



Daniela V. Di Bella¹

Reflexiones sobre Diseño, Arte y Tecnología*

Reflections on Design, Art and Technology

DOSSIÊ

Resumen

Este texto presenta de manera sintética una serie de reflexiones acerca de la relación dialógica que se manifiesta en las décadas recientes entre el Diseño, el Arte y la Tecnología, entendidos como territorios de acción, frente a la relación de dependencia-independencia de tipo pendular propia del arte y el diseño. La modificación operada por la revolución digital es uno de los determinantes del posible corrimiento de los límites disciplinares, además de ser contexto y parte de la emergencia de un nuevo paradigma cultural, fértil para el desarrollo de un nuevo espacio de experimentación conceptual y prácticas intermediales.

Palabras clave

Arte. Diseño. Medias de la comunicación. Sociedad postradicional. Cambio sociocultural.

1 - Universidad de Palermo, UP.
Buenos Aires, Argentina
ORCID: 0000-0003-0923-8755

2 - La primera versión de este escrito se denominó Territorios de aproximación entre Diseño, Tecnología y Arte fue publicado en Actas de Diseño N°10 (Págs. 80-83), y en Reflexión Académica en Diseño y Comunicación N°XVI (Págs. 124-127), ambas publicaciones del año 2011 y editadas por la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina. Fueron parte de presentaciones y reflexiones originadas a partir del trabajo de investigación de tesis de Maestría en Gestión del Diseño del año 2007, desarrollado por quien escribe, y que trató sobre el desarrollo de una currícula para una Carrera de Arte Tecnomedial en Argentina. Fue actualizado para su inclusión en la Revista Porto Arte

Abstract

This text presents in a synthetic way a series of reflections about the relationship manifested in the recent decades between Design, Art and Technology, understood as territories of action, as opposed to the typical dependency-independence relationship of art and design. The modification operated by the digital revolution is one of the determinants of the possible shift of disciplinary boundaries, as well as to be the context and part of the emergence of a new cultural paradigm, very productive for the development of a new space of conceptual experimentation, and intermedial practices.

Keywords

Art. Design. Mass Medias. Pos-traditional society. Socio-cultural change.

*Texto recibido em 15/07/2019

*Texto publicado em 30/07/2019

(...) Es el signo de los tiempos de la historia del arte que el concepto de arte no imponga restricciones internas en cuanto a qué cosa son las obras de arte, así que ahora no es posible decidir si algo es una obra de arte o no. (...) Lo que no implica que la cuestión de si algo es una obra de arte sea arbitraria: sucede, simplemente que los criterios tradicionales han dejado de tener validez(...) (DANTO, 2005, p. 53)

INTRODUCCIÓN

Este escrito comenzó a delinearse como parte de las indagaciones del trabajo de investigación, que quién escribe, presentó en 2007 para su tesis de Maestría en Gestión del Diseño, en la que se propuso el desarrollo curricular de una Carrera en Arte Tecnomedial (o tecnomediado) para Argentina (DI BELLA, 2008, p. 40-75; 2010, p. 67-77).

Se presenta una breve descripción acerca de un territorio de superposición conceptual y de corrimiento de las limitantes disciplinares de tres áreas o campos de prácticas, cada una de ellas inserta en un universo social específico como son el Arte, el Diseño y la Tecnología, que vienen generando entre sí una relación de tensión creativa y pulsión experimental (DI BELLA(a), 2011, p. 80-83; (b) 2011, p. 124-127).

Esta afirmación se sostiene a partir de la noción de *campo social* y *habitus* de Pierre Bourdieu ya que estos conceptos están ligados a los ámbitos de producción y consumo de bienes simbólicos, así también a la noción de reproducción social donde el cuerpo asume un lugar protagónico (REYES, 2009). Según Bourdieu cada hacer del hombre tiene un campo de acción determinado dentro de la actividad social (en este caso podríamos hablar del campo del arte, del diseño, y de la tecnología), en el que los individuos o agentes participantes de cada campo, definen las reglas de juego de ese campo específico y juegan entre ellos un juego competitivo por la adquisición de beneficios, poder y dominación. En el campo, la aplicación de las reglas de juego definirán las actividades que los agentes desarrollen dentro de él, constituyendo un *habitus*, y-lo que está en juego-el interés o *illusio*, garantizará el funcionamiento del campo. Aquellos que mejor jueguen ese juego detentarán el *habitus* dominante por sobre el resto de los participantes, donde el reconocimiento de la mayoría hacia los procedimientos del sector dominante y los bienes adquiridos en su competencia, definirán el capital simbólico,

que brindará los mecanismos de validez y legitimación de los *haceres* dentro del campo (BOURDIEU, 1998 y 2010).

Es posible que la modificación operada por la revolución digital junto a otras de gestación histórica propia de cada campo, sea uno de los determinantes del posible corrimiento de los límites disciplinares. Las consecuencias de la irrupción de las medias digitales, es en gran medida, contexto y parte de la emergencia de un nuevo paradigma cultural, fértil para el desarrollo de un nuevo espacio de experimentación conceptual y prácticas intermediales (DI BELLA, 2006, p. 35-40).

REFLEXIONES DE ARTE-DISEÑO

(...) esa combinación de sensaciones que es la obra de arte (o la obra en el arte) no debe confundirse así con su soporte material (como ocurre con las ideas "minimalistas" del medio) ni con las técnicas (como ocurre con la idea informática del medio). Es una cosa peculiar que precede a los soportes físicos y medios tecnológicos sin los cuales, empero, no existiría, y que puede incluso sobrevivirlos (...) (DELEUZE en RACHMAN, 2004, p. 130)

Anna Calvera hacia 2005 estudió la relación Diseño-Arte y analizó la existencia de territorios *frontera* en los que los diseñadores y artistas se posicionan lejos de las divergencias históricas para innovar y experimentar

(...) vale la pena poner de relieve que, en el uso de los nuevos medios, arte y diseño encuentran muchos puntos de unión (...) pensar el tipo de relación por la 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 del término (CALVERA, 2005, p. 13-15).

El lugar del Diseño y el desarrollo de su campo social, admitió desde su nacimiento hasta la actualidad una relación de pendularidad entre el arte y la industria, algunos lo atribuyen a cierta filiación del diseño respecto del arte, una relación de paternidad sostenida incluso desde el nombre de *arte aplicado* atribuido a las prácticas. Calvera admitió la superposición del ejercicio entre el arte contemporáneo y el diseño, y estableció tres estados de situación relacionados

con la variable generacional en el ejercicio profesional de diferentes grupos de diseñadores: (a) aquellos de las décadas del 1950-60, época fundacional del diseño, obligados a desplazar la valoración artística del diseño, unirlo a la industria y los procesos industriales y constituirlo en una profesión independiente; (b) aquellos del '70 y '80 que pertenecen a una generación intermedia, con una visión más inclusiva hacia los haceres que guardan relación histórica con el arte como la moda, la decoración, el artesanado, entre otras; y (c) aquellos más jóvenes, desde los '90, que tienen una relación de cambio casi irreverente o amnésica donde el arte se ha convertido en un vehículo espontáneo de demostración visual de sus trabajos. Para esta generación el arte capitaliza los procedimientos del diseño, y el diseño se vale de los discursos del arte, los dos campos han ampliado sus conceptos y áreas de acción, asunto que se potenció con la incorporación y avances de la tecnología digital y los medios de comunicación de los últimos 20 años (CALVERA, 2005, p. 25).

Siendo que la electrónica y la tecnología digital han cruzado en estas últimas décadas todos los campos del conocimiento, los recursos del soporte se vienen utilizando como modelizadores visuales, expresivos y proyectuales en disciplinas de la comunicación, el diseño y el arte, herramientas que han reemplazado en gran medida el trabajo artesanal del dibujo, la maquetización y la proyectación. Como parte de algunas de las iniciativas estéticas, muchos artistas trasladan atributos de la topología expresiva, lenguaje específico, y territorialidad del discurso conceptual del diseño, al ámbito de la obra de arte, e intencionalmente en estas traslaciones, operan descontextualizando, resignificando y vaciando de sentido, en un acto que genera arte a partir de la creación de nuevos sistemas y acciones surgidos de la transposición de significantes, la ambigüedad y la vulneración. Del mismo modo se asiste a un estado del diseño, donde un objeto diseñado y bajo los requerimientos de la seriedad de la industria, puede en virtud de ciertas cualidades semióticas, rebasar los propios límites del diseño y su función para convertirse en un objeto de arte, asunto legitimado por las instituciones del arte, que exhiben en sus salones, objetos de diseño, posiblemente como parte del discurso que sostiene que el diseño ha venido a democratizar una cuota de belleza comprensible y ha creado junto con la industria la necesidad de la "*estetización de la vida cotidiana*" (CALVERA, 2005, p. 13-25).

El símbolo relega el uso práctico y algunas de estas cosas devienen objetos de culto. Phillipe Starck, Ettore Sottsass, Javier Mariscal, Roberto Venturi y Shito Kuramata, por ejemplo, forman parte de la elite de diseñadores, que en los últimos años, han penetrado con su obra en un mercado cada vez más receptivo y que adquiere sus productos más por el placer lúdico y la carga estética que por otra cosa, aceptando

sin réplica el alto coste que implica su compra... (SALINAS EN CALVERA, 2005, p. 114)

En cierta medida se sugiere o se instaura la equivalencia del objeto de diseño (y su *belleza*, surgida de las valoraciones legitimadas por la industria y el mercado) con el concepto romántico de obra de arte, siendo que el arte, para algunos, desde su incursión en la abstracción y el arte conceptual, se ha vuelto hermético y ha perdido su vínculo con la comprensión de las masas.

Durante el movimiento moderno se definía a la función y a la utilidad (sinónimo de eficacia y pragmatismo de lo bien diseñado o *good design*), como una de las líneas divisorias entre el arte y el diseño; y a la obra de arte, en virtud de los principios románticos, como única, original, irreproducible y fuera de los parámetros seriales de la industria y el mercado masivo. En la actualidad y como parte de los conceptos explicados por Walter Benjamín a comienzos del siglo XX (BENJAMIN, 1936) y reforzados por el estado actual de la cultura, la obra de arte es parte de los circuitos de reproducibilidad y del mercado de bienes culturales, por lo tanto “*ha perdido su aura de objeto sagrado, ha perdido su autenticidad*” (BAUDRILLARD, 1998, p. 58), no es única, ni atesorable, no necesita ser una obra original, y puede recurrir al diseño y a las medias digitales para desarrollar su concepto, significado, merchandising, ser accesible, recirculable y multimediática.

Por entonces, Nicolas Bourriaud preguntaba si la razón que sostenía los malentendidos que rodeaban al arte contemporáneo, sus desafíos reales y su relación con la cultura, la sociedad y la historia no era una ausencia de un discurso teórico de arte (BOURRIAUD, 2008, p. 5), asunto significativo también para el Diseño, cuando la ausencia de discurso teórico ha sido uno de los principales argumentos de los diseñadores frente a los dilemas de la disciplina. Puede decirse entonces que la pendularidad diseño-arte no es solo un tema de filialidad histórica, sino también de corrimiento de los supuestos que definían al arte en relación con la belleza y las reglas del gusto, asunto que debilitó la postura tradicional que asociaba la eficacia del arte con el placer estético y visual. Bajo esta visión, la valoración estética de la belleza era un bien sagrado, y de la mano del diseño se volvió terrenal, disponible y accesible, generando un proceso de estetización de las costumbres. Por esta razón Gianni Vattimo, afirma que “*es más interesante ver un audiovisual o un spot publicitario que ir a una galería de arte*” (VATTIMO, 1985) asunto que atestigua que la historia y la cultura asignaron al arte –como única manifestación– una evidente función estética que se fue diluyendo.

Los circuitos de producción y consumo, actualmente hiperconsumo, han visto y ven en la belleza un argumento poderoso de venta, asunto que ha igualado al arte y al diseño en sus motivos y reglas de funcionamiento de campo. Es curioso

revisar que hacia 1950 el *slogan* con el que se formaba a los diseñadores industriales repetía como una letanía “*lo feo no vende*” (*leimotiv que perdura hasta hoy*), mientras que hace alrededor de 15 años el campo del arte cuya relación con la belleza ha llevado siglos, y que desde la abstracción poco le preocupan los asuntos que otorgan valor de arte a la belleza, revisó entre sus críticos la posibilidad de un retorno a lo bello a partir de una declaración que afirmó que “*la belleza vende*” (HICKEY, 1993). Estas ideas generaron revuelo y multitud de opiniones y contraopiniones en el seno del campo social, siendo que la belleza ha sido un concepto un tanto estigmatizado por teóricos, críticos y artistas, aunque sigue sin negarse ni perderse de manera definitiva, y está abierto a la demanda de artistas que quizás estén interesados en utilizarlo de manera tradicional o de manera política.

EL ADVENIMIENTO DE UNA TECNOLOGIA DISRUPTIVA

Por otra parte en el plano de la tecnología desde la incursión masiva de la tecnología digital, la redes e Internet, sucedida alrededor de las décadas del ´80 y ´90, se viene oficiando un cambio de paradigma en la definición del hombre en sociedad. La tecnología digital, y los objetos o dispositivos que de ella derivan (terminales, computadoras, celulares, redes, sistemas, servicios, Internet, etc.) son parte de los “instrumentos culturales” que vienen cambiando el modo de vivir en sociedad, interactuar entre pares, construir el conocimiento, acceder a la información, relacionarse, aprender y crear. Atributos como la instantaneidad, la velocidad, la disponibilidad del dispositivo digital y sus servicios han alterado la noción aprendida de tiempo y espacio, de frontera y ubicuidad, donde los individuos se nuclean en comunidades online vinculadas a un gran cuerpo virtual o electrónico que delinea la subcultura de los incluidos (DI BELLA: 2008, p. 42-46).

Occidente posee una larga historia de estudio de la percepción sustentada en la teoría óptica de la visión. Fueron determinantes la tradición médica (Hipócrates y Galeno. Estudios anatómicos y fisiológicos), la física (Platón y Aristóteles / ciencias naturales, epistemología y psicología) y la matemática (Euclides y Ptolomeo / geometría que deriva la construcción perspectívica del espacio en el renacimiento). Hacia el renacimiento y siguiendo el pensamiento aristotélico, se otorgó a la visión material una relación con la construcción del conocimiento, ya que la vista permitía el acceso directo a las cosas que nos rodean y con las imágenes del pensamiento (BENÉITEZ PRUDENCIO, 2011, p. 139-152). Desde la perspectiva abierta por los *media* digitales, se ha investigado y se investiga de manera central la vinculación entre las percepciones y la

forma de recepción, sobre todo en las acciones en las que interviene la realidad virtual, asunto que otorga una preeminencia al uso del cuerpo, que desplaza las concepciones visuales tradicionales, y que integra la percepción visual con lo táctil, la sinestesia y las dimensiones propioceptivas en la comprensión mediada de los objetos (DI BELLA, 2017, p. 137-152). Muchas de estas investigaciones acerca del acoplamiento de los sentidos relacionadas con lo digital, están vinculadas al estudio del cine y la imagen en movimiento, la influencia de la psicología de la percepción, la teoría literaria, la cultura y la crítica de arte de *media* (FISCHER, 1997).

De este modo el Homo Communicans (SFEZ, 2001, p. 36) emerge en medio de los conceptos (a) de interface (GUI o interface gráfica del usuario) (RÖSSLER en WEIBEL, 2005, p. 218 y ss), (b) de cuerpo apendicularizado integrado a un cuerpo mayor, cibernético o electrónico cuya naturaleza no le pertenece (TOYO ITO, 2007 en DI BELLA, 2008, p. 43), (c) de ampliación perceptual y sensorial cuya imagen ya no es bidimensional sino inmersiva, háptica y compleja (BRUNO, 2002 en DI BELLA, 2018, p. 108-109), (d) de sistema endofísico donde existe indistinción de los límites entre observador y suceso, y de las relaciones internas entre espacio, espectadores y relato (WEIBEL, 2005, p. 220), entre otras que superan con su instantaneidad siglos del imperio de la visión (BENÉITEZ PRUDENCIO, 2011 en DI BELLA, 2018, p. 107).

Del mismo modo como parte del desarrollo de la teoría de la información y de sistemas que se une a la evolución de las ciencias, cada vez, resulta más necesario acceder a conocimientos específicos. De acuerdo al concepto organizacional de la red de internet en nodos y líneas (*que unen los nodos en cadenas de sentido*), se accede a un conocimiento compartimentado o hecho de fragmentos, estructurado de modo arborescente que según Edgar Morin sería parte de un estado existencial complejo, que deviene en “pensamiento complejo”. Este tipo de pensamiento necesita de la integración de conocimientos y de la construcción imperiosa de la relación de las partes con el todo para poder acceder al conocimiento global, para eso es necesario recurrir a la interdisciplina, la transdisciplina y la colaboración interpersonal para obtener distintas miradas sobre un mismo asunto, y así poder resolver

(...) la tensión permanente entre la aspiración a un saber no parcelado, no dividido, no reduccionista, y el reconocimiento de lo inacabado e incompleto de todo conocimiento(...) (MORIN, 2010)

UN TIPO DE CREACIÓN EXPERIMENTAL Y AMPLIFICADA

Las *medias* de la comunicación en sus orígenes analógicas y actualmente digitales-electrónicas han sido utilizadas como soporte y material expresivo y de ejecución del arte, en lo que conocemos como *Media Art*, u obras de arte y *media*. El *Media Art* es considerado un término genérico para abarcar o describir al arte que está relacionado, o creado con tecnología inventada o disponible desde mediados del SXX, y estaría incluyendo al *netart*, el arte digital, el *audioart*, el videoarte, la instalación, el arte generativo, el arte interactivo, el arte con robots, el *hacktivismo*, la performance electrónica, y todo tipo de manifestación expresiva en la que confluyan las *medias* con conceptos de arte.

En el *Media Art* de las épocas fundacionales (futurismo, constructivismo, dadaísmo, etc.) el uso de la tecnología disponible: radio, cine, fotografía y elementos derivados de las máquinas: ruidos y movimiento, fueron utilizados de modo experimental y con la idea de que en sí mismas eran formas potenciales de arte. Hacia la segunda mitad del siglo XX, y más precisamente luego de 1960 con el arte conceptual, el minimalismo y el expresionismo abstracto, la posición conceptual de los artistas cambia de modo radical hacia una postura *antimedia* (*que persiste hasta hoy en muchos artistas de media art*) debido a una actitud de desencanto o desazón frente al poder masivo que habían adquirido el uso de los *media* según los fines y objetivos del sistema socio-político. En esta etapa las nuevas *media* incorporadas son el video, las proyecciones y la TV junto con la experimentación con los nuevos materiales industriales (DANIELS, 2007 en DI BELLA, 2008, p. 40-75).

La estética experimental y de vanguardia artística es y ha sido uno de los aspectos más exigentes y estimulantes de los estudios históricos y actuales acerca de la imagen en movimiento y medios de comunicación. Las razones se vinculan posiblemente con los usos expresivos que la contemporaneidad viene plasmando en sus realizaciones que desafían y desarticulan las nociones de la subjetividad, la expectación y el uso del soporte o *media*, lo que deriva en un tipo de creación amplificada, que comparte miradas y cruces con otras disciplinas, como el arte, el diseño, la filosofía, la cultura, la sociología y la psicología entre otras. Jon Krasner enfatiza la dimensión protagónica que ha tenido la variable *tiempo*, como fuente de experimentación, impacto y expresión artística de las realizaciones desde fines de 1970, debido a la relación que se estableció entre la evolución del diseño

gráfico y la tecnología digital. Puntualiza que esta pasó de ser una disciplina bidimensional a otra que incorpora los *media* de la comunicación en todas sus vertientes: película, animación, sonido, interactividad y diseño ambiental, dentro de un contexto que fusiona TV, internet y entornos inmersivos. Destaca que los *media* digitales han efectuado un abrupto salto cualitativo, dejando en *default* a la "era de la información" para pasar a la "era de la comunicación", capitalizada por las exigencias de los mercados y la industria del entretenimiento. Los aspectos de la imagen en movimiento tienen hoy en el *Motion Graphics* o *Motion Design* la fusión de la exploración de todos los campos de lo audiovisual, diseño, comunicación, interacción, significación y arte (KRASNER, 2008, p. 1-27).

Con la lógica que instala Duchamp, todas las actividades relacionadas con el arte y la expresividad, de una u otra forma quedan teñidas por su *gesto antiarte* dando paso al experimento como materia inductora y creativa. En síntesis con los medios digitales se abre la posibilidad interactivo gestual y el tratamiento de la obra como una categoría de la información, que puede entenderse como un *dispositivo* dispuesto a generar y/o desplegar una instancia del arte, una instalación, intervención o simulacro lúdico, mediático e interactivo, situación que ha cambiado el concepto de la obra y su registro fenomenológico, la expande al universo de la transmisión y circulación masiva, y la extiende hacia el campo de la experimentación y la multiplicidad (DI BELLA, 2008, p. 40-45). Esta articulación de varios sistemas de producción que exploran nuevas relaciones del espacio/tiempo ficcional, narrativo y/o abstracto generan una experiencia que amplifica el rango perceptual hacia la sensorialidad, en una investigación de los límites de la imagen (DI BELLA, 2018, p. 106).

Si se sigue abordando la definición del arte a partir de la representación, podríamos decir que en las obras de arte contemporáneo, aún persisten las formas derivadas de la abstracción, el arte conceptual, el minimalismo, el dadaísmo y el grupo fluxus. Algunas de las características generales de estas obras, son la caída en la arbitrariedad, excesiva intelectualización del arte, los artistas y las obras, superposición de lenguajes, combinación de medios expresivos y de producción, pensamiento espacial, perceptual y sensorial, valoración e incorporación del cuerpo y la corporalidad, desmontaje de la contemplación de la obra, indistinción de las fronteras entre el espectador y el acontecimiento, elaboración colectiva de sentido, manejo del tiempo y el espacio, cuestionamiento del marco institucional de validación y debilitamiento de la noción de autoría, obras colectivas, intermedialidad, arte ligado al evento y a la interacción, entre otras (DI BELLA, 2008, p. 40).

Al respecto Bourriaud sostiene que

la actividad artística constituye un juego donde las formas, las modalidades y las funciones evolucionan según las épocas y los contextos sociales, y no tiene una esencia inmutable (BOURRIAUD, 2008)

por lo tanto las características de estas obras ya no remiten a las formas originales o a los movimientos clasificados por el arte, sino más bien, a nuevas manifestaciones del arte, vinculadas con un arte relacional, que toma como base las interacciones humanas, su contexto y la experimentación social (BOURRIAUD, 2008, p. 9-13) o que interviene sobre elementos ya procesados o formas ya producidas, es decir se inscribe en una red de signos y significaciones ya existentes, *apoderándose de los códigos de la cultura*, gestándolas en un proceso de posproducción (BOURRIAUD, 2009, p. 7-17).

Continuando con la visión *antimedia* ya explicada por Daniels, es relacional porque considera un acto revolucionario generar acciones de arte que se instalen dentro de la experimentación social, creando universos posibles, desarrollando un proyecto político que problematiza la realidad, celebrando lo que se llamaría la utopía de la proximidad por fuera de la presente exacerbación de la sociedad del espectáculo (DEBORD, 2012; BOURRIAUD, 2008, p. 8-17). Es post-producida, porque los *escenarios se vuelven formas* (BOURRIAUD, 2009) para ser reprogramadas, utilizadas como repertorio, habitadas en su historicidad y su narrativa, recodificadas, denunciadas y/o vaciadas.

En definitiva, se trata de atravesar la acción de los actuales medios de comunicación y todo aquello que de ellos deriven como determinantes del *estilo de vida contemporáneo*, como la publicidad, las modas, las tendencias, los estilos, el diseño, el mundo de las marcas, el lenguaje social, los estereotipos sociales, las reglas del gusto, la sociedad de consumo, el ideal de belleza, la construcción social del cuerpo, entre muchos otros posibles apartados.

ARTE-DISEÑO Y POLÍTICA

Según Michel Maffesoli, la cultura contemporánea está signada por la presencia de Dionisio (Baco), el más oriental de los dioses griegos, que signa el retorno a la naturaleza inicial o de origen (la madre tierra) representativa de

atributos de terrenalidad, sensorialidad, percepción y tribalidad, reflejo de la disolución de la identidad y su fusión en la tribu, la construcción de una identidad colectiva que se pierde dentro del cuerpo social que denomina *viscosidad social*. Este estado se traduce en cierto tipo de éxtasis social que se identifica por un excesivo culto al cuerpo, actitud hedonista, atención a la teatralidad obsesiva de los hechos de la vida, importancia suprema de la moda, adjudicación de un valor predominante a la juventud, mixturización de los modos de creación y producción de la imagen, costumbres y tendencias, un período espiritual de relativización de los supuestos (MAFFESOLI, 2001, p. 165-192). Bauman la define como sociedad líquida, en la que dentro de su volubilidad e incertidumbre, existen dos variables que seguirán su curso de progresión inevitable, relacionadas con el agotamiento de los recursos naturales y el estado de hiperconexión global (BAUMAN, 2003). El agotamiento y sensación del posible colapso del planeta se vincularía con

(...)que en los últimos cincuenta años el estado de la Tierra se haya deteriorado con una rapidez y una espectacularidad jamás conocidas anteriormente (El Correo de la Unesco, Abril-Junio 2018: 3)

situación que algunos definen por Antropoceno o etapa que relaciona este brutal deterioro con las actividades desarrolladas por el hombre de los últimos 200 años. La hiperconexión conduciría a un estado de relaciones hipermediatizadas en todas las capas de la sociedad, que para interactuar y existir, obligan a ingresar dentro de la red, asunto que pone en crisis el concepto de identidad individual y colectiva. En este contexto, los dispositivos y pantallas han hecho surgir de modo definitivo a la "imagen" como la protagonista ineludible de la representación de la vida, pasando de reproducción y difusión a producción, simulacro e hiperrealidad (BAUDRILLARD, 1993), superando ampliamente la connotación negativa de la lógica de las apariencias (CALVERA, 2005, p.13-25). En este contexto la figura del cuerpo viene asumiendo un espacio protagónico y de reconceptualización que reescribe una iconografía y estética particular en torno a las ideas de la imagen-mercancía (BAUDRILLARD, 1993), que impacta sobre las distintas variables de lo social, ficcional, performático y fashionable, que se traducen dentro de la construcción de la identidad y la cultura.

En tanto Manzini y Jegou definen que con las ideas de un sistema limitado de recursos naturales y la amenaza permanente de colapso medioambiental, se ha puesto en crisis el modo de organización de la sociedad actual. La economía y el bienestar se miden en términos de crecimiento material donde nada puede

crecer para siempre, por lo tanto proponen la necesidad de migrar hacia una sociedad regenerativa, capaz de desarrollarse y que al mismo tiempo reduzca y restaure la calidad del entorno, donde las empresas y las organizaciones se conviertan en agentes de sostenibilidad ecológica, social y económica. De estas afirmaciones deviene la necesidad de un cambio entendido como un proceso de aprendizaje social o transición hacia la sostenibilidad que debería iniciarse ya mismo, donde habría que repensar y reorientar nuestros *estilos de vida*, hacia nuevas ideas de bienestar y formas de vida que modifiquen los contextos de las grandes urbes, y donde converjan las ideas económicas con las ecológicas (MANZINI y JEGOU, 2003, p. 29-30 en DI BELLA, 2019, p. 76-77). En esta instancia los campos del arte y el diseño son llamados a reflexionar acerca de sus prácticas y revisar sus objetivos, para alinearse con una posición *ecosófica*, es decir participar de la invitación abierta a todas las prácticas culturales para intervenir en una articulación ético-estético-política para la construcción de una nueva subjetividad (GUATTARI: 2000, p. 1-79) cuya mirada y objetivos busquen reconectar los tres dominios –mental-social-ambiental- de la modificación del mundo.

REFERENCIAS

- BAUDRILLARD, Jean. *Cultura y simulacro*. Barcelona: Editorial Kairós. 1993.
- BAUDRILLARD, Jean. *La ilusión y desilusión estéticas*. Monte Avila Editores Latinoamericana. Sala Mendoza. Venezuela. 1998.
- BAUMAN, Zygmunt. *Modernidad líquida*. México: Fondo de Cultura Económica. 2003.
- BENÉITEZ, Prudencio, JJ. Teorías de la percepción visual y aristotelismo entre los siglos XV y XVII: una aproximación. Albacete: Facultad de Educación. En *Ensayos* N°26, 2011. Disponible en: <http://www.uclm.es/ab/educacion/ensayos>.
- BENJAMIN, Walter. *La obra de arte en la época de su reproducibilidad técnica*. Madrid: Editorial Taurus. 1936. Disponible en: https://www.ucm.es/data/cont/docs/241-2015-06-06-Textos%20Pardo_Benjamin_La%20obra%20de%20arte.pdf
- BOURDIEU, Pierre. *El sentido social del gusto. Elementos para una sociología de la cultura*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores, Biblioteca clásica del siglo XXI. 2010.
- BOURDIEU, Pierre. *La Distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Taurus Ediciones, Madrid. 1998.
- BOURRIAUD, Nicolas. *Estética relacional*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo Editora. 2008.
- BOURRIAUD, Nicolás. *Postproducción. La cultura como escenario: modos en que el arte reprograma el mundo contemporáneo*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo Editora. 2009.

- BRUNO, Giuliana. *An Archive of Emotion Pictures*. New York: Verso, 2002. En *Atlas of Emotion: Journeys in Art, Architecture, and Film*.
- CALVERA, Anna. *Arte¿?Diseño*. Nuevos capítulos de una polémica que viene de lejos. Barcelona. Gustavo Gili. 2005.
- DANIELS, Dieter. *Forerunners of media art in the first half of the twentieth century*. Overview of Media Art. ZKM. Alemania. 2007. Disponible en: http://www.medienkunstnetz.de/themes/overview_of_media_art/forerunners
- DANTO, Arthur C. *El abuso de la belleza*. Buenos Aires. Paidós Estética 37. 2005.
- DEBORD, Guy. *La sociedad del espectáculo*. Buenos Aires: La marca Editora. Biblioteca de la mirada. 2012.
- DI BELLA, Daniela V. (a). Territorios de aproximación entre diseño, tecnología y arte. En: *Actas de Diseño N°10*. V Encuentro Latinoamericano de Diseño "Diseño en Palermo" Primer Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño. p. 80-83 Buenos Aires: Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. 2011. Disponible en: https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_libro=271&id_articulo=6540
- DI BELLA, Daniela V. (b). Territorios de aproximación entre diseño, tecnología y arte. En: *Reflexión Académica en Diseño y Comunicación N°XVI Vol 16*. p. 124-127. Buenos Aires: Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. 2011. Disponible en: https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_libro=270&id_articulo=6502
- DI BELLA, Daniela V. *Arte Tecnomedial: Programa curricular. Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación*, 25, p. 40-75. Buenos Aires: Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. 2008. Disponible en: https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_libro=112&id_articulo=5080
- DI BELLA, Daniela V. Aspectos inquietantes de la era de la subjetividad: lo deseable y lo posible. En: *Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación N°43: Acerca de la subjetividad contemporánea: evidencias y reflexiones*. p. 127-139. Buenos Aires: Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. 2013. Disponible en: https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_libro=407&id_articulo=8658
- DI BELLA, Daniela V. Contenidos programáticos para una carrera de arte tecnomedial en Argentina. *Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación N°31*, p. 67-77. Buenos Aires: Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. 2010. Disponible en: https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_libro=123&id_articulo=1053
- DI BELLA, Daniela V. El cuerpo como territorio. En: *Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación N° 64: Los procesos emergentes en la enseñanza y la práctica del diseño*. p. 137-152. Buenos Aires: Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. 2017. Disponible en: https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_libro=627&id_articulo=13074
- DI BELLA, Daniela V. El tercer dominio. En: *Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación N°20*. p. 35-40. Buenos Aires: Centro de Estudios en Diseño y Comunicación.

- Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. 2006. Disponible en:
https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_libro=107&id_articulo=5028
- DI BELLA, Daniela V. Ex Obra, la rematerialización de la imagen en movimiento. En: *Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación N° 66: Componentes del diseño audiovisual experimental*. p. 95-111. Buenos Aires: Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. 2018. Disponible en: https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_libro=661&id_articulo=13870
- DI BELLA, Daniela V. Visionarios del Diseño. *Visiones del Diseño, Diseñadores Eco-Sociales*. 3° Proyecto de la Línea de Investigación N°4 Diseño en Perspectiva (Universidad Carnegie Mellon-Universidad de Palermo). p. 55-104. Buenos Aires: Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. 2019. Disponible en: https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_libro=774&id_articulo=16155
- FISHER, J. Relational sense: toward a haptic aesthetics. *Parachute* 87:4-11. 1997. Disponible en: <http://www.david-howes.com/senses/Fisher.htm>
- GUATTARI, Félix. *Las tres ecologías*. Valencia, España: Editorial PreTextos. 1993
- HICKEY, Dave. *The Invisible Dragon: Essays on Beauty, Revised and Expanded*. EEUU: University of Chicago Press. 2012.
- KRASNER, J. *Motion Graphic Design. Applied History and Aesthetics*. EEUU: Elsevier. 2008
- MAFESSOLI, Michele. *El instante eterno. El retorno de lo trágico en las sociedades postmodernas*. Buenos Aires: Paidós Editora. 2001.
- MANZINI, E. & JEGOU, F. *Sustainable Every Day. Scenarios of Urban Life*. Italia: Edizioni Ambiente, Milan. Fondazione La Triennale di Milano. 2003.
- MORIN, Edgar. *Introducción al pensamiento complejo*. España: Editorial Gedisa. 2010.
- RAJCHMAN, John. *Deleuze un mapa*. Buenos Aires. Ediciones Nueva Visión. 2004.
- REYES, Román. *Diccionario crítico de Ciencias Sociales: terminología científico-social*. Madrid. España: Editorial Plaza y Valdés. Noción de Habitus. 2009. Disponible en: <https://webs.ucm.es/info/eurotheo/diccionario/H/habitus.htm>
- SFEZ, Lucien. L'homme paresseux. En: *Le Monde Diplomatique*. Abril 2001, p.36. Disponible en: <https://www.monde-diplomatique.fr/2001/04/SFEZ/1813>
- TOYO, Ito. *Image of architecture in electronic age*. Entrevista realizada al arquitecto Toyo Ito, por Designboom. 2007. Disponible en: <http://archtech.arch.ntua.gr/inman01/toyo%20ito.htm>
- UNESCO. Bienvenidos al antropoceno. *El Correo de la UNESCO* Abril-Junio. EEUU: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. 2008.
- VATTIMO, G. El fin de la modernidad. *Nihilismo y hermenéutica en la cultura posmoderna*. Barcelona: Editorial Gedisa. 1986.
- WEIBEL, Peter. Beyond Art: A Third Culture: A Comparative Study in *Cultures, Art and Science in 20th Century Austria and Hungary*. Viena / Nueva York: Springer Science & Business Media. 2005.



DOSSIÉ

Daniela V. Di Bella

Doctoranda nivel Tesis PhD en Educación Superior, Facultad de Ciencias Sociales (UP). Arquitecta (FAUM), Magíster en Gestión del Diseño (UP). Directora de la Línea de Investigación N°4 "Diseño en Perspectiva" entre Universidad de Palermo y School of Design at Carnegie Mellon, USA. Profesora y parte del Cuerpo Académico del Doctorado en Diseño, Maestría en Gestión del Diseño y Comisión de Posgrado DC. Directora del Departamento de Producción DC, Universidad de Palermo. Creadora y Editora de <http://metaespac.hypotheses.org> y www.elojosalvaje.com.

Como citar: DI BELLA, Daniela V. Reflexiones sobre Diseño, Arte y Tecnología. *Porto Arte: Revista de Artes Visuais*. Porto Alegre: PPGAV-UFRGS, jan-jun, 2019; V24; N.40 e-94654 e-ISSN 2179-8001

DOI: <https://doi.org/10.22456/2179-8001.94654>
