¿TIENDES A ANALIZAR LA MANERA EN QUE SE HA HECHO? (HERRAMIENTAS UTILIZADAS, COMPOSICIÓN, USO DE COLORES, ETC.)

97 personas afirman que siempre analizan formalmente los diseños de su interés, 62 personas lo hacen a menudo, 21 personas a veces, 9 personas raramente y 2 personas no lo hacen nunca.

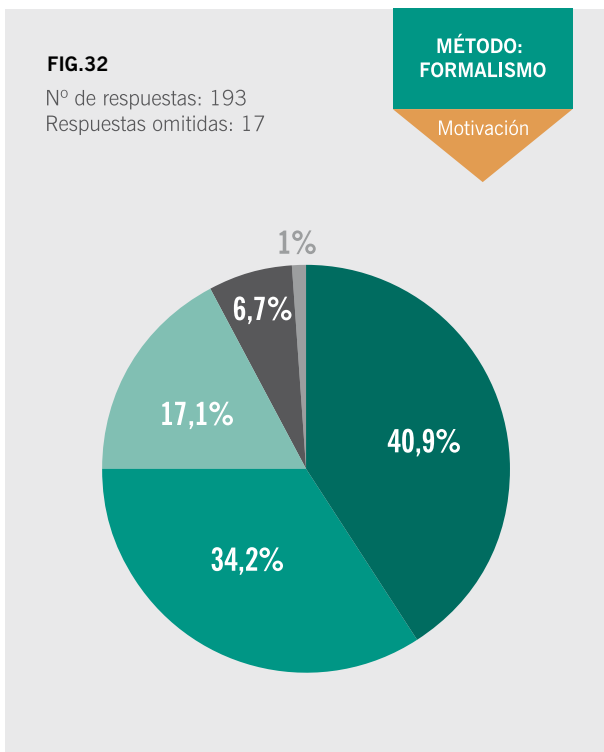
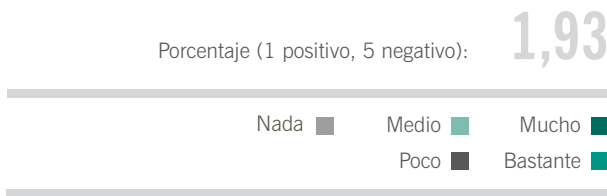
Comentario: El promedio de 1,73 nos da indicios sobre que ciertos procedimientos del método formalista resultan muy comunes en el día a día de los diseñadores.



24. ¿TE INTERESA ADQUIRIR MÁS CONOCIMIENTOS SOBRE CÓMO HAN IDO EVOLUCIONANDO ESAS FORMAS Y TÉCNICAS A LO LARGO DEL TIEMPO?

A 70 personas les interesa mucho adquirir más conocimientos de este tipo, a 66 personas les interesa bastante, a 33 personas moderadamente, a 13 personas poco y a 2 personas no les interesa nada.

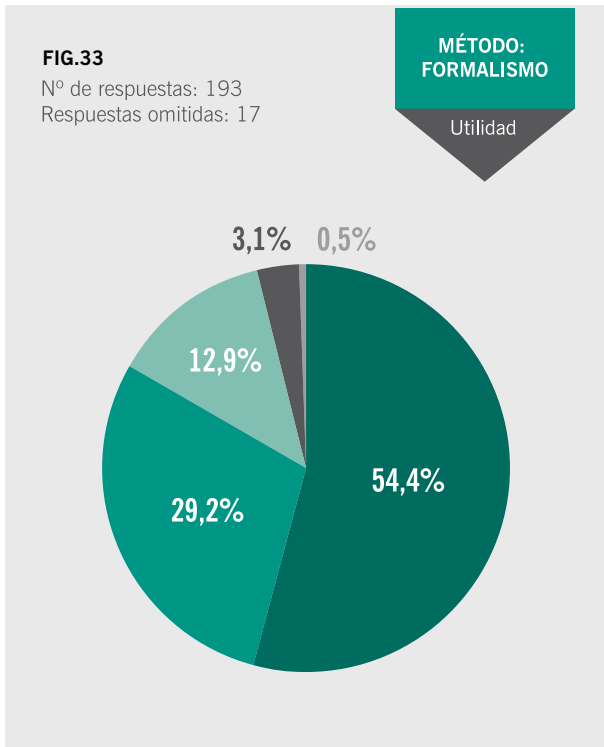
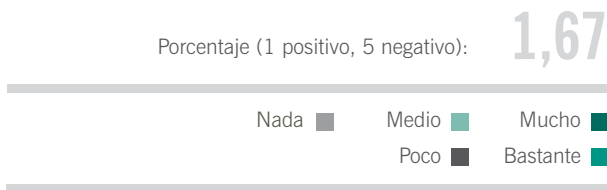
Comentario: Un porcentaje del 1,93 nos da indicios de que los contenidos en que se centra el método formalista resulta muy interesante o motivador para los diseñadores gráficos.



25. ¿HASTA QUÉ PUNTO CREES QUE TE AYUDA O AYUDARÍA EN TU TRABAJO COMO DISEÑADOR/A, ENTENDER CÓMO OTRAS PERSONAS SE HAN ENFRENTADO A DIFERENTES PROBLEMAS FORMALES?

104 personas consideran que les resultaría muy útil, para 56 personas sería bastante útil, 25 personas lo consideran medianamente útil mientras que 6 personas lo consideran poco útil y 1 persona no lo considera útil en absoluto.

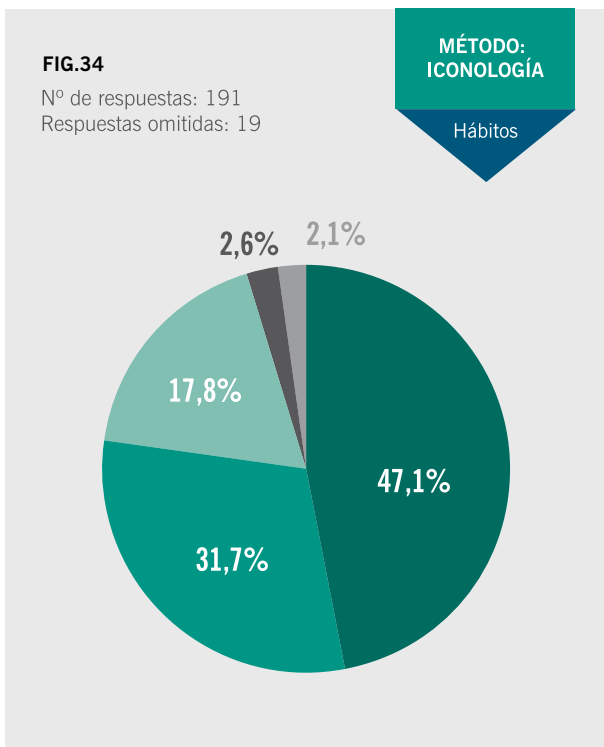
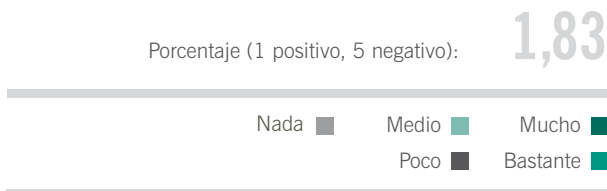
Comentario: Un porcentaje del 1,67 nos da indicios de que el tipo de información que facilita el método formalista resulta muy útil para los diseñadores gráficos.



26. ¿COMO DISEÑADOR/A, QUÉ IMPORTANCIA TIENEN PARA TI PALABRAS COMO SÍMBOLO, METÁFORA O ALEGORÍA?

89 personas consideran muy importantes en su profesión las palabras símbolo, metáfora, alegoría, 58 las consideran bastante importantes, 34 las consideran moderadamente importante mientras que 5 personas las consideran poco importantes y a 4 personas no les importa en absoluto.

Comentario: El promedio de 1,83 nos da indicios de que ciertos términos centrales del método iconológico resultan importantes en el día a día de los diseñadores.



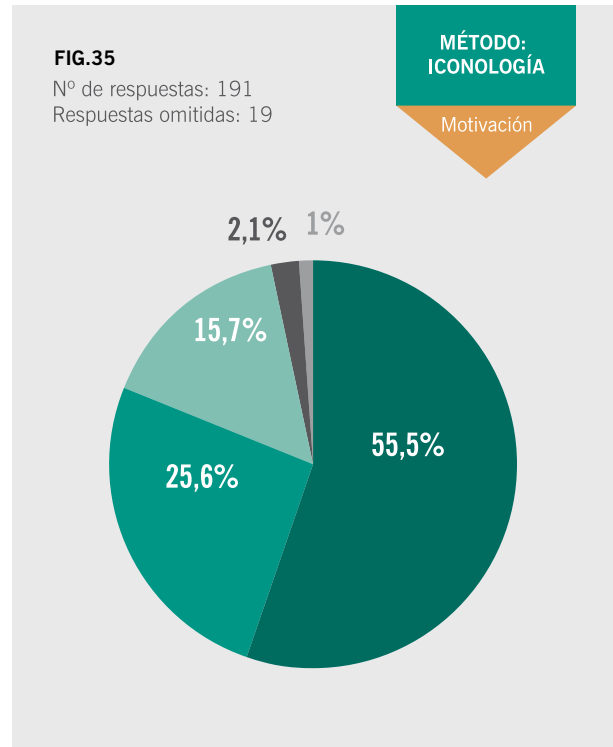
27. ¿TE RESULTA INTERESANTE COMPRENDER LOS SIGNIFICADOS SIMBÓLICOS, ALEGÓRICOS, METAFÓRICOS, ETC., QUE SUBYACEN A LAS PIEZAS DE DISEÑO?

105 personas consideran muy importante comprender estos significados, 49 personas bastante importante, 30 personas moderadamente importante mientras que 4 personas lo consideran poco importante y 2 personas nada importante.

Comentario: Un porcentaje del 1,68 nos da indicios de que la forma de proporcionar información del método iconográfico resulta muy interesante o motivador para los diseñadores gráficos.

Porcentaje (1 positivo, 5 negativo): **1,68**

Nada ■ Medio ■ Mucho ■
Poco ■ Bastante ■



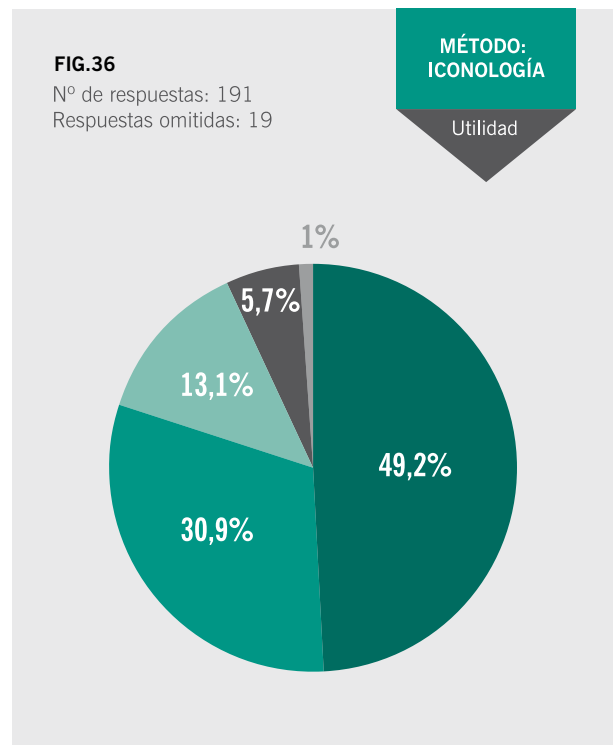
28. ¿CREES QUE UN MAYOR CONOCIMIENTO DE LOS LENGUAJES SIMBÓLICOS TE SERÍA ÚTIL PARA TU TRABAJO COMO DISEÑADOR/A?

93 personas consideran que conocer mejor los lenguajes simbólicos les sería muy útil en su trabajo, 59 personas lo consideran bastante útil, 25 personas medianamente útil mientras que 11 personas lo consideran poco útil y 2 personas nada útil.

Comentario: Un porcentaje del 1,79 nos da indicios de que el tipo de contenidos que proporciona el método iconológico resulta muy útil para los diseñadores gráficos.

Porcentaje (1 positivo, 5 negativo): **1,79**

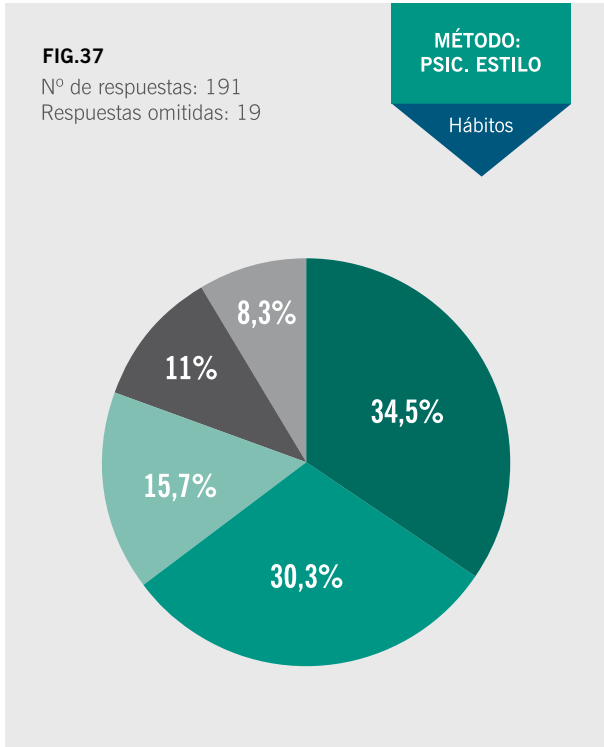
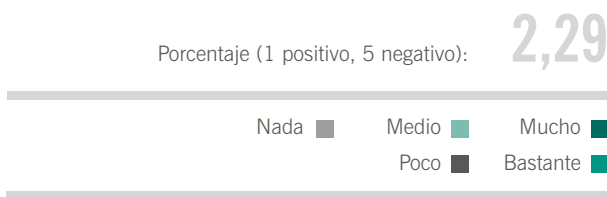
Nada ■ Medio ■ Mucho ■
Poco ■ Bastante ■



29. ¿DISEÑAR ES PARA TI UNA FORMA DE EXPRESIÓN PERSONAL?

65 personas están muy de acuerdo con esta afirmación, 58 personas están bastante de acuerdo, 30 personas están algo de acuerdo, 21 personas están poco de acuerdo y 16 personas no están en absoluto de acuerdo con la afirmación.

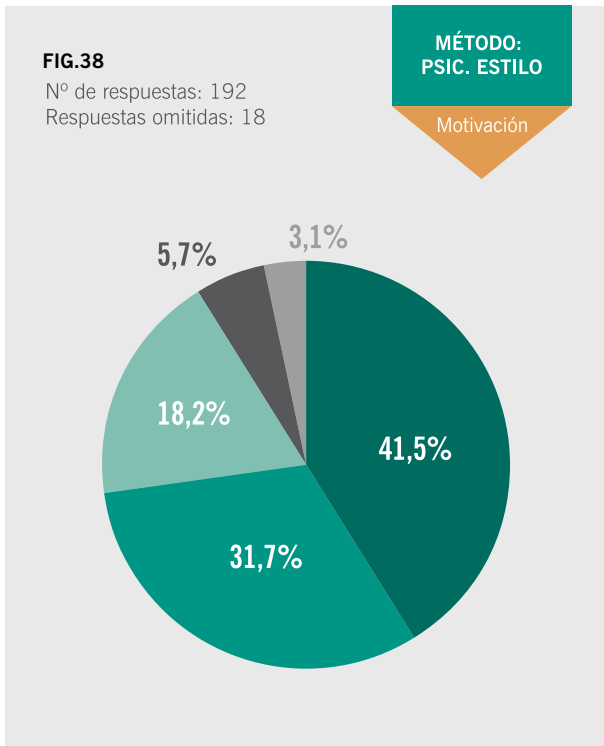
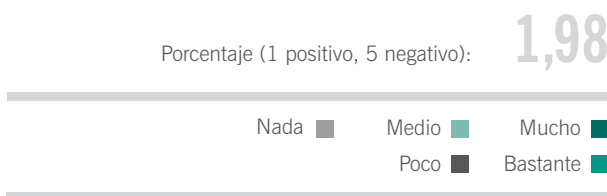
Comentario: El promedio de 2,29 nos da indicios sobre que ciertos principios de la psicología de estilo resultan afines al día a día de los diseñadores.



30. ¿QUÉ INTERÉS LE ENCUENTRAS A ENTENDER LAS CONEXIONES EMOCIONALES EXISTENTES ENTRE UN DISEÑADOR/A Y SU PÚBLICO?

78 personas le encuentran mucho interés, 61 personas le encuentran bastante interés, 35 personas le encuentran algo de interés mientras 11 personas le encuentran poco interés y 6 personas no le encuentran interés ninguno.

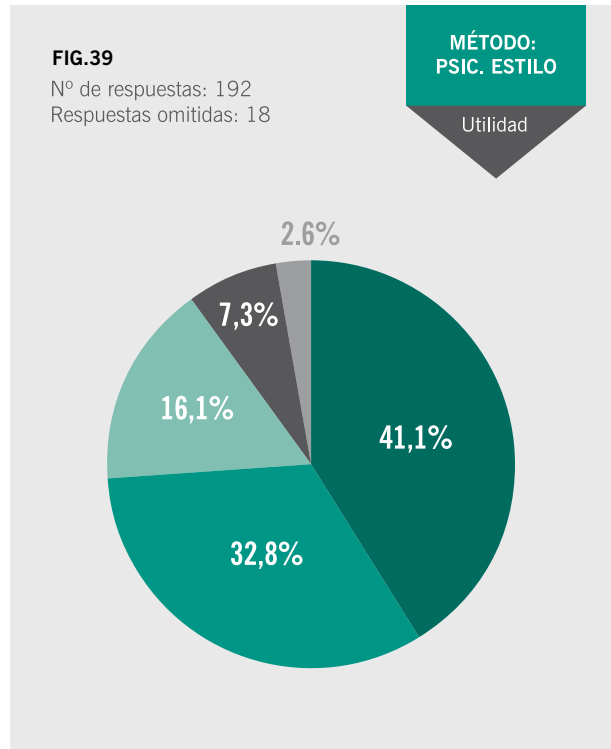
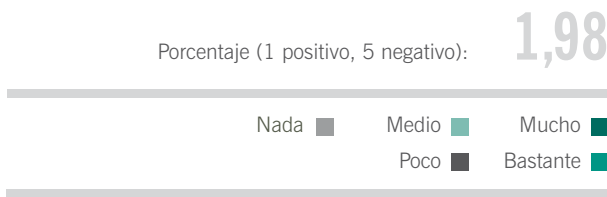
Comentario: Un porcentaje del 1,98 nos da indicios de que los focos de interés de la psicología de estilo resultan muy interesantes o motivadores para los diseñadores gráficos.



31. ¿CREES QUE COMPRENDER MEJOR LAS CONEXIONES EMOCIONALES EXISTENTES ENTRE EL DISEÑADOR/A Y EL PÚBLICO TE AYUDARÍA EN TU TRABAJO COMO DISEÑADOR/A?

78 personas consideran que comprender mejor las conexiones emocionales entre el diseñador y el público ayudaría mucho en su trabajo, 63 personas opinan que ayudaría bastante, para 31 personas ayudaría algo, para 14 poco y para 5 personas no ayudaría nada.

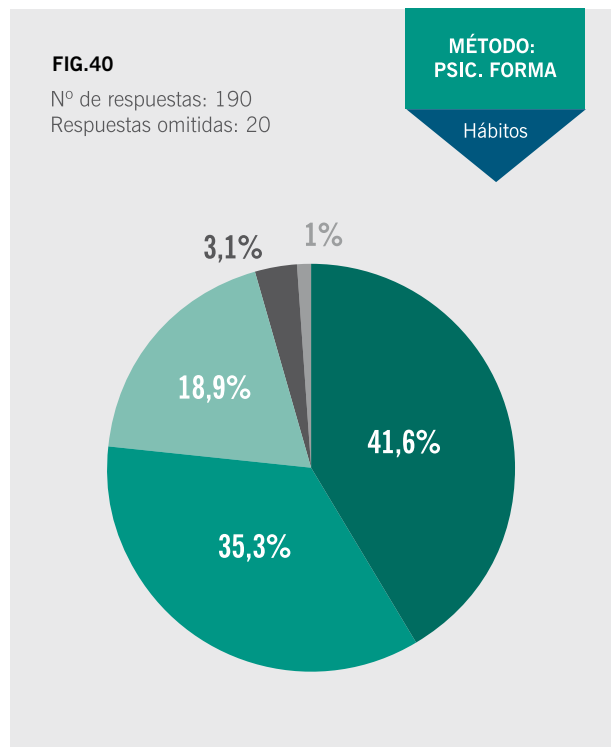
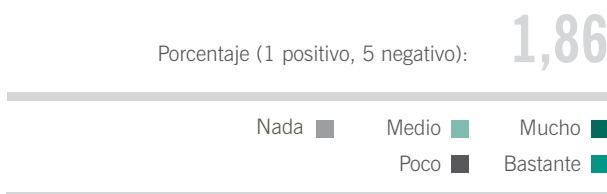
Comentario: Un porcentaje del 1,98 nos da indicios de que los diseñadores gráficos consideran muy útiles ciertos enfoques de la psicología del estilo.



32. A LA HORA DE DISEÑAR, ¿ERES CONSCIENTE DE CÓMO LA MENTE INTERPRETA LAS FORMAS O LAS IMÁGENES?

79 personas son muy conscientes de cómo la mente interpreta las formas, 67 personas son bastante conscientes, 35 personas son algo conscientes, 6 personas son poco conscientes mientras 2 personas no son en absoluto conscientes.

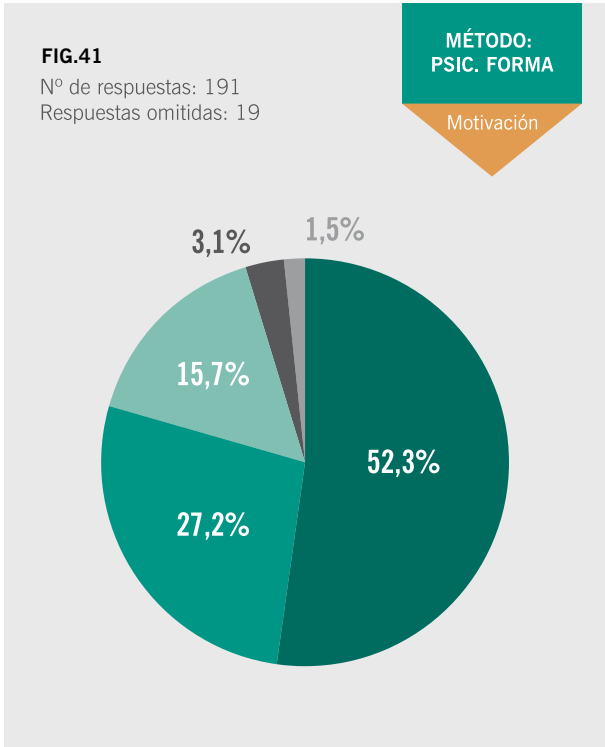
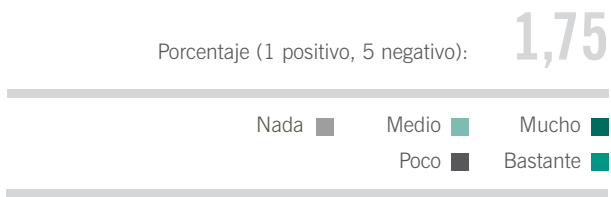
Comentario: El promedio de 1,86 nos da indicios sobre que ciertos procedimientos de la psicología de la forma resultan muy habituales para los diseñadores.



33. ¿TE INTERESA CONOCER EN PROFUNDIDAD LAS LEYES CIENTÍFICAS (DE ESTRUCTURA, DE CONTRASTE, DE CIERRE...) QUE RIGEN NUESTRA MANERA DE PERCIBIR LAS IMÁGENES?

A 99 personas les interesa mucho, a 52 personas les interesa bastante, a 30 personas les interesa moderadamente, a 6 personas les interesa poco y , finalmente, a 3 personas no les interesa en absoluto.

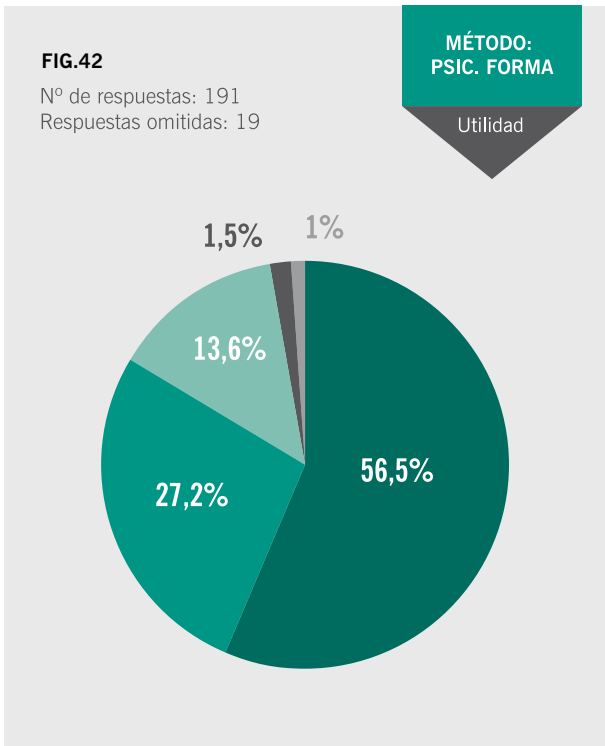
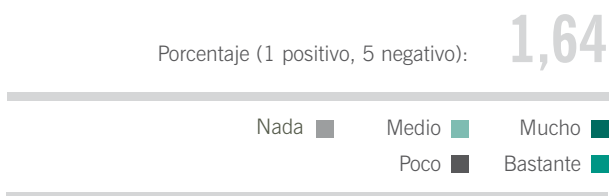
Comentario: Un porcentaje del 1,75 nos da indicios de que los focos de interés de la psicología de la forma resultan muy interesante y motivador para los diseñadores gráficos.



34. ¿CREES QUE CONOCER LA FORMA EN QUE NUESTRA MENTE INTERPRETA LAS FORMAS TE AYUDARÍA O AYUDA EN EL DESEMPEÑO DE TU TRABAJO COMO DISEÑADOR/A?

107 personas consideran que les ayudaría mucho, 52 que bastante, 26 que algo, 3 que poco y 2 personas consideran que no les ayudaría en nada.

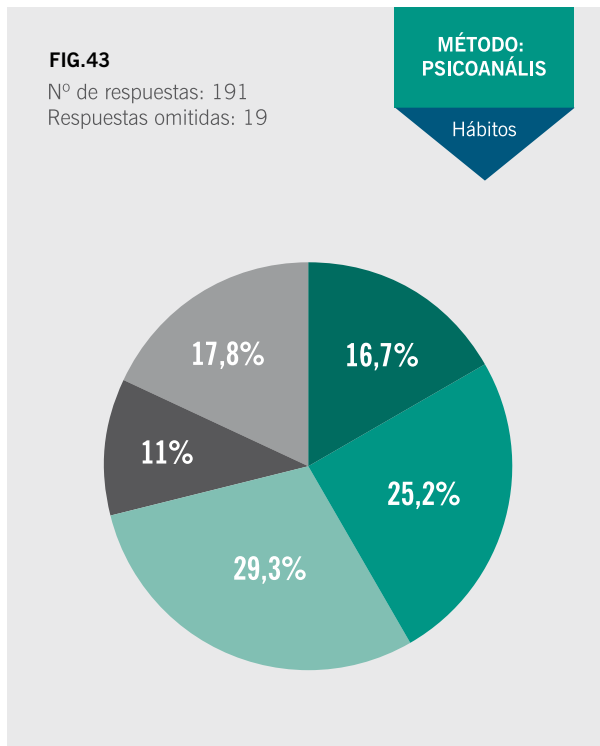
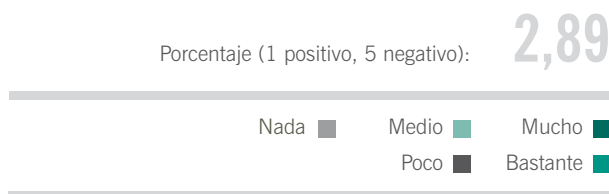
Comentario: Un porcentaje del 1,64 nos da indicios de que el tipo de conocimiento que busca la psicología de la forma resulta muy útil para los diseñadores gráficos.



35. ¿CONSIDERAS QUE EL ACTO DE DISEÑAR, DE ALGUNA MANERA, TE AYUDA A EQUILIBRARTE COMO PERSONA A UN NIVEL PSICOLÓGICO?

31 personas consideran que diseñar les ayuda mucho a equilibrarse a nivel psicológico, 48 personas consideran que bastante, 56 consideran que algo, 21 que un poco y 34 que nada.

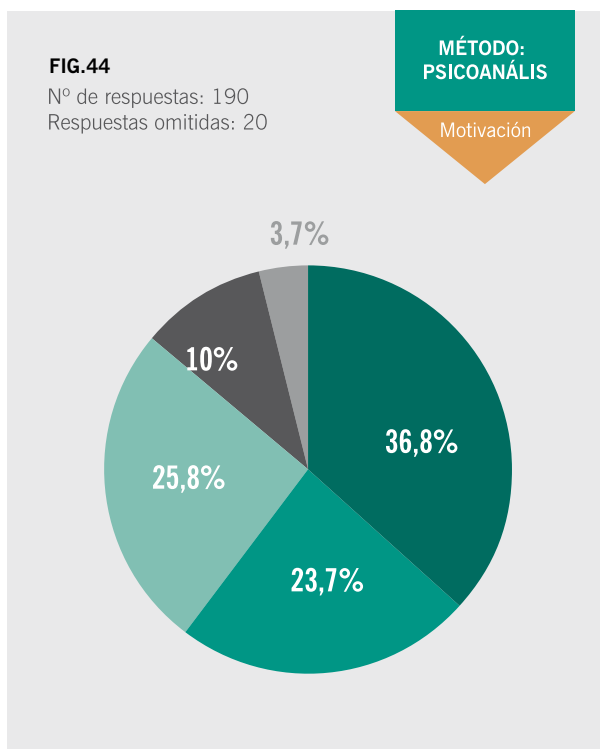
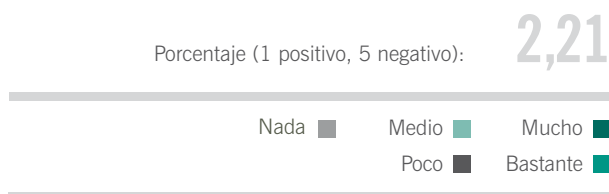
Comentario: El promedio de 2,89 nos da indicios sobre que ciertos principios del psicoanálisis del arte son vividos como bastante propios por los diseñadores gráficos.



36. ¿QUÉ INTERÉS LE ENCUENTRAS A ENTENDER LOS FACTORES SUBCONSCIENTES QUE HAY DETRÁS DEL ACTO DE CREAR O DE PERCIBIR UNA IMAGEN?

69 personas encuentran muy interesante entender estos factores, 45 personas lo encuentran bastante interesante, 49 personas lo encuentran algo interesante mientras que 19 personas lo encuentran poco interesante y 7 personas no le encuentran ningún interés.

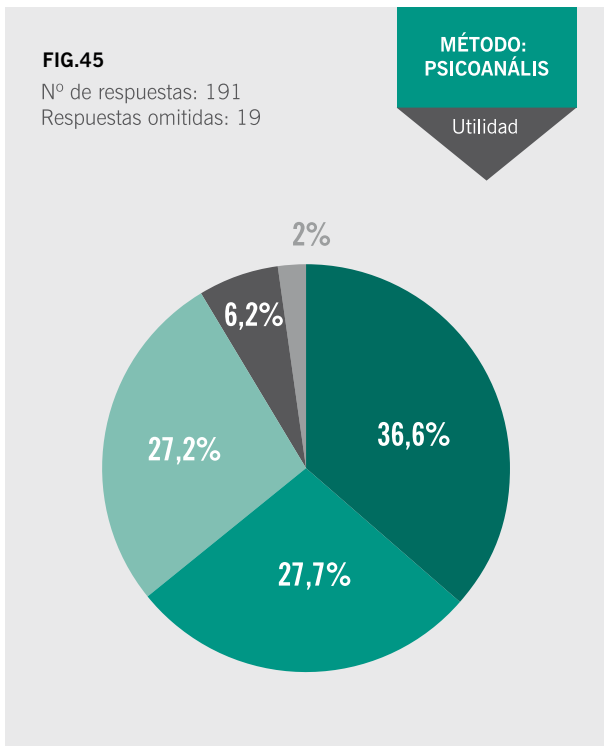
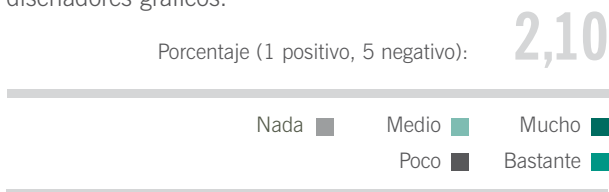
Comentario: Un porcentaje del 2,21 nos da indicios de que los focos de interés del método psicoanalítico resultan bastante interesantes o motivadores para los diseñadores gráficos.



37. ¿CREES QUE COMPRENDER MEJOR LAS RAZONES SUBCONSCIENTES QUE NOS LLEVAN A ELEGIR O A APRECIAR DETERMINADAS IMÁGENES TE AYUDARÍA A MEJORAR COMO PROFESIONAL DEL DISEÑO?

69 personas creen que comprender estas razones ayudaría mucho en su desarrollo como profesional, para 53 personas ayudaría bastante, para 53 moderadamente, para 12 poco y para 4 personas no ayudaría en absoluto.

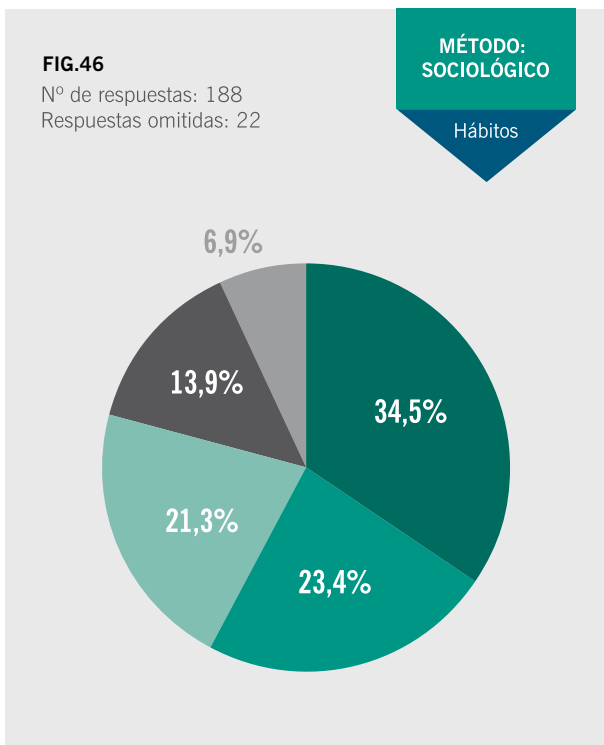
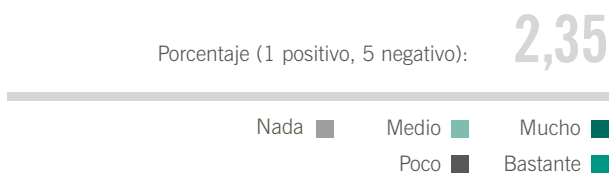
Comentario: Un porcentaje del 2,1 nos da indicios de que el tipo de conocimiento que se desprende del método psicoanalítico resultaría bastante útil para los diseñadores gráficos.



38. ¿ACOSTUMBRAS A CUESTIONARTE EL PAPEL QUE EJERCÉS TÚ Y TU PROFESIÓN DENTRO DEL SISTEMA ECONÓMICO, SOCIAL, POLÍTICO, ETC. ACTUAL?

65 personas se lo cuestionan mucho, 43 personas se lo cuestionan bastante, 40 personas se lo cuestionan moderadamente mientras 26 personas se lo cuestionan poco y 13 personas no se lo cuestionan en absoluto.

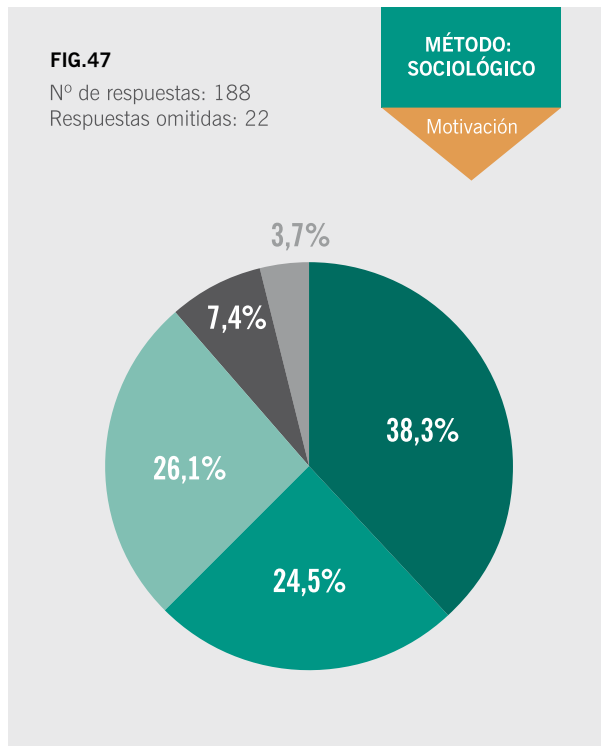
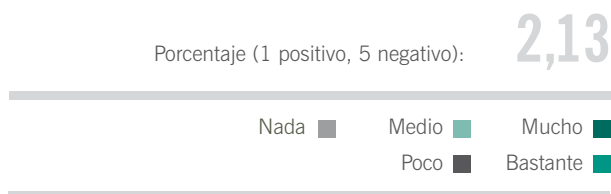
Comentario: El promedio de 2,35 nos da indicios sobre que los intereses del método sociológico son frecuentemente compartidos por los diseñadores.



39. ¿QUÉ INTERÉS LE ENCUENTRAS A INDAGAR SOBRE LA INFLUENCIA QUE EJERCEN SOBRE EL DISEÑO AGENTES COMO LOS CLIENTES, LAS INSTITUCIONES, LOS CONCURSOS, LAS EMPRESAS....?

72 personas lo encuentra muy interesante, 46 personas lo encuentran bastante interesante, 48 personas lo encuentran moderadamente interesante mientras 14 personas lo encuentran poco interesante y 7 personas no lo encuentran interesante en absoluto.

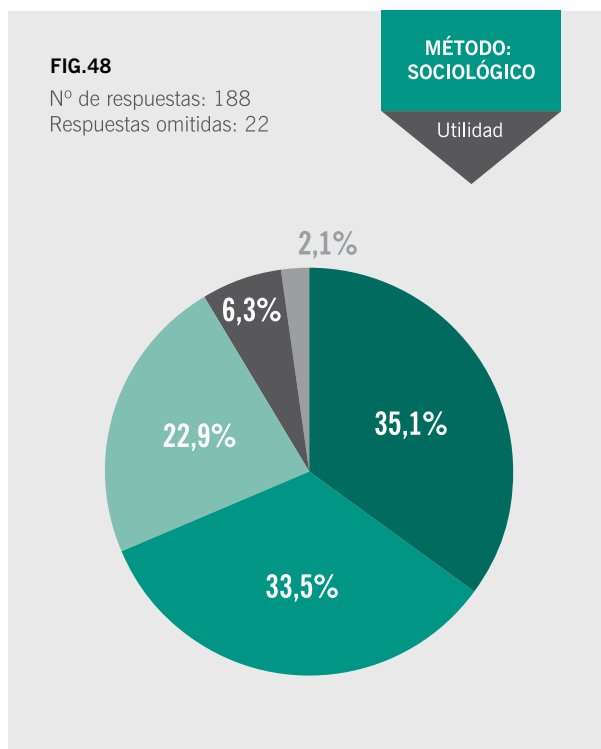
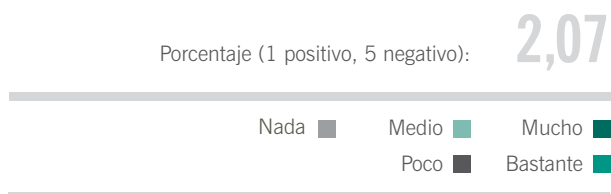
Comentario: Un porcentaje del 2,13 nos da indicios de que los focos de interés de la sociología resultan bastante interesante para los diseñadores gráficos.



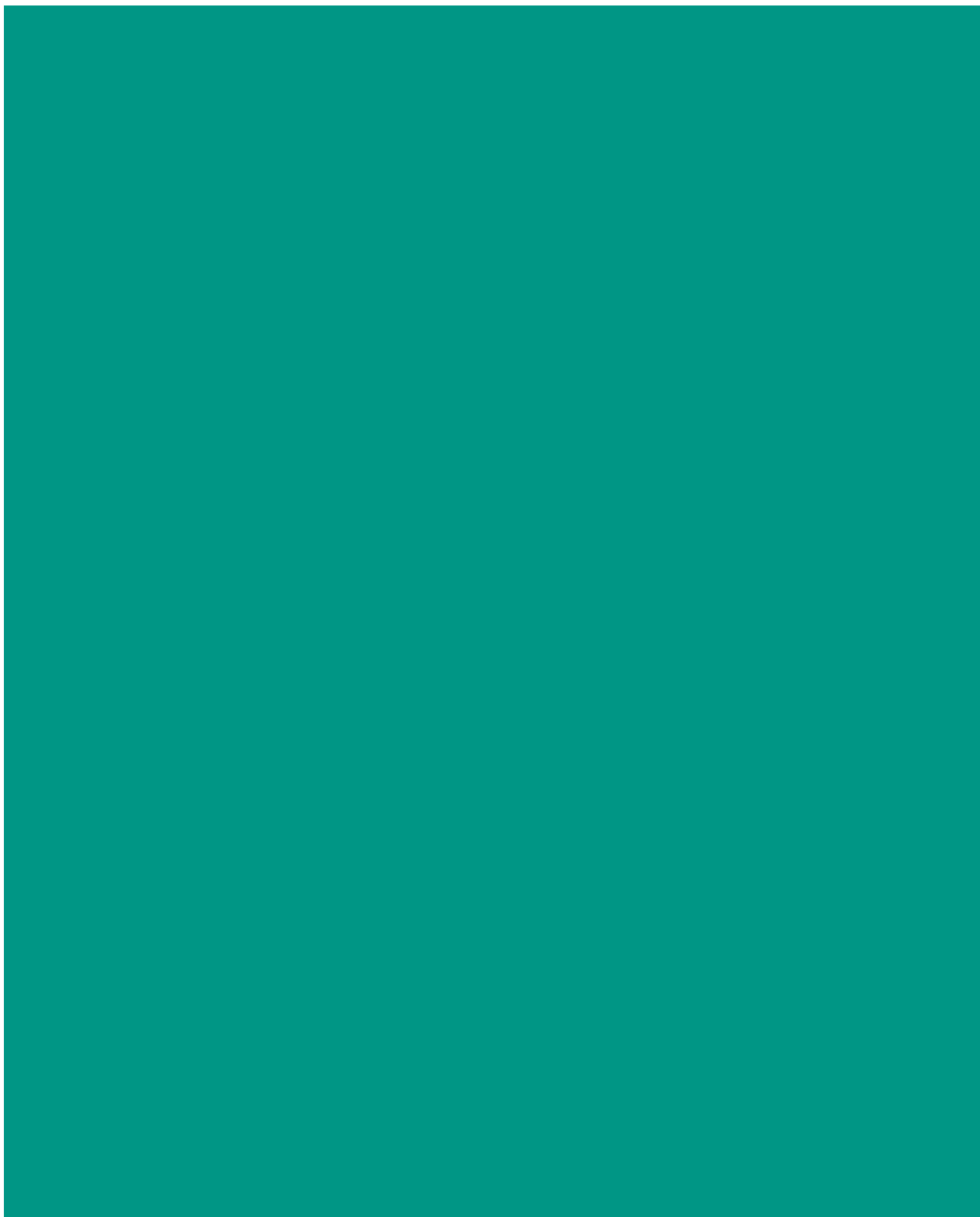
40. ¿CREES QUE UNA MAYOR COMPRENSIÓN DE LAS DINÁMICAS SOCIALES DE PRODUCCIÓN, DIFUSIÓN Y RECEPCIÓN DEL DISEÑO TE AYUDARÍAN A EJERCER MEJOR TU PROFESIÓN?

66 personas consideran que comprender estos hechos les ayudaría mucho, 62 que les ayudaría bastante, 43 que les ayudaría algo, 12 que les ayudaría poco y 4 que no les ayudaría nada.

Comentario: Un porcentaje del 2,07 nos da indicios de que el tipo de conocimientos que puede proporcionar el método sociológico resulta bastante útil para los diseñadores gráficos.



D) ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS



1. PREGUNTAS DE CONTROL

1.1 Sobre la idoneidad de la muestra

La muestra adquirida contiene la opinión de 210 sujetos que han estudiado diseño gráfico o ejercido la profesión en España.

Al comenzar este estudio especificábamos que a través de este cuestionario pretendíamos familiarizarnos con un tema escasamente estudiado que nos sirviera como refuerzo para nuestra principal hipótesis: la historia del arte forma parte de la historia del diseño. Con este fin, perseguíamos que nuestra muestra fuese, si no estrictamente representativa de la población, sí característica.

La muestra refleja la heterogeneidad del panorama del diseño en nuestro país. En primer lugar, muestra opiniones de diseñadores de varias generaciones, desde estudiantes hasta diseñadores veteranos. También es heterogénea en cuanto al número de centros en los que los diseñadores han estudiado (63 centros) así como del tipo de estudios cursados por los diseñadores –autodidactas, provenientes de la bellas artes, graduados, etc.–. En este último sentido el estudio refleja un panorama destinado a cambiar a partir de la oficialización de los títulos de diseño.

La muestra refleja la heterogeneidad del panorama de los diseñadores gráficos en este país

Se observa cierta descompensación en relación a la distribución geográfica de la muestra, que evidencia una mayor afluencia de diseñadores provenientes de Cataluña. El protagonismo de Cataluña crece en la medida en que se habla de centros de estudio y lugar de residencia.

Esto, en parte, respondería a un sesgo propiciado por una mayor difusión del cuestionario en esta provincia. Pero si se observan los datos de la población, según los cuales Barcelona aparece como la 4 ciudad europea en densidad de empresas dedicadas al diseño y, si se cruzan los datos con el posterior estudio de los centros de enseñanza de diseño, –según el cual en Barcelona se encuentran

el 45% de los centros que imparten los estudios de grado en diseño– la cifra no resulta del todo desproporcionada.

En general, por lo tanto, hablamos de una muestra característica de la realidad de los diseñadores gráficos en España.

1.2 Los estudios de historia y de historia del arte

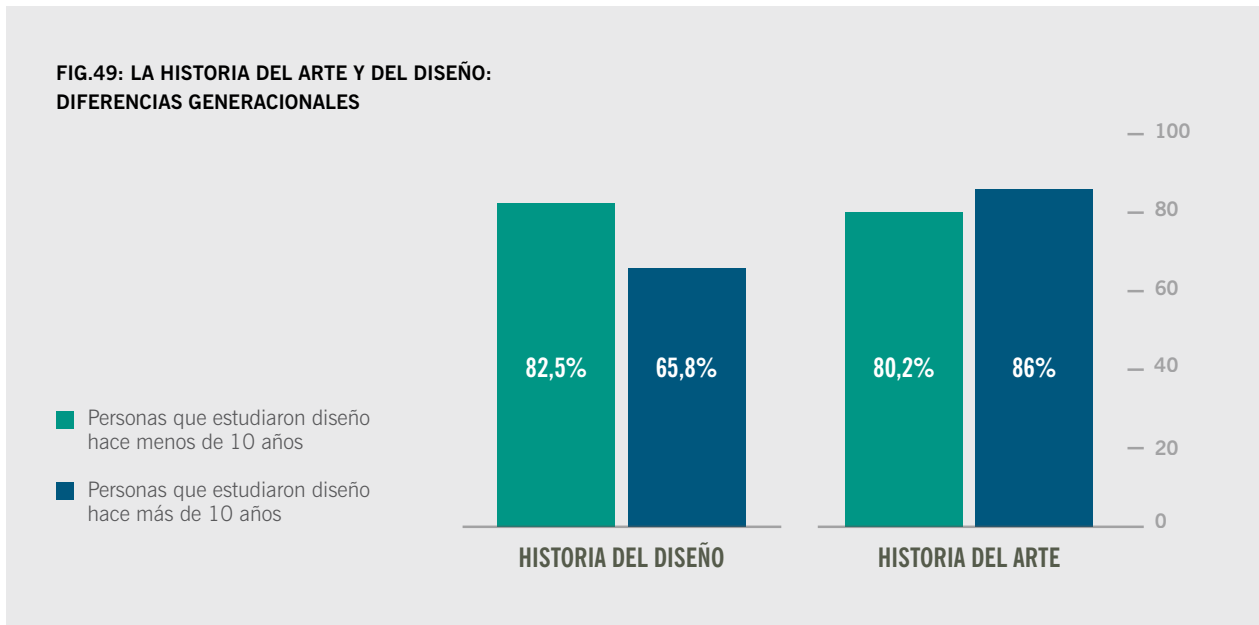
En general, a día de hoy los diseñadores tienen una mayor formación en historia del arte que en historia del diseño. Mientras que un 82,1% de la muestra afirma haber recibido contenidos de historia del arte durante sus estudios, aquellos que afirman haberlos recibido de diseño gráfico alcanzan sólo el 72%.

A día de hoy los diseñadores gráficos tienen una mayor formación en historia del arte que en historia del diseño

Estas cifras nos dejan un porcentaje relativamente alto de personas –un 28%– que no ha recibido, durante sus estudios, formación ninguna en relación a la historia del diseño. Intuimos que muchos de aquellos diseñadores que manifiestan ser autodidactas así como las personas que indican haber cursado “otros” estudios (academias informáticas, cursos del Inem...) y que conforman un 20% de la muestra podrían estar en la base de este 28% que no ha recibido formación en historia del diseño (así como en el 18% de aquellos que no han recibido formación en historia del arte).

Sin embargo, también tenemos que tener en cuenta que, como ya hemos comentado, la historia del diseño –así como los estudios de diseño– es una disciplina relativamente joven, por lo que cabía la posibilidad que aquellos diseñadores más veteranos no hubieran recibido este tipo de formación.

Para confirmar esta hipótesis hemos confrontado los da-

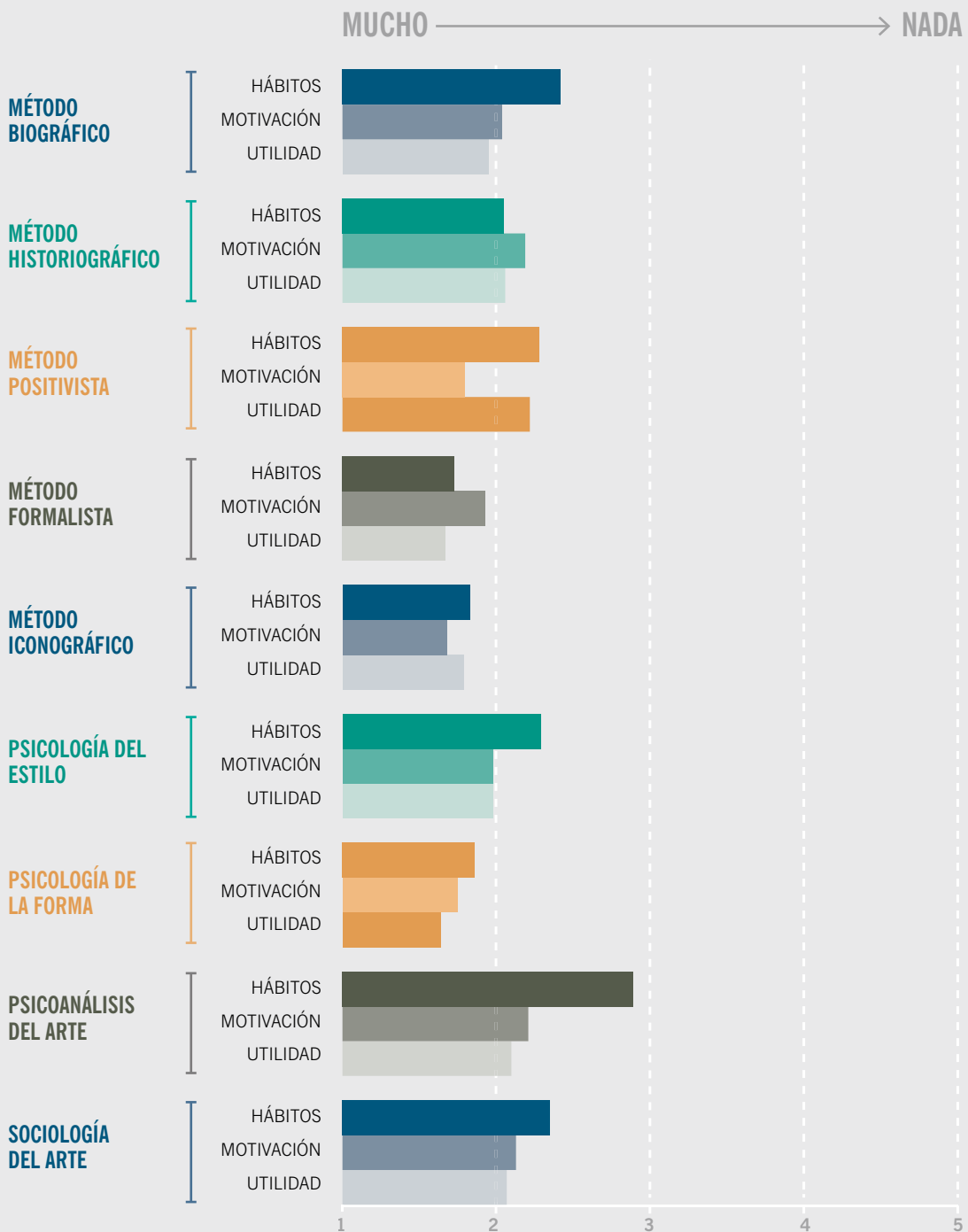


tos de las personas que cursaron sus estudios hace menos de 10 años con aquellas que lo hicieron hace más de 10 años **(F1)** y, efectivamente, se confirma que los diseñadores más veteranos recibieron menos formación en historia del diseño que los diseñadores más jóvenes.

La gráfica nos indica que los estudios de diseño gráfico han ganado, a lo largo de los años, un mayor protagonismo entre los diseñadores. Se trata de un dato alentador que apunta al progreso de la historia del diseño gráfico en este país.

La historia del arte, sin embargo, han sufrido un leve recesión que puede ser debida, en parte, a una menor afluencia de gente desde las escuelas de artes y de bellas artes.

FIG.50: RELACIÓN GENERAL DE RESPUESTAS DE LAS PREGUNTAS ESPECÍFICAS: VALORACIÓN DE LOS DISEÑADORES



2. PREGUNTAS ESPECÍFICAS

2.1 Las metodologías

Nos adentramos ya en el tema principal del presente estudio y nos centramos en observar cómo valoran los diseñadores gráficos los paradigmas y metodologías utilizados tradicionalmente para estudiar la historia del arte.

Cabe aquí recordar que, lejos de pretender aportar datos específicos concluyentes sobre el tema, lo que se pretende es dar una visión general de un tema que no ha sido estudiado y que consideramos importante para defender nuestra hipótesis principal.

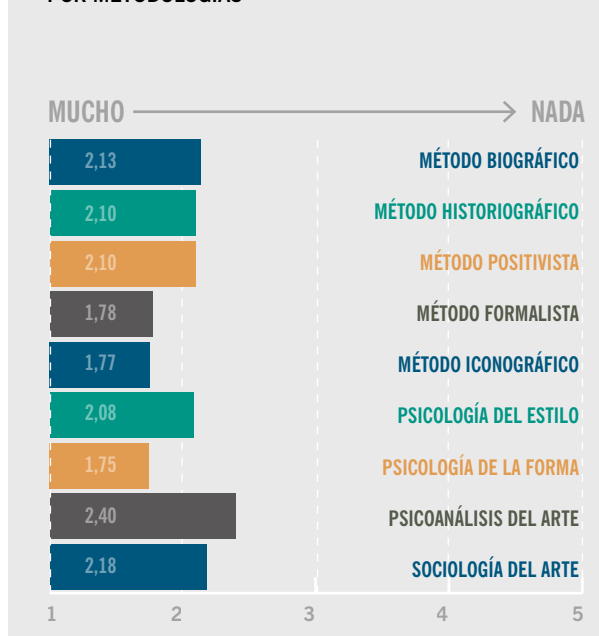
Una primera ojeada a los resultados generales (F2) nos muestra que las metodologías tradicionales de la historia del arte resultan vigentes, interesantes y útiles para los diseñadores. El promedio de las respuestas, un 2,03 sobre cinco –siendo uno positivo y 5 negativo–, nos indica que en términos generales las metodologías del arte son consideradas por los diseñadores gráficos como notablemente relevantes en su profesión.

Despuntan, en un sentido positivo, la utilidad de la psicología de la forma y, en un sentido negativo, la vigencia del psicoanálisis del arte. En otras palabras, los diseñadores gráficos consideran muy útil para su profesión conocer la forma en que la mente interpreta las formas y están menos de acuerdo –si bien el resultado sigue siendo positivo– en entender el diseño como una actividad que tiene una finalidad terapéutica.

Los diseñadores valoran más las metodologías centradas en estudiar aspectos intrínsecos de las imágenes que las centradas en los contextos o problemáticas que de la producción de estas se derivan

Si observamos el promedio general por metodologías (F3) observamos como las más valoradas son la psicología de la forma, seguida del método iconográfico y del método

FIG.51: PROMEDIO GENERAL POR METODOLOGÍAS



formalista. Por el contrario, las menos valoradas son el psicoanálisis del arte, la sociología y el método biográfico, aunque debemos insistir en la idea de que estas también han sido valoradas de manera positiva, por lo que forman parte de aquello que sirve y motiva a los sujetos de la muestra.

Los principales intereses de los diseñadores, por lo tanto, parecen estar relacionados –en primer lugar– con una visión formalista: los diseñadores valoran las aproximaciones al diseño centradas en el análisis físico de las piezas y en la forma en que tenemos de percibir las. En un segundo lugar, valoran un enfoque interpretativo de los contenidos de las imágenes.

Resulta curioso como las preferencias de los diseñadores, más allá de buscar contextos o significaciones profundas al diseño prefieren dar respuesta a las cuestiones de el binomio significado / significante que es, al fin y al cabo aquello que compone las imágenes.

Los diseñadores, por lo tanto, valoran más las metodologías centradas en la realidad de aquello que producen que los contextos y las problemáticas en los que se crean o que de su producción se derivan.

2.2 Los indicadores

Con el fin de convertir nuestras hipótesis en variables observables habíamos creado una serie de indicadores: **hábitos**, para observar la vigencia de las metodologías, **motivación**, para observar en qué grado interesaban los distintos paradigmas a los diseñadores y **utilidad**, para poder medir hasta qué grado les resultaban útiles. Pasamos ahora a ver más detalladamente los resultados.

a) Hábitos (F4)

Con el indicador “Hábitos” se pretendía medir la vigencia de los metodologías de la historia del arte en el diseño. Es decir, ¿hasta qué punto los diseñadores acuden, ya sea de forma intuitiva o de forma sistematizada, a los

enfoques tradicionalmente utilizados por la historia del arte para estudiar las piezas de arte?

Con un promedio sobre la totalidad de respuestas de 2,19 sobre 5 podemos afirmar que los enfoques de la historia del arte son frecuentemente utilizados por parte de los diseñadores para aproximarse a las piezas de diseño.

La forma más vigente o más utilizada por los diseñadores es la de acercarse a las piezas de diseño desde un enfoque formalista, es decir, los diseñadores, muy habitualmente, tienden a analizar las piezas buscando las características puramente formales (herramientas usadas, composición, colores, ritmos) que las han hecho posibles. Igualmente, consideran muy importantes en su trabajo aspectos clave del método iconográfico como son el símbolo o la metáfora.

b) Motivación (F5)

Con el indicador “Motivación” se pretendía medir el inte-

FIG.52: PROMEDIO GENERAL DE HÁBITOS POR METODOLOGÍAS

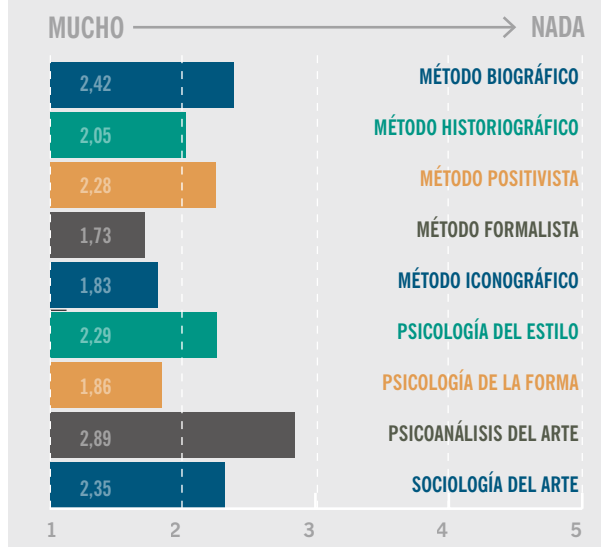
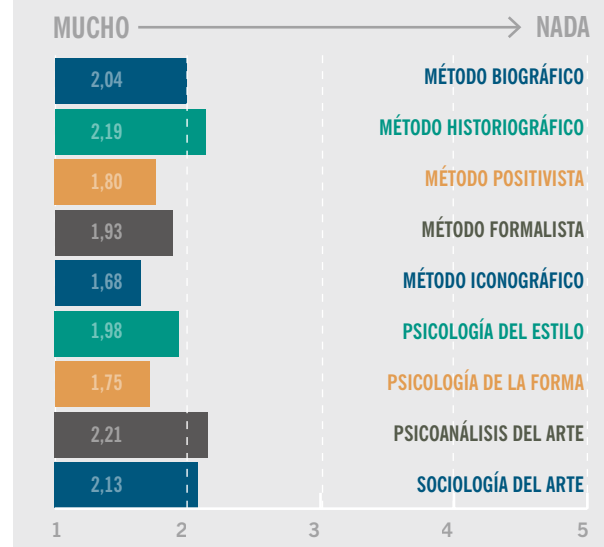


FIG.53: PROMEDIO GENERAL DE MOTIVACIÓN POR METODOLOGÍAS



res de los diseñadores gráficos por los diferentes enfoques metodológicos del diseño. ¿Les resulta a los diseñadores gráficos interesante comprender el diseño desde los puntos de vista de los paradigmas del arte?

Un promedio de 1,97 sobre 5 nos invita a pensar que a los diseñadores les interesan mucho estos enfoques.

El principal interés se centra en el método iconológico: a los diseñadores gráficos les interesa mucho comprender los significados metafóricos, alegóricos, simbólicos etc, que hay en las piezas de diseño. Igualmente muestran mucho interés por la psicología de la forma y por conocer en profundidad las leyes científicas que rigen nuestra manera de “leer” las imágenes.

C) Utilidad (F6)

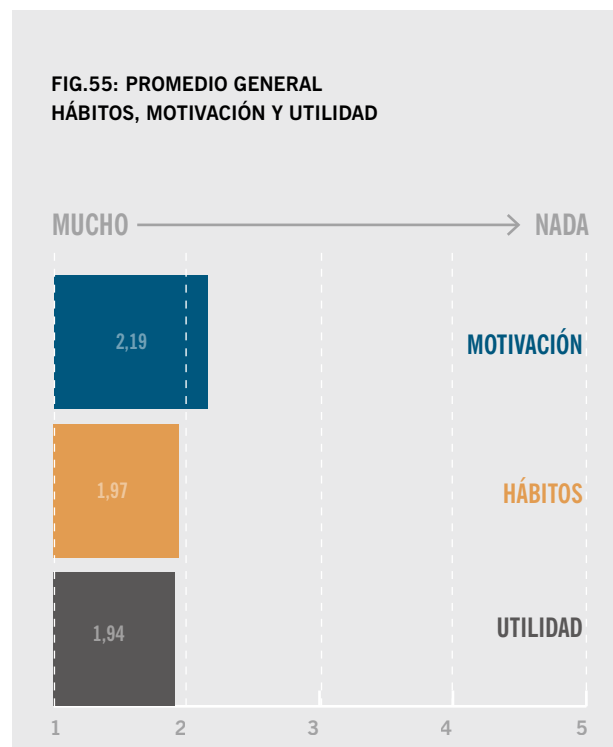
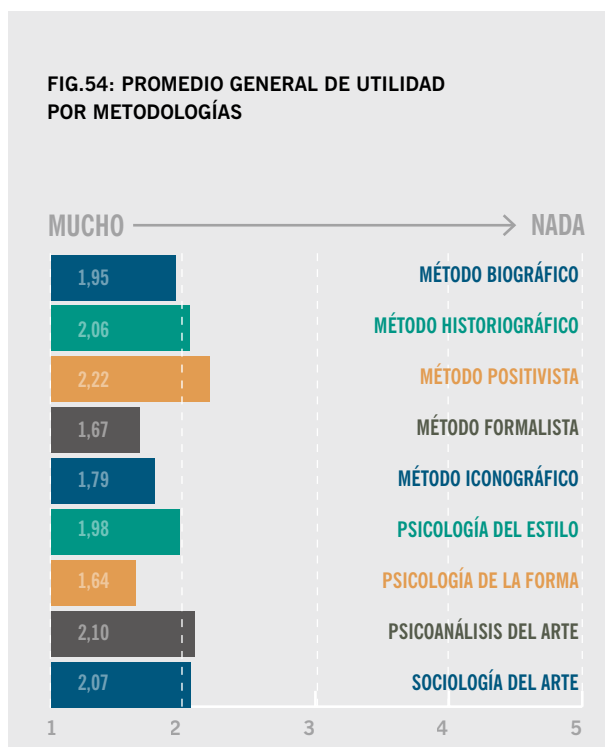
Con el indicador “Utilidad” se pretendía medir si para los diseñadores gráficos el comprender las piezas de diseño desde los enfoques con los que la historia del arte ha

examinado los objetos artísticos les serviría para mejorar sus habilidades.

Con un promedio de 1,94 podemos deducir que los diseñadores encuentran muy útiles los enfoques del arte, hasta tal punto que pueden ayudarles a mejorar en el ejercicio de su profesión. Una vez más, se repiten los métodos formalistas (formalismo y psicología de la forma) y la iconografía como los enfoques más útiles. Los diseñadores consideran que aprender a interpretar las formas, entender cómo otras personas se han enfrentado a diferentes problemas formales o adquirir un mayor conocimiento de los lenguajes simbólicos les ayudaría a ser mejores diseñadores.

D) Hábitos, motivación y utilidad (F7)

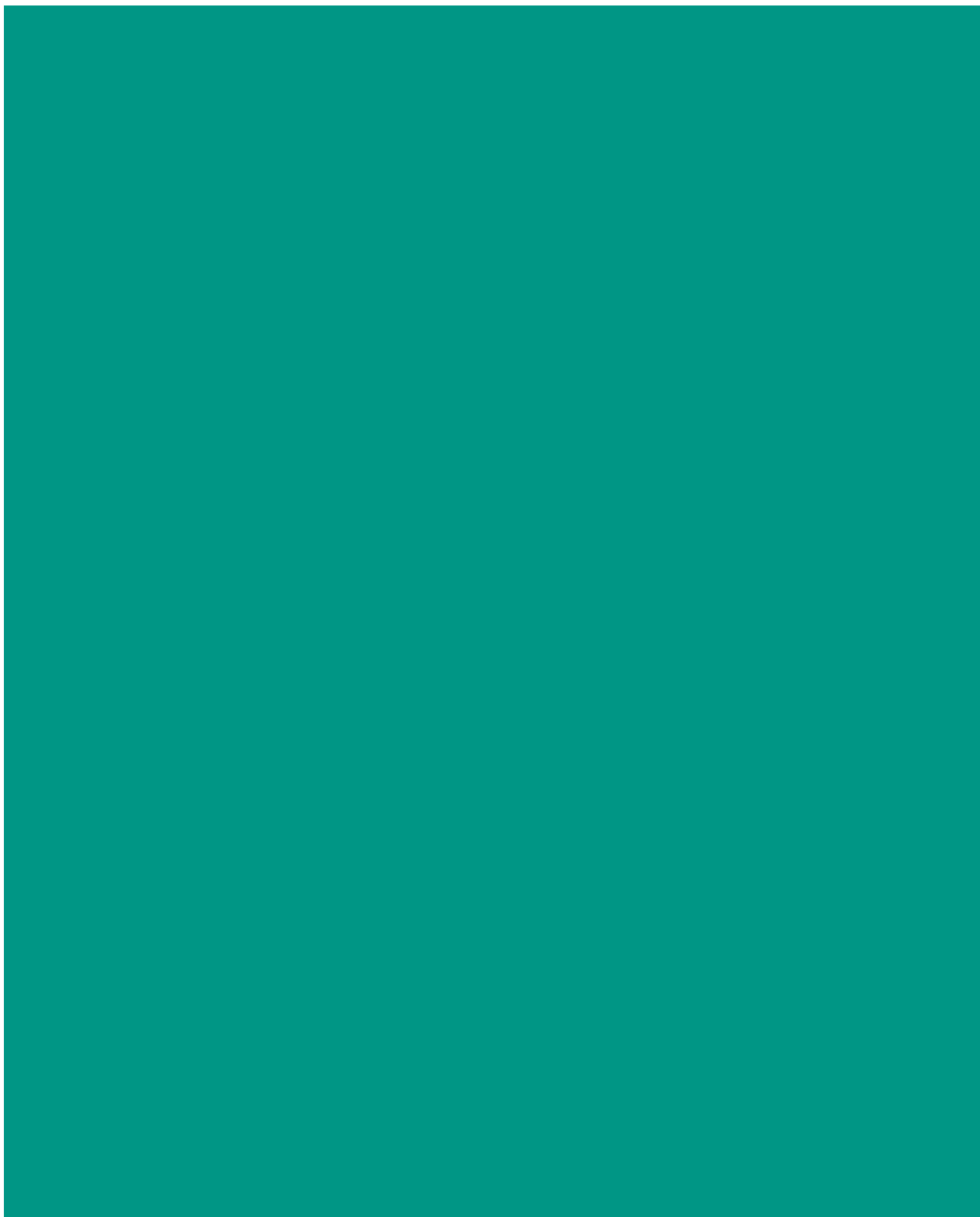
Observando los tres indicadores juntos vemos que, si bien todos los valores son muy altos, el más valorado es el de utilidad seguido del de motivación y, ya por último, el de hábitos..



En otras palabras, para los diseñadores gráficos los paradigmas de la historia del arte son vigentes, motivadores y útiles. Y si bien ya utilizan, en cierta manera, sus enfoques para observar las piezas de diseño, estarían muy interesados en profundizar en ellos porque los consideran útiles para su profesión.

Los diseñadores están muy interesados en profundizar en estos enfoques porque los consideran muy útiles para su profesión

E) CONCLUSIONES DEL ESTUDIO



1. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO

1.1 Los objetivos específicos

Al comienzo de este estudio nos marcábamos una serie de objetivos concretos que, tras el análisis, vamos a retomar:

1. Conocer hasta qué punto los principales paradigmas de la historia del arte pueden ser aplicados al diseño gráfico en base a la opinión de los diseñadores.

Los diseñadores han valorado que los paradigmas de la historia del arte no sólo están siendo ya aplicados en el diseño sino que además son, en cierta manera, necesarios para mejorar la profesión.

2. Conocer si los diseñadores relacionan estos paradigmas con aspectos del día a día de su profesión.

Los diseñadores gráficos utilizan y sienten como propios todos y cada uno de los paradigmas que en este estudio se han presentado.

3. Conocer que interés les despiertan a los diseñadores estos paradigmas.

Los diseñadores manifiestan un alto interés por todos los enfoques que han sido presentados.

4. Conocer hasta que punto los diseñadores consideran útiles para su profesión los conocimientos que estas metodologías pueden ofrecerles.

Los diseñadores consideran muy útiles para mejorar sus habilidades y para un mejor ejercicio de su profesión conocer en mayor profundidad los conocimientos que estas metodologías pueden proporcionarles.

5. Conocer cuáles de estas formas de acercamiento al diseño despiertan un mayor interés entre los diseñadores.

Los diseñadores están más interesados en las metodologías centradas en la realidad de aquello que producen (enfoques formalistas e iconográficos) que en los contextos –ya sean físicos o metafísicos– y las problemáticas

en los que se crean o que de su producción se derivan (enfoques psicoanalíticos, historiográficos, sociológicos, positivistas...)

6. Conocer cuáles de estas formas de acercamiento al diseño consideran los diseñadores de mayor utilidad para ejercer su profesión.

Igual que en el anterior punto, los diseñadores consideran de mayor utilidad para su profesión las metodologías centradas en los aspectos físicos e interpretativos de las imágenes (enfoques formalistas e iconográficos) más que en los contextos, procesos o aspectos subjetivos del diseño, si bien, todos ellos son también valorados de manera positiva o muy positiva.

1.2 Reflexiones finales

Aun siendo este un análisis exploratorio de carácter genérico la contundencia de las repuestas obtenidas llaman a una reflexión.

Nuestra hipótesis de que los paradigmas tradicionales de la historia del arte son vigentes, motivadores y útiles para el ejercicio de la profesión del diseño gráfico ha sido ampliamente demostrada y esto nos remite a un problema ontológico: los diseñadores gráficos admiten que las piezas habituales de diseño (un cartel, un folleto, un envase, una web...) pueden ser estudiados desde los mismos parámetros que los objetos artísticos (un grabado, un cuadro, una fachada...). Estamos, por lo tanto hablando de puntos en común más consistentes de los que la historia del diseño se está atreviendo a formular.

Una vez más la invitación es clara: afrontemos con naturalidad la teoría del arte como parte consustancial de la historia del diseño gráfico porque además, esto ayudará a los profesionales en el ejercicio de su la profesión.

El estudio incita también a revisar la teoría del arte y sus enfoques y adecuarlos a los nuevos tiempos y soportes. Algunos de estos enfoque, como el sociológico, forman

Afrontemos con naturalidad la teoría del arte como parte consustancial de la historia del diseño gráfico porque, además, esto ayudará a los profesionales en el ejercicio de su la profesión

ya parte de los intereses de los historiadores del diseño; cabría ampliar el objeto de estudio hasta las piezas de arte y buscar relaciones con la realidad actual de diseño que, estamos seguros, no serían reducidas. Otros enfoques, como el método biográfico, a pesar de ser denostados desde el ámbito académico sobreviven de manera independiente gracias, en gran parte, a las editoriales que lo encuentran rentable y, por lo tanto, editan de manera recurrente libros dedicados a los diseñadores de moda; No estaría de más replantearse las censuras a este tipo de enfoques: por un lado, hemos observado que los diseñadores se interesan también por este tipo de aproximaciones. Por otro, ciertas críticas, como que la inclusión de personalidades en el panteón del diseño responden a sesgos interesados, están dejando de ser pertinentes: páginas como Domestika¹ o Behance² permiten a los diseñadores no sólo colgar sus trabajos sino decidir democráticamente quienes son sus héroes del diseño del momento.

Los paradigmas más valorados por los artistas han sido los formalistas (formalismo, psicología de la forma) y el iconológico. Estos son, precisamente, los más ligados a la propia idiosincrasia de la imagen en cuanto que le aportan un significante (forma) y un significado. Los diseñadores gráficos, por lo tanto, se interesan especialmente por aquellos métodos que contribuyen a aportar conocimientos críticos sobre la realización formal de las piezas –ya sean pinturas o infografías– y sobre sus con-

tenidos. Cabría por lo tanto hacer un esfuerzo en crear relatos históricos que subrayaran estos aspectos, ya que tal y como veremos en el próximo estudio, no están siendo especialmente tenidos en cuenta por la historia del diseño gráfico en la actualidad.

En base a todas estas ideas y dejando de una lado los complejos, se nos ocurren miles de temas que una historia del diseño más inclusiva podría abordar para despertar el interés de los diseñadores: los significados que ha adquirido la luz en las imágenes hasta nuestros días, las representaciones de arquetipos femeninos independientes, el hiperrealismo como herramienta de persuasión, el triunfalismo a través de las formas... y un largo etc. de temas que ayudarían a tomar una mayor perspectiva crítica sobre temas fundamentales la profesión.

1 Domestika [en línea]. Disponible en: www.domestika.org [Consulta: 13/09/2015]

2 Behance [en línea]. Disponible en: www.behance.net [Consulta: 13/09/2015]

3.

Análisis de contenidos de los programas de los estudios superiores de diseño gráfico en España

- A) INTRODUCCIÓN AL ESTUDIO
- B) OBJETIVOS Y METODOLOGÍA DEL ESTUDIO
- C) LOS CASOS DE INVESTIGACIÓN
- D) ANÁLISIS DEL ESTUDIO
- E) CONCLUSIONES DEL ESTUDIO

A) INTRODUCCIÓN AL ESTUDIO



1. INTRODUCCIÓN

1.1 Introducción y justificación del estudio

La primera y segunda fase de esta investigación se centraban en presupuestos teóricos: la historia y la metodología. Primero nos cuestionábamos las razones que habían llevado al diseño gráfico a escindirse del arte y para ello recorríamos a un recorrido histórico en el que contrastábamos las historias del arte y del diseño; en una segunda fase nos preguntábamos, o más bien preguntábamos a los diseñadores, si un acercamiento de posturas sería beneficioso para los diseñadores.

Esta tercera fase se aleja de los presupuestos teóricos para enfocarse en la realidad. Buscamos conocer cómo se relacionan actualmente los relatos de la historia del arte y del diseño gráfico en este país, para lo que nos proponemos estudiar los programas de las asignaturas de los estudios oficiales de grado en diseño gráfico.

Autores como Raquel Pelta o Victor Margolin¹ apuntaban cómo, en gran medida, los diseñadores gráficos –y no tanto los historiadores– habían sido los propios autores y promotores de su historia. Esta iniciativa se debía, fundamentalmente, a cierta falta de interés por parte, no sólo del entorno académico de la historia y de la historia del arte, sino también de la historia del diseño de dar un relato consistente al diseño gráfico; el relato canónico forjado por el diseño se había centrado demasiado en el diseño industrial y había descuidado, a menudo, la idiosincrasia y las cualidades propias del diseño gráfico.

Para realizar esta labor los diseñadores gráficos han carecido de herramientas sólidas para la investigación: hasta hace muy pocos años los programas de doctorado en diseño y en diseño gráfico eran inexistentes. Es en este momento cuando en este país comienzan a salir las primeras tesis doctorales bajo programas establecidos por las carreras de diseño y diseño gráfico.

Nos encontramos, por lo tanto, ante un contexto en el que la historia del diseño gráfico se ha venido planteado de una manera casi instintiva y con un rigor metodo-

lógico cuestionable. Ante este horizonte, consideramos pertinente hacer autocrítica y plantearse cuáles son los aciertos y cuáles los desaciertos de una historia que ha tenido pocas oportunidades de cuestionarse a sí misma. Se trata, por lo tanto, de fijar los cimientos, unas bases sólidas, para el largo camino que nos queda por recorrer.

Antes de entrar de lleno en el estudio de los programas didácticos de los diferentes centros universitarios vemos necesario contextualizarlos. Es por eso que en el siguiente apartado se explicará la historia de las enseñanzas de diseño en este país. Un recorrido que nos ayudará a situar los orígenes de las recientemente estrenadas graduaciones en diseño. Igualmente, explicaremos el funcionamiento básico de las titulaciones de grado en diseño con el fin de facilitar el seguimiento del posterior análisis.

1 Ver el apartado de *El diseño gráfico y su historia* en el Marco teórico

2. ESTADO DE LA CUESTIÓN

2.1 Breve historia de las escuelas de diseño en España

El antecedente más destacable de las escuelas de diseño en Europa lo encontramos en los talleres de los gremios medievales y en una enseñanza estrictamente jerarquizada –maestro, oficial, aprendiz– de carácter oral y práctico, donde la experimentación o el cuestionamiento de los procesos apenas tenían cabida.¹

Estos talleres gremiales fueron testigos, a partir del siglo XIII, del despertar de una nueva valoración social del trabajo artístico y artesanal propiciada, en gran medida, por el fenómeno del mecenazgo. La necesidad, primero de príncipes y nobles y más tarde de la burguesía, de demostrar una determinada posición económica propició una lucha por encontrar al mejor de los “artesanos” rompiendo el equilibrio de la estructura gremial. Nace, tal y como hemos visto en capítulos anteriores, la figura del artista.

El intercambio de la cultura con el poder resultará muy lucrativo y evolucionará hasta dar origen, a finales del siglo XVII, a las academias de bellas artes. Estas academias suponían un nuevo marco, definitivamente alejado del sistema gremial, para la práctica y la enseñanza artística y estaban controladas por los altos estamentos de la nobleza y la realeza. Su discurso establecerá una rigurosa normativa formal e ideológica en el ejercicio del arte que, paradójicamente, también dará voz y permitirá en su seno el debate de las nuevas ideas del reformismo ilustrado². En diversas provincias las academias crearán escuelas de arte que, en algunos casos, han sobrevivido al paso del tiempo y a día de hoy funcionan como facultades de bellas artes (Madrid, Valencia, Sevilla...).

Con la revolución industrial, a partir del siglo XVIII y durante el siglo XIX, las academias se enfrentan a una

nueva demanda: los nuevos productos que nacen en las fábricas hacen necesario compatibilizar las artes con las nuevas tecnologías. Las reformas necesarias para posibilitarlo no tardarán en llegar.

A finales del siglo XVIII España se encuentra inmersa en el espíritu de la ilustración y vive un clímax académico promovido e incentivado por instituciones como las Sociedades Económicas de Amigos Del País o tesis como las de Campomanes y Jovellanos. Un claro ejemplo de este ambiente reformista ilustrado fue la creación de centros como la Escuela Gratuita de Diseño de Barcelona (actual Escuela de Artes y Oficios o “La Lonja”)³, fundada en 1775 por la Junta de Comercio de Barcelona. Su objetivo era formar dibujantes para diseñar objetos y motivos ornamentales (principalmente para el sector textil) que pudieran ser fabricados por las nuevas industrias manufactureras. Sus alumnos, dando continuación a los habituales programas artísticos academicistas, eran educados en el gusto neoclásico. Si bien este centro pronto derivó hacia una enseñanza más relacionada con las bellas artes –de hecho, acabará siendo el origen de la facultad de bellas artes de la Universidad de Barcelona (UB)⁴– es considerado uno de los primeros referentes de escuela de diseño de nuestro país.

A medida que la sociedad industrial se va estabilizando, el estado se ve obligado a actuar de diferentes formas para encarar las nuevas demandas; una de estas intervenciones estará ligada a la necesidad de formar a la clase obrera en la decoración de los objetos industriales, dando pie a las escuelas de artes y oficios. La primera de estas escuelas fue fundada en Madrid en 1871. En contraposición a las escuelas que se centraban en las técnicas de producción, en las escuelas de artes y oficios se comienza a dar un mayor peso al contenido artístico ya que se entiende el arte como un valor para hacer los productos industriales españoles más competitivos en los

1 SABIO, B. “Las escuelas de arte a través de la historia” paperback nº 1, 2006 [on line]. Disponible en: <http://www.artediez.com/paperback/articulos/sabio/historia.pdf> [Consulta: 31/05/2014]

2 TOVAR MARTÍN, V. “La segunda mitad del siglo XVII en España” *Artehistoria* [on line]. Disponible en: <http://www.artehistoria.jcyl.es/v2/contextos/4993.htm> [Consulta: 31/05/2014]

3 ESCOLA LLOTJA. [on line]. Disponible en: <http://www.llotja.cat> [Consulta: 31/05/2014]

4 UNIVERSITAT DE BARCELONA. [on line]. Disponible en: <http://www.ub.edu/bellesarts/queoferim/es/index/presentacio.htm#historia> [Consulta: 31/05/2014]

mercados europeos⁵. Pronto, se establecerán dos niveles de enseñanza en este tipo de escuelas: un primer nivel de carácter general, más técnico y destinado a las clases obreras, y un segundo nivel de carácter profesional. Los alumnos que cursaban todos los cursos acababan obteniendo el título de perito industrial o perito artístico industrial.

Durante el siglo XX se mantuvo esta estructura de un primer grado elemental y uno de enseñanza superior dentro de las escuelas de artes y oficios. En algunos casos esta división dio pie a la escisión entre escuelas de bellas artes y las escuelas de artes aplicadas⁶. Paralelamente, la consolidación de las escuelas industriales provocó la escisión definitiva de las ramas técnica y artística.

Es remarcable el Decreto 2127/1963, de 24 de junio, sobre la reglamentación de las Escuelas de Artes Aplicadas y Oficios Artísticos que supone el reconocimiento oficial de nuevas profesiones como el diseño, el arte publicitario, la decoración, etc. A partir de este decreto, estas escuelas se entienden como centros en los que se forman hombres y mujeres no sólo capaces de ejecutar, sino también de concebir, diseñar e impulsar el desarrollo artístico en los nuevos ámbitos profesionales⁷.

Unos años después, la Ley General de Educación del 4 de agosto de 1970, contribuirá a la jerarquización de los estudios artísticos permitiendo que, ya en 1978, los planes de estudio de las escuelas de bellas artes se incorporen a la Universidad. En estos planes de estudios se contemplaba un primer ciclo común y una serie de

especialidades en el segundo ciclo. Las especialidades se mencionaban en el título de licenciado acreditando así la formación adquirida por el estudiante en uno de los muchos caminos curriculares o líneas de especialización que ofrecían los centros. Ocho de los nueve centros que pasaron a formar parte de la universidad contenían la especialidad de diseño⁸, pero con la entrada de vigor de la Ley de Reforma Universitaria de 1983 las especialidades dejan de aparecer en la titulación quedando únicamente el título genérico de Licenciado en Bellas Artes.

Con la LOGSE, de 1990, se reconocen por primera vez las enseñanzas especializadas y se definen los estudios superiores de diseño

Finalmente, con la Ley Orgánica 1/1990 de Ordenación General del sistema educativo (LOGSE) las enseñanzas especializadas serán de nuevo reconocidas. Bajo esta ley, los estudios superiores de diseño quedan definidos como un camino hacia una formación integral de profesionales. El objetivo es desarrollar sus capacidades artísticas, tecnológicas, pedagógicas y de investigación, para aplicarlas a la innovación industrial contribuyendo así a la mejora de la calidad de las producciones y servicios y, en definitiva, al desarrollo económico. Esta definición da satisfacción a un prolongado esfuerzo que venía dándose en los sectores público y privado de estos campos para obtener el reconocimiento oficial de las enseñanzas superiores de "Artes Plásticas y de Diseño". La Confederación de Escuelas de Artes Plásticas⁹ explica así la significación de este paso para estas profesiones:

5 CONFEDERACIÓN DE ESCUELAS DE ARTES PLÁSTICAS, "Propuestas para el desarrollo de las enseñanzas de Artes Plásticas y de Diseño, y su adaptación a la Declaración de Bolonia" [on line]. Disponible en: http://debateeducativo.mec.es/documentos/artes_plasticas.pdf [Consulta: 13/9/15]

6 UNIVERSITAT DE BARCELONA. [on line]. Disponible en: <http://www.ub.edu/bellesarts/queoferim/es/index/presentacio.htm#historia> [Consulta: 31/05/2014]

7 CONFEDERACIÓN DE ESCUELAS DE ARTES PLÁSTICAS, "Propuestas para el desarrollo de las enseñanzas de Artes Plásticas y de Diseño, y su adaptación a la Declaración de Bolonia", Op. cit.

8 AGENCIA NACIONAL DE EVALUACIÓN DE LA CALIDAD Y ACREDITACIÓN LIBRO BLANCO. "Títulos de grado en bellas artes / diseño / restauración. 2004" [on line]. Disponible en: http://www.aneca.es/var/media/150332/libroblanco_bellasartes_def.pdf [Consulta: 12/10/2014]

9 CONFEDERACIÓN DE ESCUELAS DE ARTES PLÁSTICAS, "Propuestas para el desarrollo de las enseñanzas de Artes Plásticas y de Diseño, y su adaptación a la Declaración de Bolonia", Op. cit.

Al referirse a las Enseñanzas de Artes Plásticas y de Diseño, introduce una denominación específica sin precedentes, comprensiva de un conjunto de estudios artísticos que, habían llegado hasta nosotros agrupados bajo la antigua denominación de “Artes y Oficios” y, desde 1963, como “Artes Aplicadas y Oficios Artísticos”. La ley recoge, por lo tanto, el grado de maduración de estas enseñanzas con una manifiesta voluntad de ordenar un sector educativo menos atendido y toma como referente la vinculación de dicho sector al intenso desarrollo experimentado por las Artes Plásticas y el Diseño en el mundo contemporáneo.

Los currículos correspondientes a estas enseñanzas compartían en esta ley una serie de rasgos comunes como el dominio del lenguaje artístico-plástico, la cultura artística, aplicaciones tecnológicas, etc... Entre estos fundamentos se incluía el conocimiento de la historia del arte.

Es importante recalcar que, además de los estudios oficiales, existía en nuestro país un panorama variopinto en cuanto a formación en diseño. Anna Calvera lo describe así en su artículo para el Foro Alfa¹⁰:

Sea por tradición, sea por su evolución, sea por lo que sea, lo cierto es que, en la actualidad, el panorama de la formación de los diseñadores es, en España, confusa y excesivamente variada y compleja. Hay muchas, muchísimas alternativas que se llevan a cabo a distintos niveles y vías paralelas en el sistema educativo. Existen ciclos formativos de orientación profesional complementarios a la enseñanza secundaria; existen estudios superiores con valor de diplomatura universitaria pero sin acabar de serlo porque están fuera de la universidad; por otra parte, aproximaciones al diseño industrial se pueden estudiar en las universidades politécnicas en un título de grado medio —según la antigua nomenclatura— llamado ingeniería técnica en diseño industrial. Finalmente, el diseño gráfico, el diseño audiovisual y algunos aspectos del diseño de producto pueden cursarse en las Facultades de Bellas Artes, centros universitarios, que reconocen al diseño como itinerario curricular o línea de especialización dentro de la licenciatura de Bellas Artes.

10 CALVERA, A. “Titulación universitaria para el diseño español” *Foro Alfa* [on line]. Disponible en: <http://foroalfa.org/articulos/titulacion-universitaria-para-el-diseno-espanol> [Consulta: 9/10/2014]

Con la declaración de Bolonia de 1999 el panorama volverá a dar un giro radical. Esta declaración sienta las bases para la consecución de un Espacio Europeo de Educación Superior, es decir, para crear un sistema fácilmente equiparable al de los sistemas educativos europeos que permita una libre circulación de los conocimientos y de los estudiantes por Europa.¹¹ Con este fin se establece un sistema uniforme de créditos con dos ciclos principales, grado y postgrado (compuesto a su vez por máster y doctorado).

A partir de Bolonia el panorama da un giro radical y se crea un modelo único de enseñanza: los Grados Oficiales en Diseño

Bolonia ha sido una oportunidad largamente esperada para lograr un título propio en diseño. Las doce facultades de Bellas Artes españolas junto con las 6 escuelas con títulos propios reconocidos por las universidades catalanas unieron esfuerzos para proponer la creación de una titulación de grado en diseño homologable y armonizable con los estudios de diseño que, a nivel superior, se están impartiendo en el resto de Europa¹².

A día de hoy esto ya es un hecho concretado en un modelo único de enseñanza en el que se imparten los Grados Oficiales en Diseño en cuatro especialidades: Diseño gráfico, Diseño industrial, Diseño de interiores y Diseño de Moda. Conforman los estudios 4 cursos de 60 créditos ETCS cada uno equivaliendo 1 ECTS a 25 horas de trabajo por parte del alumno.

11 MINISTERIO DE EDUCACIÓN. *Bolonia en secundaria* [on line]. Disponible en: <http://www.educacion.gob.es/boloniaensecundaria/01-que-es.htm> [Consulta: 12/10/2014]

12 CALVERA, A. “Titulación universitaria para el diseño español”. Op. Cit.

2.2 Las escuelas de diseño en Barcelona

El caso de las escuelas de diseño de Barcelona resulta singular, primero, por su extraordinaria aportación de destacados centros de estudio y formación y, segundo, porque estos centros nacieron de la propia iniciativa de los profesionales, sin amparo gubernamental y alejadas de la hegemonía de las bellas artes.

Cataluña tradicionalmente venía siendo un agente muy activo en la evolución del diseño en España. Muestra de ello son las diversas exposiciones –como la “Exposición Industrial y Artística” de 1860– que tienen lugar en Barcelona durante el siglo XIX y que culminan con la Exposición Universal de Barcelona de 1888. Esta exposición supuso un verdadero esfuerzo por integrar Cataluña en el marco de la modernidad internacional a través de la industria y el diseño local¹³.

El caso de las escuelas de diseño de Barcelona resulta singular por su extraordinaria aportación y por que nacieron de la propia iniciativa de los profesionales

Las instituciones catalanas manifestaron de manera temprana una preocupación por las artes aplicadas y por la revaloración del objeto creando el *Centre Industrial de Catalunya* el año 1894 y pocos años después, en 1903, el FAD (*Foment de les Arts Decoratives*). Esta última asociación ha disfrutado de reconocimiento internacional desde entonces hasta la actualidad.

Pero la creación de las principales escuelas de diseño de Barcelona fue consecuencia del esfuerzo de una comunidad de artistas, arquitectos, diseñadores, teóricos, etc. sensibilizados con la idea de equiparar nuestro diseño a

las corrientes más modernas que se estaban produciendo en Europa.

En su artículo “Las Escuelas de diseño en Barcelona, una breve aproximación”¹⁴, Isabella Rivers describe el nacimiento de las escuelas de diseño de Barcelona y apunta la iniciativa de Alexandre Cirici Pellicer como la primera tentativa de establecer una escuela de Diseño en España. En el año 1936, acompañado por un colectivo de arquitectos, artistas y diseñadores llegó incluso a publicar una estructura y los planes de estudios de una escuela que pretendía ser continuadora de las ideas vanguardistas y del funcionalismo de la Bauhaus. Estos planes quedaron truncados por la guerra y por el exilio de muchos de sus promotores.

Tras años de lucha por conseguir cierta oficialidad en los estudios de diseño Cirici consiguió la creación, en el seno del FAD, de una Escuela de Diseño bajo el amparo de otro organismo católico, el Centro de Influencia Católica Femenina (CICF), que recibió el nombre de Escuela de Arte del FAD y que otorgaba los títulos de diseño industrial, diseño gráfico y diseño de interiorismo. Alentaba estas escuelas un espíritu y una metodología afines a la de la extinta escuela Bauhaus y a la de su continuadora, la escuela de Ulm. Las ideas de esta escuela acabarían conformando la base para la fundación, en 1961, de la Escuela Elisava con el propio Cirici como uno de sus directores.

Tal y como explica Josep María Pinto en el libro conmemorativo de Elisava, en estas fechas la palabra diseño era desconocida, exceptuando a algunos teóricos, arquitectos y algunos diseñadores¹⁵:

Es parlava d'arts aplicades, o d'art, d'artesania, de fabricació. (...) El dissenyador gràfic era un il·lustrador o un tècnic gràfic. Elisava, tot i incloure la paraula “dissenny” en la seva

13 GENERALITAT DE CATALUNYA. *Culturcat* [online]. Disponible en: <http://www20.gencat.cat/portal/site/culturacatalana> [Consulta:15/10/2014]

14 RIVERS, I. *Las escuelas de diseño en Barcelona. Una breve aproximación* [online]. Disponible en: <http://isabellarivers.wordpress.com/2012/10/04/las-escuelas-de-diseno-de-barcelona/> consultado el 17/10/2014 [Consulta:15/10/2014]

15 PINTO, J. M. *Elisava. Des de 1961*. Barcelona: Elisava, 2014

informació i en el seu programa, al principi s'anunciava com a "Escola d'Art".

Las discrepancias ideológicas con los miembros del CICEF llevaron a una dimisión masiva del profesorado y a la creación de Eina, una escuela que comienza su trayectoria en 1967 sufragada por la aportación económica del propio profesorado.

Alexandre Cirici, Federico Correa y el pintor Ràfols Casamada, director de la escuela hasta 1985, mantuvieron la escuela como referente tanto del diseño como de la pedagogía de vanguardia. Destacan iniciativas como la reunión que en 1967 se organizó con teóricos italianos de la talla de Umberto Eco y Gillo Dorfles, a partir de la cual la escuela tomó un cariz humanista del que a día de hoy sigue haciendo gala.

En el caso de la Massana, La Escola Municipal d'Art i Disseny de Barcelona, la sección de diseño y decoración fue incluida en el plan de estudios el año 1964. Esta escuela fue fundada en 1929 sobre el legado de Agustí Massana i Pujol, un coleccionista de profesión pastelero que contaba con una importante biblioteca de iconografía e indumentaria. Junto con la creación de la Fundación Massana se creó una escuela para la conservación y mejora de los oficios de arte a partir de la orientación de la FAD y con la intervención, ya más adelante, del ayuntamiento de la ciudad.

También en 1964, la Escola Llotja unía su trayectoria a la de estas escuelas. El origen de la Llotja, tal y como apuntábamos anteriormente, se remonta a finales del siglo XVIII. En 1940, pasó a denominarse escuela de artes aplicadas y oficios artísticos de la Llotja tras escindirse de la escuela superior de bellas artes de Sant Jordi, que con los años se convertiría en la Facultad de Bellas Artes de la Universidad de Barcelona. En 1964, reconocida ya como Escuela Oficial de Artes Aplicadas, incorporaba los nuevos estudios de diseño con sus tres especialidades ya habituales: gráfico, industrial e interiorismo. Se convertía así en la primera escuela pública del país en ofrecer enseñanzas de diseño.

A partir de los años 80 comienza a vivirse una época de optimismo: las tradicionales escuelas de Barcelona gozaron de un importante impulso a la vez que comenzaban a proliferar en España las escuelas privadas de diseño. Rivers¹⁶ apunta como estas escuelas suponían un signo de modernidad vinculado a la transición democrática.

A partir de los 80 comienzan a proliferar en España las escuelas privadas de diseño

Las escuelas existentes dieron, por lo tanto, evidentes signos de revitalización y fueron definiendo su carácter; fue durante estos años cuando Elisava comenzó un nuevo rumbo hacia una línea mucho más técnica y pragmática alejada de la postura más humanista por la que apostaba Eina. La Escola Massana, por su parte, procedió a una remodelación de sus actividades y planes de estudio hacia una mayor conexión con la realidad industrial.

Con el final del régimen franquista y la transferencia de jurisdicción sobre la educación a la Generalitat de Catalunya, la escuela Llotja pasó a depender en su totalidad de este organismo. Desde 2010 esta escuela, junto con el resto de escuelas de artes y oficios catalanas, ha pasado a formar parte de la ESDAP (Escuela Superior de Diseño y de Artes Plásticas), que cuenta con siete sedes donde se imparte un título equivalente al grado universitario.

En 1989 se creaba una fundación, Fundació del Disseny Tèxtil, que daría pie a otra escuela, esta vez, situada en Sabadell: la Escola Superior de Disseny ESDI. Nació con el objetivo de impulsar la cultura del diseño y de promocionar los medios pedagógicos y de investigación necesarios para llevarla a cabo. Tres años después de ser creada se asociaba con la Universidad Ramon Llull (URL) siendo así el primer centro español en impartir estudios universitarios de diseño.¹⁷

16 RIVERS, I. *Las escuelas de diseño en Barcelona. Una breve aproximación* [Consulta: 13/ 02/2014]

17 ESDI [en línea]. Disponible en: www.esdi.es [Consulta: 1 / 06 / 2015]

Por su parte, y a partir de 1985, la facultad de bellas artes de la Universidad de Barcelona incorporó la especialidad de diseño con un programa elaborado por los diseñadores Pedro García Ramos y Luis Ignacio Macua.

Además del aumento de inscripciones y de los cambios efectuados en las escuelas ya mencionadas, la oferta que generó un nuevo estado de normalidad democrática, cultural e industrial desembocó en la creación de una segunda hornada de escuelas de diseño.

En esta época comenzaron sus trayectorias dos importantes centros que mantienen su actividad a día de hoy: Por una parte el Institut d'Estudis Politécnics (IDEP) abrió sus puertas en 1981 orientado a ofrecer una formación profesional dentro de la comunicación visual y la moda. Y por otra parte, en 1989 nació, de manos de un grupo de profesionales con una firme vocación pedagógica, la Bau Escola Superior de Disseny, un centro de estudios superiores de diseño que pretendía ofrecer una alternativa a los modelos formativos de los centros tradicionales que había en Barcelona por aquella época.¹⁸

Años más tarde, en 1994, aterrizaba, primero en Madrid y luego en Barcelona, el Istituto Europeo di Design (IED) proveniente de Milán que seguía el modelo italiano de enseñanza.

Junto con las escuelas, en los ochenta también empezó a cobrar protagonismo y a destacar una nueva generación de diseñadores entre los que se cuentan Jorge Pensi, Josep Lluscà, Ramon Benedito, Javier Mariscal, etc. Las olimpiadas de 1992, supusieron un trampolín, no sólo para dar a conocer la ciudad de Barcelona sino para proyectar su diseño a nivel internacional.

Como colofón, cabe destacar el protagonismo de los centros catalanes a la hora de impulsar el proceso para la implantación de unos estudios superiores en diseño. En el año 2003 comenzaron los trámites para una propuesta de titulación de Grado en Diseño en el sistema universi-

Cabe destacar el protagonismo de los centros catalanes a la hora de impulsar el proceso para la implantación de unos estudios superiores en diseño

tario español, aprovechando que se preveía la integración del sistema universitario español en el Espacio Europeo de Enseñanza superior. La propuesta fue liderada por la Universidad de Barcelona apoyada por 17 centros y universidades procedentes de diferentes provincias españolas de los cuales 7 pertenecían a la provincia de Barcelona.¹⁹

Aprobada la propuesta y a día de hoy junto con la facultad de Bellas Artes de la Universidad de Barcelona imparten títulos de grado en diseño en Barcelona las escuelas Eina, Bau, Esdi, Elisava y, desde el 2014, la escuela Massana. Otros centros como IDEP, la ESDAP o el Instituto Europeo di Design se han orientado hacia la formación profesional con títulos equivalentes a los estudios de grado.

2.3 Bolonia y el ECTS

La Declaración de Bolonia nace, en el marco de la Unión Europea, como culminación de una serie de reuniones entre los países miembros y sus responsables de educación superior. Su finalidad es la de reforzar la unión, también en el plano educativo, mediante la libre circulación del conocimiento, de los estudiantes y titulados universitarios. A día de hoy 46 países, incluidos España, han firmado esta declaración²⁰ cuyo principal esfuerzo ha estado dirigido a crear un sistema fácilmente comparable de los sistemas educativos en Europa.

18 ESCUELA BAU [en línea]. Disponible en: <http://www.baued.es/es/quienes-somos/historia> [Consulta: 1/ 06/2015]

19 ANECA. *Libro Blanco. Títulos de grado en Bellas Artes / Diseño / Restauración*, 2004 [en línea]. Disponible en: http://www.aneca.es/var/media/150332/libroblanco_bellasartes_def.pdf [Consulta: 1/ 09/2015]

20 MINISTERIO DE EDUCACIÓN [en línea]. Disponible en: <http://www.mecd.gob.es/portada-mecd> [Consulta: 1/ 09/2015]

Las enseñanzas universitarias a partir de Bolonia se organizan en Grados, Másteres y Doctorados.

Los estudios de Grado, que son los que analizaremos, tienen como finalidad la preparación del estudiante para el ejercicio de actividades de carácter profesional y requieren la posesión del título de Bachiller o equivalente. En la mayoría de las titulaciones de diseño en nuestro país la duración de los estudios es de 4 años o 240 créditos ECTS (esto es así siempre que no haya una Orden Ministerial que indique un número de créditos mayor)²¹

El ECTS (European Credit Transfer and Accumulation System) es un sistema utilizado por las universidades europeas para convalidar asignaturas y cuantificar el trabajo que realizan los estudiante acogidos bajo los grados del Espacio Europeo de Educación Superior, en el que están incluidos todos los países adscritos al proceso Bolonia. Este sistema fue creado en 1989, como un plan piloto, dentro del marco del programa Erasmus para facilitar el reconocimiento de los períodos de estudio que los estudiantes en situación de movilidad cursaban fuera de sus respectivos países ²².

Los objetivos de el sistema de créditos ECTS son facilitar la planificación, la impartición, la evaluación, el reconocimiento y la convalidación de las titulaciones y las unidades de aprendizaje (asignaturas, módulos o materias), así como fomentar la movilidad de los estudiantes. Estos créditos se basan en la carga de trabajo necesaria para que los estudiantes alcancen los resultados de aprendizaje esperados: clases, seminarios, proyectos, trabajo práctico, aprendizaje autónomo y exámenes.

A un año académico (dedicación a tiempo completo) se le asignan 60 créditos, que suelen suponer, en la mayoría de los casos, unas 1.500 o 1800 horas de trabajo de un estudiante, por lo que un crédito equivale a entre 25 y

30 horas de trabajo.

El sistema de créditos está pensado para facilitar la planificación, la evaluación y la convalidación de las titulaciones

Los créditos se asignan tanto a las titulaciones como a sus componentes académicos (asignaturas, memorias, prácticas...). Y se otorgan créditos a los estudiantes individuales tras completar las actividades requeridas en el módulo y tras una evaluación favorable, siendo posible su transferencia a diferentes programas de la misma y otras instituciones.

Una de las novedades del sistema del ECTS es que, en cuanto que deja de centrarse en los programas de los profesores y da más opciones a la hora de elegir contenidos, ritmos y lugares de aprendizaje, sitúa al estudiante en el centro del proceso educativo. Además da una flexibilidad a la hora de diseñar los planes de estudio que favorece los vínculos con las necesidades del mercado laboral: si anteriormente las universidades sólo podían ofertar titulaciones que estuvieran en un catálogo, ahora pueden configurar libremente cualquier titulación siempre que cumplan los requisitos de calidad que establecen las comisiones de expertos.

Un paso previo a la designación de créditos de cada componente vinculada a un programa, es el de definir un perfil, es decir, definir las características del programa y sus objetivos específicos. A partir de ese perfil el personal académico diseña el programa y asigna los créditos definiendo cuáles deben ser los resultados de aprendizaje a alcanzar. Para garantizar la calidad de los programa las instituciones deben contar con mecanismos formales para aprobar, revisar periódicamente y hacer seguimientos de los programas y títulos, así como publicar cada cierto tiempo información actualizada, tanto cuantitativa como cualitativa, sobre los programas y los títulos que ofrecen. Los criterios aplicados en la evaluación de los

21 ANECA. *Guía de apoyo para la elaboración de la memoria de verificación de títulos oficiales universitarios* [en línea]. Disponible en: www.aneca.es [Consulta: 1/ 09/2015]

22 "Guía del uso del ECTS". Organismo Autónomo Programas Educativos Europeos, 2011 [en línea]. Disponible en: <http://www.oapee.es> [Consulta: 12/05/2015]

títulos son los mismos que se aplican en los países europeos que forman parte del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES). En España existen diferentes organismos que velan por la calidad de la enseñanza universitarias a nivel autonómico como la Agència per a la Qualitat del Sistema Universitari (AQU) en Cataluña, así como la Agencia Nacional de Evaluación de Calidad y Acreditación (ANECA) que funciona a nivel estatal.²³

Un aspecto importante a la hora de designar los créditos lo marca la rama de conocimiento al que cada título debe adscribirse. Las ramas de conocimiento (Artes y Humanidades, Ciencias, Ciencias de la Salud, Ciencias Sociales y Jurídicas, Ingeniería y Arquitectura) obligan al título a

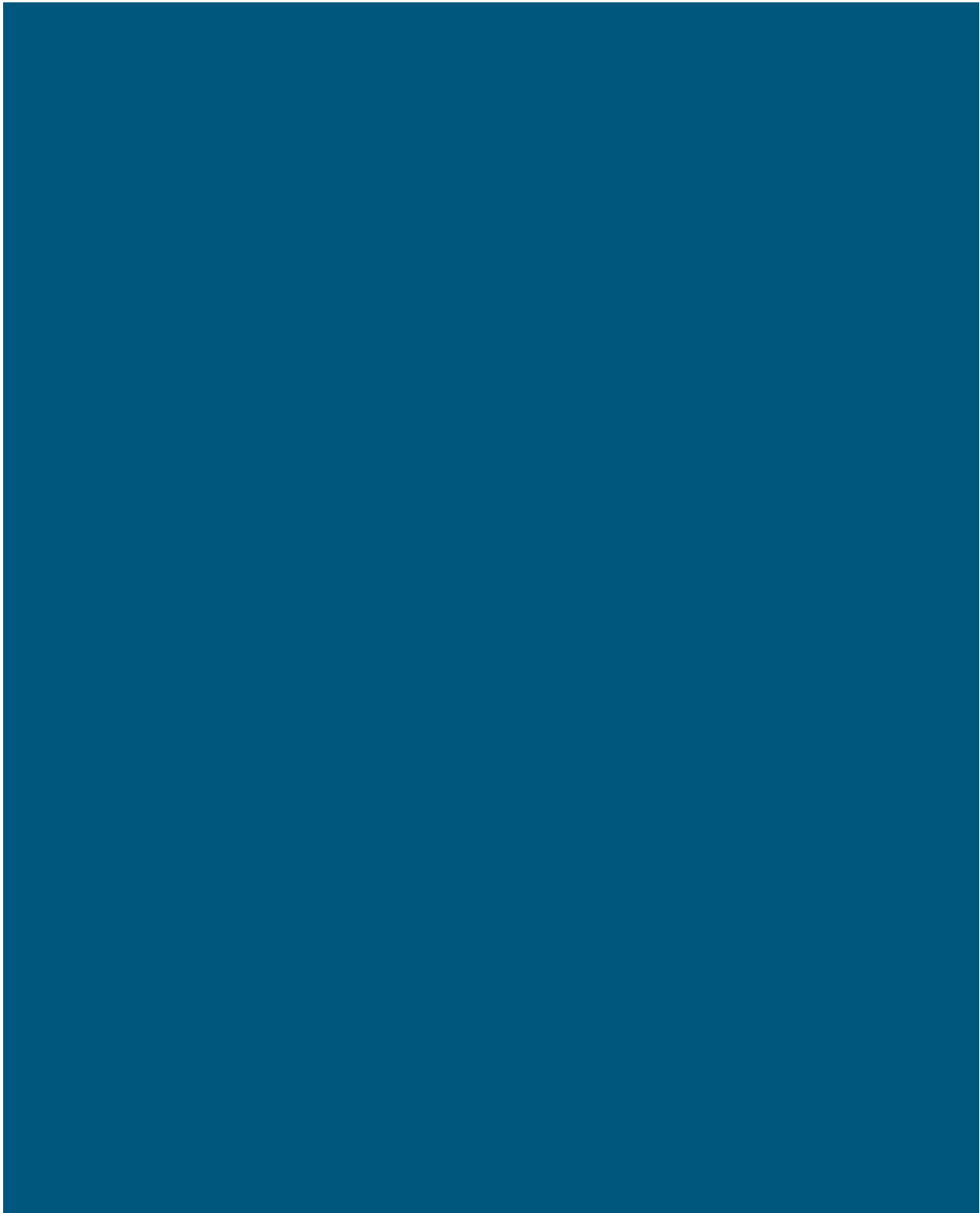
A la hora de designar los créditos los centros deben tener en cuenta la rama de conocimiento a la que se adscribe la titulación

contener un número de créditos de formación básica que alcance al menos el 25% del total de los créditos del título. Tal y como se indica en el BOE de los créditos de formación básica, al menos el 60 por ciento serán créditos vinculados a una serie de materias especificadas en un real decreto²⁴. Estas materias deben concretarse en asignaturas con un mínimo de 6 créditos cada una y tienen que ser ofertadas en la primera mitad del plan de estudios. El resto de los créditos se dividen en las asignaturas optativas u obligatorias que cada uno de los centros determine.

23 ANECA, [en línea]. Disponible en: <http://www.aneca.es/Agencias-de-las-Comunidades-Autonomas> [Consulta: 02/12/2015]

24 BOE [en línea]. Disponible en: <http://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2007-18770> [Consulta: 02/12/2015]

B) OBJETIVOS Y METODOLOGÍA DEL ESTUDIO



1. PRESENTACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Introducción: la pregunta

Las escuelas de diseño en España nacen atendiendo a, principalmente, dos factores. El primero de ellos es el factor económico: los centros que originan las actuales escuelas de diseño se crean, en muchos casos, para dar respuesta a una demanda que los mercados lanzan al mundo del arte; la industrialización insta a los artistas a que se ajusten y respondan a las nuevas necesidades sociales.

Como principales actores de este escenario emergen diferentes sociedades e instituciones (Sociedad de Amigos del País, Cámaras de Comercio...) atentas al panorama europeo y preocupadas por la economía y el progreso. Sus ideas serán respaldadas desde los gobiernos a través de iniciativas legales y decretos que desembocarán, entre otras cosas, en el nacimiento de las escuelas de artes y oficios.

Las instituciones y escuelas de artes tradicionales tampoco han sido ajenas a las exigencias de los mercados. Un ejemplo lo constituye la progresiva adaptación de los programas de muchas de las facultades de Bellas Artes a la realidad de un mercado laboral necesitado de profesionales del diseño.

Además del factor económico, un segundo factor lo constituyen las inquietudes culturales, que también han sido protagonistas del impulso del diseño en nuestro país. Esto se hace especialmente evidente en Cataluña, donde hemos visto cómo, bajo la influencia de las ideas vanguardistas –y sobre todo de aquellas ideas más cercanas a los movimientos socialistas y comunistas que se vieron concretadas en el Constructivismo, la Bauhaus y, posteriormente, en la Ulm–, ciertos grupos de arquitectos, artistas y diseñadores tomaron la iniciativa de crear nuevas escuelas de diseño que, aún a día de hoy, cuentan con un gran prestigio.

Bien sea porque la sociedad industrial necesitaba artistas, o porque los artistas sentían la necesidad de acercarse a la sociedad, lo que es innegable es que las escuelas de diseño nacen estrechamente ligadas al arte.

Este hecho contrasta con una relación problemática que se da en el mundo académico en relación al arte y que ya resumíamos en el marco teórico. Durante años, el afán por parte de los intelectuales del diseño de establecer la autonomía de la disciplina ha llevado al diseño a olvidar –incluso a amputar– una parte importante de su historia: aquella que le relaciona directamente con la tradición artística. Este hecho es fácilmente constatable con una ojeada a la literatura del diseño que prescinde, sin aparentes contrariedades, de hablar del arte y de su nada desdeñable historia como si de algo ajeno a su naturaleza se tratara. A excepción de unos pocos fenómenos artísticos de los últimos siglos, que sí han sido integrados como parte consustancial de los discursos oficiales de la historia del diseño, la historia de la producción visual ha quedado arrinconada. Y no podemos olvidar –siguiendo la línea del pensamiento de Walter Benjamin– que hasta la llegada de los medios de reproducción masiva las imágenes eran arte.

En contraposición al discurso académico, y tal y como veremos a continuación, en los centros en los que a día de hoy se imparten ensañanzas universitarias de diseño no ocurre lo mismo. Estos centros no prescinden de la historia del arte que aparece intercalada dentro de sus contenidos.

Cómo se enfrentan las escuelas de diseño a esta dualidad es la pregunta que abordaremos en el siguiente estudio. Para enfrentarla, realizaremos un análisis de contenidos de los programas de estudios de los centros universitarios en los que se imparte el grado en diseño gráfico.

1.2 Hipótesis

En líneas generales este trabajo de investigación pretende recuperar la historia de las imágenes, acercar la historia del diseño y la del arte para abrir el camino a nuevos relatos históricos más ricos y más cercanos a los intereses y a la realidad de los diseñadores.

En este apartado nuestro objeto de estudio serán los currículos de los estudios oficiales de diseño. Pretendemos demostrar que, ante la inclinación generalizada por la

historia del diseño de dejar a un lado la historia del arte, se impone el hecho de que a las universidades les resulta difícil explicar una historia del diseño sólida sin recurrir a ésta. A su vez, creemos que podremos demostrar que la incorporación de esta historia no se da de una forma integradora sino fragmentada; en vez de tratar de generar relatos que relacionen de manera orgánica la historia de las imágenes, la historia del arte se inserta a modo de un añadido que planea como un espectro indefinido sobre la realidad del diseño.

En resumen, creemos que:

- A la historia del diseño gráfico le cuesta explicarse sin recurrir al arte
- La historia del diseño y del arte no forman parte de un discurso integrado

1.3 Objetivos específicos

El objetivo principal del siguiente análisis va directamente relacionado con nuestras hipótesis y no es otro que el de constatar la importancia de la historia del arte en los estudios de diseño, así como evidenciar una fragmentación en el discurso de la historia del diseño.

En capítulos anteriores hemos demostrado la arbitrariedad en la que se basa la división de discursos entre la historia del arte y el diseño y la coincidencia entre las metodologías de ambas disciplinas. En este último tramo de la investigación se trata de ver hasta que punto las universidades son conscientes de esto y trabajan en crear narraciones más integradoras y ajustadas a esa realidad que venimos comprobando.

Una vez expuesto el objetivo general, pasamos a enumerar una serie de objetivos concretos que nos planteamos abordar con este análisis:

- Determinar el peso que tienen las humanidades dentro del diseño
- Registrar el peso de la historia del diseño y del arte dentro de la cultura del diseño
- Registrar el peso del arte y de su historia dentro de los

estudios del diseño

- Detectar tendencias en los discursos del arte, el diseño y sus relaciones
- Encontrar indicios de nuevos relatos que aúnen la historia del arte y la del diseño.

2. METODOLOGÍA Y FUENTES

2.1 El análisis de contenidos

Para alcanzar los objetivos realizaremos un análisis de contenido. Se suele llamar análisis de contenido al conjunto de procedimientos interpretativos de productos comunicativos que proceden de procesos singulares de comunicación previamente registrados¹. El análisis de contenidos se basa en la idea de que examinando los productos comunicativos es posible, no sólo conocer el mensaje que el emisor nos quiere comunicar, sino que además se puede deducir otro tipo de informaciones que, J.L Piñuel, describe como “lo escondido, lo latente, lo no aparente, lo potencial, lo inédito (lo no dicho)”.

Nuestro estudio parte de una análisis descriptivo, es decir, de la identificación y catalogación de los programas de estudios del grado en diseño gráfico o visual del curso 2014-2015 en España.

Los datos obtenidos serán sometidos a técnicas tanto cualitativas como cuantitativas:

- **Técnica cuantitativa:** Con el crédito como unidad contabilizaremos el número de horas destinadas a las materias que nos interesan. Esto nos permitirá realizar comparativas entre centros, provincias y entre distintas materias.
- **Técnica cualitativa:** A través del estudio de los programas de estudios pretendemos también interpretar lógicas, tendencias, vicios, tabúes... extraídos siempre de nuestros datos de análisis.

Tal y como nos explica López Noguero², los análisis de contenidos pretenden sustituir las dimensiones interpretacionistas y subjetivas del estudio de documentos por unos procedimientos cada vez más estandarizados que intentan objetivar y convertir en datos los contenidos para

que puedan ser analizados y tratados de forma mecánica.

Con este mismo fin de objetivar al que alude Noguero, Piñuel describe una serie de pasos que han de seguirse y que seguirá el siguiente estudio para realizar un análisis de contenidos:

a) Selección de la comunicación que será estudiada: En nuestro caso los programas de estudios del grado en diseño gráfico o visual del curso 2014-2015 en España.

b) Selección de las categorías que se utilizarán: Las categorías, tal y como explica Piñuel, son variables de naturaleza difusa, sin límites exactos que determinan un esquema dentro de un amplio y flexible umbral de valores posibles. En el siguiente estudio, este esquema vendrá determinado por aquellos contenidos que se basen en el arte, las humanidades o el diseño. Determinar qué es qué será un reto que intentaremos salvar en base a esquemas sociales consensuados.

c) Selección de las unidades de análisis: Nuestra unidad de análisis será el crédito ECTS (European Credit Transfer and Accumulation System). Dentro del marco de la Unión Europea y de Bolonia, el crédito es la unidad de medida que representa la cantidad de trabajo que un alumno ha de destinar a determinada materia. En el crédito se integran las enseñanzas teóricas y prácticas, así como otras actividades académicas dirigidas, con inclusión de las horas de estudio y de trabajo que el estudiante debe realizar para alcanzar los objetivos formativos propios de cada una de las materias del correspondiente plan de estudios.³

d) Selección del sistema de recuento o de medida: Los créditos forman parte de un sistema establecido, precisamente, para facilitar la labor de medida y objetivar los contenidos de las enseñanzas. El recuento de créditos permite establecer las horas que los diferentes centros universitarios destinan a determinadas materias o cono-

1 PIÑUEL RAIGADA, J.L. *Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido*, 2002 [en línea]. Disponible en: <https://www.ucm.es> [Consulta: 11/11/2014]

2 LÓPEZ NOGUERO, F. “El análisis de contenido como método de investigación”, *Revista de Educación*, XXI, N°4, Universidad de Huelva, 2002, pp. 167-179 [en línea]. Disponible en: <http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/1912/b15150434.pdf?sequence=1> [Consulta: 11/11/2014]

3 BOE. *Real decreto 1125/2003* [on line]. Disponible en: <http://www.boe.es/boe/dias/2003/09/18/pdfs/A34355-34356.pdf> [Consulta: 11/11/2014]

cimientos. En otras palabras, permiten interpretar la importancia o peso que tiene determinados conocimientos dentro de un plan de estudios.

2.2 Limitaciones de la metodología

A pesar de utilizar un método cuantitativo con un sistema de medida (ECTS) comprobado y ampliamente utilizado por las universidades europeas, el estudio de los programas de estudios presenta ciertas limitaciones.

En nuestros objetivos específicos nos proponemos aislar y determinar el peso de las asignaturas de humanidades, historia del diseño e historia del arte. Igualmente nos proponemos buscar tendencias discursivas en este tipo de asignaturas. Como en el apartado anterior, se trata de intentar concretar y delimitar temas de un alto grado de abstracción. Esto pasa por tener que tomar decisiones que, en algunos casos, podrían parecer arbitrarias pero que responden a aspectos interpretativos, intuitivos e imaginativos que consideramos no puede quedar fuera de un trabajo de investigación que lleva en su título la palabra humanidades.

Pasamos a exponer los principales obstáculos con los que nos hemos topado:

1. Indeterminación disciplinaria: Determinar qué son y qué pertenece y no pertenece a las humanidades ha sido uno de los primeros retos, por ser un ámbito de fronteras difusas. Igualmente la historia del arte y del diseño se entrecruzan con disciplinas como la sociología, los estudios culturales, la cultura visual... que también hacen difícil alcanzar conclusiones demasiado específicas.

2. Inconcreción de los programas de estudios: Los programas de estudios son sin duda un claro indicio para determinar la temática y los objetivos de una asignatura, pero no dejan de ser limitados y no atienden a matices.

3. Deshumanización de los contenidos: Ligado con lo anterior, si bien un programa de estudios puede hablar-nos de la estructura de una asignatura, jamás puede revelar las interpretaciones y significados con los que cada profesor, de forma individual, enriquece esos contenidos.

En base a todo esto, adelantamos, nuestros resultados serán aproximaciones. Para minimizar los inconvenientes se ha intentado tratar los temas con el máximo rigor, especificando en todo momento el porqué de las decisiones que se han ido tomando.

A pesar de estas limitaciones, consideramos que el estudio consigue arrojar luz sobre cuestiones generales que atañen a –y empañan– la disciplina del diseño gráfico.

2.3 Fuentes

Para realizar este estudio hemos utilizado, en un primer momento, información facilitada por el Estado sobre titulaciones como la RUCT y el BOE, o por certificadoras oficiales como ANECA.

Sin embargo, nuestra principal fuente de información han sido los programas de estudios que ponen a disposición los diferentes centros a través de sus páginas webs. En éstas describen, de manera más o menos exhaustiva, la estructura de sus cursos y de las asignaturas que los componen.

La escuela Elisava ha supuesto en este sentido una excepción: ni en su web ni en la RUCT aparece esta información. No obstante, los datos requeridos nos han sido suministrados por el centro tras la respectiva petición formal.

3. LA MUESTRA

3.1 Criterios de elección de los centros

Nuestra muestra la componen los programas de estudios que durante el año lectivo 2014-2015 han presentado los centros universitarios españoles que imparten la titulación de grado en diseño gráfico.

La falta de ordenación académica sufrida en el diseño hasta la implementación de Bolonia hace que a día de hoy, a diferencia de lo que ocurre con otras titulaciones, coexistan multitud de centros, academias, escuelas, etc., que ofrecen conocimientos de diseño gráfico. Este trabajo se centra exclusivamente en los centros universitarios que se han adscrito al Plan Bolonia y otorgan la titulación oficial de grado. En el proceso de oficialización, estos centros han acreditado su experiencia, sus recursos, sus capacidades, el nivel de la formación de su personal, etc. A día de hoy llevan, por lo tanto, la bandera de la formación superior en diseño en este país por lo que nuestra muestra será representativa del estado de la formación en diseño gráfico en España.

3.2 Criterios de elección de las titulaciones

Los títulos oficiales de grado son aquellos títulos de educación superior que se obtienen al finalizar una carrera. Deben estar acreditados por el Consejo de Universidades y autorizados en su implantación por la correspondiente Comunidad Autónoma. Estos títulos son expedidos, en nombre del Rey, por el Rector de la Universidad y tienen validez en todo el territorio Español.

A partir de la declaración de Bolonia de 1999 estos títulos siguen una estructuración de las enseñanzas que los reorienta hacia una convergencia con los principios dominantes de la construcción del Espacio Europeo de Educación Superior.¹

Todos los títulos oficiales que se expiden en España quedan recogidos en El Registro de Universidades, Centros y

Títulos (RUCT)² –un instrumento dependiente del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte– y son publicados en el BOE (Boletín Oficial del Estado).

Nuestra muestra pretende centrarse en las titulaciones de diseño gráfico. Para conseguir dicha muestra un primer paso ha sido buscar en la RUCT los títulos de diseño y retirar todas las titulaciones centradas en especializaciones no relacionadas con nuestros intereses como el diseño de videojuegos, de productos multimedia, de contenidos digitales, de diseño de producto, de interiores o de moda.

A continuación, verificando los datos con las páginas web de cada uno de los centros, hemos eliminado aquellos centros que no cuentan con una mención en diseño gráfico o similar. Cabe comentar que algunos de los centros no incluyen la palabra gráfico ni en su titulación ni en su mención. Sin embargo sus programas de estudios son semejantes al resto de currículos que sí incluyen el adjetivo gráfico a la hora de hablar de diseño, por lo que han sido incluidos en la muestra. Son los casos de la Universidad Rey Juan Carlos I (título *Diseño integral y gestión de la imagen*), la Universidad Francisco de Vitoria (título *Diseño*) y la Universidad de la Laguna (título *Diseño*).

En el caso de la escuela Elna, además de la mención en *Diseño gráfico* se ha incluido la mención *Cultura del diseño*. Esta mención trata el diseño gráfico desde un punto de vista teórico y menos instrumental que el resto de menciones.

3.3 Criterios de eliminación de las titulaciones

En base a nuestra criba, el Ruct muestra 12 entradas de universidades que a nivel estatal, imparten la titulación de grado en diseño gráfico o similar.

Cabe detenerse en el caso del título “Graduado en diseño multimedia y gráfico” de la Universidad Camilo José Cela.

¹ BOE. *Real Decreto 1393/2007* [on line] Disponible en: <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2007-18770> [Consulta: 11/11/2014]

² REGISTRO DE UNIVERSIDADES, CENTROS Y TÍTULOS (RUCT). [on line]. Disponible en: <https://www.educacion.gob.es/ruct/> [Consulta: 11/09/2015]

Esta titulación, presente en el Ruct y que tendría cabida en nuestra muestra en cuanto a la inclusión de la palabra “gráfico”, no se corresponde con ninguna de las titulaciones ofertadas en la web de esta universidad. Sí aparecen un “Grado en diseño visual de contenidos digitales” y un “Grado en diseño de productos interactivos”³ más alejados de nuestro objeto de estudio. Esta excepción plantea una pauta que se seguirá a lo largo de este trabajo: en los casos en que existan incoherencias entre el RUCT y las páginas web de los centros universitarios, optaremos por priorizar la información de estas últimas ya que entendemos que sus contenidos se actualizan con una mayor frecuencia. Este criterio cobra aún más peso si tenemos en cuenta que la información para este análisis ha sido obtenida durante los meses de septiembre y octubre del 2014, fechas críticas de inscripciones y comienzos de curso en las que las webs de los centros se encuentran en pleno rendimiento. En base a esta pauta la Universidad Camilo José Cela queda excluida de nuestra muestra.

En la siguiente tabla detallamos las titulaciones que for-

marán parte de nuestra muestra:

La muestra incluye la totalidad de los títulos oficiales que imparten contenidos centrados en diseño gráfico en España durante el curso lectivo 2014-2015. Resulta, por lo tanto, representativa para tomarle el pulso a la historia en los estudios de diseño gráfico.

3.4 Fuentes y recopilación de datos

Los datos para el análisis se han recogido del Ruct y de la información proveniente de las diferentes facultades y escuelas que imparten los títulos: en este segundo caso, sus páginas web han sido la principal fuente de información, pero también nos hemos valido de catálogos promocionales, así como de información solicitada y recibida directamente desde los mismos centros.

En los casos en los que los datos de el Ruct no coinciden con los datos ofrecidos por los centros, tal y como se ha hecho con el caso de la universidad Camilo José Cela y por las razones que anteriormente se exponían, se dará prioridad a la información publicada por las universidades-

3 UNIVERSIDAD CAMILO JOSÉ CELA [on line]. Disponible en: <http://www.ucjc.edu/estudios/grados/oficiales/> [Consulta: 11/09/2014]

FIG.1 UNIVERSIDADES QUE IMPARTEN EL GRADO EN DISEÑO (GRÁFICO)

Nº	UNIVERSIDADES	TITULO DE GRADO	MENCIÓN
1.	Universidad de Barcelona (UB)	Diseño	Diseño gráfico y comunicación visual
2.	Universidad Autónoma de Barcelona (Eina)	Diseño	Diseño gráfico / Cultura del diseño
3.	Universidad Vic-Universidad Central de Catalunya (Bau)	Diseño	Diseño gráfico y comunicación visual
4.	Universidad Pompeu Fabra (Elisava)	Diseño	Diseño gráfico y comunicación visual
5.	Universidad Ramón Llull (Esdí)	Diseño	Gráfico
6.	Universidad del País Vasco	Creación y Diseño	Gráfico
7.	Universidad Complutense de Madrid	Diseño	Diseño gráfico y comunicación visual
8.	Universidad Europea de Madrid	Diseño	Diseño
9.	Universidad Francisco de Vitoria	Diseño	Diseño
10.	Universidad Rey Juan Carlos	Diseño Integral y Gestión de la imagen	Diseño integral y gestión de la imagen
11.	Universidad La Laguna	Diseño	Diseño

Los datos que recopilaremos de cada uno de nuestros casos serán los siguientes:

- **Universidad, nombre del título y nivel académico**
- **Alta inicial:** Se apunta el momento de implantación del título de grado en los diferentes centros
- **Mención:** Se detallan los itinerarios académicos escogidos. Se han elegido los itinerarios más cercanos al diseño gráfico y la cultura del diseño y descartado menciones como las de interiorismo, moda, producto, etc., por alejarse de nuestro objeto de estudio. Sin embargo, en la mayor parte de los casos los diferentes itinerarios comparten gran parte de las asignaturas.
- **Rama:** Se detalla la rama de conocimiento a la que se adscribe cada centro en base al listado proporcionado por el Plan Bolonia.
- **Créditos y su distribución:** Se detallan los créditos y la forma en la que éstos se distribuyen.
- **Centro en el que se imparte**
- **Descripción:** Son datos extraídos de la presentación que cada una de las universidades ofrece de los títulos. Se resaltan las ideas extraídas de estas mismas presentaciones consideradas de interés para la investigación.
- **Apreciaciones:** Se detallan, si es que existen, aspectos excepcionales o incoherencias halladas durante la recopilación de datos.
- **Plan de estudios:** Se presenta en una tabla que contiene el curso con sus correspondientes asignaturas, y el número de créditos y carácter: formación básica (Fb), obligatoria (o), optativa (ot), trabajo fin de grado (TFG) y prácticas

3.5 Introducción a los casos de la investigación

CASO 1: UNIVERSIDAD DE BARCELONA (UB):

Fundada en 1450, es la universidad pública principal de Cataluña, con el mayor número de estudiantes y la oferta formativa más amplia. Los estudios de diseño se imparten en la facultad de Bellas Artes, localizada en Barcelona.

Información:

*Pau Gargallo, 4
08028 Barcelona
934 034 060
www.ub.edu/bellesarts/es/
sec.ba@ub.edu*

CASO 2: UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BARCELONA (UAB): EINA

Universidad pública creada en 1968 con un campus principal en Bellaterra, Sardañola del Vallés (Barcelona) y con centros docentes en Sabadell, San Cugat del Vallés, Manresa y Barcelona. El grado en diseño se imparte en la escuela Eina, un centro privado fundado en 1967 adscrito a esta universidad.

Información:

*Passeig Santa Eulàlia 25
08017 Barcelona
T +34 93 203 09 23
info@eina.cat
www.eina.cat*

CASO 3: UNIVERSIDAD DE VIC - CENTRAL DEL CATALUÑA (UVIC): BAU

Se trata de una universidad de naturaleza pública y gestión privada establecida en la ciudad de Vich, Barcelona, regida por la Fundación Universitaria Balmes.

El grado en diseño se imparte en Centro Universitario de Diseño de Barcelona BAU, un centro adscrito a ésta universidad.

Información:

Pujades, 118
08005 Barcelona (España)
T.: +34 93 415 34 74
info@bau.cat
www.bau.cat

CASO 4: UNIVERSIDAD POMPEU FABRA (UPF): ELISAVA

Una universidad pública ubicada en Barcelona fundada en 1990 con un nombre que rinde homenaje a Pompeu Fabra, ingeniero industrial catalán y autor del diccionario que lleva su nombre. El grado en diseño se imparte a través Elisava, un centro universitario privado de diseño e ingeniería fundado en 1961 que adscrito a esta universidad.

Información:

La Rambla, 30-32
08002 Barcelona
T.: + 34 93 317 47 15
grau@elisava.net
www.elisava.net

CASO 5: UNIVERSIDAD RAMON LLULL (URL): ESDI

Es una universidad privada de inspiración cristiana ubicada en Barcelona cuyo nombre rinde homenaje al beato Ramon Llull. Imparte el grado en diseño a través de la Escuela Superior de Diseño ESDI, centro fundado en 1989 y adscrito a ésta universidad que tiene su sede en Sabadell.

Información:

C/ Marquès de Comillas, 81-83
08202 Sabadell (Barcelona)
T.: (+34) 93 727 48 19
www.esdi.url.edu

CASO 6: UNIVERSIDAD DEL PAÍS VASCO (UPV/EHU)

La Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea (UPV/EHU) es la universidad pública de la comunidad autónoma del País Vasco (España), articulada en tres campus (Vizcaya, Guipúzcoa y Álava). Es heredera de una tradición que comienza con la Universidad de Oñate en 1540. El grado en diseño se imparte a través de la Facultad de Bellas Artes localizada en Leioa, Bizkaia.

Información:

Barrio Sarriena s/n.
48940 Leioa - Bizkaia
T.: (+34) 94 601 20 00
fac.bellasartes@ehu.es
www.ehu.eus

CASO 7: UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID (UCM)

Fundada en 1822, trata de la universidad pública más antigua de Madrid y cuenta con un campus en Moncloa y otro en Somosaguas, además de un edificio histórico situado en el centro de la capital. La titulación de grado en diseño se otorga en su Facultad de Bellas artes ubicada en la Ciudad Universitaria de Madrid.

Información:

Greco, 2
Ciudad Universitaria, 28040 - Madrid
T.: (+34) 91 394 3652
gamartin@ucm.es
www.bellasartes.ucm.es

CASO 9: UNIVERSIDAD FRANCISCO DE VITORIA (UFV)

Es una universidad privada de inspiración católica administrada por los Legionarios de Cristo y situada en la localidad de Pozuelo de Alarcón, en la Comunidad de Madrid. Su nombre rinde homenaje al teólogo Francisco de Vitoria de la Orden de los Dominicos. Los estudios de grado en diseño se imparten en la Facultad de Ciencias de Comunicación.

Información:

Ctra. Pozuelo-Majadahonda Km. 1.800
28223 Pozuelo de Alarcón (Madrid)
T.: (+34) 91.351.03.03
www.ufv.es

CASO 8: UNIVERSIDAD EUROPEA DE MADRID (UE)

Se trata de una universidad privada de la Universidad Europea con sedes en Villaviciosa de Odón y Alcobendas (Madrid). Es la universidad insignia y original de la Universidad Europea y funciona desde el año 1995. El grado en diseño se imparte en la Facultad de Artes y Comunicación ubicada en Villaviciosa de Odón.

Información:

C/ Tajo s/n
Villaviciosa de Odón, 28670 Madrid
T. 902 23 23 50
uem@uem.es
www.madrid.universidadeuropea.es

CASO 10. UNIVERSIDAD REY DON JUAN CARLOS (URJC)

Es una universidad pública de la Comunidad de Madrid fundada en 1996 con cuyo nombre homenajea a la figura del Rey Don Juan Carlos I. Se divide en cinco campus en las siguientes localidades: Móstoles, Alcorcón, Fuenlabrada, Vicálvaro y Aranjuez. El grado en diseño se oferta en la Facultad de Ciencias de la Comunicación que tiene su sede en el Campus de Fuenlabrada

Información:

Camino del Molino s/n.
28943 Fuenlabrada, Madrid
T. (+34) 91 488 9393
info@urjc.es
www.urjc.es

CASO 11: UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA (ULL)

Universidad pública situada en la ciudad de San Cristóbal de La Laguna en Tenerife. Fue creada en con el mismo decreto que dividió Canarias en dos provincias en 1927 pero su origen en la ciudad se remonta a 1701. Actualmente se divide en 6 campus universitarios repartidos en las ciudades de San Cristóbal de La Laguna y Santa Cruz de Tenerife. El grado en diseño se imparte en la Facultad de Bellas Artes ubicada en Santa cruz de Tenerife.

Información:

*Camino del hierro, 4
38009. S/C de Tenerife
T.: (+34) 922319730
fcbbaa@ull.es
<http://www.ull.es>*

C) LOS CASOS DE INVESTIGACIÓN



CASO 1

FIG.2 TABLA DE LA UNIVERSIDAD DE BARCELONA

UNIVERSIDAD DE BARCELONA (UB)

Graduado o graduada en diseño por la Universidad de Barcelona¹**Nivel académico:** Grado**Alta inicial:** 20/09/2013**Mención:** Diseño gráfico y comunicación visual**Rama:** Artes y Humanidades**Créditos totales:** 240

- N° Créditos Formación Básica: 60
- N° Créditos Obligatorios: 132
- N° Créditos Optativos: 30
- N° Créditos en Prácticas Externas: 0
- N° Créditos Trabajo Fin de Grado/Máster: 18

Centros en los que se imparte: Facultad de Bellas Artes

Descripción²: Las enseñanzas pretenden potenciar la formación integral de los diseñadores así como dotarlos de una base sólida adecuada para intervenir en la ideación, el desarrollo, la proyección y la producción de la cultura material y visual de las personas.

Apreciaciones: Existen diferencias en la web de la universidad entre la distribución de créditos (http://www.ub.edu/web/ub/ca/estudis/oferta_formativa/graus/fitxa/D/G1002/index.html) y su reparto en las asignaturas (<http://www.ub.edu/grad/infes/fitxaInfe.jsp>).

Plan de estudios:

<http://www.ub.edu/grad/infes/fitxaInfe.jsp>

1 <https://www.educacion.gob.es/ruct/estudiouniversidad>.

2 <http://www.ub.edu>

ESTRUCTURA DE LAS ENSEÑANZAS

CURSO	ASIGNATURA	CRÉDITOS	CARÁCTER
1º	Conceptos del arte moderno	6	FB
	Iniciación a los procesos y proyectos I	12	FB
	Representación gráfica	6	FB
	Antropología y sociología del arte	6	FB
	Iniciación a los procesos y proyectos II	12	FB
	Elementos del diseño I: morfología y tectónica	6	OB
	Elementos del diseño II: funcionalidad y significación en el diseño	6	OB
	Laboratorio de fotografía	6	OB
2º	Conceptos del arte contemporáneo	6	FB
	Laboratorio de aplicaciones gráficas	6	FB
	Teorías de la imagen y la significación	6	FB
	Historia, teoría y crítica del diseño I	6	OB

CURSO	ASIGNATURA	CRÉDITOS	CARÁCTER
3º	Laboratorio de proyectos de diseño I: técnicas de visualización y presentación del proyecto	6	OB
	Tipografía y arquitectura gráfica I	6	OB
	Historia, teoría y crítica del diseño II	6	OB
	Laboratorio audiovisual	6	OB
	Laboratorio de proyectos de diseño II: proyectos y metodología del diseño	6	OB
	Tipografía y arquitectura gráfica II	6	OB
	Laboratorio de proyectos de diseño profesionales I	12	OB
	Proyectos de diseño experimentales I	12	OB
	Laboratorio de proyectos de diseño profesionales II	12	OB
	Proyectos de diseño experimentales II	12	OB
	Arte, tecnología e impresión	6	OT
	Artes mediales	6	OT
	Dibujo y animación	6	OT
	Escultura y materiales de la tierra: barro, piedra, madera y fibras naturales	6	OT
	Fotografía	6	OT
	Modelos, maquetas y prototipos	6	OT
	Artes gráficas y procesos industriales	6	OT
	Diseño, coordinación y desarrollo de identidad visual corporativa	6	OT
	Diseño de la información	6	OT
	Diseño de montajes efímeros y exposiciones	6	OT
	Diseños de interactivos, diseño audiovisual y diseño para los media	6	OT
	Diseño sostenible (ecodesing)	6	OT
	Diseño tipográfico	6	OT
	Envases, embalajes y packaging	6	OT
	Narración gráfica e ilustración	6	OT
	Productos y usuarios: diseño para todo el mundo	6	OT
	UEA arte sonoro: derivas artísticas e instalaciones acústicas	6	OT
UEA espacios artísticos: luz y mutaciones ambientales	6	OT	
4º	Crítica del diseño e introducción al análisis de tendencias	6	OB
	Fundamentos empresariales de la gestión del diseño: administración y dirección de empresas, márketing y derecho mercantil	6	OB
	Introducción al proyecto final de grado: investigaciones previas	12	TFG
	Trabajo de fin de grado: laboratorio PFG	18	TFG

CASO 2

FIG.3 TABLA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BARCELONA: EINA

EINA: UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BARCELONA

Graduado o Graduada en Diseño por la Universidad Autónoma de Barcelona ¹:**Nivel académico:** Grado**Alta inicial:** 20/09/2013**Menciones:** Diseño gráfico**Rama:** Artes y Humanidades**Créditos totales:** 240

- Nº Créditos Formación Básica: 60
- Nº Créditos Obligatorios: 120
- Nº Créditos Optativos: 45
- Nº Créditos en Prácticas Externas: 0
- Nº Créditos Trabajo Fin de Grado/Máster:

Centros en los que se imparte: Centro Universitario de Diseño y Arte (EINA).

Descripción²: El grado de diseño está orientado al ejercicio de la profesión de diseñador y a conseguir la cualificación de creador visual o de especialista en los aspectos culturales o empresariales del diseño.

Además de garantizar el aprendizaje en las habilidades para ejercer la práctica se insiste en garantizar la adquisición de conocimientos culturales rigurosos y sólidos. Es más, dentro de los objetivos académicos aparece como un primer objetivo el de “Demostrar que posee y comprende nociones que relacionen el diseño con la cultura, las artes visuales, las tendencias estéticas y los entornos tecnológicos y empresariales, tanto históricos como de vanguardia”.

Plan de estudios: <http://eina.cat/ca/grau-de-diseny/pla-d-estudis/itineraris>

¹ <https://sede.educacion.gob.es/cid/70727232540775033101848.pdf>

² <http://eina.cat/es/grau-de-disseny>

ESTRUCTURA DE LAS ENSEÑANZAS

CURSO	ASIGNATURA	CRÉDITOS	CARÁCTER
1º	Dibujo básico	6	FB
	Color y volumen	6	FB
	Dibujo técnico	6	FB
	Introducción a la Teoría del Diseño y del Arte	6	FB
	Arte, diseño y sociedad	6	FB
	Taller de dibujo	6	FB
	Recursos informáticos para el diseño	6	FB
	Física aplicada al diseño	6	FB
	Introducción a la historia del diseño y del arte	6	FB
	Introducción al proyecto de diseño	6	OB

CURSO	ASIGNATURA	CRÉDITOS	CARÁCTER
2º	Proyectos 1	12	OB
	Historia del Arte y Diseño modernos	6	FB
	Tipografía	6	OB
	Informática aplicada al diseño de texto, imagen, espacio y volumen	6	OB
	Diseño de espacios efímeros	6	OB
	Gestión de proyectos de diseño	6	OB
	Recursos audiovisuales para el diseño	6	OB
	Maquetas y prototipos	6	OB
	Diseño de elementos de identidad	6	OB
3º	Proyectos 2	12	OB
	Diseño y arte contemporáneos	6	OB
	Diseño y empresa	6	OB
	Propiedades y usos de los nuevos materiales para el diseño	6	OB
	Ergonomía, percepción y usabilidad	6	OB
	Últimas tendencias del diseño	6	OB
	Artes Gráficas/ Materiales y técnicas de construcción/ Procesos de transformación industrial	6	OB
	Maquetación editorial/Modelado de objetos/Representación informática de arquitectura	6	OB
	Introducción a la fotografía/ Taller de creación gráfica/ Taller de artes visuales****	6	OB
4º	Trabajo fin de grado	15	OB
	Optativas	45	OT

OPTATIVAS: MENCIÓN EN DISEÑO GRÁFICO		
Análisis y crítica del diseño de la comunicación visual	5	OT
Dirección de arte	5	OT
Gráfica en movimiento	5	OT
Creación tipográfica	5	OT
Diseño editorial	5	OT
Infografía	5	OT

CASO 3

FIG.4 TABLA DE LA UNIVERSIDAD DE VIC: BAU

BAU: UNIVERSIDAD DE VIC - CENTRAL DE CATALUÑA

Graduado o Graduada en Diseño por la Universidad de Vic¹**Nivel académico:** Grado**Alta inicial:** 11/02/2011**Mención:** Diseño gráfico y comunicación visual**Rama:** Artes y Humanidades**Créditos totales:** 240

- N° Créditos Formación Básica: 60
- N° Créditos Obligatorios: 60
- N° Créditos Optativos: 102
- N° Créditos en Prácticas Externas: 6
- N° Créditos Trabajo Fin de Grado/Máster: 12

Centro en el que se imparte: Escuela superior de diseño (BAU)

Descripción²: Bau describe el grado en diseño como unos estudios en los que se articula de manera simultánea con contenidos provenientes de la cultura, el arte y las herramientas.

Dentro de los objetivos que se proponen nos interesan los de “Desarrollar la propia creatividad mediante el aprendizaje de lenguajes artísticos” y “Adquirir conocimientos en profundidad de los acontecimientos socioeconómicos y culturales determinantes en la evolución del diseño, y la visión de los mismos desde una perspectiva crítica”.

Plan de estudios: <http://www.baued.es/es/estudios/grado-en-diseno>

1 <https://sede.educacion.gob.es/cid/72029032270533011340497.pdf>, consultado el 30/03/2014

2 <http://www.baued.es/es/estudios/grado-en-diseno>

ESTRUCTURA DE LAS ENSEÑANZAS

CURSO	ASIGNATURA	CRÉDITOS	CARÁCTER
1º	Fundamentos del Diseño I	6	OB
	Taller de dibujo artístico	6	FB
	Herramientas informáticas	6	FB
	Taller de Expresión y Comunicación	6	FB
	Antropología sociocultural	6	FB
	Fundamentos del Diseño II	6	OB
	Taller de color	6	OB
	Herramientas informáticas II	6	FB
	Iconografía y comunicación	6	FB
	Estética y Teoría de las Artes	6	FB
2º	Lenguajes audiovisuales I	6	OB
	Taller Tridimensional	6	FB
	Expresión Gráfica I	6	OB
	Iniciación a los proyectos del diseño	6	OB
	Historia del diseño	6	OB

CURSO	ASIGNATURA	CRÉDITOS	CARÁCTER
	Lenguajes audiovisuales II	6	OB
	Economía, empresa y diseño	6	OB
	Taller de creatividad	6	FB
	Expresión gráfica II	6	OB
	Iniciación a los proyectos de diseño II	6	OB
MENCIÓN EN DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL			
3ª	Proyectos de diseño gráfico	6	OT
	Taller de gráfico y comunicación visual I	6	OT
	Tipografía I	6	OT
	Cultura de la imagen I	6	OT
	Infografía I	6	OT
	Proyectos de diseño gráfico II	6	OT
	Taller de gráfico y comunicación visual II	6	OT
	Tipografía II	6	OT
	Cultura de la imagen II	6	OT
	Infografía II	6	OT
4º	Proyectos de diseño gráfico III	6	OT
	Taller de gráfico y comunicación visual III	6	OT
	Diseño y comunicación I	6	OT
	Diseño y comunicación II	6	OT
	Introducción al diseño web	6	OT
	Programación para diseñadores	6	OT
	Prácticas externas	6	Prácticas
	Trabajo de fin de grado	6	TFG
	Actividades formativas (RAC)	6	OT

CASO 4

FIG.5 TABLA DE LA UNIVERSIDAD POMPEU FABRA: ELISAVA

ELISAVA: UNIVERSIDAD POMPEU FABRA

Graduado o Graduada en Diseño por la Universidad Pompeu Fabra¹**Nivel académico:** Grado**Alta inicial:** 07/10/2011**Mención:** Diseño gráfico y comunicación visual**Rama:** Ingeniería y Arquitectura**Créditos totales:** 240

- N° Créditos Formación Básica: 60
- N° Créditos Obligatorios: 10
- N° Créditos Optativos: 102
- N° Créditos en Prácticas Externas: 0
- N° Créditos Trabajo Fin de Grado/Máster: 20

Centros en los que se imparte: Elisava Escuela Superior de Diseño

Descripción²: Su objetivo es el de formar a futuros profesionales capacitados para utilizar la creatividad, la comunicación y la tecnología como herramientas para transformar el entorno y generar nuevas realidades. Se habla de un modelo en plena relación con el usuario, la técnica, las artes y las ciencias sociales.

Dentro de sus objetivos, el que tiene una mayor relación con el tema que tratamos es el de “Comprender el contexto del diseño, su naturaleza humanística, su carácter global y su dimensión internacional”.

Apreciaciones: El plan de estudios no incluye la guía didáctica de las asignaturas. Para conseguirla nos pusimos en contacto con la universidad y, tras una entrevista, nos fue ofrecida toda la información necesaria.

Plan de estudios: www.elisava.net

1 <https://www.educacion.gob.es/ruct/estudiocentro>.

2 http://www.elisava.net/sites/default/files/documents/gd_catalog.pdf

ESTRUCTURA DE LAS ENSEÑANZAS

CURSO	ASIGNATURA	MATERIA	CRÉDITOS	CARÁCTER	ORGANIZACIÓN	
1º	Metodología del diseño	Metodología	6	FB	Trimestral	
	Matemáticas para el diseño	Matemáticas	6	FB	Trimestral	
	Fundamentos del proyecto 1	Proyectos	4	OB	Trimestral	
	Principios del dibujo	Expresión gráfica	4	OB	Trimestral	
	Geometría aplicada	Matemáticas	6	FB	Trimestral	
	Formas materiales y técnicas	Expresión gráfica	6	FB	Trimestral	
	Fundamentos del proyecto II	Proyectos	4	OB	Trimestral	
	Servicios y sociedad de consumo	Empresa	4	OB	Trimestral	
	Materia y ciencia	Materiales	6	FB	Trimestral	
	Fundamentos del proyecto III	Proyectos	6	OB	Trimestral	
	Objetos, figuras y espacios	Expresión gráfica	4	OB	Trimestral	
	Arquitectura diseño y modernidad	Historia	4	OB	Trimestral	
	2º	Dibujo analítico	Dibujo analítico	6	FB	Trimestral
		Física para el diseño	Física	6	FB	Trimestral
Proyectos 1		Proyectos	4	OB	Trimestral	

CURSO	ASIGNATURA	MATERIA	CRÉDITOS	CARÁCTER	ORGANIZACIÓN
3°	Arquitectura, diseño y contemporaneidad	Historia	4	OB	Trimestral
	Dibujo de representación e interpretación	Expresión gráfica	6	FB	Trimestral
	Laboratorio digital	Expresión gráfica	6	FB	Trimestral
	Proyectos 2	Proyectos	4	OB	Trimestral
	Técnicas 1	Técnicas	4	OB	Trimestral
	Dibujo para el diseño	Expresión gráfica	6	FB	Trimestral
	Proyectos 3	Proyectos	6	OB	Trimestral
	Técnicas 2	Técnicas	4	OB	Trimestral
	Procesos y productos sostenibles	Química	4	OB	Trimestral
	Proyecto global 1	Proyectos	4	OB	Trimestral
	Producto, contexto y usuario	Empresa	4	OB	Trimestral
	Usos académicos en terminología específica en inglés	Lengua	4	OB	Trimestral
	Diseño, economía y empresa	Empresa	4	OB	Trimestral
	Gestión del diseño	Empresa	4	OB	Trimestral
	Asignatura	Mención	20 (totales)	OT	Trimestral
	Asignatura	Mención	20 (totales)	OT	Trimestral
	4°	Proyecto global 2	Proyectos	4	OB
Nuevas tendencias en diseño		Historia	4	OB	Trimestral
Usos académicos en terminología específica en inglés 2		Lengua	4	OB	Trimestral
Tecnología, interacción y sociedad		Sociología	4	OB	Trimestral
Innovación		Empresa	4	OB	Trimestral
Asignatura		Mención	20 (totales)	OT	Trimestral
Trabajo Fin de Grado			20	TR	Trimestral
MENCIÓN EN DISEÑO GRÁFICO					
	Comunicación gráfica 1, 2, 3	Diseño gráfico	12	OT/OB	Trimestral
	Técnicas gráficas 1, 2, 3	Diseño gráfico	12	OT/OB	Trimestral
	Editorial	Diseño gráfico	12	OT	Trimestral
	Identidad y marca	Diseño gráfico	12	OT	Trimestral
	Publicidad	Matemáticas	12	OT	Trimestral
	Experimentación gráfica	Expresión gráfica	12	OT	Trimestral

CASO 5

FIG.6 TABLA LA UNIVERSIDAD RAMON LLULL ESDI

ESDI: UNIVERSIDAD RAMON LLULL

Graduado o Graduada en Diseño por la Universidad Ramón Llull¹**Nivel académico:** Grado**Alta inicial:** 31/07/2009**Mención:** Gráfico**Rama:** Artes y Humanidades**Créditos totales:** 240

- N° Créditos Formación Básica: 60
- N° Créditos Obligatorios: 94
- N° Créditos Optativos: 56
- N° Créditos en Prácticas Externas: 14
- N° Créditos Trabajo Fin de Grado/Máster: 16

Centros en los que se imparte: Escuela Superior de Diseño ESDI

Descripción²: Se concibe con la finalidad de alcanzar las exigencias propias del diseño gráfico y se centran en el estudio de los medios y herramientas que permitan la materialización de las formas gráficas.

Su objetivo es el de “formar profesionales capaces de configurar nuestro entorno a través de la coordinación y la integración de todos los factores que inciden en él. El esfuerzo de definir un objeto que después será producido obliga al diseñador a realizar un trabajo de reflexión, ideación y proyección. Este proceso de trabajo le permitirá formalizar con coherencia la estructura del futuro objeto de tal manera que éste corresponda a las necesidades utilitarias y simbólicas que lo organizan. El proceso de diseño también tiene implicaciones y consecuencias sociales culturales, productivas y ecológicas”.

Apreciaciones: En la Guía Académica 2013-2014 no se distingue entre créditos de asignaturas obligatorias y de formación básica. Dentro de este grupo también están incluidos los créditos de las prácticas externas y los del máster.

Plan de estudios: <http://www.esdi.url.edu/es>

1 <https://sede.educacion.gob.es/cid/45290211792318037936754.pdf>

2 <http://www.esdi.url.edu/es/estudia/grado-en-diseno/diseno-grafico/plan-de-estudios/>

ESTRUCTURA DE LAS ENSEÑANZAS: DISEÑO GRÁFICO

CURSO	ASIGNATURA	CRÉDITOS	CARÁCTER
1º	Teoría e historia del arte I	6	FB-OB
	Sociología	6	FB-OB
	Dibujo de representación	6	FB-OB
	Dibujo técnico I	6	FB-OB
	Informática I	6	FB-OB

	Teoría y taller de la forma	6	FB-OB
	Teoría e historia del diseño I	6	FB-OB
	Fundamentos de la proyectación	4	FB-OB
	Fotografía I	6	FB-OB
	Introducción a los proyectos	8	FB-OB
2º	Teoría e historia del arte II	6	FB-OB
	Comunicación	6	FB-OB
	Empresa I: organización y procesos	6	FB-OB
	Informática II	6	FB-OB
	Teoría e historia del diseño II	6	FB-OB
	Literatura y comunicación	3	FB-OB
	Proyectos I	8	FB-OB
	Proyectos integrales I	8	FB-OB
	Ética de la profesión	5	FB-OB
	Materiales y tecnología I	6	FB-OB
3º	Proyectos II	8	FB-OB
	Proyectos integrales II	8	FB-OB
	Temas de diseño	6	FB-OB
	Empresa II: economía y márketing	6	FB-OB
	Materiales y tecnología II	6	FB-OB
	Tipografía I	4	OT
	Artes gráficas	3	OT
	Maquetas y originales	4	OT
	Fotografía II	4	OT
	Caligrafía	3	OT
	Tipografía II	4	OT
	Vídeo	4	OT
	Fotografía documental	4	OT
	Historia del cine	3	OT
	Técnicas de expresión	3	OT
4º	Prácticas de empresa	14	FB-OB
	Proyecto final de grado	16	FB-OB
	Informática III	4	OT
	Book y presentación de proyectos	4	OT
	Proyectos III	6	OT
	Proyectos IV	6	OT
	Análisis gráfico	4	OT
	Diseño de páginas web	4	OT
	Tratamiento digital de la imagen	3	OB
	Ilustración	4	OT
	Gráfica para publicidad	4	OT
	Packaging industrial	3	OT
	Intensificación departamental	4	OT

CASO 6

FIG. 7 TABLA DE LA UNIVERSIDAD DEL PAÍS VASCO

UNIVERSIDAD DEL PAÍS VASCO (UPV)

Graduado o Graduada en Creación y Diseño por la Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea¹**Nivel académico:** Grado**Alta inicial:** 12/11/2010**Mención:** Gráfico**Rama:** Artes y Humanidades**Créditos totales:** 240

- Nº Créditos Formación Básica: 60
- Nº Créditos Obligatorios: 120
- Nº Créditos Optativos: 42
- Nº Créditos en Prácticas Externas: 0
- Nº Créditos Trabajo Fin de Grado/Máster: 18

Centros en los que se imparte: Facultad de Bellas Artes

Descripción:² En la presentación del programa hablan de que responde a una antigua necesidad sentida por las Facultades de Bellas Artes. Resaltan el peso específico que tiene el diseño en nuestra sociedad y la complejidad de los ámbitos en los que se mueve y describen las necesidades a las que la enseñanza debe de dar respuesta como coyunturales. Coronan la presentación definiendo los objetivos del grado de la siguiente manera “el grado en Creación y Diseño se ocupa tanto de dar respuestas en terrenos concretos de aplicación, como de la posibilidad de servicio y aplicación del Arte en cuanto que tal aplicabilidad”.

Dentro de las competencias, en esta misma línea, destacamos la de “Reconocer el saber del Arte como saber técnico con posibilidades de aplicación en distintos ámbitos”. Igualmente interesantes para nuestro trabajo son las competencias que hablan de “conocer la Historia, la teoría y nociones del Arte y del Diseño así como de la producción material y el pensamiento de los creadores a través de sus obras y textos” y de “Identificar y conocer fuentes de información y la práctica actualizada en los distintos ámbitos de su trabajo, así como la metodología científica del campo del arte y del Diseño.

Plan de estudios: www.ehu.es

1 <https://sede.educacion.gob.es/cid/45290211792318037936754.pdf>

2 http://www.ehu.es/p200-content/es/pls/entrada/plew0040.htm_siguiente?p_sesion=&p_cod_idioma=CAS&p_en_portal=S&p_anyoAcad=act&p_cod_centro=320&p_cod_plan=GCREAC30&p_menu=intro

ESTRUCTURA DE LAS ENSEÑANZAS

CURSO	ASIGNATURA	CRÉDITOS	CARÁCTER
1º	Arte y tecnología I	9	FB
	Dibujo I	9	FB
	Escultura I	9	FB

CURSO	ASIGNATURA	CRÉDITOS	CARÁCTER
2º	Introducción a la historia del arte del siglo XX	6	FB
	Laboratorio de imagen	9	FB
	Laboratorio de materiales	9	FB
	Pintura I	9	FB
	Arte y tecnología II: técnicas y procesos	9	OB
	Dibujo II	9	OB
	Escultura II	9	OB
	Historia general del arte	6	OB
	Laboratorio	9	OB
	Pintura II	9	OB
3º	Tecnologías y procesos	9	OB
	Ambiente / Espacio urbano	6	OB
	Creación multimedia	6	OB
	Diseño gráfico	6	OB
	Historia general del diseño	6	OB
	Proyectos I	6	OB
	Proyectos II	6	OB
	Recursos para el proyecto	6	OB
	Arte y función	6	OT
	Cómic	6	OT
	Desde la cerámica	6	OT
	Diseño gráfico interactivo	6	OT
	Euskararen Araua eta Erabilera	6	OT
	Ilustración de textos	6	OT
4º	Contextos y prácticas de la cultura visual contemporánea	6	OB
	Procesos y metodologías de creación e innovación	6	OB
	Profesionalización y gestión	6	OB
	Cerámica y creación	6	OT
	Cerámica y diseño	6	OT
	Educación y cultura visual	6	OT
	Envase y embalaje	6	OT
	Gráfica editorial	6	OT
	Gráfica tecnológica	6	OT
	Identidad visual	6	OT
	Komunikazioa Euskaraz: Arteak	6	OT
	PaperArt: Fibras papeleras en la creación artística. Producción y edición	6	OT
	Prototipo y edición	6	OT
	Sistemas de representación	6	OT
Trabajo fin de grado	18	TFG	

CASO 7

FIG.8 TABLA DE UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID (UCM)

Graduado o Graduada en Diseño¹**Nivel académico:** Grado**Mención:** Diseño gráfico y comunicación visual**Alta inicial:** 11/02/2011**Rama:** Artes y Humanidades**Créditos totales:** 240

- N° Créditos Formación Básica: 60
- N° Créditos Obligatorios: 120
- N° Créditos Optativos: 48
- N° Créditos en Prácticas Externas: 0
- N° Créditos Trabajo Fin de Grado/Máster: 12

Centros en los que se imparte: Facultad de Bellas Artes

Descripción²: En su presentación al del grado, la UCM sitúa su tradición en la enseñanza del diseño –si bien sin solución de continuidad – en 1979, cuando la Escuela de Bellas Artes de San Fernando se integró en la UCM como Facultad de Bellas Artes. Dentro de los conocimientos a adquirir que presentamos destacamos la de conocer “las interrelaciones en la historia del diseño, el arte y la tecnología”, y dentro de las posibles salidas profesionales la de “Profesor de materias relacionadas con el diseño, la imagen y las bellas artes”

Apreciaciones: En la web de la universidad no se distingue entre las asignaturas de formación básica y las obligatorias, todas aparecen como obligatorias excepto las optativas. Las 5 asignaturas optativas están repartidas entre el 3er y el 4o curso a 24 créditos cada curso.

Plan de estudios: <http://bellasartes.ucm.es/data/cont/docs/titulaciones/23.pdf>

1 <https://sede.educacion.gob.es/cid/45290211792318037936754.pdf>

2 <http://bellasartes.ucm.es/estudios/2014-15/grado-diseno>

ESTRUCTURA DE LAS ENSEÑANZAS

CURSO	ASIGNATURA	CRÉDITOS	CARÁCTER
1º	Informática básica	6	FB-OB
	Inglés	6	FB-OB
	Historia del arte contemporáneo	6	FB-OB
	Introducción al dibujo	6	FB-OB
	Introducción al volumen	6	FB-OB
	Introducción al color	6	FB-OB
	Elementos de la plástica	6	FB-OB
	Fotográfica básica	6	FB-OB
	Dibujo para el diseño	6	FB-OB
	Dibujo técnico	6	FB-OB

CURSO	ASIGNATURA	CRÉDITOS	CARÁCTER
2º	Fundamentos del diseño	6	FB-OB
	Teoría de la imagen	6	FB-OB
	Imagen digital	6	FB-OB
	Ilustración	6	FB-OB
	Diseño gráfico I	6	FB-OB
	Diseño de objetos I	6	FB-OB
	Historia del diseño	6	FB-OB
	Antropología para el diseño	6	FB-OB
	Diseño escenográfico I	6	FB-OB
	Fotografía	6	FB-OB
3º	Maquetas y prototipos	6	FB-OB
	Diseño gráfico II	6	FB-OB
	Materiales y procesos de fabricación	6	FB-OB
	Diseño de objetos II	6	FB-OB
	Diseño escenográfico II	6	FB-OB
	Metodología del proyecto	6	FB-OB
	Técnicas de impresión industrial	6	OT
	Infografía	6	OT
	Tipografía	6	OT
4º	Diseño web	6	FB-OB
	Diseño de producto	6	FB-OB
	Audiovisuales	6	FB-OB
	Management para el diseño	6	FB-OB
	Diseño editorial	6	OT
	Señalética	6	OT
	Trabajo fin de grado	12	TFG

CASO 8

FIG.9 TABLA DE UNIVERSIDAD EUROPEA DE MADRID

UNIVERSIDAD EUROPEA DE MADRID (UE)

Graduado o Graduada en Diseño¹**Nivel académico:** Grado**Alta inicial:** 31/07/2009**Mención:** Gráfico**Rama:** Artes y Humanidades**Créditos totales:** 240

Nº Créditos Formación Básica: 60

- Nº Créditos Obligatorios: 54
- Nº Créditos Optativos: 84
- Nº Créditos en Prácticas Externas: 12
- Nº Créditos Trabajo Fin de Grado/Máster: 30

Centros en los que se imparte: Facultad de Artes y Comunicación

Descripción²: El programa te proporcionará las herramientas para gestionar tu creatividad mediante una metodología personalizada y proporcionándote los conocimientos necesarios para que seas capaz de realizar un análisis para la viabilidad comercial de tus proyectos.

En la presentación se da una especial importancia a la instrumentalidad y la respuesta a las exigencias profesionales.

En el apartado perfil del estudiante incluye a las personas creativas, innovadoras, con inquietudes culturales, artísticas y técnicas.

Apreciaciones: El reparto de créditos de la web del centro no coincide con los del plan de estudios presentado en la Ruct.

Plan de estudios: <http://madrid.universidadeuropea.es/estudios-universitarios/grado-en-diseno-mencion-grafico>

1 <https://sede.educacion.gob.es/cid/45290211792318037936754.pdf>

2 <http://madrid.universidadeuropea.es/estudios-universitarios/grado-en-diseno-mencion-grafico>

ESTRUCTURA DE LAS ENSEÑANZAS

CURSO	ASIGNATURA	CRÉDITOS	CARÁCTER
1º	Dibujo I: génesis de la forma. Teoría y práctica del color	6	FB
	Fotografía / Imagen digital	6	FB
	Taller de representación bidimensional	6	FB
	Análisis de la imagen	6	FB
	Expresión lingüística y metodologías teóricas	6	FB
	Dibujo II. Espacio y volumen	6	FB
	Historia del arte, diseño y arquitectura contemporáneos I	6	FB
	Sistemas de representación geométrica	6	OB
	Taller de representación tridimensional	6	OB
	Orientación profesional	6	OB

CURSO	ASIGNATURA	CRÉDITOS	CARÁCTER
2º	Dibujo del espacio, del objeto y de la Información	6	FB
	Personas y entorno. Diseño centrado en el usuario	6	FB
	Taller de diseños de entornos digitales	6	FB
	Teoría e historia de los medios audiovisuales e interactivos	6	FB
	Historia del arte, diseño y arquitectura contemporáneos II	6	FB
	Inglés	6	FB
	Diseño de sistemas interactivos. Tecnología para la producción multimedia	6	OB
	Diseño gráfico I: tipografía	6	OT
	Tecnologías de la información y a la comunicación I	6	OT
	Diseño de la identidad. Taller de imagen corporativa	6	OT
3º	Comunicación y márketing	6	OB
	Deontología y valores (ética)	6	OB
	Diseño gráfico II: imagen	6	OT
	Teoría e historia del diseño gráfico	6	OT
	Tecnologías de la información y comunicación II	6	OT
	Taller del diseño de la información	6	OT
	Teoría e historia de los medios interactivos. Investigación y crítica	6	OT
	Tecnología para la producción multimedia	6	OT
Taller de diseño multimedia	6	OT	
4º	Práctica profesional	12	OB
	Desarrollo y ejecución formal y proyectual	6	OB
	Contextualización cultural y social del proyecto	6	OB
	Desarrollo, representación, gestión y comunicación de la información	6	OB
	Gestión de sistemas. Viabilidad técnica, económica y legal	6	OB
	Integración. Trabajo de fin de grado	6	OB
	Actividades formativas universitarias	6	OB
	Ilustración	6	OT
	Gestión del diseño	6	OT

CASO 9

FIG.10 TABLA DE LA UNIVERSIDAD FRANCISCO DE VITORIA

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE VITORIA (UFV)

Graduado o Graduada en Diseño¹**Nivel académico:** Grado**Alta inicial:** 31/07/2009**Mención:** Diseño**Rama:** Artes y Humanidades**Créditos totales:** 240

- Nº Créditos Formación Básica: 60
- Nº Créditos Obligatorios: 138
- Nº Créditos Optativos: 24
- Nº Créditos en Prácticas Externas: 12
- Nº Créditos Trabajo Fin de Grado/Máster: 6

Centros en los que se imparte: Facultad de Ciencias de la Comunicación

Descripción²: A la hora de presentar los estudios desgranamos los contenidos por cursos: en el primer curso destacan las habilidades manuales y tecnológicas, así como las asignaturas “intelectuales” que posibilitarán un mejor conocimiento del ser humano. En el segundo curso destacan las habilidades relacionadas con la creatividad, la tipografía, la proyección y tecnología. En el tercero se centra en la usabilidad la funcionalidad y la belleza dejando para el curso final la demostración de lo aprendido.

Plan de estudios: <http://www.ufv.es/grado-en-diseno>

1 <https://sede.educacion.gob.es/cid/45290211792318037936754.pdf>

2 <http://www.ufv.es/grado-en-diseno>

ESTRUCTURA DE LAS ENSEÑANZAS

CURSO	ASIGNATURA	CRÉDITOS	CARÁCTER
1º	Filosofía aplicada	6	FB
	Historia del arte	6	FB
	Habilidades y competencias para la expresión de la creatividad	6	FB
	Historia del pensamiento	6	FB
	Inglés I	6	FB
	Color	6	OB
	Dibujo I	6	OB
	Fundamentos del diseño	6	OB
	Volumen	6	OB
	Sistemas de análisis de la forma y el espacio	6	OB
2º	Antropología fundamental	6	FB
	Historia del diseño	6	FB
	Educación para la responsabilidad social	6	FB
	Historia occidental	6	FB

CURSO	ASIGNATURA	CRÉDITOS	CARÁCTER
3º	Inglés II	6	FB
	Diseño gráfico	6	FB
	Dibujo II	6	OB
	Proyectos de diseño I	6	OB
	Tecnologías aplicadas	6	OB
	Tipografía	6	OB
	Diseño de moda	6	OB
	Diseño industrial	6	OB
	Estética	6	OB
	Fotografía	6	OB
	Producción audiovisual	6	OB
	Ética y deontología profesional	6	OB
	Proyectos de diseño II	6	OB
	Prácticas en empresa I	6	OB
	Ilustración artística	6	OT
	Diseño editorial	6	OT
	Actividades formativas complementarias	6	OT
	Inglés III	6	OT
	Páckaging	6	OT
Diseño textil	6	OT	
4º	Diseño audiovisual	6	OB
	Diseño escenográfico	6	OB
	Márketing e imagen de marca	6	OB
	Producción y desarrollo	6	OB
	Diseño de espacios efímeros	6	OB
	Gestión del diseño	6	OB
	Prácticas en empresa	6	PE
	Trabajo de final de grado	6	OB
	Estilismo y estética	6	OT
	Edición y producción fotográfica	6	OT
	Desing motion	6	OT
	Producción y postproducción audiovisual	6	OT
	Historia de las religiones	6	OT

CASO 10

FIG.11 TABLA DE LA UNIVERSIDAD REY DON JUAN CARLOS

UNIVERSIDAD REY DON JUAN CARLOS (URJC)

Graduado o Graduada en Diseño Integral y Gestión de la Imagen por la Universidad Rey Juan Carlos¹**Nivel académico:** Grado**Alta inicial:** 23/11/2012**Mención:** Diseño integral y gestión de la imagen**Rama:** Artes y Humanidades**Créditos totales:** 240

- Nº Créditos Formación Básica: 60
- Nº Créditos Obligatorios: 150
- Nº Créditos Optativos: 0
- Nº Créditos en Prácticas Externas: 24
- Nº Créditos Trabajo Fin de Grado/Máster: 6

Centros en los que se imparte: Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales. Campus de Fuenlabrada.

Descripción²: En las primeras líneas de la presentación del grado se indica que los estudios nacen de las Bellas Artes, centrándose en el “arte funcional, en la creación intencionada, en el diseño para cliente y se complementa con la gestión de la imagen.

A continuación habla de la transversalidad del diseño, de la demanda profesional, creatividad, gestión de la imagen y la concepción holística del diseño .

Apreciaciones: No existen créditos de asignaturas optativas.

Plan de estudios: <http://miportal.urjc.es/guiasdocentes/>

1 <https://sede.educacion.gob.es/cid/45290211792318037936754.pdf>

2 http://www.urjc.es/estudios/grado/disenio_integral_gestion_imagen/disenio_integral.html#

ESTRUCTURA DE LAS ENSEÑANZAS

CURSO	ASIGNATURA	CRÉDITOS	CARÁCTER
1º	Historia del arte	6	FB
	Informática básica	6	FB
	Teorías del color, la forma y la composición	6	FB
	Formas, materiales y técnicas	6	FB
	Historia del diseño	6	FB
	Representación y comunicación gráfica	6	FB
	Dibujo del natural	6	FB
	Representación y comunicación arquitectónica	6	FB
	Fundamentos de la comunicación corporativa	6	OB
	Ergonomía y antropometría	3	OB
	Fundamentos técnicos del diseño	3	OB

CURSO	ASIGNATURA	CRÉDITOS	CARÁCTER
2º	Deontología y legislación	6	FB
	Idioma moderno	6	FB
	Diseño de identidad gráfica	6	OB
	Fotografía y tratamiento de la imagen	3	OB
	Gestión estratégica de la imagen corporativa y de marca	6	OB
	Iluminación e instalaciones	3	OB
	Sistemas constructivos	6	OB
	Maquetas y prototipos	3	OB
	Carácterización de espacios	3	OB
	Diseño editorial	6	OB
	Márketing estratégico	6	OB
	Diseño de páckaging	6	OB
	3º	Arquitectura efímera	6
Diseño de mobiliario		3	OB
Diseño publicitario		6	OB
Planificación estratégica de la imagen corporativa y de marca		6	OB
Procesos de producción gráfica y editorial		3	OB
Procesos de producción industrial		6	OB
Diseño de equipamiento y dispositivos		6	OB
Diseño interactivo		6	OB
Diseño y reforma de interiores		6	OB
Empresa de comunicación y diseño		6	OB
Programas de gestión de la identidad y la imagen en internet		6	OB
4º	Proyecto de comunicación gráfica	6	OB
	Proyecto de diseño de espacio	6	OB
	Proyecto de diseño de objeto	6	OB
	Proyecto de gestión de la imagen	6	OB
	Reconocimiento académico de créditos	6	OB
	Prácticas en empresa	24	OB
	Trabajo fin de grado	6	TFG

CASO 11

FIG.12 TABLA DE LA UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA

UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA (ULL)

Graduado o Graduada en Diseño por la Universidad de La Laguna¹**Nivel académico:** Grado**Alta inicial:** 20/09/2013**Mención:** Diseño**Rama:** Artes y Humanidades**Créditos totales:** 240

- N° Créditos Formación Básica: 60
- N° Créditos Obligatorios: 120
- N° Créditos Optativos: 24
- N° Créditos en Prácticas Externas: 12
- N° Créditos Trabajo Fin de Grado/Máster: 24

Centros en los que se imparte: Facultad de Humanidades.

Descripción²: En su presentación inciden en el desarrollo, por parte del alumnado, de capacidades como la adaptación a los cambios y al impacto de los nuevos medios, la capacidad creativa o la de desarrollar una gramática visual.

En el apartado de justificación del título alude a una antigua demanda por parte de las facultades de Bellas Artes.

Apreciaciones: No se distinguen créditos entre asignaturas de formación básica y obligatorias.

Plan de estudios: http://www.ull.es/view/centros/bbaa/Guias_Docentes/es

1 <https://sede.educacion.gob.es/cid/45290211792318037936754.pdf>

2 http://www.ull.es/view/centros/bbaa/Descripcion_de_titulo_1/es

ESTRUCTURA DE LAS ENSEÑANZAS

CURSO	ASIGNATURA	CRÉDITOS	CARÁCTER
1º	Técnicas de expresión en idioma moderno	6	FB-OB
	Cultura visual y creación artística contemporánea	6	FB-OB
	Introducción a la historia del arte	6	FB-OB
	Fotografía	6	FB-OB
	Croquización	6	FB-OB
	Antropología cultural	6	FB-OB
	Introducción a la historia	6	FB-OB
	Introducción a los problemas filosóficos	6	FB-OB
	Volumen	6	FB-OB
	Color	6	FB-OB

CURSO	ASIGNATURA	CRÉDITOS	CARÁCTER
2º	Técnicas y procesos fotográficos	6	FB-OB
	Artes gráficas	6	FB-OB
	Teoría e historia del diseño	6	FB-OB
	Teoría del diseño	6	FB-OB
	Técnicas y procedimientos en el diseño gráfico y la imagen I	6	FB-OB
	Ilustración	6	FB-OB
	Tipografía	6	FB-OB
	Teoría y lenguaje de la imagen	6	FB-OB
	Historia del diseño	6	FB-OB
	Técnicas y procedimientos en el diseño gráfico y la imagen II	6	FB-OB
3º	Diseño editorial	6	FB-OB
	Identidad corporativa	6	FB-OB
	Diseño web	6	FB-OB
	Técnicas y procedimientos en el diseño gráfico y la imagen III	6	FB-OB
	Taller de concursos profesionales y propuesta de TFG	12	FB-OB
	Metodología del proyecto e introducción a la investigación	6	FB-OB
	Ámbitos de actuación del diseño y nuevas tendencias	6	FB-OB
	Señalética	6	OT
	Ecodiseño	6	OT
	Páckaging	6	OT
4º	Imagen corporativa	6	OT
	Legislación civil y protección jurídica del creador	6	OB
	Márqueting	6	OB
	Practicum	12	PE
	Trabajo de final de grado I	12	TFG
	Trabajo de final de grado II	12	TFG
	Ilustración aplicada	6	OT
	Diseño para el sector turístico	6	OT
	Proyecto editorial	6	OT
	Diseño de gráficos animados	6	OT

D) ANÁLISIS DEL ESTUDIO



1. ANÁLISIS DEL ESTUDIO

1.1 Las descripciones

Ya desde el comienzo de este estudio resulta evidente la estrecha relación que une el diseño con la tradición artística. Que el diseño nace como arte aplicado a la industria es un axioma sobre el que se cimenta la enseñanza del diseño. De esta premisa parte también la legislación vigente¹ al incluir el diseño dentro de las enseñanzas artísticas superiores.

Las enseñanzas artísticas superiores. Tienen esta condición los estudios superiores de música y de danza, las enseñanzas de arte dramático, las enseñanzas de conservación y restauración de bienes culturales, los estudios superiores de diseño y los estudios superiores de artes plásticas, entre los que se incluyen los estudios superiores de cerámica y los estudios superiores del vidrio.²

En líneas generales, las descripciones de los currículos de diseño gráfico de los centros de enseñanza se centran en la transversalidad, carácter integrador y carácter transformador de los planes de estudios, otorgando gran importancia a los elementos culturales.

Reiteradamente se menciona la relación del diseño con las artes y con las humanidades; Así, por ejemplo, la escuela Bau nos habla de un plan de estudios que “se articula con contenidos provenientes de la cultura, el arte y las herramientas”, la UPV de un grado que se ocupa “de la posibilidad de servicio y aplicación del arte” y la universidad Rey Don Juan Carlos del diseño como un arte funcional.

También son varias las universidades (Universidades Rey Don Juan Carlos, Complutense, La Laguna, y UPV) que hablan de los estudios de diseño como algo largamente demandado por las Bellas Artes.

Son sólo dos los centros que a la hora de describir su misión y sus valores no nombran explícitamente el arte: la Universidad Europea de Madrid, que se centra en aspectos relacionados con la instrumentalidad y salidas profesionales del diseño y la Universidad Francisco de Vitoria, que se limita a describir la planificación general de los cursos.

A lo largo de este análisis intentaremos precisar en qué se concreta esta relación del diseño con las humanidades y el arte en las universidades, así como cuál es su reflejo en la enseñanza de la historia.

1.2 Las ramas de conocimiento

El real decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales³ obliga a las carreras universitarias a adscribirse a una rama específica de conocimiento. Cada una de estas ramas incluye una serie de materias que, además de orientar sobre la naturaleza de la propia rama, debe aparecer de algún modo reflejada en las asignaturas de formación básica de los planes de estudio. Estas materias deben suponer un mínimo de 60 créditos sobre los 240 del plan de estudios y les compete dotar a los estudiantes de los conocimientos genéricos fundamentales relacionados con la especialidad elegida.

Pasamos a enumerar las ramas de conocimiento establecidas por Bolonia con sus respectivas materias:

- **Artes y Humanidades:** Antropología, arte, ética, expresión artística, filosofía, geografía, historia, idioma moderno, lengua, lengua clásica, lingüística, literatura, sociología.
- **Ciencias:** Biología, física, geología, matemáticas y química
- **Ciencias de la Salud:** Anatomía animal, anatomía humana, biología, bioquímica, estadística, física, fisiología y psicología
- **Ciencias Sociales y Jurídicas:** Antropología, ciencia política, comunicación, derecho, economía, educación,

1 Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo de Educación . Artículos 45 al 58 y Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre Abre en ventana nueva, para la mejora de la calidad educativa

2 <http://www.mecd.gob.es/educacion-mecd/areas-educacion/sistema-educativo/enseñanzas/enseñanzas-artisticas.html>, CONSULTADO EL 31-05-2014

3 <http://www.boe.es/boe/dias/2007/10/30/pdfs/A44037-44048.pdf>

empresa, estadística, geografía historia, psicología y sociología.

- **Ingeniería y Arquitectura:** Empresa, expresión gráfica, física, informática, matemáticas y química.

La rama de conocimiento a la que se adscribe cada uno de los estudios aparece siempre detallada junto a la nominación específica del título en el Suplemento Europeo al Título⁴ con el fin de evitar confusiones sobre los contenidos de las carreras.

Uno de los primeros temas que nos ha llamado la atención durante la recopilación de datos ha sido el de la –casi– total adscripción de las carreras de diseño a la rama de conocimiento de las Artes y Humanidades. A excepción de la Universidad Pompeu Fabra (Elisava), que incluye los estudios de diseño dentro de la rama de Ingeniería y Arquitectura, el resto de programas, es decir, el 91% de los estudios superiores de diseño, se incluyen en la rama de las Artes y Humanidades.

Un 91% de los estudios oficiales de diseño en España se adscribe a las Artes y Humanidades contraponiéndose a importantes corrientes ideológicas del diseño

El hecho resulta especialmente llamativo porque al escoger esta opción y dar prevalencia al arte y las humanidades frente a otras ramas de conocimientos, los centros dejan en un segundo plano contenidos que a día de hoy – y a diferencia con lo que ocurre con el arte– se encuentran en el punto de mira de los actuales debates académicos. Materias como la sociología o la empresa –presentes en la rama de las Ciencias Sociales y Jurídicas– son temas de total actualidad en el campo del diseño⁵. Dentro

de esta rama nos encontramos también con la comunicación, ampliamente reconocida como elemento definitorio del diseño gráfico⁶. Y sin embargo, ninguno de los planes de estudios se adscribe a esta rama del conocimiento.

Igualmente, materias como la expresión gráfica o la informática, presentes en la rama de Ingeniería y Arquitectura, son herramientas consustanciales al ejercicio de la profesión y, a pesar de esto, sólo uno de los centros –Elisava– se vincula a esta rama del conocimiento.

Por encima de estas circunstancias, a juicio de los centros de enseñanza, el diseño se asienta sobre la rama del Arte y de las Humanidades. Esta realidad se contradice con el poco interés que despiertan el arte y su historia en el entorno de la teoría del diseño y también pone en duda los argumentos que plantean que la supervivencia de la historia del arte en los estudios de diseño son sino un vestigio de una herencia que arrastra el diseño y que tiene que superar.⁷

Esta idea podría tener sentido en un contexto en el que la inercia hubiera impedido una reflexión sobre el tema. Sin embargo, el Plan Bolonia ha supuesto un punto de inflexión que ha obligado a los centros de diseño y arte a una completa revisión de sus objetivos y sus maneras de hacer. Las primeras universidades en dar de alta los estudios superiores de grado en diseño (U. Francisco de Vitoria, U. Europea de Madrid y Esdi) lo hicieron en el 2009, por lo que no hace más de 6 años que las universidades tuvieron que replantearse el significado de los estudios que ofrecían. Nos negamos a creer que las difíciles decisiones que los centros tuvieron que tomar en el importante proceso de oficializar los estudios de diseño fueron fruto de la inercia en vez de ser el resultado de profundas deliberaciones.

4 <http://www.boe.es/boe/dias/2007/10/30/pdfs/A44037-44048.pdf>

5 Ver por ejemplo GAMONAL ARROLLO, La disciplina del diseño desde la perspectiva de las ciencias sociales [online], disponible en: www.academia.edu [Consultado: 12 / 05 / 2015]

6 En este sentido se pronuncian en: ROM.J. *Las claves del diseño gráfico*, Op. cit.; FRASCARA, J. *Diseño gráfico y comunicación*. Buenos Aires: Infinito, 2000; ARFUCH, L., CHAVES, N., LEDESMA, M. *Diseño y comunicación. Teoría y enfoques críticos*. Buenos Aires: Paidós, 1997

7 Ver por ejemplo, FALLAN, K., *Design history*. Op. cit. o HANNA, F. y PUTNAM, T. (1980). "Taking Sotck in Design History" Op. cit.

Pasamos ahora a intentar comprender de qué manera se abordan los estudios de las humanidades, las artes y la cultura del diseño en los diferentes centros.

Nos negamos a creer que las decisiones tomadas en el proceso de oficializar los estudios de diseño son fruto de la inercia en vez del resultado de serias deliberaciones

1.3 Las humanidades: criterios de selección y catalogación

En el apartado anterior hemos visto cómo, en líneas generales, el diseño es entendido por las universidades como una actividad estrechamente ligada a las humanidades y el arte. Entre los objetivos que nos marcábamos al comenzar este estudio se incluía el de determinar el peso que adquieren la historia del diseño y del arte dentro de las enseñanzas del diseño gráfico. Un paso previo ha supuesto destilar las asignaturas de humanidades. Esto ha requerido de una labor de selección y aislamiento de las asignaturas en tablas, en base a una serie de criterios que iremos explicando.

Tal y como comentábamos en la metodología, para hacer un análisis de contenidos es necesario crear un marco y el nuestro lo establecen las asignaturas de humanidades, de historia del arte y de historia del diseño. El terreno de intentar catalogar asignaturas en base a sus contenidos resulta pantanoso. Los programas didácticos y las descripciones de las asignaturas que en ellos se dan son, en un principio, documentos fidedignos de lo que es el espíritu de cada asignatura. Pero somos muy conscientes de que en lo que éstas se enseña va mucho más allá de lo que es una mera descripción. Estamos seguros de que los resultados no serán absolutos. Pero también lo estamos de que seremos capaces de conseguir una visión general aproximada, una lectura entre líneas de cómo en este país se construyen los discursos de las humanidades, la

historia del arte y el diseño.

Hay una serie de puntos que han facilitado nuestra tarea y que nos permiten alcanzar un mayor grado de objetividad: en primer lugar está el sistema de créditos, explicado con anterioridad y, en segundo lugar el hecho de que en España en general y en los estudios de diseño en particular exista la tradición de separar las asignaturas técnicas de las teóricas.

En un primer paso hacia la creación de nuestro marco hemos aislado, siempre en base a los planes de estudios de los centros, las asignaturas más estrechamente relacionadas con las humanidades.

El principal problema a la hora de elaborar esta tabla reside en que no existe un consenso generalizado de qué materias pueden considerarse parte de las humanidades. Estamos convencidos de que todos y cada uno de los profesores de cualquier titulación añade su propio grano de arena a la cultura humanista de sus alumnos. Lo que intentaremos es crear una selección que refleje el grado de importancia que otorgan las instituciones educativas a una cultura menos dirigida a los mercados, el funcionalismo o la tecnología y más vinculada con la adquisición de un espíritu crítico y dirigida a la comprensión del ser humano con respecto a sus congéneres y su contexto.

Partiremos del entendimiento de las humanidades como un conjunto de disciplinas relacionadas con la cultura humana⁸, como *los saberes que aspiran a aproximarse a la condición humana y construir la convivencia social a través del cultivo del pasado por medio del estudio filológico y hermenéutico*⁹.

El Espacio Europeo de Educación Superior ya provee de un listado de materias dentro de la rama de conocimiento Arte y Humanidades. Este listado incluye las materias de

8 WIKIPEDIA: "Humanidades" [on line] Disponible en: es.wikipedia.org/wiki/Humanidades [Consulta: 12/09/2015]

9 LEYTE, A. "El territorio de las humanidades". En: El País, 5 de enero 2012 [on line] Disponible en: elpais.com/diario/2012/01/05/opinion/1325718012_850215.html [Consulta: 12/09/2015]

antropología, arte, ética, expresión artística, filosofía, geografía, historia, idioma moderno, lengua, lengua clásica, lingüística y literatura.

De acuerdo con ese carácter interpretativo al que aludimos en la definición y buscando los aspectos más generalistas de la cultura humana, hemos excluido todas aquellas materias con un componente instrumental o funcional. Así, desaparecen de nuestra selección asignaturas de idiomas o de talleres prácticos. A partir de la observación detallada del conjunto de asignaturas hemos realizado una división por áreas más enfocadas a la realidad de los programas de diseño que las subdivisiones genéricas propuestas en Bolonia. La división queda de la siguiente manera:

- Antropología y sociología: asignaturas relacionadas con antropología y la sociología
- Filosofía: asignaturas de filosofía e historia del pensamiento.
- Cultura visual: asignaturas que tratan aspectos relacionados con la teoría del arte, del diseño o de la comunicación sin acudir a la perspectiva histórica

- Historia: asignaturas que tratan la historia sin centrarse en el diseño, arte, estética, cultura visual ni la comunicación.
- Ética: asignaturas sobre la ética del diseño
- Historia del arte y del diseño: asignaturas que desde una perspectiva histórica tratan temas de diseño, arte, estética, cultura visual y comunicación.

Para realizar la catalogación nos hemos basado no tanto en los títulos de las asignaturas como en los contenidos descritos en sus currículos. Así, por ejemplo, por el título de la asignatura de Eina *Introducción a la teoría y la historia del diseño del arte* podría parecer que ésta debería pertenecer al área de conocimiento de historia. Pero los contenidos de su programa nos llevan a considerar que se centra más en temas teóricos y conceptuales que en la historia, por lo que se cataloga dentro de *cultura visual*.

Para facilitar la posterior labor de análisis hemos marcado las asignaturas con contenidos vinculados a la historia (H), el arte (A) o el diseño (D). La tabla queda de la siguiente manera:

FIG.13 TABLA DE ASIGNATURAS DE HUMANIDADES

ASIGNATURA	ÁREA DE CONOCIMIENTO	A	D	H	CRÉDITOS	CARÁCTER	CURSO	CENTRO
Antropología sociocultural	Antropología		●		6	FB	1º	BAU
Estética y teoría de las artes	Historia del arte y del diseño	●		●	6	FB	1º	BAU
Iconografía y comunicación	Cultura visual	●	●		6	FB	1	BAU
Historia del diseño	Historia del diseño		●	●	6	O	2º	BAU
Cultura de la imagen I	Historia del diseño		●	●	6	OT	3º	BAU
Cultura de la imagen II	Historia del diseño		●	●	6	OT	3º	BAU
Diseño y comunicación I	Cultura visual		●		6	OT	4º	BAU
Arte, diseño y sociedad	Cultura visual	●	●		6	FB	1º	EINA
Historia del arte y el diseño modernos	Historia del arte / diseño	●	●	●	6	FB	2º	EINA
Introducción a la historia del diseño y del arte	Historia del arte / diseño	●	●	●	6	FB	1º	EINA
Introducción a la teoría y la historia del diseño y del arte	Cultura visual	●	●		6	FB	1º	EINA
Diseño y arte contemporáneos	Historia del arte y diseño	●	●	●	6	O	3º	EINA
Últimas tendencias del diseño	Cultura visual		●		6	O	3º	EINA

Análisis y crítica del diseño de la comunicación visual	Cultura visual		●		5	O	4º	EINA
Arquitectura, diseño y modernidad	Historia del arte y del diseño	●	●	●	4	O	1º	ELISAVA
Arquitectura, diseño y contemporaneidad	Historia del arte y del diseño	●	●	●	4	O	2º	ELISAVA
Sociología	Sociología		●		6	FB	1º	ESDI
Teoría e historia del arte I	Historia del arte	●		●	6	FB	1º	ESDI
Teoría e historia del diseño I	Historia del diseño		●	●	6	O	1º	ESDI
Comunicación	Cultura visual		●		6	FB	2º	ESDI
Teoría e historia del arte II	Historia del arte	●		●	6	FB	2º	ESDI
Teoría e historia del diseño II	Historia del diseño		●	●	6	O	2º	ESDI
Ética de la profesión	Ética		●		5	FB	3º	ESDI
Historia del cine	Historia	●		●	3	O	3º	ESDI
Temas de diseño	Cultura visual	●	●		6	O	3º	ESDI
Antropología y sociología del arte	Antropología / sociología	●			6	FB	1º	UB
Conceptos del arte contemporáneo	Historia del arte	●		●	6	FB	2º	UB
Conceptos del arte moderno	Historia del arte	●		●	6	FB	1º	UB
Teorías de la imagen y de la significación	Cultura visual		●		6	FB	2º	UB
Crítica del diseño e introducción al análisis de tendencias	Cultura visual		●		6	O	4º	UB
Historia, teoría y crítica del diseño I	Historia del diseño		●	●	6	O	1º	UB
Historia, teoría y crítica del diseño II	Historia del diseño		●	●	6	O	2º	UB
Artes mediales	Historia del arte	●		●	6	O	3º	UB
Historia del arte contemporáneo	Historia del arte	●		●	6	FB	1º	UCM
Historia del diseño	Historia del diseño		●	●	6	FB	2º	UCM
Antropología para el diseño	Antropología		●		6	FB	2º	UCM
Teoría de la imagen	Cultura visual				6	FB		UCM
Análisis de la imagen	Cultura visual				6	FB	1º	UE
Historia del arte, diseño y arquitectura contemporáneos I	Historia del arte / diseño	●	●	●	6	FB	1º	UE
Historia del arte, diseño y arquitectura contemporáneos II	Historia del arte / diseño	●	●	●	6	FB	2º	UE
Teoría e historia de los medios audiovisuales e interactivos	Historia del arte / diseño	●	●	●	6	FB	2º	UE
Teoría e historia del diseño gráfico	Historia del diseño	●	●	●	6	OT	3º	UE
Teoría e historia de los medios interactivos, investigación y crítica	Historia del diseño		●	●	6	O	3º	UE
Deontología y valores	Ética		●		6	O	3º	UE
Antropología fundamental	Antropología/Sociología				6	FB	2º	U. Francisco de Vitoria
Filosofía aplicada	Filosofía				6	FB	1º	U. Francisco de Vitoria
Historia del arte	Historia del arte	●		●	6	FB	1º	U. Francisco de Vitoria
Historia del pensamiento	Historia			●	6	FB	1º	U. Francisco de Vitoria
Historia del diseño	Historia del diseño		●	●	6	FB	2º	U. Francisco de Vitoria

Historia occidental	Historia			●	6	FB	2º	U. Francisco de Vitoria
Estética	Historia del arte	●		●	6	0	3º	U. Francisco de Vitoria
Ética y deontología profesional	Ética				6	0	3º	U. Francisco de Vitoria
Historia de las religiones	Historia			●	6	OP	4º	U. Francisco de Vitoria
Cultura visual y creación artística contemporánea	Historia del arte	●		●	6	FB	1º	La Laguna
Introducción a los problemas filosóficos	Filosofía				6	FB	1º	La Laguna
Antropología cultural	Antropología				6	FB	1º	La Laguna
Introducción a la historia	Historia			●	6	FB	1º	La Laguna
Introducción a la historia del arte	Historia del arte	●		●	6	FB	1º	La Laguna
Teoría y lenguaje de la imagen	Cultura visual				6	0	2º	La Laguna
Historia del diseño	Historia del diseño		●	●	6	0	2º	La Laguna
Teoría e historia del diseño	Historia del diseño		●	●	6	0	2º	La Laguna
Teoría del diseño	Cultura visual		●	●	6	0	2º	La Laguna
Historia del diseño	Historia del diseño		●	●	6	FB	1º	U. Rey Juan Carlos I
Historia del arte	Historia del arte	●		●	6	FB	1º	U. Rey Juan Carlos I
Deontología y legislación	Ética				6	FB	2º	U. Rey Juan Carlos I
Introducción a la historia del arte del s.XX	Historia del arte	●		●	6	FB	1º	UPV
Historia general del arte	Historia del arte	●		●	6	0	2º	UPV
Historia general del diseño	Historia del diseño		●	●	6	0	3º	UPV
Educación y cultura visual	Cultura visual	●			6	OT	4º	UPV
Contextos y prácticas de la cultura visual contemporánea	Cultura visual				6	OB	4º	UPV

1.4 Las humanidades y la historia en el diseño

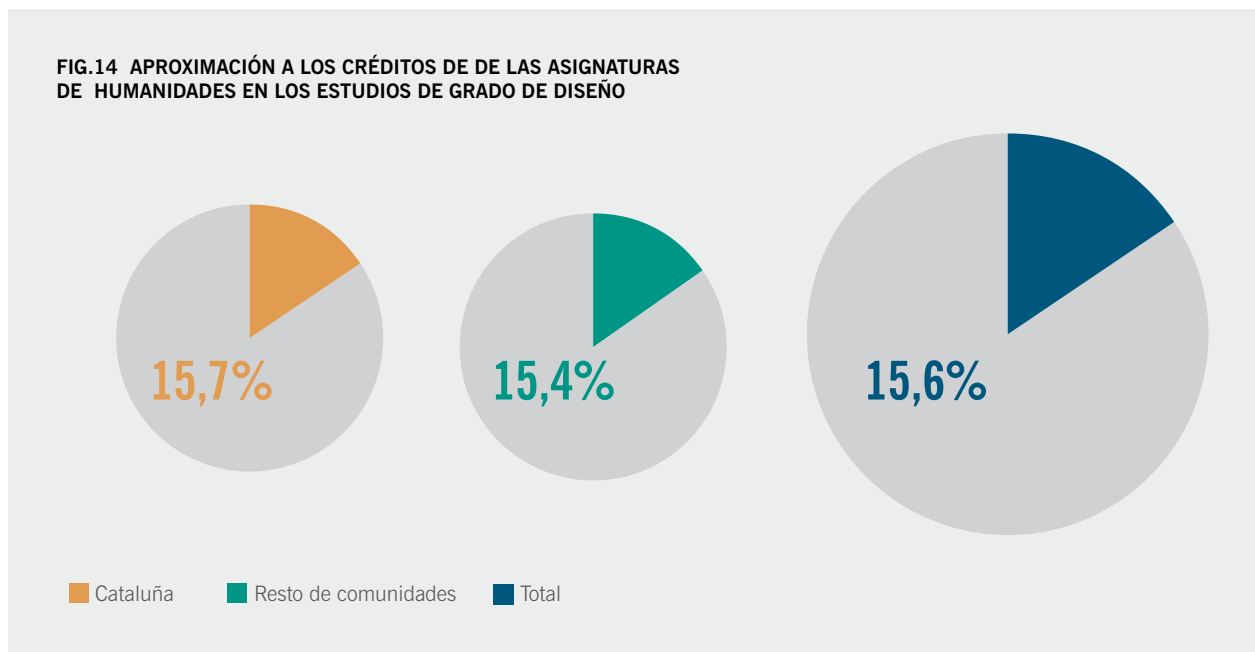
A partir de los datos descritos podemos deducir que las asignaturas dedicadas a las humanidades y a la cultura general del diseño responden a un 15,6% por ciento de los créditos de la totalidad de los programas de diseño a nivel estatal (**F1**).

Esta cifra transmite la buena salud de las humanidades en diseño si tenemos en cuenta, por ejemplo, que el porcentaje de créditos destinado al proyecto final de carrera es de 5,5% créditos o que a una materia tan fundamental para el diseño gráfico como es la tipografía las asignatu-

ras íntegras que se le destinan no superan el 2,7% de los créditos totales.

Las cifra de créditos dedicados a materias humanistas es prácticamente igual en Cataluña y a nivel estatal (15,7% frente al 15,4%) (**F1**). Si bien las medias de los diferentes centros se mantienen parejas, llaman la atención contrastes entre escuelas como BAU, con un 20 por ciento de créditos destinados a la cultura general del diseño y Elisava, que cuenta sólo con un 3% de créditos destinados a este fin. Cabe resaltar que este dato es coherente con el hecho de que Elisava sea la única carrera que se adscribe a la rama de la arquitectura e ingeniería en lugar

FIG.14 APROXIMACIÓN A LOS CRÉDITOS DE DE LAS ASIGNATURAS DE HUMANIDADES EN LOS ESTUDIOS DE GRADO DE DISEÑO



de a la de artes y humanidades.

Si analizamos las áreas de conocimiento a las que pertenecen las distintas asignaturas, sobresale el peso que adquieren las asignaturas de historia dentro de las humanidades frente a otras materias como la filosofía, la sociología e incluso la cultura visual. Las asignaturas destinadas a la historia del diseño y del arte suponen un 53% por ciento de los créditos destinados a la cultura del diseño **(F.3)**.

Cabe señalar, que muchas de las asignaturas que hemos incluido dentro de las áreas de historia del arte y del diseño adquieren, a menudo, enfoques relacionados con otras disciplinas como la sociología o la filosofía (este sería el caso de las asignaturas de la historia de las ideas estéticas, por ejemplo). Pero dejando a un lado los problemas de fronteras interdisciplinarias, resulta evidente que para las instituciones responsables de la formación en diseño la historia es un pilar muy principal tanto para las humanidades como para la cultura y la educación del diseño. Estas instituciones entienden la historia del diseño y del arte como un instrumento privilegiado para

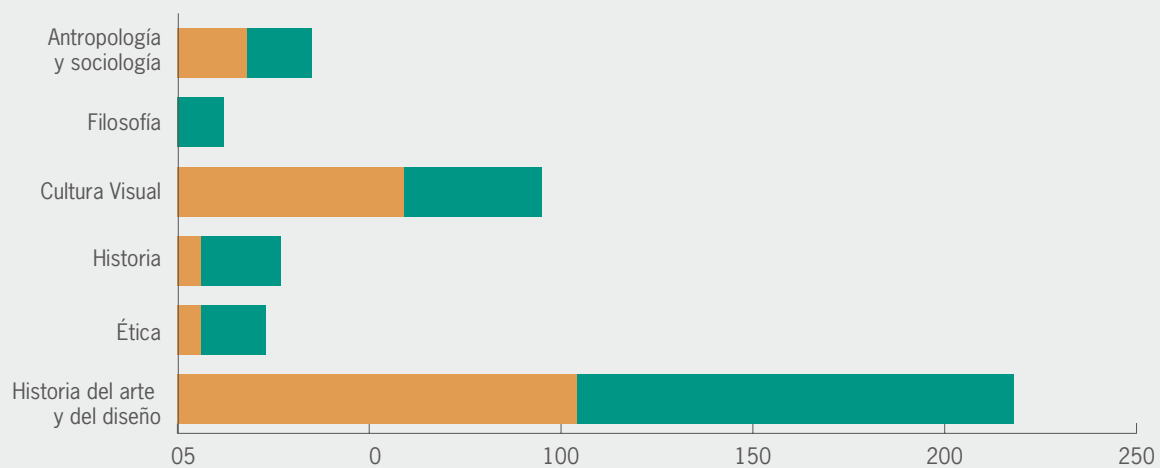
la formación de diseñadores con un espíritu crítico.

Las universidades entienden la historia del diseño y del arte como un instrumento privilegiado para la formación de diseñadores con un espíritu crítico

Este dato es importante ya que nos reafirma en nuestras intenciones: en la medida en que la historia tiene una importante repercusión en la formación de los diseñadores es pertinente estudiar cualquier indicio de irregularidad.

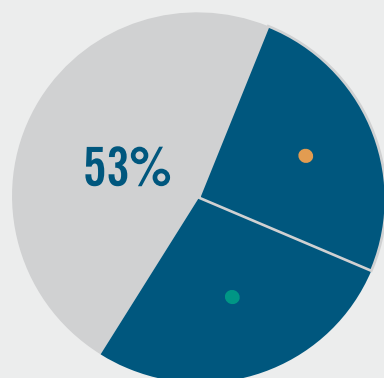
Otro dato relevante para el tema de este estudio, es el hecho de que el 40,6% de las asignaturas incluyen temas directamente relacionados con el mundo del arte **(F.3)**. Es decir, casi la mitad de las asignaturas centradas en la cultura del diseño, tratan temas de teoría o historia del arte diferenciándolos del diseño.

FIG.15 RELACIÓN DE CONTENIDOS DE LAS ASIGNATURAS DE HUMANIDADES EN EL GRADO DE DISEÑO



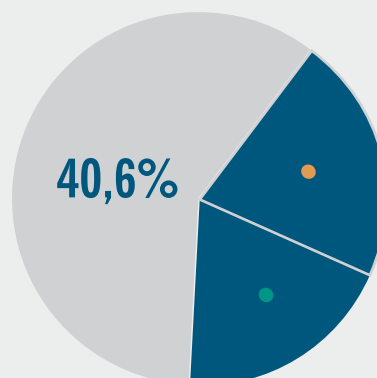
Créditos totales: 411

FIG.16 ASIGNATURAS DE HUMANIDADES QUE TRATAN MATERIAS DE HISTORIA DEL ARTE Y O DISEÑO



● Cataluña
● Otras comunidades

FIG.17 ASIGNATURAS DE HUMANIDADES QUE INCLUYEN TEMAS DE ARTE



● Cataluña
● Otras comunidades

Llegados a este punto pasamos finalmente a centrarnos en nuestro verdadero objeto de estudio, las asignaturas de historia del diseño e historia del arte.

Una vez más hemos aislado las asignaturas correspondientes a estas materias en una tabla. La selección, nuevamente, está realizada a partir de la información obtenida de los planes de estudios y se centra en aquellas asignaturas dedicadas en su mayor parte a analizar aspectos del arte, el diseño, la estética o la imagen desde una perspectiva histórica.

Han sido descartadas asignaturas que, aun teniendo relación con la historia (historia del cine, historia de los medios audiovisuales, etc.) se alejan de nuestros prin-

cipal objetivo de estudio, la historia del diseño gráfico y del arte.

En la siguiente tabla, al igual que se hacía en la anterior, se han añadido dos columnas que determinan si los temas tratados se centran en el diseño, el arte o en ambos. También se les ha añadido un código conformado por una letra y el número de créditos de la asignatura para un mejor seguimiento posterior de las asignaturas a través de las gráficas. Finalmente, la tabla contiene una última columna en la que se da una breve descripción de la naturaleza de los temas tratados por la asignatura.

Los programas completos de las asignaturas pueden verse en el Anexo >escuelas

FIG.18 TABLA DE ASIGNATURAS DE HISTORIA

ASIGNATURA	CÓDIGO	CENTRO	ARTE	DISEÑO	DESCRIPCIÓN
Estética y Tª de las artes	A6	BAU	●		El objeto de estudio de esta asignatura es introducir a la reflexión teórica sobre la idea, el papel y la función del arte a lo largo de la historia de la cultura occidental. La asignatura parte en la Grecia clásica y acaba en la actualidad. Estética moderna y contemporánea s.XX. Desde la estética recorre todos los movimientos artísticos desde el la antigüedad.
Historia del diseño	B6	BAU		●	La asignatura trata la historia del diseño dentro del contexto político, social, económico y cultural de cada época. Tras tres capítulos que hablan de adelantos técnicos relacionados con el diseño (impresión, escritura, imprenta) retoma la historia en la revolución industrial, el modernismo y llega a las vanguardias. Las trata una a una y culmina con la Bauhaus.
Cultura de la imagen I	C6	BAU		●	Hace un recorrido por la historia del diseño gráfico desde el Renacimiento hasta la década de los años 50 (la gráfica de la posguerra) con la finalidad de enriquecer la cultura visual del alumno. Hace un inciso en Guttemberg (siglo de oro de la tipografía) y salta al periodo de entreguerras para culminar en el diseño de los años 50.
Cultura de la imagen II	D6	BAU		●	Recorrido de la historia del diseño gráfico desde los años 60 hasta la época actual: pop, psicodelia, underground, postmodernidad, 80, 90, digitalización...
Historia del arte y el diseño modernos	E6	EINA	●	●	Sigue la evolución del diseño y el arte en relación a un contexto histórico. Parte del romanticismo y la idea del genio, pasa por la industrialización, las reformas urbanísticas, la fotografía, el impresionismo, Morris, Thonet, art nouveau, funcionalismo, vanguardias, racionalismo, Art Dèco, hasta los años treinta con Walter Benjamin y el Kitch.
Introducción a la historia del diseño y del arte	F6	EINA	●	●	Parte de las primeras manifestaciones gráficas (prehistoria) y va integrando diversidad de conceptos relacionados tanto con el diseño como con el arte a lo largo de la historia: la evolución de la escritura y del libro la perspectiva, escenografías, ilustración, elementos decorativos... Culmina con el neoclasicismo y el romanticismo.
Diseño y arte contemporáneos	G6	EINA	●	●	Parte de la guerra civil española y acaba con las últimas tendencias del siglo XX. Integra conceptos relacionados con el arte y el diseño través de diferentes conceptos: guerra fría, expresionismo abstracto, informalismo, diseño en el Moma, diseño en los países comunistas, arte y diseño pop, posmodernidad, globalización...

Arquitectura, diseño y modernidad	H4	ELISAVA	●	●	A caballo entre la historia y las ciencias sociales. Su principal objetivo es relacionar ramas del conocimiento humanístico e incrustar los proyectos de diseño dentro de un contexto histórico global. Entre sus contenidos destaca el de "mapear la historia del diseño, de la arquitectura y del arte buscando las consonancias y las disonancias. Su bibliografía básica contiene libros sobre la historia del diseño y un libro de arte. Los contenidos tratan aspectos diversos de la cultura visual y el diseño postindustrial. Se centra en el diseño y la arquitectura y en las vanguardias.
Arquitectura, diseño y contemporaneidad	I4	ELISAVA	●	●	A caballo entre la historia las ciencias sociales. Su principal objetivo es relacionar ramas del conocimiento humanístico e incrustar los proyectos de diseño dentro de un contexto histórico global. Trata la arquitectura y el diseño en un contexto contemporáneo. Introduce temas de arte como el arte pop y el arte de posguerra.
Teoría e historia del arte I	J6	ESDI	●		La asignatura propone el estudio de la historia del arte a partir del siglo XIX y del XX. Una aproximación a las corrientes de pensamiento que se consideran el origen del proceso de transformación cultural que desemboca en la eclosión de los primeros movimientos de vanguardia y la transformación radical de los lenguajes tradicionales del arte.
Teoría e historia del diseño I	K6	ESDI		●	La asignatura pretende mostrar, debatir y hacer reflexionar sobre qué es el diseño, cuando aparece como disciplina autónoma y como se redefine a lo largo del siglo XIX y principios del siglo XX. Con la intención convertir los conocimientos de historia del diseño en teoría válida para la práctica profesional.
Teoría e historia del arte II	L6	ESDI	●		Una aproximación conceptual y crítica al arte del siglo XX desde dos puntos de vista: las corrientes del pensamiento que ha definido el contexto cultural y el medio ideológico de la sociedad, y el estudio de los principales protagonistas, autores y movimientos del arte de este siglo. Posguerra. Ruptura de los límites de los lenguajes y de los objetos artísticos. Nuevas relaciones con el entorno y con el espectador. Origen la consolidación de las vanguardias.
Teoría e historia del diseño II	M6	ESDI		●	Se centra en los movimientos de finales de siglo XIX y siglo XX. La continuación de la revisión de la historia del diseño. Primera parte, revisión del movimiento de transición que conduce a la modernidad y aceptación por parte de la sociedad de la industria en la producción, el modernismo como el movimiento que refleja el paso del sistema artesanal al industrial en la producción.
Conceptos del arte contemporáneo	N6	UB	●		Trata el desarrollo de las prácticas artísticas desde la mitad del siglo XX hasta la actualidad. Reflexiones sobre temas como, proyecto moderno, la teoría de la vanguardia, la autonomía del arte, la cultura de masas, la posmodernidad...
Conceptos del arte moderno	Ñ6	UB	●		Sitúa conceptos, teorías y prácticas de arte a lo largo de la modernidad y hasta principios del siglo XX
Historia, teoría y crítica del diseño I	O6	UB		●	Trata, tras una introducción sobre los estudios de diseño, la historia del diseño desde la posguerra hasta finales del siglo XX: De la revolución industrial a las Arts & Crafts, el modernismo y la evolución hacia el diseño moderno, la influencia de las vanguardias en el arte, el diseño como parte del mercado de consumo (streamlining y art déco)
Historia, teoría y crítica del diseño II	P6	UB		●	Trata la historia del diseño desde la posguerra hasta finales del siglo XX: El diseño de posguerra, la era de la abundancia, la formación del pensamiento posmoderno y los debates actuales del diseño.
Historia del arte contemporáneo	Q6	UCM	●		Trata conceptos de la Hª del arte contemporánea. (Vanguardias, conceptos de las artes visuales, obra de artistas representativas del arte contemporáneo...)
Historia del diseño	R6	UCM		●	Recorridos temáticos diacrónicos y genealogías de objetos o ambientes concretos. Diversas ideas en torno al diseño. Trata la modernidad y el diseño contemporáneo.
Historia del arte, diseño y arquitectura contemporáneos I	S6	UE	●	●	Trata diversos temas de arte y diseño (gráfico, de producto, de interiores, moda...) y arquitectura desde principio del siglo XX hasta los años 70.
Historia del arte, diseño y arquitectura contemporáneos II	T6	UE	●	●	Trata la posmodernidad, la incorporación de nuevos conceptos como ecología, sostenibilidad o reciclaje y el panorama creativo en España haciendo referencia al arte, diseño y arquitectura.
Teoría e historia del diseño gráfico	U6	UE		●	Trata la historia del diseño gráfico desde la revolución industrial hasta la actualidad. (Revolución industrial y Arts & Crafts, vanguardias, posguerra, diseño posmoderno, revolución digital..)

Historia del arte	V6	UFV	●	Visión general de la Hª del arte centrada en la época que va de la Revolución Francesa a la II Guerra Mundial. (romanticismo, realismo, Impresionismo / simbolismo, postimpresionismo, vanguardias)
Historia del diseño	W6	UFV	●	Visión general de la Hª del diseño centrada en los siglos XIX y XX (arts & crafts, art nouveau, vanguardias, EEUU, posguerra europea, posmodernidad, nuevas tendencias)
Estética	X6	UFV	●	Historia de la estética desde la antigüedad hasta la posmodernidad. Se centra en el pensamiento y la experiencia estética y en el arte.
Cultura visual y creación artística contemporánea	Y6	La Laguna	●	Trata el tema de la cultura visual, la autonomía del arte y los estudios culturales para, a continuación, centrarse en un programa centrado en la Hª del arte: Vanguardias, posmodernidad, contemporaneidad. Finalmente trata conceptos sobre la creación y la configuración artística.
Introducción a la historia del arte	Z6	La Laguna	●	Historia del arte de la antigüedad hasta la actualidad
Historia del diseño	a6	La Laguna	●	Historia del arte desde finales del siglo XIX hasta la actualidad. (Morris, Art Decó, el movimiento moderno, posguerra, posmodernidad)
Teoría e historia del diseño	b6	La Laguna	●	La asignatura contiene un bloque temático dedicado a los movimientos y estilos del diseño a través del tiempo (no específica). Sus otros dos bloques se centran en la contemporaneidad y en temas relacionados con metodología.
Historia del diseño	c6	URJC	●	Trata la historia del diseño desde la revolución industrial hasta la actualidad. (Revolución industrial, arts & crafts, art nouveau, vanguardias, movimiento moderno, art decó, Ulm, pop, minimalismo, posmodernismo...)
Historia del arte	d6	URJC	●	Historia del arte desde la antigüedad hasta el neoclasicismo.
Introducción a la historia del arte del s.XX	e6	UPV	●	Historia del arte centrada principalmente en el impresionismo, postimpresionismo y vanguardias.
Historia general del arte	f6	UPV	●	Historia del arte desde la antigüedad hasta el Romanticismo.
Historia general del diseño	g6	UPV	●	Trata la historia del diseño desde la revolución industrial hasta la actualidad. (Revolución industrial, arts & crafts, modernismo, vanguardias, posmodernismo...)

1.5 Historia del arte e historia del diseño

Tal y como hemos visto, más de la mitad de los créditos destinados al entendimiento del diseño como un fenómeno cultural presente en las sociedades queda repartido entre las asignaturas de historia del arte y del diseño.

Los créditos destinados a estas asignaturas suponen un 7,5% de la totalidad de los créditos de la enseñanza en diseño a nivel estatal; 2,1% de créditos más que los destinados al trabajo de fin de grado. Pasamos a analizar más profundamente cómo se aborda la enseñanza de estas asignaturas.

Si nos detenemos a observar la distribución de los contenidos de arte y diseño en las 34 asignaturas que conforma la tabla (F5), comprobamos cómo el número de asignaturas que tratan temas de arte y de diseño es parejo. A nivel general la presencia del diseño supera ligeramente

a la del arte (21 asignaturas frente a 20 o 122 créditos frente a 116). Esta descompensación la marca Cataluña, donde la historia del diseño adquiere una pequeña ventaja (12 asignaturas que tratan temas de historia del diseño –68 créditos– frente a 10 que tratan el tema de historia del arte –56 créditos–) (F6). En el resto de las comunidades la historia del arte toma la delantera a la historia del diseño (10 asignaturas de arte–60 créditos– frente a 9 –54 créditos– de diseño).

Todos los centros sin excepción tratan temas tanto de historia del arte como del diseño

Un dato relevante lo aporta el hecho de que todos los centros sin excepción tratan tanto temas relacionados con la historia del diseño gráfico como de la historia del arte.

FIG.19 APROXIMACIÓN A LA DISTRIBUCIÓN DE LOS CONTENIDOS ARTE Y DISEÑO EN LAS ASIGNATURAS DE HISTORIA

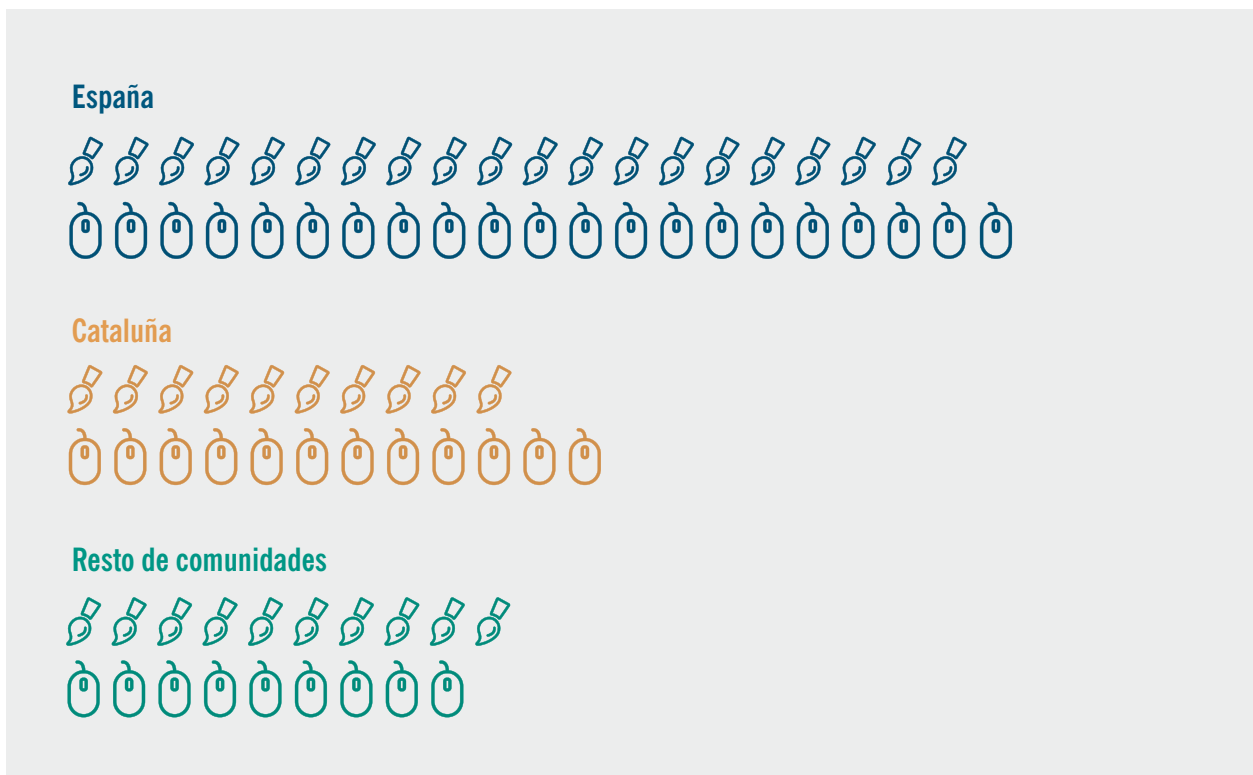
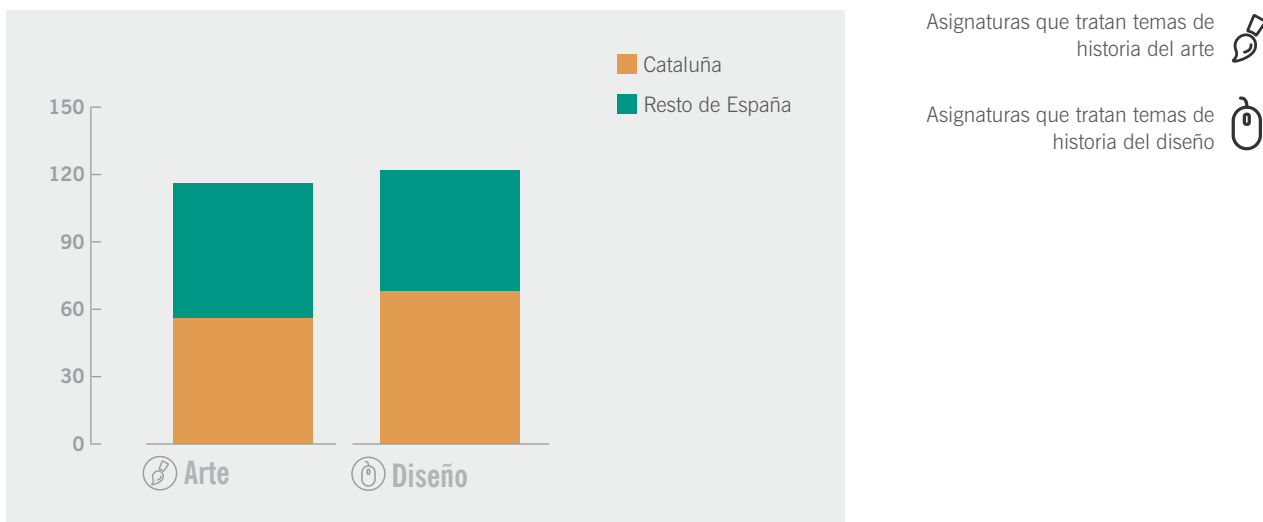


FIG.20 DISTRIBUCIÓN DE LOS CONTENIDOS ARTE Y DISEÑO EN LAS ASIGNATURAS DE HISTORIA



Esto viene a apoyar una de las hipótesis principales de este estudio que alude a la imposibilidad de explicar el diseño sin el arte.

1.6 Discursos de la historia del arte y del diseño

Pasamos ahora a intentar dar respuesta a algunas de las cuestiones clave de este análisis y trataremos de comprender cómo se estructura el discurso de estas materias.

La gran mayoría de las asignaturas ofrecen una visión fragmentada de la historia del arte y del diseño

La tabla (F6) nos muestra de qué manera abordan los diferentes centros los discursos de la historia del arte y del diseño. La mayor parte de las asignaturas optan por hacer una distinción entre la historia del arte y del diseño. Sólo 7 de las 34 asignaturas ofrecen un discurso integrado entre ambas historias. De estas 7 asignaturas cinco se imparten en dos centros catalanes, Eina y Elisava y dos en la Universidad Europea. En resumen, de los 200 créditos destinados en la totalidad de los centros a las asignaturas de historia del arte e historia del diseño solamente 38 créditos (un 19%) están dedicados a intentar hacer una narración conjunta.

1.7 La historia del diseño gráfico

La mayoría de las asignaturas dedicadas a la historia del diseño centran su relato en ese discurso canónico al que hacíamos referencia en el marco teórico de esta tesis doctoral. Se trata de un historia que toma como punto de partida el discurso del movimiento moderno para conformar una narración en la que el diseño es tratado de forma genérica, sin hacer distinciones entre ramas, si bien el diseño industrial suele adquirir un papel protagonista. Los programas van añadiendo algunos ingredientes a esta historia y así, algunos incorporan apartados específicos de alguna especialidad del diseño como la moda

o de diseño gráfico.

Este análisis de contenidos, como es ya sabido, está centrado en las menciones de diseño gráfico que ofrecen las distintas universidades. Es por esto que no deja de sorprendernos que únicamente dos de los centros, Bau (Cultura de la imagen I y II) y la Universidad Europea (Teoría e historia del Diseño gráfico) realicen el esfuerzo de crear una historia centrada principalmente en el diseño gráfico. En ambos casos, además, estas asignaturas vienen acompañadas –y completadas– en los programas de estudios por otras asignaturas en las que se da una visión del diseño más generalista.

Resulta sorprendente que en la mención de gráfico solamente dos centros ofrezcan asignaturas centradas exclusivamente en la historia del diseño gráfico

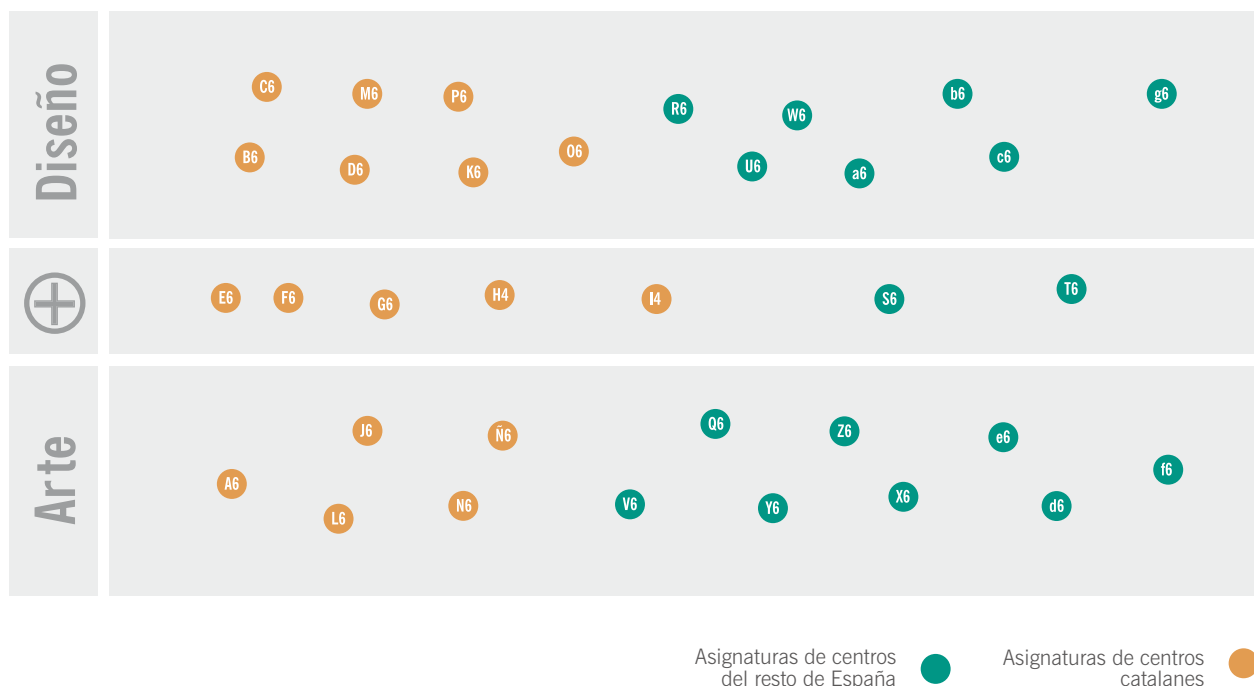
Las propuestas de Eina y de Elisava merecen también una mención aparte. Eina, dentro de la visión humanista que ha caracterizado siempre su trayectoria, ofrece un programa que –lejos de especializaciones– pretende dar una visión holística integrando arte, filosofía, artes decorativas, interiorismo, arquitectura, diseño, moda...

Por su parte, Eina, siendo coherente con la rama a la que pertenece (Ingeniería y arquitectura) otorga un especial protagonismo a la historia de la arquitectura y del urbanismo. Habla también del arte y los objetos industriales pero dejando muy poco espacio a la historia del diseño gráfico.

1.8 Historias secuenciales o concurrentes

Las mayoría de las asignaturas que tratan temas de historia del arte y del diseño siguen un orden cronológico. Si bien presentan inevitables solapamientos en algunas épocas en las que los acontecimientos se acumulan, en

FIG.21 FRAGMENTACIÓN DE LOS DISCURSOS DE ARTE Y DISEÑO



general explican una historia que intenta ser lineal y consecutiva en el tiempo.

Sin embargo, hay algunas excepciones en las que los relatos, si bien se establecen en periodos concretos, presentan líneas temporales discontinuas. Se trata de asignaturas que siguen enfoques cercanos a la sociología o a la cultura del arte y del diseño y que se estructuran creando microrrelatos diacrónicos en torno a temas específicos, objetos, ideas, etc.

Uno de los casos más claros de este tipo de configuración es el de la asignatura *Historia del diseño*, que se imparte en la Universidad Complutense de Madrid y que trata la modernidad y el diseño contemporáneo a través de recorridos temáticos y genealogías de objetos o ambientes concretos. Igualmente, las asignaturas *Arquitectura, diseño y modernidad* y *Arquitectura, diseño y*

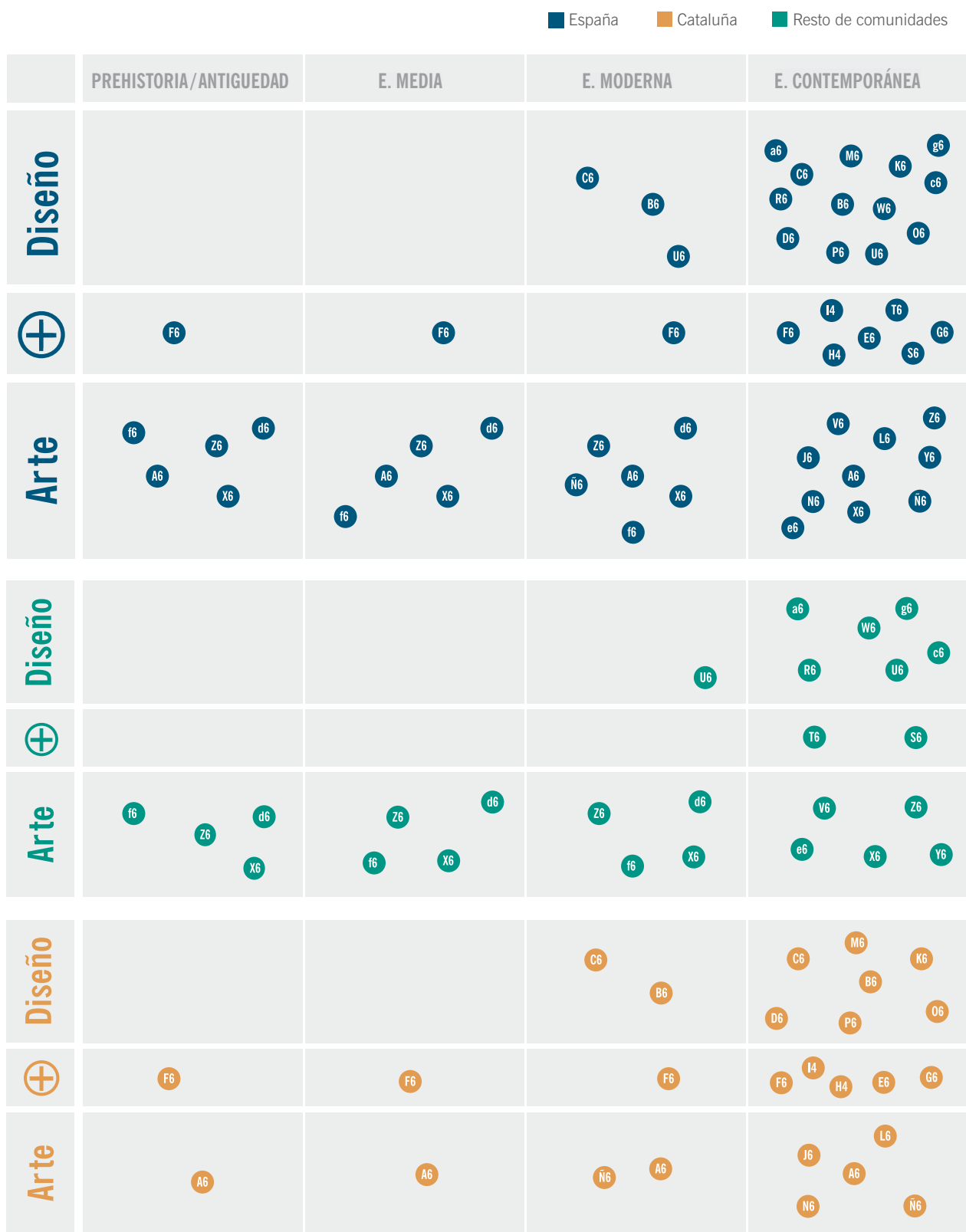
contemporaneidad impartidas en Elisava y la asignatura *Historia del arte, el diseño y la arquitectura contemporáneas II* de la Universidad europea siguen este tipo de esquema.

Otras asignaturas plantean una estructura mixta en la que una parte de la asignatura se focaliza en conceptos y otra parte más extensa en un relato historicista. Tal es el caso de la asignatura *Teoría e historia del diseño* impartida en la Universidad de La Laguna.

1.9 Distribución cronológica de la historia por materias

Si nos detenemos en la tabla de la página siguiente (F7) podemos observar cómo se reparten los contenidos de las asignaturas a través del tiempo. La distribución mantiene una lógica con los discursos y las cronologías del diseño y del diseño gráfico que se establecían en el marco teórico.

FIG.22 FRAGMENTACIÓN DE LOS DISCURSOS DE ARTE Y DISEÑO II



A lo largo de sus apartados explicábamos cómo existía un amplio consenso que señalaba la revolución industrial como comienzo de la historia del diseño. Igualmente, comentábamos que muchos autores más centrados en el diseño gráfico se retrotraían hasta el nacimiento de la imprenta o incluso de la escritura.

La tabla se muestra coherente con esa distribución. Las asignaturas de diseño se mantienen en la edad contemporánea excepto en aquellas ocasiones en las que se acercan al relato del diseño gráfico y se adentran en la edad moderna para tratar temas tipográficos y de las artes gráficas. Las asignaturas que se adentran en éste ámbito coinciden con aquellas que, especificábamos, eran las únicas en tratar de hacer una historia centrada en el diseño gráfico, y que correspondían a Bau y a la Universidad Europea (en el caso de Bau, la asignatura de Historia del diseño genérica también dedica unos primeros apartados a la impresión, escritura e imprenta).

Para tratar los antecedentes más antiguos del diseño gráfico los centros de diseño echan mano del arte y de la estética. Esta tendencia es más evidente fuera de Cataluña, donde las asignaturas de arte tienden a centrarse más en la modernidad y la contemporaneidad.

Las asignaturas que tratan, bajo un mismo discurso el arte y el diseño también se concentran en la edad contemporánea con una excepción, la asignatura Introducción a la historia del diseño y el arte, impartida en Eina. Esta asignatura articula una historia coordinada del arte y del diseño que parte de la edad antigua y llega hasta la contemporánea.

1.10 Hacia un relato común

A lo largo de este análisis, hemos detectado ciertas asignaturas, parcialmente comentadas, que tratan de dar un relato común a la historia del arte y del diseño. Dada la naturaleza de nuestro estudio consideramos necesario detenernos un poco más en estas asignaturas (todos los programas pueden encontrarse en Anexo>escuelas):

EINA, asignaturas:

- Historia del arte y el diseño modernos:
- Introducción a la historia del diseño y del arte
- Diseño y arte contemporáneos

A través de estas asignaturas Eina plantea un recorrido que va desde la prehistoria o “el diseño antes del diseño” hasta las últimas tendencias del siglo XX en un original relato que busca, primero en el arte y la arquitectura temas profundamente conectados con la actividad del diseño como son la invención de la perspectiva, los orígenes del libro, los elementos decorativos del Rococó, la ilustración política del siglo XVIII o el nacimiento de la fotografía, que integra con ideas de carácter más sociológico, antropológico y filosófico como la popularización del gusto o los espacios civiles y domésticos.

Con ese mismo espíritu integrador aborda el discurso de la irrupción del diseño y de la modernidad hasta llegar al siglo XX, con interesantes reflexiones sobre la incidencia de la política o la economía en el diseño y estableciendo paralelismos con las corrientes artísticas y de diseño de diferentes países.

Las tres asignaturas conforman un relato histórico del diseño multidisciplinar y tremendamente rico en matices que, imaginamos, debe suponer todo un reto para los docentes que lo imparten.

Eina es continuadora de una trayectoria que siempre ha dado mucha importancia a conformar diseñadores intelectuales. Prueba de ello es que es el único centro que además de las tradicionales menciones en diseño (gráfico, producto, interior...) ofrece una mención específica de cultura del diseño.

ELISAVA, asignaturas:

- Arquitectura, diseño y modernidad
- Arquitectura, diseño y contemporaneidad

De entrada cabe resaltar que en el programa de Elisava se incluyen estas asignaturas dentro del área de las ciencias sociales, si bien se especifica, que el conocimiento social que proporcionan permiten la incrustación de los

proyectos dentro de un contexto histórico, razón por la cual aparecen en este estudio.

Las asignaturas conforman una sucesión de núcleos de debate en torno a factores, corrientes claves de la modernidad y la contemporaneidad como son la ciudad industrial, la producción en serie, la gramática del ornamento, las vanguardias, el arte Pop, el diseño digital o las culturas urbanas. En la línea de las críticas a la historia por parte corrientes estructuralistas, la asignatura parece huir de cualquier tipo de relato historicista así como de nombres concretos y se centra especialmente en aspectos sociológicos y culturales.

UNIVERSIDAD EUROPEA, asignaturas:

- Historia del arte, diseño y arquitectura contemporáneos (I)
- Historia del arte, diseño y arquitectura contemporáneos (II)

Hemos incluido las asignaturas que imparte este centro dentro del discurso unitario arte/diseño porque su título así lo especifica. Sin embargo, si atendemos al programa de estudios que oferta, éste no difiere demasiado del resto de centros que bajo el nombre de Historia del diseño gráfico o similar explican la historia más o menos canónica a la que hemos estado haciendo referencia. Ciertamente, y suponemos que de ahí el nombre de la asignatura, que esta historia del diseño de la que hablamos incluye, como parte indispensable para autoexplicarse una serie de movimientos de arquitectura y arte como son las vanguardias o el pop.

Pero no encontramos en su programa indicios de dar un nuevo sentido, una cohesión más profunda que relacionen las historias del arte y del diseño que es, en definitiva, lo que se pretende en este estudio.

1.11 Temas metodológicos

Para acabar este estudio – antes de entrar en las conclusiones–, y si bien no estaba contenido dentro de los objetivos de investigación, no queremos dejar pasar que en la búsqueda de las relaciones entre historia del arte y

la historia del diseño, nos hemos encontrado con indicios de usos de las metodologías a las que hacíamos referencia en el estudio anterior.

Así, la asignatura *Iconología y comunicación* (Bau), hace una introducción a la cultura visual y a la construcción de los imaginarios simbólico y narrativos para analizar la imagen como lenguaje. Otras asignaturas como Diseño y comunicación I (Bau), Teoría de la imagen (UCM) o Teoría y lenguaje de la imagen (ULL) introducen, si bien no en un sentido historicista, métodos del formalismo y de la psicología de la forma. Intuyen –y atienden– de esta manera las preferencias de aproximación a las imágenes por parte de los diseñadores gráficos.

1.12 Apéndice

Este estudio se ha realizado en base a los programas de estudio del curso lectivo 2014-2015. Ha pasado un año desde que comenzamos a investigar y, como resultaba lógico, de cara al curso 2015-2016 se han dado algunas novedades. Por razones temporales obvias, no nos ha sido posible actualizar el estudio completo pero sí podemos dar algún apunte.

La mayor novedad de cara al curso que entra es que tres nuevos centros, siempre según la RUCT han pasado a conceder el título oficial de grado en diseño en España. Sus fichas y sus programas de estudios están incorporados en el Anexo >Escuelas> 2015-2016.

Los centros son los siguientes:

- La escuela Massana (Universidad Autónoma de Barcelona). Su acta inicial es del 14/11/2014, con menciones aún por actualizar según su página web¹. En su programa el arte presenta un importante protagonismo.
- La Universidad Internacional de la Rioja: Su alta inicial es del 17/04/2015 y presenta una mención en grado en diseño. Es la primera universidad que imparte estudios de diseño gráfico a través de aulas virtuales en

¹ ESCOLA MASSANA [on line]. Disponible en: www.escolamassana.es/ca/ [Consultado el 25/08/2015]

nuestro país.

- Universidad Europea de Valencia: Su alta inicial es del 20/02/2015 y ofrece una mención en diseño gráfico. Sigue la línea académica de la Universidad Europea

Los tres centros están adscritos a la rama de Comunicación y Humanidades. La variación más importante en cuanto al tema que nos atañe es la del mayor protagonismo que adquiere el arte (moderno y contemporáneo) en las asignaturas de historia de la escuela Massana. La Universidad Internacional de la Rioja presenta la ya habitual partición historia del arte / diseño, mientras que la Universidad Europea de Valencia sigue el modelo de la Universidad Europea de Madrid, ya comentada.

Consideramos, por lo tanto, que las incorporaciones de estos programas no varían significativamente los resultados de este estudio.

D) CONCLUSIONES DEL ESTUDIO



1. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO

1.1 Revisión de objetivos

Al comienzo de este estudio nos marcábamos una serie de objetivos específicos que, tras el análisis, procedemos a retomar:

1. Determinar el peso que tienen las humanidades dentro del diseño

Las humanidades gozan de un buen estado de salud dentro de los estudios de diseño, entre otras cosas, porque el 91% por ciento de los centros que imparten el grado en diseño están adscritos a la rama de conocimiento Artes y Humanidades, lo que obliga a las titulaciones a impartir un 25% de asignaturas de las materias básicas relacionadas con esta rama.

Tras excluir las asignaturas pertenecientes a la rama con un componente instrumental o estrictamente funcional y hacer una selección de todas las asignaturas con un carácter más interpretativo y cercano a la definición de humanidades propuesta, hemos constatado que alrededor del 16% por ciento de los créditos de las carreras de diseño gráfico en este país están dedicados a fomentar una mayor comprensión de la cultura humana y despertar un espíritu crítico entre los diseñadores.

2. Registrar el peso de la historia del arte y el diseño dentro de la cultura del diseño

Dentro de las asignaturas de humanidades, las asignaturas que tratan la historia del arte y el diseño suponen aproximadamente un 53% de los créditos, por delante de otras materias como la filosofía, la sociología, la antropología o la cultura visual. Por lo tanto, la historia toma un peso específico importante a la hora de fomentar la cultura entre los diseñadores.

3. Registrar el peso del arte y de su historia dentro de los estudios del diseño

El arte es omnipresente en los estudios de diseño en este país. En primer lugar, aparece en los orígenes de los centros de estudios, también se integra en la mayor parte de

las descripciones que los centros hacen del grado en diseño, por no hablar de que la rama del conocimiento a la que el 91% de los centros está adscrito viene encabezada por la palabra Artes. En segundo lugar, alrededor del 41 por ciento de los créditos de humanidades incluyen materias relacionadas con el arte y todos y cada uno de los centros incluyen la historia del arte, –ya sea junto con la del diseño o como asignatura independiente– dentro de sus programas. Finalmente, cabe destacar el peso que tiene el arte en las asignaturas de historia: la historia del arte supone un 48,7% aproximado de los contenidos de la historia en los estudios de grado en diseño gráfico.

4. Detectar tendencias en los discursos del arte, el diseño y sus relaciones

La historia del diseño y del arte se narra mayormente como una historia independiente. Sólo el 19% de los créditos de historia e incluso menos, –si descontamos las asignaturas de la Universidad Europea por las razones ya expuestas–, intentan crear una historia que de sentido a ambas disciplinas de forma conjunta.

Esto no quiere decir que ambos relatos no se encuentren y se crucen de manera persistente. Dentro del discurso canónico del diseño existen ciertos artistas y movimientos artísticos que son “reconocidos” como parte integrante de la historia del diseño. Así, por ejemplo, el Art Nouveau, la Bauhaus o el arte Pop, así como ciertos artistas como Toulouse-Lautrec o El Lisitski son incorporados a la historia del diseño gráfico mientras otros artistas y movimientos como Gauguin, Chagall o el expresionismo abstracto, por poner algunos ejemplos, quedan circunscritos al territorio de la historia del arte.

La fragmentación de los discursos se hace todavía más notoria al situar la historia del arte y del diseño gráfico en una línea temporal. La historia del diseño gráfico solamente salta hacia atrás en el tiempo para tratar métodos de impresión y tipografías. Bajo la extensamente reconocida hipótesis de que el diseño gráfico nace con los medios de reproducción masiva, a la hora de explicar la procedencia de las imágenes al diseño gráfico no le queda otro remedio que recurrir al arte. La asignatura

Introducción a la historia del diseño y del arte impartida en Eina es, en este sentido, una excepción.

5. Encontrar indicios de nuevos relatos que aúnen la historia del arte y la del diseño.

Entre aquellos centros que optan por afrontar la historia del arte y del diseño desde un punto de vista en común, hemos encontrado dos enfoques diferenciados.

El primero de ellos lo encontrábamos en Elisava, y se concretaba en las asignaturas *Arquitectura, diseño y modernidad* y *Arquitectura, diseño y contemporaneidad*. Responde a un planteamiento demandado por las voces que buscan integrar la historia del diseño dentro de los estudios visuales o de los estudios culturales. Es un enfoque en el que convergen y conversan distintas líneas disciplinarias –economía, arquitectura, sociología, antropología, historia, arte–. En la línea de las teorías estructuralistas rehuye de planteamientos historicistas y de los metarrelatos para centrarse en análisis sincrónicos de procesos, objetos y entornos culturales.

Por tratarse de un enfoque más cercano a la sociología que a la historia, en cierta manera se aleja de nuestro marco teórico.

Un segundo enfoque, el que nos ofrece Eina a través de las asignaturas *Introducción a la historia del diseño y del arte*, *Historia del arte y el diseño modernos* y *Diseño y arte contemporáneos* si que resulta un claro ejemplo de un relato histórico en el que se busca la integración de los discursos del arte y del diseño. A lo largo de éstas asignaturas, se plantea un recorrido que rompe la barrera de la revolución industrial como origen del diseño para buscar en la historia antecedentes incontestablemente relacionados con esta actividad, a pesar de ser episodios “pertenecientes” a la historia del arte. Llegados a la edad contemporánea, el discurso articula el nacimiento del fenómeno del diseño teniendo en cuenta factores económicos, políticos, artísticos, etc. Incluso trata de explicar las complejas relaciones arte / diseño llegando a identificar, –en los años sesenta–, el momento en el que el arte y el diseño toman caminos divergentes.

1.2 Reflexiones finales

Al principio de este capítulo planteábamos dos hipótesis. La primera de ellas proponía que la historia del diseño gráfico requiere del arte para explicarse. A medida que hemos ido avanzando en nuestra investigación esto se ha hecho más y más patente; primero constatábamos una raíz histórica común y después un objeto de estudio similar, o al menos compatible. A lo largo de este análisis hemos observado también que las instituciones responsables de la educación en diseño son herederas directas de aquellas destinadas a ofrecer una educación artística; que desde los organismos gubernamentales se asume el diseño dentro de las enseñanzas artísticas y que las mismas universidades, anteponen su relación con el arte y las humanidades a otras como la comunicación o la tecnología.

En este contexto ya no es de extrañar que, a la hora de explicar el diseño, los centros se vean necesitados de recurrir –de una manera u otra– al arte. Más aún cuando desde la historia del diseño gráfico no se da ninguna solución que explique el origen de las imágenes, uno de los pilares de su idiosincrasia.

En una segunda hipótesis sugeríamos que el arte y el diseño no formaban parte de un discurso integrado. Así se ha demostrado, por lo menos, en lo que se refiere a las narrativas que se desprenden de los estudios universitarios. El arte y el diseño se estudian como dos realidades diferentes que, a veces coinciden y otras no, en base a una serie de presupuestos que muy difícilmente pueden demostrarse alejados de una evidente arbitrariedad.

Dentro de este panorama, sin embargo, se atisban soluciones conciliadoras de gran interés que animan a los diseñadores a plantearse nuevas relaciones con la tradición artística, a hacerla suya y razonarla desde sus presupuestos acabando con el limbo disciplinar en el que se encuentra a la hora de explicar algunas de sus actividades.

4.

Conclusiones finales

A) CONCLUSIONES FINALES

1. CONCLUSIONES FINALES

Presentados y concluidos los tres estudios que conforman esta tesis pasamos, finalmente, a poner sus inferencias en común para comprobar la veracidad de la hipótesis. Antes haremos una revisión de los objetivos generales de la tesis que planteábamos al comienzo de esta investigación.

1.1 Revisión de objetivos

1. Mostrar una imagen panorámica de las relaciones entre el arte, el diseño y sus historias

Este trabajo comienza haciendo un repaso de la historiografía del diseño y sus relación con la historia del arte y acaba con una descripción de cómo abordan esta relación las universidades a día de hoy. Por el camino, hemos definido los términos tratados y su evolución a lo largo del tiempo y hemos cruzado sus distintas historias mediante diferentes enfoques: desde sus protagonistas, desde sus escuelas, desde sus relatos canónicos y desde sus metodologías.

Creemos, por lo tanto, que la siguiente tesis doctoral constituye un buen punto de base partida aquellos que quieran conocer más a fondo las relaciones históricas entre el arte y el diseño en occidente, así como el estado del debate en este país.

2. Evidenciar las razones históricas que han hecho que la historia del arte se haya erigido como única heredera de la tradición de la historia del arte (y de las imágenes)

A lo largo de los análisis históricos anteriormente comentados hemos podido comprobar como diversos factores de muy distintas índoles han contribuido a la escisión del discurso de la historia del arte. Pasamos a enumerar algunos que, consideramos, tienen una mayor relevancia:

- Las necesidades de unos artistas de mantener su estatus: La democratización de las imágenes y el desplazamiento de funciones que sufre el arte con la llegada de la fotografía obliga a aquellos artistas que rehuyen adherirse a las oportunidades que se abren en el panorama industrial y en los mercados de los medios de comunicación masiva a reinventarse y lanzar un nuevo

producto que les permita seguir siendo proveedores de la alta sociedad.

- La necesidad por parte del arte de la historia y de su teoría para legitimar un producto de lujo en el mercado capitalista: Tras la guerra, agotados los antiguos lenguajes áulicos, la burguesía busca nuevas formas de distinción. El nuevo arte, despojado de sus funciones tradicionales, encuentra en la historia y en la filosofía una forma de alejarse de las imágenes “vulgares” y, en base a su carácter intelectual, se consolidará como una forma legitimadora de las clases altas. El arte y sus instituciones se convierten en algo así como en los guardianes de la tradición artística porque el nuevo arte no tiene razón de ser sin la teoría y la tradición que lo sustentan; es su USP¹, su ventaja diferencial, algo que mantener alejado del resto de producciones visuales.
- El uso del arte como arma ideológica: además de distinguir clases sociales, el arte servirá también para distinguir ideologías. Un buen ejemplo es el uso que se hace del mismo durante la guerra fría. Las ideas de libertad e individualismo ligadas al arte serán utilizadas como elemento diferenciador y como argumento de la superioridad intelectual del capitalismo frente al populismo comunista. Los medios de comunicación masiva –como medios ligados a lo popular– se verán también afectados negativamente por este discurso que se afana en desvincularlos de la élite cultural y de su intelectualismo.

La necesidad del diseño de buscar su propia autonomía: Los artistas que se vinculan con las actividades industriales y los mercados ligados al consumo de masas (diseñadores) no se verán identificados con el nuevo discurso del arte oficial pero, a su vez, se ven en la necesidad de que su actividad sea reconocida. En su voluntad de conseguir este reconocimiento y como respuesta al ataque frontal de un arte oficial que se revela en contra de su carácter popular, estos artistas se desvincularán de todo aquello que “suene” a arte. Llegarán, incluso, a abandonar su denominación y su

1 Unique Selling Proposition: concepto de marketing que puede traducirse como un argumento diferenciador para vender y que hace referencia a ese algo particular que tiene un producto y que lo hace sobresalir en el océano de productos genéricos

tradición y a adoptar un nuevo nombre –diseñadores– y escribir una historia y teoría propias.

- La orientación del diseño al negocio y a las tecnologías: Mientras el arte se mantiene dentro de sus vías tradicionales y controla las instituciones heredadas de la modernidad, un sector del diseño, el más amplio, se entrega a la tecnología y a la empresa sin reflexionar ni reivindicar su papel dentro de la cultura y de la historia.
- El uso del diseño como arma ideológica: Al igual que desde EEUU se utiliza el arte para destacar clases sociales y para diferenciar políticas, en países como Rusia o Alemania el diseño se utilizará para difundir ideologías de carácter socialista. Desde el diseño más intelectualizado, el relacionado con los movimientos modernos, se llegará a forzar una desvinculación con el arte que responde, en gran medida, a estas razones ideológicas.
- El peso del diseño industrial dentro de la historia del diseño: El peso del diseño industrial (y de la arquitectura) en los inicios de la historia del diseño ha propiciado que la pintura, el dibujo artístico, los grabados, etc. hayan sido olvidados –ni si quiera son mencionados– como antecedentes del diseño gráfico a pesar de las evidentes relaciones. No ocurre lo mismo con las artes decorativas y la artesanía que, por su mayor cercanía a los objetos industriales e, incluso, a la arquitectura, han sido objeto de intensos debates dentro del ámbito académico del diseño.

3. Demostrar la vinculación entre la historia del arte y del diseño

Por un lado hemos recordado cómo el diseño nació del arte y cómo la historia del diseño nació de la historia del arte y hemos descubierto que las razones que separan su historia de la de la tradición artística se basan en intereses ajenos a la realidad de la profesión.

Después de un análisis de la evolución del arte y una exposición de los parámetros en los que se mueven el arte contemporáneo y diseño actuales, hemos incluso comprobado cómo el diseño gráfico tiene más que ver

con lo que tradicionalmente ha sido llamado arte que el propio arte en sí.

Desde el ámbito institucional las vinculaciones entre ambas disciplinas son también claras. Por una parte, la mayoría de los centros responsables de la educación en diseño son herederos de aquellas destinadas a ofrecer una educación artística. Y por otra, las leyes, las instituciones gubernamentales y las universidades se sienten obligados a acudir al arte para explicar el diseño.

Finalmente, hemos comprobado cómo las principales metodologías válidas para analizar los objetos artísticos son también aplicables al diseño gráfico. Una coincidencia tan absoluta no podría darse con otras disciplinas (no podríamos, por ejemplo, aplicar la mayoría de estos métodos a la filosofía, la antropología o a la psicología y menos aún a las disciplinas científicas).

Todo esto demuestra un ADN similar de los objetos de estudio del diseño gráfico y de las artes plásticas

En base a todo esto. La necesidad de buscar las raíces del diseño en la tradición del arte se hace evidente.

4. Demostrar el potencial que un mayor conocimiento de la historia del arte y de sus teorías puede llegar a tener para alcanzar un mejor ejercicio de nuestra profesión

Hemos aportado datos a partir de los cuales se adivina que a los diseñadores gráficos les resultaría interesante y útil para su profesión un mayor conocimiento de la tradición artística, de sus imágenes, sus teorías y sus metodologías. Los datos invitan a afrontar con naturalidad el arte como parte consustancial de la historia del diseño gráfico para un mejor desarrollo de las capacidades críticas y analíticas de los diseñadores.

5. Describir y analizar cómo se está abordando el discurso de la historia del diseño gráfico en la actualidad

Con este fin recurriamos a estudiar los planes de estudio de las universidades. Lo que hemos podido observar es

que entre el diseño y el arte se da, mayormente, un discurso fragmentado.

Son pocos los centros que reflexionan profundamente sobre las relaciones entre el arte y el diseño más allá de las licencias (Modernismo, Bauhaus, Constructivismo...) que otorgan los relatos canónicos. Para tratar la producción de imágenes anterior a la Revolución industrial la mayoría de los centros recurren a la historia del arte.

Otro tema que hemos podido observar ha sido la pobreza en el desarrollo de la historia del diseño gráfico dentro de la historia del diseño en general.

Pero además de todo esto también hemos encontrado ejemplos de soluciones conciliadoras de gran interés que animan a los diseñadores a plantearse nuevas relaciones con la tradición artística.

6. Ayudar a los profesores de historia del diseño a crear discursos más motivadores y útiles para los diseñadores

A lo largo de la tesis hemos aportado datos sobre las preferencias de los diseñadores gráficos que podrían ayudar a los profesores de historia del diseño a hacer sus asignaturas más cercanas y motivadoras para sus alumnos.

En contraposición a las corrientes de moda en la historiografía del diseño (relacionadas con las sociología y los estudios culturales) nuestros datos indican que los diseñadores prefieren enfoques más centrados en los objetos que en su actividad producen (enfoques formalistas e iconográficos) a aquellos que buscan explicar los contextos en los que estos objetos se crean o que de su producción se derivan (enfoques psicoanalíticos, historiográficos, sociológicos, positivistas...).

Estos campos no están siendo especialmente tenidos en cuenta por la historia del diseño gráfico, probablemente, por el temor a acercarse demasiado al arte y recaer ciertos errores cometidos por esta disciplina. La excusa no resulta válida: las metodologías y el uso que de ellas se hace son dos cosas muy diferentes y si –al contrario– la historia del arte ha cometido errores por usar ciertas

fórmulas al servicio de ciertos intereses es deber del diseño, desde una postura mucho más llana y cercana a sus preocupaciones, hacer una relectura y rectificar las faltas y los excesos de los relatos anteriores.

Esto pasa, eso sí, por familiarizarse con las metodologías de dichos enfoques, por lo que la revisión y el estudio de la teoría del arte se hacen necesarios.

7. Abrir caminos de estudio para los nuevos investigadores

En vista de los argumentos que hemos ido ofreciendo a lo largo de esta tesis doctoral, se abren multitud de nuevos caminos para el estudio de la historia del diseño. Las imágenes –y la pintura, cómo una de sus expresiones más ricas y elaboradas– requieren de una revisión que las acerque a la realidad profesional del diseño.

A partir de aquí los temas a investigar son tantos como los límites de la imaginación de cada uno. (Anteriormente enumerábamos algunos ejemplos: los significados de la luz en las imágenes hasta nuestros días, el hiperrealismo como herramienta de persuasión, el triunfalismo a través de las formas, la contrarreforma como imagen corporativa...).

Pero además, la teorías de arte, a falta de una bibliografía sólida en ciertos aspectos del diseño, puede –y debería– ser utilizada como un recurso esencial.

El diseño acaba de incorporarse a los estudios universitarios por lo que la investigación en nuestro campo promete grandes avances y nuevos caminos que recorrer. En nuestra mano queda hacer una historia que nos ayude a liberarnos de los complejos, los prejuicios y las confrontaciones con una historia del arte que también es la nuestra.

1.2 Verificación de la hipótesis y reflexiones finales

Al comenzar esta tesis doctoral exponíamos una hipótesis principal:

El academicismo del diseño en general y, más concretamente, los centros que imparten el grado oficial de diseño gráfico en España tienden a disociar el arte del diseño en base a ciertos prejuicios históricos despojando al diseño gráfico de una parte consustancial de su ADN: la historia de las imágenes y sus teorías previas a la revolución industrial. Esto supone un desaprovechamiento de conocimientos que resultarían útiles y motivadores para los diseñadores gráficos.

Para demostrar esta hipótesis hemos ido desembrollando y esclareciendo las diferentes afirmaciones que la hipótesis contenía:

Por un lado, hemos visto como, en líneas generales, las universidades españolas se rigen por una historia canónica del diseño propuesta, mayormente, desde el diseño industrial y la arquitectura que margina a los grafistas y no invita a integrar la historia de las imágenes como parte fundamental de la historia del diseño gráfico.

En el relato imperante que se enseña a los diseñadores, la historia del arte y del diseño se estudian como dos realidades diferentes que, a veces coinciden y otras no, en base a una serie de presupuestos que responden a una evidente arbitrariedad.

Y hablamos de arbitrariedad porque también hemos aportado argumentos de peso suficientes para demostrar que toda la tradición e historia atribuida en exclusividad a la historia del arte forma parte consustancial del diseño gráfico: la historia de la pintura, de los grabados, de la iconología, de la evolución de las formas y un largo etc. están en el ADN de nuestra profesión.

A pesar de los esfuerzos de ciertos sectores académicos la palabra arte no ha podido ser desterrada del ámbito del diseño gráfico por una sencilla razón: es imposible entender nuestra actividad sin considerar los cientos de

miles de años durante los cuales el hombre ha intentado expresarse y comunicarse a través de las imágenes. Los usos, las técnicas y los lenguajes que durante ese camino se han ido adoptando constituyen nuestro modelo y nuestras herramientas de trabajo.

Finalmente, y en base a esto, no es de extrañar que los diseñadores, a modo de voz coral, hayan admitido que los modelos que durante siglos se han utilizado para acercarse a esta realidad les resulten instintivamente naturales, propios y, por supuesto, útiles.

Verificada nuestra hipótesis la conclusión que extraemos de todo esto es clara: es responsabilidad del diseño gráfico preocuparse por entender y estudiar, desde enfoques que cuadren con sus intereses, su propia historia. Y esta historia comienza con la producción de las primeras imágenes, con sus usos, sus formas, sus significados y sus teorías.

También al comienzo de esta tesis exponíamos lo que, a nuestro entender, eran los principales escollos a la hora de alcanzar un objetivo tan –aparentemente– obvio. Uno era el miedo a cometer los mismos errores de la historia del arte, el miedo a recaer en el elitismo. Pero este punto debería convertirse, más bien, en un acicate: el diseño gráfico desde un punto de vista más utilitario y menos contaminado por discursos grandilocuentes debería verse capacitado de aportar una visión mucho más humana y acorde a sus necesidades que la propuesta por el arte.

Un segundo problema provenía del uso del lenguaje. A día de hoy la palabra arte remite no sólo a una serie de objetos y teorías sino, también, a un discurso establecido durante los últimos dos siglos que se aleja diametralmente de los propósitos e, incluso, de la ética del diseño. Para conseguir una historia no fragmentada, que integre todos los componentes que constituyen su idiosincrasia, el diseño gráfico necesita incluir esos objetos y esas teorías pero también desprenderse del discurso.

Somos conscientes de que cambiar el significado de las palabras no es algo que esté a nuestro alcance y que, por lo tanto, es necesario buscar otras soluciones para

que los diseñadores abracen los objetos y las teorías del arte sin sentirse comprometidos con las ideologías que se desprenden de sus relatos.

A lo largo de esta tesis este problema ha sido una constante. La necesidad de realizar esta diferencia nos ha obligado una y otra vez –y de manera intuitiva– a recordar al lector que cuando hablábamos de arte hacíamos referencia a la historia y a la teoría de las imágenes y no a sus discursos. A lo mejor, hablar de historia y teoría de las imágenes podría ser una alternativa.

5. Bibliografía

Bibliografía

1. Monografías y artículos

AICHER, O. *El mundo como proyecto*. México: Gustavo Gili, 1994

ANDER-EGG, E. *Técnicas de Investigación Social*. Argentina: Lumen, 1995

ANTAL, F. *El mundo florentino y su ambiente social*. Madrid: Alianza, 1987

ARFUCH, L., CHAVES, N., LEDESMA, M. *Diseño y comunicación. Teoría y enfoques críticos*. Buenos Aires: Paidós, 1997

ARGAN, G.C., *El Arte Moderno*. Madrid: Akal, 1988

ARGAN, G.C. *Renacimiento y Barroco*. Madrid: Akal, 1987

AZOFRA, M. J. "Cuestionarios". *Colección Cuadernos Metodológicos*, N° 26, Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas, 2000

BANHAM, R. *Teoría y diseño en la primera era de la máquina*. Barcelona: Paidós, 1985

BARR, A. *La definición del arte moderno*. Madrid: Alianza, 1989

BAUDELAIRE, CH. *El pintor de la vida moderna* [on line] Disponible en: www.lacoctelera.com/myfiles/qwerty/ baudelaire.pdf [Consulta: 15/09/2009]

BAUDELAIRE, C. *Las flores del mal*. Madrid: Orbis Fabri, 2007

BAYLEY, S.(Dir.). *Guía Conran del Diseño*. Madrid: Alianza, 1992

BENJAMIN, W. "La obra de arte en su época de reproductibilidad técnica" En: *Discursos Interrumpidos I*. Buenos Aires: Taurus, 1989

BENJAMIN, W. *Discursos Interrumpidos I*. Buenos Aires: Taurus, 1989

BENJAMIN, W. "París, capital del siglo XIX". En: Tiedemann, R. *Libro de los pasajes*, Madrid: Akal, 2005

BIERUT, M. "Foreword". En: M.BIERUT (et al) (ed.). *Looking closer 5*. Allworth Press, 2006

BIERNAKI, P. y WALDORF, D. "Snowball Sampling, Problems and Techniques of chain referral sampling". *Sociological methods & research*, Vol. 10, N°2, November 1981

Bibliografía

- BLAUVELT, A. "New Perspectives: Critical Histories of Graphic Design: Part 1,2,3". En: *Visible Language* [on line]. Disponible en: visiblelanguagejournal.com [Consultado el 15/07/15]
- BLAUVELT, A. "Towards critical autonomy, or can graphic design save itself?". En: BIERUT, M.; DRENTTELL, W.; HELLER, S. (Eds.) *Looking closer*. New York: Allworth Press, 2006
- BOURDIEU, P. *La distinción*. Madrid: Taurus, 2012
- BREA, J.L. "La estetización difusa de las sociedades actuales y la muerte tecnológica del arte" [on line]. Disponible en: aleph-arts.org [Consulta: 12-06-15]
- BREA, J.L. (Ed.), *Estudios Visuales*, Madrid: Akal, 2005
- BONSIEPE, G. *Diseño de la periferia*. México: Gustavo Gili, 1985
- BORRÁS, G.M. *Teoría del arte I. Las obras de arte*. Madrid: Historia 16, 1996
- BULOCH, B.H., *Formalismo e historicidad*. Madrid: Akal, 2004
- BUNGE, M., *La investigación científica. Su estrategia y su filosofía*. México: Siglo XXI, 2000
- BÜRDEK, B. E. *Diseño*. Barcelona: Gustavo Gili, 1994
- BÜRGER, P. *Teoría de la vanguardia*. Barcelona: Península, 1997
- BURKE JOHNSON R., ONWUEGBUZIE A.J., *Mixed Methods Research: A research paradigm whose time has come*, Educational Resercher, 2004, 33:14 [en línea]. Disponible en: <http://edr.sagepub.com/content/33/7/14>, [Consulta: 15/10/2015]
- R. GAMONAL ARROLLO. *La disciplina del diseño desde la perspectiva de las ciencias sociales* [en línea] Disponible en: www.academia.edu [Consulta: 15/06/ 2015]
- GOBÉ, M. *Branding emocional*. Barcelona: Divine Egg, 2005
- GOMBRICH, H. *Los usos de las imágenes. Estudios sobre la función social del arte y la comunicación visual*. Singapur: Phaidon, 2003
- GOMBRICH, E.H. *Historia del arte*. Madrid: Debate, 1997

Bibliografía

CALVERA, A.(ed.). *Arte¿? Diseño*. Barcelona: Gustavo Gili, 2003

CALVERA, A. *De lo bello de las cosas*. Barcelona: Gustavo Gili, 2007

CALVERA, A. "Reconsiderando aspectos de la historia" En: Campi, I. (et al.) *Diseño e historia, tiempo lugar y discursos*. México: Designio, 2010

CALVERA, A., "Nuevos capítulos en una polémica que viene de lejos". En: Calvera, A.(ed.). *Arte¿? Diseño*. Barcelona: Gustavo Gili, 2003

CALVERA, A. "Titulación universitaria para el diseño español" En: *Foro alfa* [on line]. Disponible en: foroalfa.org/articulos/titulacion-universitaria-para-el-diseno-espanol [Consulta: 9/10/2014]

CAMPENHOUD, Q. *Manual de investigación en ciencias sociales*. Mexico: Limusa, 2005

CAMPI, I. *La historia y las teorías historiográficas del diseño*. México: Designio, 2013,

CAMPI, I. (et al.). *Diseño e historia, tiempo lugar y discursos*. México: Designio, 2010

CAMPI, I. *Diseño y nostalgia*. Barcelona: de Belloch, 2007

CERECEDA, M. *Curso de Filosofía del arte en 15 lecciones*. Cartagena: Ad Hoc, 2006

COLLER,X. *Estudio de casos*. Madrid: Cuadernos Metodológicos del CIS (Centro de Investigaciones sociológicas), 2005

COSTA, J. "La eterna e inútil discusión" [en línea], *ForoAlfa*, 2007, Disponible en: http://foroalfa.org/es/articulo/15/La_eterna_e_inutil_discusion [Consulta: 15/5/ 2014].

CROSSMAN, A. "Snowball sampling" [en línea]. *About education*. Disponible en: sociology.about.com/od/Types-of-Samples/a/Snowball-Sample.htm [Consulta:10/8/2015];

CROWLEY, D.; JOBLING, P. *Graphic design, Reproduction and representation since 1800*, New York: Manchester University Press, 1996

DANTO, A., *Después del fin del arte*. Barcelona: Paidós, 1997

DILNOT, C. "The state of design history, Part I: mapping the field" En:Lees-Maffei. G.; Houze. R, (Eds.). *The design history reader*. New York: Berg, 2010

HOUZE. R. (eds.). "The design history reader" En: Lees-Maffei, G.; Houze. R, (Eds.). *The*

Bibliografía

design history reader. New York: Berg, 2010

DILTHEY, W. *Psicología y teoría del conocimiento*. México: Fondo de Cultura Económica, 1945

DILTHEY, W. *Introducción a las ciencias del espíritu*, México: Fondo de Cultura Económica, 1949

DORFLES, G. *El diseño industrial y su estética*, Barcelona: Labor, 1977

DORRIAN, M.; LUCAS, G. *Publicidad de guerrilla*. Barcelona: Gustavo Gili, 2006

DRESSER, C. *The Art of Decorative Design*. Garland, Universidad de California, 1977

DRUKER, J.; MCVARISH. E. *Graphic Design History. A critical Guide*, New Jersey: Pearson, 2013

DUÑACH, I. (Coord.). *Rodchenko*. Barcelona: Obra Social de Caixa Catalunya, 2008

ESKILSON, S.J. *Graphic design. A new history*. Laurence King, 2007

FALLAN, K., *Design history. Understanding theory and method*, Nueva York: Bloomsbury, 2014

FERNANDEZ ARENAS, J. *Teoría y metodología de la historia del arte*. Barcelona: Antrhopos, 1989

FERNÁNDEZ NÚÑEZ, L. "¿Cómo se elabora un cuestionario" [archivo informático]. *Bulletí LaRecerca*, Fichas 8. Barcelona: Universitat de Barcelona, 2007

FOSTER, H. *Design and Crime*, London: Verso, 2002

FOSTER, H. (et al.). *Arte desde 1900*. Madrid: Akal, 2006

FREUD, S. *Psicoanálisis del arte*. Madrid: Alianza, 1996

FRASCARA, J. *Diseño gráfico y comunicación*. Buenos Aires: Infinito, 2000

FUSCO DE, R. *Historia del diseño*. Barcelona: Santa & Cole, 2005

FURIÓ, V. *Sociología del arte*. Madrid: Cátedra, 2012

Bibliografía

GALLEGO, J. "La pintura Europea del siglo XIX. Simbolismo, modernismo e ingenuismo". En Pijoán, J. (Dir). *Summa Artis*, Vol.IX. Madrid: Espasa, 2004

GARCÍA MELERO, E., *Literatura Española sobre artes plásticas*. Madrid: Encuentro, 2002

GIEDON, S. *La mecanización toma el mando*. Barcelona: Gustavo Gili, 1978

GOLEC, M.J. "The history of graphic design and its audiences". AIGA, 2004 [on line]. Disponible en: www.aiga.org [Consultado el 15/07/15]

GONZÁLEZ, A. "La otra orilla de la Vanguardia", en *Mundos Interiores al descubierto*. Madrid: Fundación La Caixa, 2006

GONZÁLEZ FLORES, L. *Fotografía y pintura: ¿dos medios diferentes?*. Barcelona: Gustavo Gili, 2005

GONZÁLEZ GARCÍA, A. "Un poco sobre nada: contra los así llamados coleccionistas de pintura". En: *El Resto*. Museo de Bellas Artes de Bilbao, Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, Madrid, 2000

GONZÁLEZ ROMÁN, C., *Teoría del arte* [archivo informático]. Málaga: 1012, Disponible en: www.uma.es [17/04/2015];

GOMBRICH, H. *Los usos de las imágenes. Estudios sobre la función social del arte y la comunicación visual*. Singapur: Phaidon, 2003

GOMBRICH, E.H. *La Historia del Arte*. Madrid: Debate, 1997

GREENBERG, C. "Vanguardia y Kitsch". En: *Arte y cultura*, Barcelona: Paidós, 2002

GREENHALGH, P. (1990). "Introduction to modernism in design" En: Lees-Maffei. G.; Houze. R, (Eds.). *The design history reader*. New York: Berg, 2010

HOUZE. R. (eds.). "The design history reader" En: Lees-Maffei. G.; Houze. R, (Eds.). *The design history reader*. New York: Berg, 2010

GUASCH, A.M. "Los estudios visuales, un estado de la cuestión" *Estudios Visuales*, Nº1, noviembre, 2003

GUASH, A.M. "Doce reglas para una Nueva Academia: la nueva Historia del arte y los Estudios audiovisuales" En: BREA, J.L. (Ed.), *Estudios Visuales*, Madrid: Akal, 2005

Bibliografía

- GUILBAUT, S. *De cómo Nueva York robó la idea de arte moderno*. Valencia: Tirant lo Blanch, 2007
- HANNA, F. y PUTNAM, T. "Taking Sotck in Design History" En: Lees-Maffei. G.; Houze. R, (Eds.). *The design history reader*. New York: Berg, 2010
- HALEN, W. *Christopher Dresser*. Oxford: Pahidon-Christie's, 1990
- HASKELL, F. *Patronos y pintores*, Madrid: Cátedra, 1984
- HAUSER, A. *La Historia social de la literatura y el arte*. Madrid: Guadarrama, 1968
- HENARES CUELLAR, I.L, CALATRAVA, J.A. "El historicismo en la crítica del arte del romanticismo español". *Mayurqa: revista del Departament de Ciències Històriques i Teoria de les Arts*, Nº 19, 1979-1980
- HERNÁNDEZ SAMPIERI, R. et al., *Metodología de la investigación*, México, Mc Grau Hill, 2010
- HIRST, D. "El último golpe de efecto de Damien Hirst" [On line] *Arte y Cultura*. Disponible en: www.artcultura.es/el-ultimo-golpe-de-efecto-de-damien-hirst/ [Consulta: 15/8/2009]
- HOCHMAN, E.S. *La Bauhaus. Crisol de la modernidad*. Barcelona: Paidós Ibérica, 2002
- HOLLIS, R. *El diseño gráfico, una historia abreviada*. Barcelona: Destino, 2000
- HOBSBAWM, E. *A la zaga*. Barcelona: Crítica, 1999
- HOBSBAWN, E. *Historia del siglo XX*. Barcelona: Crítica, 1995
- HUGO, V. *Les rayons et les ombres*. París: Auguste Ozzane, 1840
- JIMÉNEZ .J. "Transformaciones del arte moderno". En: *D' Art*, Nº 22, 1996
- JOBBER, D. *Principles and Practice of Marketing*. Europe: McGraw-Hill Education, 1995,
- JONES, O. *The grammar of ornament*. Londres: Quaritch, 1910
- JULIER, G. *La cultura del diseño*. Barcelona: Gustavo Gili, 2010
- KANT, E. *Crítica del juicio*. Madrid: Austral, 1981

Bibliografía

- KLEIN, D. "Art Decó y funcionalismo". En: Pijoán, J.(Dir.) *Summa Artis*, Vol. XIV. Op.cit.
- KULTERMANN, U. *Historia de la historia del arte*. Madrid: Akal, 1996
- LEES-MAFFEI. G.; HOUZE. R, (Eds.). *The design history reader*, New York: Berg, 2010
- LEYTE, A. "El territorio de las humanidades". En: *El País*, 5 de enero 2012 [on line] Disponible en: elpais.com/diario/2012/01/05/opinion/1325718012_850215.html [Consulta: 12/09/2015]
- LLAURADÓ, O. "EL trabajo de campo online: Qué hemos aprendido en los últimos 10 años" [en línea]. *Netquest*: Disponible en: www.netquest.com/papers/trabajo_campo_online_ollaurado.pdf [Consulta: 3/6/2015]
- LOOS, A. *Ornamento y delito* [on line]. Disponible en: artediez.es/paperback/wp-content/uploads/sites/13/2014/12/ornato.pdf [Consulta: 20/08/2015]
- LÓPEZ FILARDO, M.G. *El historicismo* [en línea]. Montevideo: Chasque. Disponible en: www.chasque.net/frontpage/relacion/0308/historicismo.htm [Consulta: 19/04/2015]
- LÓPEZ NOGUERO, F. "El análisis de contenido como método de investigación", *Revista de Educación*, XXI, N°4, Universidad de Huelva, 2002 [en línea]. Disponible en: rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/1912/b15150434.pdf?sequence=1 [Consulta: 11/11/2014]
- LYOTARD, J.F. *La condición postmoderna*, Madrid: Cátedra, 1987
- MALDONADO, T. *Escritos preulmianos*. Buenos Aires: Infinito, 1997
- MARCHAN, S. *Del arte objetual al arte del concepto*. Madrid: Akal, 1997
- MARGOLIN, V. "Design history or design studies; subject matter and methods" En: Lees-Maffei. G.; Houze. R, (Eds.). *The design history reader*. New York: Berg, 2010
- MARGOLIN, V. "Narrative problems of graphic design" [on line]. Disponible en: visiblelanguagejournal.com [Consulta:15/07/15]
- MEGGS, P.B. *Historia del diseño gráfico*. México: McGraw-Hill, Interamericana, 2000
- MICHELI DE, M. *Las vanguardias artísticas del siglo XX*. Madrid: Alianza Forma, 2006
- MIRZZOEFF, N. (ed.) *The visual culture reader*. New York: Routledge, 2007

Bibliografía

- MOHOLY-NAGY, L. *La nueva visión*. Buenos Aires: Infinito, 1997
- MOLINER, M.A.; CERVERA, A. "Historia y teoría del marketing" [Internet], Universitat Jaume I. Departamento de Economía, 2004-05. Disponible en: www.eco.uji.es/asignatura/obtener.php?letra=A&codigo=82&fichero=1098699834A82 - [Consulta: 28/02/2009].
- MUGLIA, A. "Las artes plásticas y el diseño" [en línea]. *ForoAlfa*, 2007. Disponible en: http://foroalfa.org/es/articulo/29/Las_artes_plasticas_y_el_diseño [Consulta: 14/06/2013]
- MUNARI, B. "Artista y designer". En: *Arte¿? Diseño*. Barcelona: Gustavo Gili, 2003
- NEWARK, Q. *¿Qué es el diseño gráfico?*. México: Gustavo Gili, 2001
- NOCHLIN, L. *Courbet*. London: Thames & Hudson, 2007
- NORMAN, A. *El diseño emocional*. Barcelona: Paidós Transiciones, 2005
- O CAMPO, E. y PERAN, M. *Teorías del arte*. Barcelona: Icaria, 2002
- ORTEGA Y GASSET, J. *La deshumanización del arte*. Madrid: Austral, 1999
- PAZ, O. *Apariencia desnuda: La obra de Marcel Duchamp*. México: Era, 1973
- PELTA, R. "Construir el discurso. Los diseñadores gráficos anglosajones y la historia en las dos últimas décadas del siglo XX" En: Campi, I. (et al.) *Diseño e historia, tiempo lugar y discursos*. México: Designio, 2010
- PÉREZ GAULI, J.C. *El cuerpo en venta. Relación entre arte y publicidad*. Madrid: Cátedra, 2000
- PEVSNER, N. *Pioneros del diseño moderno*. Buenos Aires: Infinito, 1977
- PEVSNER, N. *Los orígenes de la arquitectura moderna y del diseño*, Barcelona: Gustavo Gili, 1978
- PICASSO, P. *Poemas y declaraciones*. Granada: Darro y Genil, 1944
- PIÑUEL RAIGADA, J.L. "Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido", 2002 [en línea]. Disponible en: <https://www.ucm.es> [Consulta: 11/11/2014]
- POLI, F. *Producción artística y mercado*. Barcelona: Gustavo Gili, 1976

Bibliografía

PRATS, J. "La enseñanza de la historia y el debate de las humanidades" *Tarbiya. Revista de investigación e innovación educativa*. Monográfico: La Educación científica y humanística, Madrid: ICE Universidad Autónoma de Madrid, Mayo, 1999

RAMBLA, W. *Estética y diseño*. Salamanca: Universidad de Salamanca, 2007

RAMÍREZ, J. A. *Medios de masa e Historia del Arte*. Madrid: Cátedra, 1997

READ, H. *Arte e industria*. Buenos Aires: Infinito, 1961

RICARD, A. "¿Diseño, el arte de hoy?" En: Calvera, A.(Ed.) *Arte¿? Diseño*. Barcelona: Gustavo Gili, 2003

RIVERS, I. Las escuelas de diseño en Barcelona. Una breve aproximación [Consulta: 13/02/2014]

ROM, J. Las claves del diseño gráfico, Barcelona: Trípodos, 2014

ROM, J. Sobre la direcció d'art. Barcelona: Trípodos, 2006, p.34

ROM, J.; SABATÉ, J. "Publicitat i contracultura". En: *Trípodos*, N°. 18, 2006

RUSKIN, J. *The Stones of Venice*, vol. II. Harvard: Smith, Elder and Co., 1853

RUSKIN, J. *On art and life*. Londres: Penguin books, 2004

SABIO, B. "Las escuelas de arte a través de la historia" Paperback N° 1, 2006 [online]. Disponible en: www.artediez.com/paperback/articulos/sabio/historia.pdf [Consulta: 31/05/2014]

SALINAS, O. "La construcción de la historia del diseño" En: Campi, I. (et al.). *Diseño e historia, tiempo lugar y discursos*. México: Designio, 2010

SALINAS, O. "El diseño, ¿es arte?" En: Calvera, A.(Ed.) *Arte ¿? Diseño*. Barcelona: Gustavo Gili, 2003

SANDLER, I. *El triunfo de la pintura norteamericana*. Madrid: Alianza, 1996

SATUÉ, E. *El diseño gráfico*. Madrid: Alianza Forma, 1995

SATUÉ, E. *Arte en la tipografía y tipografía en el arte*. Madrid: Siruela, 2007

Bibliografía

SCOTFORD, "M. Messy history vs. neat history: toward an expanded view of women in graphic desing" En: *Visible Language* [on line]. Disponible en: visiblelanguagejournal.com [Consultado el 15/07/15]

SELLER, S. "How long has this been going on? Harpers Bazaar, funny face and the construction of the modernist women" En: *Visible Language* [on line]. Disponible en: visiblelanguagejournal.com [Consultado el 15/07/15]

SEDLMAYER, H. *La revolución del arte moderno*. Barcelona: Acantilado, 2008

SHAPIRO, E. "Todos somos artistas". *Etapas*, Nº. 4, 2008

SHINER, L. *La Invención del arte*. Barcelona: Paidós, 2014

SMITH, L. *Movimientos artísticos desde 1945*. Barcelona: Destino, 1995

SOLE, P.A., *Historia del arte: ciencia y metodología* [archivo informático]. Tavira, 1985, Nº.2

SOURIAU, E. *Estética*. Madrid: Akal diccionarios, 1998

SPARKE, P. *Diseño y Cultura, una introducción*. Barcelona: GG diseño, 2010

SPARKE, P. *As long as it's pink: The sexual politics of taste*. Londres: Pandora, 1995

STONOR F.S. *La Cía y la guerra fría cultural*. Madrid: Debate, 2001

SUREDA, J.; GUASCH, A. M^a. *La trama de lo moderno*. Madrid: Akal, 1993

TAINÉ, H. *Filosofía del arte* [en línea]. Argentina: El Aleph, 2000, Disponible en: www.educ.ar [Consulta:10/05/2015]

TASHAKKORI A., TEDDLIE, CH. (Ed.) *Handbook of mixed methods in social and behavioral research*, London: Sage, 2003

TATARKIEWICZ, W. *Historia de la estética I*. Madrid: Akal, 1987

TATARKIEWICZ, W. *Historia de la estética II*. Madrid: Akal, 1987

TATARKIEWITZ, W. *Historia de seis ideas*. Madrid: Tecnos, 1996

TENA, D. *Diseño gráfico y comunicación*. Madrid: Pearson, 2004

Bibliografía

- TIEDEMANN, R. *Libro de los pasajes*, Madrid: Akal, 2005,
- TIMOTHY, J.C. "Qué fue la nueva historia del arte" *Radio del Museo Reina Sofía*, [audio online]. Disponible en: radio.museoreinasofia.es [Consulta. 14/06/15]
- TOMKINS, C., *Duchamp*, Barcelona: Anagrama, 1999
- TOVAR MARTÍN, V. "La segunda mitad del siglo XVII en España" *Artehistoria* [Online] Disponible en: <http://www.artehistoria.jcyl.es/v2/contextos/4993.htm> [Consulta: 31/05/2014]
- VARCELLONE, F. *Estética del siglo XIX*, Madrid: A. Machado Libros, 2004
- VALLE INCLÁN DEL, J.M. *Luces de bohemia*. Madrid: Espasa-Calpe, 2006
- VASARI, G. *Le vite de più eccellenti pittori, scultori ed architetti*. Torino: Einaudi, 1968
- VIRGILIO. *Eneida V, 755*. Madrid: Alianza, 1990
- WALKER, J.A. Design History and the History of Design En: Lees-Maffei. G.; Houze. R, (Eds.). *The design history reader*. New York: Berg, 2010
- WARNCHE, C.P. *Picasso*. Madrid: Taschen, 2006
- WINCKELMANN, J.J. *Historia del arte en la antigüedad*. Madrid: Akal, 2011
- WILKINS, B. "No more heroes", *Eye*, N°6, primavera, 1992 [en línea]. Disponible en: www.eyemagazine.com/opinion/article/no-more-heroes, [Consultado el 12/07/15]
- WÖLFFLIN, H., *Reflexiones sobre la historia del arte*. Madrid: Península, 1988
- WOOD, G. *Cosas del Surrealismo*. Bilbao: Museo Guggenheim, 2007
- ZIMMERMANN, Y. Reflexiones sobre la vida de una palabra [on line]. Disponible en: www.mariosantiago.net [Consulta: 15/08/15]
- ZIMMERMANN, I. "El arte es arte, el diseño es diseño". En: Calvera, A. (Ed.) *Arte? Diseño*. Barcelona: Gustavo Gili, 2003
- ZIMMERMANN, Y. "De lo adecuado y bello, dialogando con un diálogo de Platón". En: CALVERA, A. (Ed.), *De lo bello de las cosas*. Barcelona: Gustavo Gili, 2007

Bibliografía

ZIMMERMANN, Y. *Del diseño*. Barcelona: Gustavo Gili, 1998

2. Tesis doctorales

CALVO ENCINAS, ELISA. *Análisis curricular de los estudios de traducción e Interpretación en España: Perspectiva del estudiantado* (Tesis doctoral: dirigida por KELLY, D.) Granada: Universidad de Granada, 2010

CEREZO MERCHÁN, B. *La didáctica de la traducción audiovisual en España: un estudio de caso empírico-descriptivo* (Tesis doctoral dirigida por CHAUME, F.) Universitat Jaume I, Castellón de la plana, 2012

FERNÁNDEZ, M^a G., *Diseño y dibujo textil: diferencias entre industria y arte aplicado*. (Tesis.Dirigida por Garcerán, R M^a) Universidad Complutense de Madrid, 2009

GOODING, J. *Design history in Britain. From the 1970's to 2012* (Tesis doctoral dirigida por: Buckley, C.) Inglaterra: University of Northumbria, 2012

OCAMPO, B. MOMA. *Propuesta de innovación estética en el diseño industrial* (Tesis doctoral dirigida por Toscano, O.) México: Universidad Autónoma de Querétaro, 2013

ROVIRA I BACH, M. *Les proves de correcció objectiva i l'aprenentatge de la Història de l'art al Batxillerat* (tesis doctoral dirigida por Trepat, C.) Barcelona: Universitat de Barcelona, 2007

SESMA, M. *El movimiento de la grafía latina y la creación tipográfica francesa entre 1945 y 1960* (Tesis doctoral dirigida por Pelta, R) Universidad de Barcelona, 2015

3. Otros recursos [en línea]

ANECA. "Libro Blanco.Títulos de grado en Bellas Artes / Diseño / Restauración". Disponible en: www.aneca.es/var/media/150332/libroblanco_bellasartes_def.pdf [Consulta: 1/09/2015]

Bibliografía

ANECA. “Guía de apoyo para la elaboración de la memoria de verificación de títulos oficiales universitarios” Disponible en: www.aneca.es [Consulta: 1/ 09/2015]

BAU. Disponible en: www.bau.cat [Consultado el 25/09/2015]

BEHANCE. Disponible en: www.behance.net [Consulta: 13/09/2015]

BOE. “Real decreto 1125/2003” Disponible en: <http://www.boe.es/boe/dias/2003/09/18/pdfs/A34355-34356.pdf> [Consulta: 11/11/2014]

BOE. “Real Decreto 1393/2007” Disponible en: www.boe.es/buscar/act.php?id=-BOE-A-2007-18770 [Consulta: 02/12/2015]

CENTRO DE ARTE SANTA MÓNICA. “Merch & Promo” Disponible en: www.merchandpromo.com/quees_es.php [Consulta: 5/9/2015]

CONFEDERACIÓN DE ESCUELAS DE ARTES PLÁSTICAS, “Propuestas para el desarrollo de las enseñanzas de Artes Plásticas y de Diseño, y su adaptación a la Declaración de Bolonia” Disponible en: debateeducativo.mec.es/documentos/artes_plasticas.pdf [Consulta: 13/9/15]

DESIGN HISTORY SOCIETY. Disponible en: www.designhistorysociety.org [Consulta: 13/08/15]

DICCIONARIO ETIMOLÓGICO. Disponible en: etimologias.dechile.net [Consulta: 15/4/2015]

DOMESTIKA. Disponible en: www.domestika.org [Consulta: 13/09/2015]

EINA. Disponible en: www.eina.cat [Consultado el 27/09/2015]

ELISAVA. Disponible en: www.elisava.net [Consultado el 20/09/2015]

EMPRESIA. Disponible en: www.empresia.es [Consulta: 1/6/2015]

ESDI. Disponible en: www.esdi.url.edu [Consultado el 20/09/2015]

ESCOLA LLOTJA. Disponible en: www.llotja.cat [Consulta: 31/05/2014]

ESCOLA MASSANA. Disponible en: www.escolamassana.es [Consultado el 25/08/2015]

FUNDACIÓN DE HISTORIA DEL DISEÑO (FHD). Disponible en: www.historiadeldisseny.

Bibliografía

org [Consulta: 16/08/15]

GUGGENHEIM BILBAO. Disponible en: www.guggenheim-bilbao.es [Consulta: 15/9/2015]

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA. Disponible en: www.ine.es [Consulta: 1/6/2015]

MINISTERIO DE EDUCACIÓN. “Bolonia en secundaria” Disponible en: www.educacion.gob.es/boloniaensecundaria/01-que-es.htm [Consulta: 12/10/2014]

MONOGRÁFICA [en línea]. Disponible en: www.monografica.org [Consulta: 02/10/2015]

ORGANISMO AUTÓNOMO PROGRAMAS EDUCATIVOS EUROPEOS. “Guía del uso del ECTS” Disponible en: www.oapee.es [Consulta: 12/05/2015]

PROYECTO CLIO. “Historia y métodos en la historiografía del arte occidental”. Disponible en: clio.rediris.es/n30/artehistoriografia.htm [Consulta: 14/03/2015]

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. Disponible en: www.rae.es [Consulta: 12/3/2012]

REFLEXIONES DE REPRONTO “Arte contemporáneo” [vídeo] Disponible en: minchinela.com/repronto/2007/10/31/capitulo-7-arte-contemporaneo/ [Consulta: 12/10/2015]

REGISTRO DE UNIVERSIDADES, CENTROS Y TÍTULOS (RUCT). Disponible en: www.educacion.gob.es/ruct/ [Consulta: 11/09/2015]

STATPAC. “Survey sampling methods” Disponible en <https://www.statpac.com/surveys/sampling.htm> [Consulta: 10/8/2015]

SURVEY MONKEY. Disponible en: www.surveymonkey.com [Consulta: 2/9/2015]

THE UNIVERSITY OF ART AND DESIGN HELSINKI. “Métodos interrogativos de investigación” Disponible en: www2.uiah.fi/projekti/metodi/264.htm#kysely [Consulta: 1/6/2015]

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BARCELONA (UAB). Disponible en: www.uab.cat [Consultado el 25/09/2015] UNIVERSITAT DE BARCELONA. Disponible en: www.ub.edu [Consulta: 31/05/2015]

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID (UCM). Disponible en: www.ucm.es [Consultado el 22/09/2015]

Bibliografía

UNIVERSIDAD DE VIC. - CENTRAL DEL CATALUÑA (UVIC). Disponible en: www.uvic.cat [Consultado el 27/09/2015]

UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA (ULL). Disponible en: www.ull.es [Consultado el 20/08/2015]

UNIVERSIDAD DEL PAÍS VASCO (UPV/EHU). Disponible en: www.ehu.eus [Consultado el 22/09/2015]

UNIVERSIDAD EUROPEA DE MADRID (UE). Disponible en: www.madrid.universidadeuropea.es [Consultado el 22/09/2015]

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE VITORIA (UFV). Disponible en: www.ufv.es [Consultado el 25/09/2015]

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE VALENCIA. Santiago Martín, P. "Análisis de la obra de arte [vídeo] Disponible en: www.youtube.com/watch?v=cUbj-KmBHVA [Consulta: 14/03/2015]

UNIVERSIDAD POMPEU FABRA (UPF). Disponible en: www.upf.edu [Consultado el 20/09/2015]

UNIVERSIDAD RAMON LLULL. Disponible en: www.url.edu/es [Consultado el 27/09/2015]

UNIVERSIDAD REY DON JUAN CARLOS (URJC). Disponible en: www.urjc.es [Consultado el 25/09/2015]

VICTORIA & ALBERT MUSEUMS. "Christopher Dresser" Disponible en: www.vam.ac.uk/dresser [Consulta: 29/01/ 2008]

WIKIPEDIA. Disponible en: www.ull.es [Consultado el 20/10/2015]

6. Índice de imágenes, tablas y gráficas

Índice de imágenes, tablas y gráficos

0. Definición del problema de investigación

FIG.1: *Esquema general de la metodología* (gráfico). Gráfico de elaboración propia.

FIG.2: *Estructura general de la tesis doctoral* (gráfico). Gráfico de elaboración propia.

FIG.3: *Diseño de modelo metodológico* (gráfico). Gráfico de elaboración propia.

1. Arte y diseño. Historia de un pulso

FIG.1: *Esquema de la estructura del estudio* (gráfico). Gráfico de elaboración propia.

FIG.2: *Nadar retratado por Daumier* (Imagen). Extraída de: WIKIPEDIA [online] Disponible en: [https://en.wikipedia.org/wiki/Nadar_\(photographer\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Nadar_(photographer)) [Consulta: 23/09/2015]

FIG.3: *Daumer fotografiado por Nadar* (Imagen). Extraída de: WIKIMEDIA COMMONS [online] Disponible en: commons.wikimedia.org/wiki/File:Honore_Daumier-Nadar.jpg [Consulta: 23/09/2015]

FIG.4: *Bonjour Monsieur Courbet* (Imagen). Extraída de: WIKIMEDIA COMMONS [online] Disponible en: commons.wikimedia.org/wiki/File:Gustave_Courbet_-_Bonjour_Monsieur_Courbet_-_Musée_Fabre.jpg [Consulta: 23/09/2015]

FIG.5: *Le Juif errant* (Imagen). Extraída de: L'HISTOIRE PAR L'IMAGE [online] Disponible en: www.histoire-image.org/pleincadre/index.php?i=534 [Consulta: 23/09/2015]

FIG.6: *Los romanos de la decadencia* (Imagen). Extraída de: WIKIMEDIA COMMONS [online] Disponible en: [commons.wikimedia.org/wiki/File:THOMAS_COUTURE_-_Los_Romanos_de_la_Decadencia_\(Museo_de_Orsay,_1847._Óleo_sobre_lienzo,_472_x_772_cm\).jpg?uselang=es](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:THOMAS_COUTURE_-_Los_Romanos_de_la_Decadencia_(Museo_de_Orsay,_1847._Óleo_sobre_lienzo,_472_x_772_cm).jpg?uselang=es) [Consulta: 23/09/2015]

FIG.7: *Motivo diseñado por Christopher Dresser* (Imagen). Extraída de: VISUAL TELLING OF STORIES [online] Disponible en: www.fulltable.com/VTS/p/pattern/dresser/2.jpeg [Consulta: 23/09/2015]

FIG.8: *Silla diseñada por Christopher Dresser* (Imagen). Extraída de: MR. DOMINGO [online] Disponible en: <http://mrdomingo.com/2011/06/06/las-teteras-de-fantasia-de-christopher-dresser/> [Consulta: 23/09/2015]

Índice de imágenes, tablas y gráficos

FIG.9: *Tetera diseñada por Christopher Dresser* (Imagen). Extraída de: FINE ARTS MUSEUM OF SAN FRANCISCO [online] Disponible en: art.famsf.org/dr-christopher-dresser [Consulta: 23/09/2015]

FIG.10: *Motivo diseñado por Christopher Dresser* (Imagen). Extraída de: VISUAL TELLING OF STORIES [online] Disponible en: www.fulltable.com/VTS/p/pattern/dresser/4.jpeg [Consulta: 23/09/2015]

FIG.11: *Portrait d'une Jeune Fille Américaine dans l'État de Nudité* de Francis Picabia (Imagen). Extraída de: WIKIMEDIA COMMONS [online] Disponible en: upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/e/ed/291_No56p234-Spread.jpg?uselang=es [Consulta: 23/09/2015]

FIG.12: *Cartel del diseñador Lucian Bernhard para la empresa Bosch* (Imagen). Extraída de: VIINTAGE [online] Disponible en: <http://viintage.com/album/vintage-art-and-design-graphics/art-advertisement-bosch-spark-plugs/> [Consulta: 23/09/2015]

FIG.13: *Distintos logotipos para la editorial Penguin Books* (Imagen). Extraída de: BAINES, P. *Penguin by design: A cover story 1935-2005*. London: Penguin Group, 2005, p.250-251

2. Metodologías del arte en el contexto del diseño. Opinión de los diseñadores gráficos

FIG.1: *Tabla de variables* (gráfico). Gráfico de elaboración propia

FIG.2: *Ventajas y desventajas del cuestionario* (Tabla). Adaptada de: Adaptada de CALVO ENCINAS, ELISA. *Análisis curricular de los estudios de traducción e Interpretación en España: Perspectiva del estudiantado* (Tesis doctoral: dirigida por KELLY, D.) Granada: Universidad de Granada, 2010, p.342

FIG.3: *Módulos de preguntas específicas* (gráfico). Gráfico de elaboración propia

FIG.4: *Tabla texto introductorio* (tabla). Tabla de elaboración propia

FIG.5: *Tabla de preguntas de control* (tabla). Tabla de elaboración propia

FIG.6: *Tabla de preguntas generales* (tabla). Tabla de elaboración propia

Índice de imágenes, tablas y gráficos

FIG.7: *Tabla de preguntas específicas* (tabla). Tabla de elaboración propia

FIG.8: *Tabla de texto de cierre* (tabla). Tabla de elaboración propia

FIG.9: Resultado: *¿Eres diseñador/a gráfico/a?* (gráfico). Gráfico de elaboración propia

FIG.10: Resultado: *Indica tu provincia de origen* (gráfico). Gráfico de elaboración propia

FIG.11: Resultado: *Indica la provincia en la que resides* (gráfico). Gráfico de elaboración propia

FIG.12: Resultado: *¿Has ejercido alguna vez como profesional del diseño gráfico?* (gráfico). Gráfico de elaboración propia

FIG.13: Resultado: *¿Ejerces actualmente como profesional del diseño gráfico?* (gráfico). Gráfico de elaboración propia

FIG.14: Resultado: *¿Cuáles son tus estudios de diseño?* (gráfico). Gráfico de elaboración propia

FIG.15: Resultado: *¿Cuándo estudiaste diseño?* (gráfico). Gráfico de elaboración propia

FIG.16: Resultado: *Indica la provincia en la que estudiaste* (gráfico). Gráfico de elaboración propia

FIG.17: Resultado: *Indica el nombre del centro principal en el que estudiaste diseño* (gráfico). Gráfico de elaboración propia

FIG.18: Resultado: *Cuando estudiabas diseño, ¿estudiaste temas relacionados con la historia del diseño?* (gráfico). Gráfico de elaboración propia

FIG.19: Resultado: *Cuando estudiabas diseño, ¿estudiaste temas relacionados con la historia del arte?* (gráfico). Gráfico de elaboración propia

FIG.20: Resultado: *¿Entiendes la relación existente entre el arte y el diseño gráfico?* (gráfico). Gráfico de elaboración propia

FIG.21: Resultado: *¿Te gustaría tener información más concreta sobre la relación entre arte y diseño?* (gráfico). Gráfico de elaboración propia

FIG.22: Resultado: *Cuando te gusta un diseñador/a o un estudio de diseño, ¿recopilas su obra de alguna manera? (ya sea en Pinterest, en papel, en el historial del navegador...)*

Índice de imágenes, tablas y gráficos

(gráfico). Gráfico de elaboración propia

FIG.23: Resultado: *¿Qué interés le encuentras a leer sobre los orígenes y la trayectoria de tus diseñadores referentes?* (gráfico). Gráfico de elaboración propia

FIG.24: Resultado: *¿Crees que estudiar en profundidad el trabajo y la vida de otros diseñadores/as puede ayudar a mejorar tus habilidades como diseñador/a?* (gráfico). Gráfico de elaboración propia

FIG.25: Resultado: *¿En tu trabajo, hasta qué punto te preocupas por conocer los estilos y las modas vigentes?* (gráfico). Gráfico de elaboración propia

FIG.26: Resultado: *¿Te interesa conocer más sobre la evolución de las modas y las causas que pueden provocarlas?* (gráfico). Gráfico de elaboración propia

FIG.27: Resultado: *¿Crees que entender mejor lo que hay detrás de las variaciones de estilos y modas te ayudaría de alguna forma en el empeño de tu trabajo?* (gráfico). Gráfico de elaboración propia

FIG.28: Resultado: *¿Cuándo alguna pieza de diseño te interesa, intentas comprender las condiciones en las que ha sido creada? (p.e., el país del que proviene, la escuela, las circunstancias bajo las que se ha producido...)* (gráfico). Gráfico de elaboración propia

FIG.29: Resultado: *¿Encuentras interesante el comprender cómo las características del diseño varían según el ambiente en el que se produzcan?* (gráfico). Gráfico de elaboración propia

FIG.30: Resultado: *¿Ser capaz de identificar tipologías de diseño en base al ambiente en el que se han producido te ayuda o ayudaría en tu trabajo?* (gráfico). Gráfico de elaboración propia

FIG.31: Resultado: *Cuando ves un trabajo de diseño interesante, ¿tiendes a analizar la manera en que se ha hecho? (herramientas utilizadas, composición, uso de colores, etc.)* (gráfico). Gráfico de elaboración propia

FIG.32: Resultado: *¿Te interesa adquirir más conocimientos sobre cómo han ido evolucionando esas formas y técnicas a lo largo del tiempo?* (gráfico). Gráfico de elaboración propia

FIG.33: Resultado: *¿Hasta qué punto crees que te ayuda o ayudaría en tu trabajo como diseñador/a, entender cómo otras personas se han enfrentado a diferentes problemas formales?* (gráfico). Gráfico de elaboración propia

Índice de imágenes, tablas y gráficos

FIG.34: Resultado: *¿Como diseñador/a, qué importancia tienen para ti palabras como símbolo, metáfora o alegoría?* (gráfico). Gráfico de elaboración propia

FIG.35: Resultado: *¿Te resulta interesante comprender los significados simbólicos, alegóricos, metafóricos, etc., que subyacen a las piezas de diseño?* (gráfico). Gráfico de elaboración propia

FIG.36: Resultado: *¿Crees que un mayor conocimiento de los lenguajes simbólicos te sería útil para tu trabajo como diseñador/a?* (gráfico). Gráfico de elaboración propia

FIG.37: Resultado: *¿Diseñar es para ti una forma de expresión personal?* (gráfico). Gráfico de elaboración propia

FIG.38: Resultado: *¿Qué interés le encuentras a entender las conexiones emocionales existentes entre un diseñador/a y su público?* (gráfico). Gráfico de elaboración propia

FIG.39: Resultado: *¿Crees que comprender mejor las conexiones emocionales existentes entre el diseñador/a y el público te ayudaría en tu trabajo como diseñador/a?* (gráfico). Gráfico de elaboración propia

FIG.40: Resultado: *A la hora de diseñar, ¿eres consciente de cómo la mente interpreta las formas o las imágenes?* (gráfico). Gráfico de elaboración propia

FIG.41: Resultado: *¿Te interesa conocer en profundidad las leyes científicas (de estructura, de contraste, de cierre...) que rigen nuestra manera de percibir las imágenes?* (gráfico). Gráfico de elaboración propia

FIG.42: Resultado: *¿Crees que conocer la forma en que nuestra mente interpreta las formas te ayudaría o ayuda en el desempeño de tu trabajo como diseñador/a?* (gráfico). Gráfico de elaboración propia

FIG.43: Resultado: *¿Consideras que el acto de diseñar, de alguna manera, te ayuda a equilibrarte como persona a un nivel psicológico?* (gráfico). Gráfico de elaboración propia

FIG.44: Resultado: *¿Qué interés le encuentras a entender los factores subconscientes que hay detrás del acto de crear o de percibir una imagen?* (gráfico). Gráfico de elaboración propia

FIG.45: Resultado: *¿Crees que comprender mejor las razones subconscientes que nos llevan a elegir o a apreciar determinadas imágenes te ayudaría a mejorar como profesional del diseño?* (gráfico). Gráfico de elaboración propia

Índice de imágenes, tablas y gráficos

FIG.46: Resultado: *¿Acostumbras a cuestionarte el papel que ejercéis tú y tu profesión dentro del sistema económico, social, político, etc. actual?* (gráfico). Gráfico de elaboración propia

FIG.47: Resultado: *¿Qué interés le encuentras a indagar sobre la influencia que ejercen sobre el diseño agentes como los clientes, las instituciones, los concursos, las empresas....?* (gráfico). Gráfico de elaboración propia

FIG.48: Resultado: *¿Crees que una mayor comprensión de las dinámicas sociales de producción, difusión y recepción del diseño te ayudarían a ejercer mejor tu profesión?* (gráfico). Gráfico de elaboración propia

FIG.49: Resultado: *La historia del arte y del diseño: diferencias generacionales* (gráfico). Gráfico de elaboración propia

FIG.50: Resultado: *Relación general de respuestas de las preguntas específicas* (gráfico). Gráfico de elaboración propia

FIG.51: Resultado: *Promedio general por metodologías* (gráfico). Gráfico de elaboración propia

FIG.52: Resultado: *Promedio general de hábitos por metodologías* (gráfico). Gráfico de elaboración propia

FIG.53: Resultado: *Promedio general de motivación por metodologías* (gráfico). Gráfico de elaboración propia

FIG.54: Resultado: *Promedio general de utilidad por metodologías* (gráfico). Gráfico de elaboración propia

FIG.55: Resultado: *Promedio general hábitos, motivación y utilidad* (gráfico). Gráfico de elaboración propia

Índice de imágenes, tablas y gráficos

3. Análisis de contenidos de los programas de los estudios superiores de diseño gráfico en España

FIG.1: *Universidades que imparten el grado en diseño* (tabla). Gráfico de elaboración propia a partir de datos extraídos de: RUCT [on line]. Disponible en: www.educacion.gob.es/ruct/ [Consulta: 11/09/2015]

FIG.2: *Tabla de la Universidad de Barcelona* (tabla). Gráfico de elaboración propia a partir de datos extraídos de la RUCT, op.cit. y de UNIVERSIDAD DE BARCELONA [on line] Disponible en: www.ub.edu/grad/infes/fitxaInfe.jsp [Consulta: 12/11/2014]

FIG.3: *Tabla de la Universidad Autónoma de Barcelona: Eina* (tabla). Tabla de elaboración propia a partir de datos extraídos de la RUCT, op.cit. y de EINA [on line] Disponible en: <http://eina.cat/ca/grau-de-disseny/pla-d-estudis/itineraris> [Consulta: 12/11/2014]

FIG.4: *Tabla de la Universidad de Vic: Bau* (tabla). Tabla de elaboración propia a partir de datos extraídos de la RUCT, op.cit. y de BAU [on line] Disponible en: <http://www.baued.es/es/estudios/grado-en-diseno> [Consulta: 12/11/2014]

FIG.5: *Tabla de la Universidad de Pompeu Fabra: Elisava* (tabla). Tabla de elaboración propia a partir de datos extraídos de la RUCT, op.cit. y de ELISAVA [on line] Disponible en: www.elisava.net [Consulta: 12/11/2014]

FIG.6: *Tabla de la Universidad Ramon Llull: Esdi* (tabla). Tabla de elaboración propia a partir de datos extraídos de la RUCT, op.cit. y de ESDI [on line] Disponible en: <http://www.esdi.url.edu/es> [Consulta: 12/11/2014]

FIG.7: *Tabla de la Universidad del País Vasco* (tabla). Tabla de elaboración propia a partir de datos extraídos de la RUCT, op.cit. y de UPV [on line] Disponible en: www.ehu.es [Consulta: 12/11/2014]

FIG.8: *Tabla de la Universidad Complutense de Madrid* (tabla). Tabla de elaboración propia a partir de datos extraídos de la RUCT, op.cit. y de UCM [on line] Disponible en: www.ub.edu/grad/infes/fitxaInfe.jsp [Consulta: 12/11/2014]

FIG.9: *Tabla de la Universidad Europea de Madrid* (tabla). Tabla de elaboración propia a partir de datos extraídos de la RUCT, op.cit. y de UEM [on line] Disponible en: madrid.universidadeuropea.es/estudios-universitarios/grado-en-diseno-mencion-grafico [Consulta: 12/11/2014]

FIG.10: *Tabla de la Universidad Francisco de Vitoria* (tabla). Tabla de elaboración propia a partir de datos extraídos de la RUCT, op.cit. y de UFV [on line] Disponible en: www.ufv.es/grado-en-diseno [Consulta: 12/11/2014]

Índice de imágenes, tablas y gráficos

FIG.11: *Tabla de la Universidad Rey Don Juan Carlos* (tabla). Tabla de elaboración propia a partir de datos extraídos de la RUCT, op.cit. y de URDJ [on line] Disponible en: <http://miportal.urjc.es/guiasdocentes/> [Consulta: 12/11/2014]

FIG.12: *Tabla de la Universidad de La Laguna* (tabla). Tabla de elaboración propia a partir de datos extraídos de la RUCT, op.cit. y de ULL [on line] Disponible en: http://www.ull.es/view/centros/bbaa/Guias_Docentes/es [Consulta: 12/11/2014]

FIG.13: *Tabla de las Asignaturas de humanidades* (tabla). Tabla de elaboración propia

FIG.14: *Aproximación a los créditos de de las asignaturas de humanidades en los estudios de grado de diseño* (gráfica). Gráfica de elaboración propia

FIG.15: *Relación de contenidos de las asignaturas de humanidades en el grado de diseño* (gráfica). Gráfica de elaboración propia

FIG.16: *Asignaturas de humanidades que tratan materias de historia del arte y o diseño* (gráfica). Gráfica de elaboración propia

FIG.17: *Asignaturas de humanidades que incluyen temas de arte* (gráfica). Gráfica de elaboración propia

FIG.18: *Tabla de las asignaturas de historia* (tabla). Tabla de elaboración propia realizada a partir de las asignaturas cuyos programas pueden encontrarse en: Anexos>Programas didácticos

FIG.19: *Aproximación a la distribución de los contenidos arte y diseño en las asignaturas de historia* (gráfica). Gráfica de elaboración propia

FIG.20: *Distribución de los contenidos arte y diseño en las asignaturas de historia* (gráfica). Gráfica de elaboración propia

FIG.21: *Fragmentación de los discursos de arte y diseño* (gráfica). Gráfica de elaboración propia

FIG.22: *Fragmentación de los discursos de arte y diseño II* (gráfica). Gráfica de elaboración propia

7. Anexos

Índice de anexos

CD.1: Anexos

1. Programas_didácticos

· 2014/2015:

BAU_Asignaturas_diseño/arte

Eina_Asignaturas_diseño/arte

Elisava_Asignaturas_diseño/arte

Esdi_Asignaturas_diseño/arte

UB_Asignaturas_diseño/arte

UCM_Asignaturas_diseño/arte

UE_Asignaturas_diseño/arte

UFV_Asignaturas_diseño/arte

ULL_Asignaturas_diseño/arte

UPV_Asignaturas_diseño/arte

URJC_Asignaturas_diseño/arte

· 2015/2016

Fichas_Massana_Valencia_Larioja

Planes de estudios

2. Resultados_Cuestionario

· 1.Tabla_resultados

· 2. Tabla_respuestas

· 3.Tabla_centros

· 4.Datos_visuales_Surveymonkey



Esta Tesis Doctoral ha sido defendida el día ____ d _____ de 201__

En el Centro _____

de la Universidad Ramon Llull, ante el Tribunal formado por los Doctores y Doctoras
abajo firmantes, habiendo obtenido la calificación:

Presidente/a

Vocal

Vocal *

Vocal *

Secretario/a

Doctorando/a

(*): Sólo en el caso de tener un tribunal de 5 miembros