
Seminario 2

Elementos Epistemológicos y Estéticos

Profesora: María Gabriela de la Cruz

Actividad 8

Textos:

JIMÉNEZ, J. (1996). La modernidad como estética. Arte e Investigación; año 1, no. 1. P. 13-20. Facultad de Bellas Artes, Argentina. Recuperado de <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/18526>

A partir de la modernidad → experiencia del tiempo diferente → experiencia cultural.

↓

Formación de estados, expansión económica, impulso universalista

Toma de Weber la frase “desencantamiento del mundo por estetización”

Propone el arte como un sistema: arte + belleza

↓

Plasmación icónica, configuración en el universo de la representación e ideal de humanidad

La estética se convierte en precondition de la sociedad libre o racional por lo FORMAL

La estética como precondition de la ética y el conocimiento: experiencia de la forma. Lo que está afuera se estiliza con la experiencia interior. → Por la experiencia estética

La estilización formal del ideal de humanidad suponía un olvido de los aspectos materiales de la vida. Nietzsche: distinción entre mundo verdadero y mundo aparente.

HOY: lo virtual, la forma, se convierte en experiencia material.

↓

Experiencia estética omnipresente y envolvente, estructura y canaliza los procesos comunicativos y representacionales de nuestra cultura

Los medios masivos de comunicación hacen una esquematización formal ➡ vuelve a la complejidad en estereotipos fugaces

La crítica hacia los modelos de comunicación son críticas estéticas

Técnica ➡ prototipo ➡ repetición

El Diseño Industrial fue el que expansión la estética en la vida cotidiana.

Se instala la idea de novedad- proceso mercantil de producción / innovación tecnológica como forma de incremento de los beneficios mercantiles. ➡ Lo nuevo, lo último tiene un nivel superior= obsoleto en la percepción del tiempo.

Aceleración * vaciamiento ➡ no hay alegoría (Benjamin)

Acumulativo / cuantitativo = experiencia moderna

Disimulo de vacío interior – fragilidad de valores, apariencia exterior, acumulación formal de fragmentos

Formalización de la experiencia / quiebre de sentidos lineales

RAMBLA ZARAGOZÁ, W. (2006) Arte y diseño: una mirada entre antropológica, técnica y estética. Universitat Jaume I, España. Recuperado de http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/23321/lecci%C3%B3n_Wenceslao%20Rambla.pdf?sequence=6&isAllowed=y

Diseño de objetos / planificación de la vida

Útiles como intermediación entre cuerpo y realidad

Satisfacer necesidades ➡ medio para solventarlo

Proyecto ➡ objetivizar

Hegel: objetivación del espíritu – todo manifiesta un modo de vivir de resolver cuestiones de forma enraizada en el ser y existir del individuo

Diseño= industria + cultura

Flusser = diseño = arte + técnica / pensamiento valorativo y científico

Se solapan mutuamente con el fin de una nueva cultura

Diseño = proyecto = AICHER (recomiendo leer su libro)

En un objeto útil la estética es indisoluble de su uso / diversos sentidos – Belleza de la forma

Belleza en el funcionamiento

Practicidad – esteticidad – artisticidad

Sócrates – lo útil en el concepto de lo bello – lo bello de un objeto en relación al usuario / cuerpo = dos bellezas / la utilidad hace la belleza

Forma – función sinónima  bello – útil

Dorfles= objetos seriados mecanizados – cuyo componente artístico está organizado (hay un proyecto previo que da cuenta de eso) y una vez que se fabrica ya no se agrega nada. Diseño industrial= tecnológica y visual

Lo antropológico como fundamentación (por manufactura / el hombre hace)

Hegel = el trabajo humano configura algo a través del “utensilio” cuya puesta en acción se transforma desde el iniciático polo subjetivo en una actividad universal, conforme a reglas universales, comunicables.

Especificidad Estética industrial= diseño, proyectación, ejecución =



Interdisciplinariedad operativa/intercomunicación funcional en el ámbito de lo formal – Emoción humana



Se corre de la función utilitaria a la manufactura / contempla al usuario como a su círculo social EXPANSIVA

Pragmática instrumental / bello formal

Dorfles= seriabilidad – producción mecánica – presencia de cociente estético debido al inicial proyectación

FANJUL, Sergio (2021). Consumir buscando una felicidad que nunca llega. Así compramos para construir nuestra identidad. Nota diario El país, España.

Comienza su texto diciéndonos “Consumismo es consumir más de lo que necesitamos, consumir para construir una identidad propia, consumir por mostrar un estado socioeconómico, consumir por aburrimiento, consumir para aplacar la ansiedad, consumir buscando una felicidad que nunca llega. Al consumo se le atribuyen una serie de ventajas que en realidad no tiene, pero se sigue alentando el consumismo porque es el combustible principal del actual sistema económico”.

Da cuenta de los modos de consumir en relación a una subjetivación y el contexto, esto que en el teórico decía que tiene que ver la Estética como disciplina cuando nos muestra aquellos que somos o queremos ser en relación a un contexto o un objeto.

Consigna:

Elegir un producto de diseño industrial nacional, contextualizar y analizarlo en relación a dos o tres conceptos que se desprenden de los textos dados.

¿Cuáles serían los análisis del producto en relación a la Estética o desde esta disciplina?

Se recomienda realizar una descripción breve de producto/contexto/como son esos intercambios con el sujeto, la sociedad, la cultura, la ideología, etc y luego desplegar los conceptos elegidos de los textos.