

Objetos en el espacio expositivo del escaparate: diálogo entre diseño, escultura y estética contemporánea

Objects in the shop window exhibition space: dialogue between design, sculpture and contemporary aesthetics

Cristina Seguido Ramos

Departamento de Artes y Humanidades,
Universidad Rey Juan Carlos, Madrid, España

cristina.seguido@urjc.es

ORCID 0000-0001-9483-883X

Recibido / Received: 03/11/2025
Aprobado / Approved: 19/02/2026

Resumen

Este artículo analiza el papel simbólico y comunicativo de los objetos en relación a la confluencia entre arte y diseño en los escaparates contemporáneos. Se plantea cómo las vitrinas se han convertido en elementos escenográficos híbridos, donde conviven estrategias de persuasión comercial y procesos de apreciación estética. La investigación se desarrolló mediante revisión bibliográfica y análisis crítico de casos de escaparates emblemáticos. Este estudio nos ha permitido identificar tres hallazgos centrales: la ampliación del escaparate como espacio de experimentación visual; la fusión de lenguajes escultóricos y de diseño en la disposición de objetos; y la consolidación de la vitrina como dispositivo cultural

que refleja dinámicas sociales y de consumo. Se concluye que el escaparate actual funciona no solo como medio de atracción comercial, sino también como un espacio de creación artística que da un nuevo significado a la relación entre objeto, espectador y entorno urbano.

Palabras clave: Arte conceptual; diseño; escultura; escaparate; función comunicativa.

Seguidos Ramos, C. (2026). Objetos en el espacio expositivo del escaparate: diálogo entre diseño, escultura y estética contemporánea. *ArDIn. Arte, Diseño e Ingeniería*, 15, 204-233.

Abstract

This article analyzes the symbolic and communicative role of objects in relation to the confluence of art and design in contemporary shop windows. It explores how shop windows have become hybrid scenographic elements, where commercial persuasion strategies and processes of aesthetic appreciation coexist. The research was conducted through a literature review and critical analysis of emblematic shop window displays. This study has allowed us to identify three key findings: the expansion of the shop window as a space for visual experimentation; the fusion of sculptural and design languages in the arrangement of objects; and the consolidation of the shop window as a cultural device that reflects social and consumer dynamics. It concludes that the contemporary shop window functions not only as a means of commercial attraction but also as a space for artistic creation that gives new meaning to the relationship between object, viewer, and urban environment.

Keywords: Conceptual art; design; sculpture; showcase; communicative function.

Seguido Ramos, C. (2026). Objects in the shop window exhibition space: dialogue between design, sculpture and contemporary aesthetics. *ArDIn. Arte, Diseño e Ingeniería*, 15, 204-233.

Sumario / Summary: 1. Introducción. 2. Objetivos. 3. Metodología. 4. Resultados. 4.1. Aproximación conceptual y estética hacia los objetos en los escaparates. 5. Conclusiones. Referencias.

1. Introducción

El escaparate ha dejado de ser únicamente un recurso comercial para convertirse, en la contemporaneidad, en un espacio cargado de significados estéticos, simbólicos y culturales. Los objetos que allí se exhiben dejan de presentarse como simples mercancías y se transforman en soportes de narrativas visuales que entrelazan diseño, escultura y cultura de consumo. Esta convergencia abre interrogantes en torno a quién define los límites entre arte y diseño, y de qué manera se reinterpreta el objeto cuando trasciende su utilidad práctica.

El interés de esta investigación radica en constatar que, si bien existe abundante literatura sobre el escaparatismo desde perspectivas como el *marketing* o la comunicación visual, resultan mucho menos frecuentes los estudios que lo conciben como un espacio híbrido donde arte y diseño dialogan estética y simbólicamente. En particular, se ha explorado poco cómo se manifiesta esta hibridación en el objeto escénico del escaparate, considerando dimensiones como la forma, la materialidad, la función simbólica y la eficacia comunicativa.

Por estas razones, el presente artículo se propone analizar la función estética y simbólica del objeto en el escaparate contemporáneo, entendiendo este dispositivo no únicamente como una estrategia comercial, sino también como una práctica cultural y artística. Para alcanzar este objetivo, se realiza una revisión bibliográfica centrada en autores clave como Baudrillard, Lipovetsky, Rancière o Eco, entre otros, la cual se complementa con ejemplos visuales de escaparates, objetos y obras de arte representativas. Estos ejemplos permiten ilustrar las reflexiones desarrolladas y evidencian la hibridación entre diseño y escultura en el contexto actual.

2. Objetivos

El principal objetivo de este artículo es examinar el papel de los objetos en los escaparates desde una perspectiva estética y cultural, concibiendo la vitrina como un espacio híbrido en el que confluyen el arte, el diseño y el consumo. Con este propósito, se pretende establecer un marco conceptual a partir de la revisión

bibliográfica especializada en estética, arte y cultura visual, al mismo tiempo que se reflexiona sobre la relación entre escultura y diseño en el contexto del escaparate. En este análisis se considera cómo el objeto articula dimensiones tanto funcionales como estéticas en el marco de la experiencia cultural y social contemporánea.

3. Metodología

La presente investigación adopta un análisis de carácter cualitativo, orientado a la reflexión crítica sobre el objeto en el escaparate contemporáneo. El eje central de la metodología lo constituye una revisión bibliográfica especializada en estética, arte, diseño y cultura visual, que permite establecer las categorías conceptuales necesarias para comprender el escaparate como un espacio híbrido donde confluyen lo artístico, lo comercial y lo social.

De manera complementaria se incorporan ejemplos visuales de escaparates y objetos seleccionados con el fin de ilustrar las reflexiones propuestas. Este material no pretende conformar un corpus de estudio sistemático ni un análisis empírico de casos, sino que se propone como recurso ilustrativo para aportar soporte visual a los argumentos, al tiempo que evidencia la hibridación entre diseño y escultura y la nueva significación estética de los objetos en las vitrinas.

Este planteamiento metodológico, sustentado en la reflexión crítica apoyada en la teoría y reforzada mediante algunos ejemplos visuales, permite ofrecer una visión integral del escaparate como dispositivo cultural y estético, trascendiendo así su función estrictamente comercial.

4. Resultados

4.1. Aproximación conceptual y estética hacia los objetos en los escaparates

En este estudio, el término “objetos” se refiere específicamente a aquellos elementos que intervienen en el proceso creativo del diseño de escaparates. Estos objetos pueden ser tanto productos cotidianos como piezas con carácter escultórico-artístico. Los escaparates se componen de una amplia variedad de tales

elementos, cuya función principal es la exhibición. Dentro de este contexto, los objetos pueden desempeñar un papel estrictamente utilitario (Fig. 1) o, por el contrario, asumir una dimensión más poética (Fig. 2).



Figura 1. Escaparate de Aristocracy con objetos de función utilitaria, 2022. Fuente: Elaboración propia



Figura 2. Escenografía en escaparate con función poética. The JoAnn Tan Studio. *Hermès: Sporting Marionettes*, 2013. Fuente: Display Art. Visual merchandising and window display. ISBN: 978-84-17084-01-1 (p. 144)

Siguiendo a Jean Baudrillard, puede afirmarse que la naturaleza del arte ha experimentado un cambio significativo. Las obras ya no son únicamente expresiones de fantasía ni piezas singulares; el objeto (o lo que Baudrillard denomina “modelo”) se encuentra estrechamente vinculado al ámbito comercial, el cual permea toda la sociedad (Baudrillard, 1981, p. 18). En palabras del autor:

[...], los objetos son, aparte de la práctica que tenemos, en un momento dado, otra cosa más, profundamente relativa al sujeto, no sólo a un cuerpo material que resiste, sino a un recinto mental en el cual yo reino, una cosa de la cual yo soy el sentido, una propiedad, una pasión. (Baudrillard, 1981, p.97)

El espacio que tradicionalmente albergaba la obra artística, concebido como un recinto cerrado, también ha sufrido una transformación. Actualmente, se trata de un espacio abierto, dinámico y en constante comunicación, incluso dotado de movimiento, como podemos observar en la siguiente imagen (Fig. 3). Esta apertura repercute en la función de los objetos, altera sus relaciones internas y modifica sus “valores” simbólicos (Baudrillard, 1981, p. 20). Baudrillard lo resume de la siguiente manera: “el espacio es, [...], la verdadera libertad del objeto; su función no es más que una libertad formal.” (Baudrillard, 1981, p.17).



Figura 3. Escenografía con objetos en movimiento. The JoAnn Tan Studio. *Dreams*.

Fuente: Display Art. Visual merchandising and window display. ISBN: 978-84-17084-01-1(p. 089)

Asimismo, la concepción de los elementos escenográficos ha experimentado una notable evolución. Anteriormente, la producción del objeto buscaba perfeccionar formas esenciales con una función estética claramente definida. Hoy, tanto la estética como su percepción han cambiado, debido a transformaciones sociales y al conocimiento derivado de la educación y el estudio aplicado. Por ello, la función estética ya no constituye la prioridad exclusiva en el diseño (Rodríguez Castiblanco, 2010, p. 14). También desde la filosofía nos recuerda Moya Blanco: “La estética de nuestro tiempo ofrece un campo muy extenso de tratamientos posibles, que dependen de la idea del mundo, de la sociedad y del hombre, que profesan los numerosos practicantes de esta disciplina.” (Moya Blanco, 1991, p. 27).

Antes de profundizar en el análisis específico, resulta fundamental definir los conceptos esenciales de este estudio, señalando las diferentes nociones de objeto estético y objeto escultórico-artístico. La estética ha experimentado transformaciones profundas desde finales del siglo XIX y comienzos del XX, marcadas por rupturas conceptuales, nuevos movimientos artísticos y cuestionamientos a las tradiciones establecidas. Mientras que en la representación clásica la armonía entre forma y contenido era fundamental, en la modernidad esta relación se fractura, dando lugar a una separación entre ambos.

Durante el siglo XX, la estética se estructuró en dos corrientes complementarias que resultan esenciales para el análisis de los objetos en escaparates. Por un lado, el formalismo, representado por Clive Bell, enfatiza la importancia de las relaciones internas de la obra (línea, forma, composición y equilibrio) como núcleo de la experiencia estética (Bell, 1914, p. 27). Por otro, la perspectiva interpretativa, defendida por Umberto Eco, sostiene que:

El fenómeno de la obra en movimiento, en la presente situación cultural, no se limita en absoluto al ámbito musical, sino que encuentra interesantes manifestaciones en el campo de las artes plásticas, donde hoy encontramos objetos artísticos que en sí mismos tienen como una movilidad, una capacidad de replantearse calidoscópicamente a los ojos del usuario como permanentemente nuevos. (Eco, 1962, p.38)

Esta doble aproximación permite evaluar los objetos del escaparate tanto por su estructura formal como por su capacidad de generar significados culturales y experiencias subjetivas en el espectador.

En este contexto se sitúa Jacques Rancière, quien concibe la estética no como una disciplina restringida, sino como un régimen de identificación del arte, es decir, un conjunto de condiciones que determinan qué puede ser percibido como artístico. Desde esta perspectiva, se plantea la interrogación acerca de si los objetos dotados de una función de uso (como aquellos exhibidos en escaparates) pueden ser considerados artísticos. Para este autor, el carácter estético de un objeto no reside en su funcionalidad, sino en su inscripción dentro de un determinado régimen de experiencia sensible. En este sentido, señala: “lo que liga la práctica del arte a la cuestión de lo común es la constitución, a la vez material y simbólica, de un cierto espacio-tiempo, de una suspensión en relación con las formas ordinarias de la experiencia sensible” (Rancière, 2012, pp. 32-33).

Desde esta perspectiva, las piezas de Alexander McQueen presentadas en la exposición *Savage Beauty* ejemplifican cómo objetos dotados de una función de uso (en este caso, la prenda de vestir) pueden ser inscritos en un régimen estético que los desvincula de su finalidad utilitaria. Un ejemplo particularmente evidente son las piernas protésicas diseñadas por McQueen para uno de sus desfiles, en las que la forma y el movimiento del cuerpo se combinan con elementos escultóricos, transformando la prenda en un objeto teatral y sensorial (Fig. 4). A través de una museografía de carácter teatral y una escenografía inmersiva, las creaciones suspenden su condición funcional para convertirse en experiencias sensibles, configurando un espacio-tiempo específico en el que el espectador se enfrenta a los objetos desde una percepción no ordinaria, acorde con lo que Rancière define como una suspensión de la experiencia sensible cotidiana (Wilcox, 2015).



Figura 4. Pierna Protésica. Bob Watts y Paul Ferguson para Alexander McQueen. Madera de fresno tallada. N° 13. Primavera/ Verano 1999. Fuente: <https://www.vam.ac.uk/museumofsavagebeauty/mcq/prosthetic-legs/>

Rancièrè sostiene que el arte es político, no por su contenido, sino por la manera en que desplaza sus funciones tradicionales y por el espacio-tiempo que instaura. Según sus palabras: “es político por la misma distancia que toma respecto a sus funciones, por la clase de tiempo y espacio que instituye, por la manera en que recorta este tiempo y puebla este espacio.” (Rancièrè, 2012, p. 33). De este modo, el arte redefine lo visible e invisible, introduce nuevos sujetos y objetos, y reconfigura lo sensible. Esta reflexión remite a Platón, quien distinguía entre dos actitudes frente al arte: el arte verdadero, basado en la mimesis de modelos ideales con una “verdad” debatible, y el simulacro, entendido como una copia falsa carente de autenticidad.

En relación con los objetos escultóricos analizados, cabe destacar que, aunque el arte contemporáneo puede ser conceptual y no materializarse, el interés de este estudio se centra en piezas físicas y sensibles, portadoras de carga expresiva. La forma es relevante, pero no constituye un fin en sí misma; actúa como vehículo de significado. Esta transformación en la manera en que el sentido se articula en el objeto es analizada por Lekerikabeaskoa, quien señala:

Si hasta la entrada de la postmodernidad, el sentido de los objetos (tanto de arte como de diseño) provenía de su propia estructura, de la sutileza en los acabados, de la identidad de los materiales que lo constituían, de su presencia en el espacio, de todo lo que de alguna manera ayudaba a manifestar su identidad propia, podemos decir que la importancia del objeto contemporáneo postmoderno se ha desplazado hacia su superficie. (Lekerikabeaskoa Gaztañaga, 2019, p.131)

Por ello, la escultura funciona como mediación sensible entre sujeto y mundo, materializando experiencias colectivas o afectivas. En palabras de Jacques Aumont: “deriva de la pertenencia de la imagen en general al campo de lo simbólico y que, en consecuencia, la sitúa como mediación entre el espectador y la realidad” (Aumont, 1992, p. 82). Esta idea se hace visible en la imagen que se presenta a continuación (Fig.5).



Figura 5. Esculturas creadas mediante la repetición de 55.000 botellas de la marca, transformadas en lámparas e integradas como elemento central en el diseño de los escaparates. Knox Bhavan Architects, Susie MacMurray. *Riba Regent Street Windows: Molton Brown*, 2016. Fuente: Display Art. Visual merchandising and window display. ISBN: 978-84-17084-01-1(p. 071)

La escultura, por su naturaleza tridimensional, ocupa y transforma el espacio, el cual no funciona únicamente como contexto, sino como parte constitutiva de la obra. Tradicionalmente, se asociaba a técnicas específicas, materiales concretos, unicidad, autoría y funcionalidad, a diferencia de los objetos utilitarios. No obstante, las vanguardias del siglo XX cuestionaron estos parámetros, ampliando el repertorio de materiales para incluir aquellos considerados “pobres”, industriales o sintéticos, e incorporando técnicas no convencionales, lenguajes formales diversos y finalidades estéticas, sociales o políticas.

El ensamblaje, concebido como un nuevo sistema constructivo, permitió la incorporación de materiales diversos en una misma obra, dando lugar a composiciones híbridas que dialogan directamente con la realidad. Un ejemplo ilustrativo sería el reemplazo de la peana clásica por un libro como soporte de un zapato, evidenciando la integración de lo cotidiano dentro del ámbito artístico (Fig. 6). A modo de anécdota comparable, se puede destacar cómo, en el ámbito del diseño, el artista Richard Hamilton jugó con el logotipo de Braun al situar una dentadura postiza sobre un cepillo eléctrico titulado la obra: *El crítico ríe*. Este gesto, cargado de ironía, evidenciaba también cómo la introducción de elementos cotidianos descontextualizados podía cuestionar los valores asociados al llamado “buen diseño” (Sudjic, 2014, p.294).



Figura 6. Objeto expuesto sobre otro (ambos de uso cotidiano) sin embargo, el libro actúa en ese contexto como elemento escenográfico y soporte del producto que está en venta. Fuente: Biblioteca Atrium del Escaparatismo. Diseño de escaparates. ISBN: OC.84-7741-117-4 (p. 21)

Las tendencias de diseño moderno impulsaron la integración de formas, materiales y espacios reales, acercando significativamente el arte al diseño y la arquitectura. Como consecuencia, la escultura se distanció de la mimesis y de la representación figurativa tradicional, concentrándose en sus posibilidades expresivas y materiales. Se otorgó especial importancia a los procesos constructivos y a los discursos visuales vinculados con la artificialidad y la objetualidad, ampliando notablemente las fronteras entre disciplinas. Estas preocupaciones sobre la materialidad y la integración de lo funcional y lo estético no solo se manifestaron en la escultura: también se reflejaron en el diseño industrial moderno, como muestra la práctica de Rams. Este diseñador buscaba conciliar la aparente contradicción entre el diseño como programa cultural y su dimensión comercial, prestando especial atención a la selección de materiales, a la ergonomía y al tratamiento formal de los objetos. Como señala Deyan Sudjic, “trataba la parte posterior de las radios con la misma precisión que la parte anterior” (Sudjic, 2014, p.297), subrayando así una concepción integral del objeto. De este modo, sus productos trascendían la función estrictamente utilitaria: “La Braun ET44 que Rams diseñó junto a Dietrich Lubs no se vendía como un aparato electrónico, sino como una escultura táctil” (Sudjic, 2014, p.298).

Mientras el racionalismo presente en las tendencias de diseño moderno se apartaba de la apariencia externa para orientarse hacia las ideas, el nihilismo dadaísta introdujo los objetos utilitarios en el ámbito artístico, dando origen a los *ready-mades* y al arte conceptual, lo que marcó un punto decisivo en la transición hacia la modernidad artística. Desde entonces, el objeto cotidiano se emplearía como materia prima escultórica, descontextualizado de su función original para generar nuevos sentidos y múltiples lecturas. Esta resignificación del objeto se refleja en la obra de Alexander Calder con su escultura móvil y en el diseño del objeto *Anglepoise*: “su forma puede adecuarse a las necesidades del usuario, recordándonos que la manera como utilizamos un objeto es tan importante como la imagen que nos ofrece su diseño” (Sudjic, 2009, p.50). Este ejemplo muestra cómo la función, la forma y la percepción del objeto se combinan, generando un

diálogo entre uso, estética y experiencia que continúa la exploración iniciada por las vanguardias del siglo XX.

Desde las vanguardias la escultura moderna articularía componentes discursivos, materiales y formales, manteniendo una fuerte presencia visual y frecuentes referencias al objeto funcional. Ello no supone un retorno al formalismo estético, sino una apertura hacia una nueva exploración de las características visuales y del potencial simbólico o poético del objeto, que en muchos casos se presenta con una función ambigua.

Este enfoque alcanzó un desarrollo significativo en la postmodernidad, con artistas como Vito Acconci, Scott Burton (Fig. 7) o Siah Armajani, quienes investigaron activamente la frontera entre arte y diseño, así como entre lo utilitario y lo escultórico. No obstante, ya en el siglo XX existían antecedentes de esta aproximación, como se observa en la obra de Constantin Brancusi: su pieza *Bench* (Fig. 8) sugiere una posible funcionalidad, en contraste con *Coupe IV* (Fig. 9), desprovista de ella.



Figura 7. Scott Burton, *Sculpture*, 1989. Fuente:
<https://www.rhoffmangallery.com/exhibitions/scott-burton?view=slider#3>



Figura 8. Constantin Brancusi, *Bench*, 1914-1916. Fuente:
<https://frenchsculpture.org/index.php/Detail/objects/32863>



Figura 9. Constantin Brancusi, *Coupe IV*, 1916-1922. Fuente:
<https://www.centrepompidou.fr/es/ressources/oeuvre/cbkoLa>

Se trata de piezas que no responden a una utilidad específica, aunque están construidas con materiales determinados y adquieren sentidos diversos según el contexto, lo que permite destacar el carácter simbólico del objeto y replantear las fronteras establecidas en el ámbito artístico. Resaltar que un objeto utilitario posee simultáneamente valor estético y valor de uso permite evidenciar la diferencia entre la escultura como manifestación artística y producto industrial perteneciente a las artes aplicadas. La consideración de un objeto como artístico depende, en gran medida, de los valores estéticos dominantes en cada época. En este sentido, se puede vincular esta reflexión con el concepto de “campo expandido” propuesto por Rosalind Krauss, quien sostiene:

[...] el campo expandido que caracteriza este dominio del posmodernismo, la práctica no se define en relación con un medio dado -escultura- sino más bien en relación con las operaciones lógicas en una serie de términos culturales, para los cuales cualquier medio -fotografía, libros, líneas en las paredes [...] o la misma escultura- pueden utilizarse. (Krauss, 1996, p. 72)

De esta manera, la utilidad de determinadas esculturas posmodernas no radica en lo práctico, sino en lo conceptual, en tanto refuerzan la idea que buscan transmitir. Ello les otorga un carácter afectivo y colectivo, al tiempo que las vincula estrechamente con el contexto estilístico y plástico de su época.

El carácter simbólico de la obra funciona como un punto de encuentro dentro de un mismo horizonte cultural. Si bien expresa una temporalidad concreta, su materialidad y fuerza evocadora le permiten trascenderla y conservar una dimensión espiritual que combina comprensión intelectual y experiencia sensible, favoreciendo así su proyección hacia el futuro. Durante este periodo, los analistas sociales empezaron a reconocer la relevancia de la imagen y del objeto en la construcción del imaginario contemporáneo, especialmente en relación con la figura del sujeto posmoderno. La personalización del objeto como signo implica identificar dos sistemas de significación: el denotativo, sustentado en funciones y formas objetivas, y el connotativo, que incorpora un mensaje simbólico, estético y cultural.

Este enfoque semiótico trasciende una visión meramente fenomenológica del objeto, abriendo paso a una apreciación de su función operativa, estética y comunicativa. En consecuencia, el objeto-signo se presenta como una entidad compleja, portadora de múltiples atributos que lo relacionan tanto con el entorno cultural como con la evolución industrial contemporánea (Lekerikabeaskoa Gaztañaga, 2019, p. 72).

Así, el objeto cotidiano se convierte en un vehículo de mensajes, cuyo diseño y producción están impregnados de un simbolismo inherente que comunica tanto su función práctica como su dimensión figurativa, ya sea de forma explícita o implícita. Este simbolismo no solo orienta sobre el cometido del objeto, sino que también facilita su identificación, reproducción y transformación dentro del marco

de la cultura material. En consecuencia, el objeto se configura como una estructura semiótica en constante tránsito entre lo utilitario y lo simbólico, entre lo concreto y lo culturalmente proyectado.

El diseño de objetos y su función constituyen aspectos fundamentales en la relación entre el ser humano y las mercancías. Los profesionales del diseño atienden prioritariamente a ciertos requisitos esenciales orientados a satisfacer las necesidades del usuario. En lo que respecta a su carácter simbólico, son los aspectos espirituales, psíquicos y sociales los que determinan esta dimensión. La concepción del objeto se completa cuando la percepción del sujeto despierta recuerdos y sensaciones asociadas a experiencias previas.

Al no existir, por tanto, la posibilidad de un acto *crítico*, que interrogue la diferencia y la represente (he aquí la razón de que el arte muera en la posmodernidad), la estética metropolitana se configura como lo opuesto al arte, es decir, como mero *entertainment*. La experiencia estética «ya no es resultado de una experiencia derivada, y pasa a ser una experiencia en sentido fuerte y estricto»: en la metrópoli desaparece toda diferencia, incluso la existente entre la obra de arte y el objeto-mercancía, «se produce una estetización difusa, [para la cual] la vida [del “posthombre”] se parece cada vez más a una película, [en la cual] los objetos de la metrópoli dejan de ser simples instrumentos para ofrecerse en una disponibilidad difusa a la estetización». (Francalanci, 2006, pp. 6-7)

I. Catri (2006) propone analizar los objetos a partir de tres planos: conductual, entitativo y connotativo:

El conductual, referido a las conductas que todo objeto propone sobre su uso; trata de cómo el objeto es útil y qué tipo de interacciones puede tener el sujeto con éste; corresponde a la interrelación hombre-objeto que remite a las acciones del hombre sobre el objeto y sobre el mundo. El entitativo indica qué elementos componen el objeto y de la forma como ha sido constituido. Finalmente, el connotativo refiere a los significados que transmite el producto, a las asociaciones que el usuario puede hacer del objeto con su pasado, con sus recuerdos, a las experiencias y valoraciones socioculturales que puede explorar a través de él. Estos planos están presentes en todos los objetos, en mayor o

menor medida, y en algunos puede priorizarse el plano conductual, mientras que en otros predomina el connotativo, todo depende de la tipología del objeto. En ocasiones es posible que esta supremacía vaya ligada a las tendencias y estilos vigentes, pero siempre se rigen por las necesidades de los usuarios. (Espinell Correal y Ramírez Gómez, 2013, p. 111)

La fase translingüística surge para integrar signos que trascienden lo puramente verbal. Roland Barthes plantea:

[...]cuando leemos letras impresas tenemos la conciencia de percibir un mensaje. A la inversa, el objeto que nos sugiere sigue siendo sin embargo siempre a nuestros ojos un objeto funcional: el objeto parece siempre funcional, en el momento mismo en el que lo leemos como un signo. (Barthes, 1993, pp. 254-255)

Jean Baudrillard, en su teoría semiótica estructuralista, clasifica los objetos como signos que transmiten cualidades sociales, tales como estatus o modernidad. Según él:

Comúnmente, predomina el criterio de su función, pues refleja un sistema jerarquizado y bien estructurado de significados que muestra las estructuras mentales compartidas socialmente. Sin embargo, existe una discordancia entre las estructuras funcionales, con la tecnología requerida para la producción de un objeto y las competencias necesarias para su fabricación. (Cid Jurado, 2002, p. 212)

En la vida cotidiana, el componente más relevante es el carácter abstracto del objeto como acontecimiento humano inscrito en un contexto cultural. El usuario genera nuevas funciones y necesidades que modifican la función original del objeto, transformando así el sistema tecnológico en un sistema cultural dinámico. El desarrollo tecnológico puede modificar tanto la función básica como el significado connotativo del objeto, alterando su sistema técnico, que no es estable. Por ello, el objeto debe comprenderse como una herramienta capaz de cuestionar la ideología práctica subyacente, superando las limitaciones tradicionales entre técnica y práctica (Cid Jurado, 2002, p. 212-213).

Amaia Lekerikabeaskoa Gaztañaga, apoyándose en Ernesto L. Francalanci, señala que una silla, por ejemplo, no es únicamente un objeto manufacturado, sino también un objeto artístico y un espacio simbólico donde convergen funciones y relaciones que definen su esencia (Lekerikabeaskoa Gaztañaga, 2019).

La estructura del sentido del objeto está profundamente condicionada por su materialidad, que se manifiesta tanto en su corporalidad física como en una dimensión intangible, accesible a través de la percepción sensorial. Georges Vantongerloo describe esta dimensión intangible como “una vibración”: “En la unidad está contenido lo visible y lo invisible. Esto último es una vibración, un movimiento permanente, y puede hacérsenos visible como un punto, una línea, una superficie, un volumen, que son imágenes o reflexiones de lo infinito” (Vantongerloo, 1918, p. 149).

No se apela a una pérdida de lugar total, sino parcial [...] un cambio de índole conceptual en la manera de proporcionar ese lugar delimitador entre el objeto artístico y el objeto de diseño. [...] La proliferación de la estetización en los aspectos cotidianos ha dado lugar a nuevos territorios híbridos [...] donde tienen cabida objetos que, aunque no aceptados en sus lugares de procedencia, son denominados al menos estéticos. (Lekerikabeaskoa Gaztañaga, 2019, p. 168)

Lipovetsky y Serroy critican, además, el modelo de producción capitalista por empobrecer la sensibilidad y propagar la fealdad (Lipovetsky y Serroy, 2015, p. 8). Esta lógica productiva, vinculada a la renovación constante y a los mecanismos de la moda, contribuye a la fragilización material y simbólica de los objetos, cuya permanencia se ve sustituida por una obsolescencia acelerada, tal como señala Baudrillard apoyándose en la teoría de Packard:

Todas las innovaciones los juegos de la moda hacen al objeto más frágil y más efímero, en primer lugar. Esta técnica ha sido subrayada por Packard (*op. cit.*, p.63): “se puede limitar voluntariamente la duración de un objeto o hacerlo caer en desuso obrando sobre su función: es rebajado a una categoría inferior por otro tecnológicamente superior (pero esto no es un progreso) –su calidad: se rompe o se gasta al cabo de un tiempo dado, en general muy breve–; su presentación: se le hace anticuado voluntariamente, deja de agradar, aun cuando conserve su calidad funcional”. (Baudrillard, 1981, p.164)

Históricamente, esta complejidad entre función y estética ya se evidenció en la época victoriana, donde el deleite estético prevalecía sobre el valor comercial, estableciendo una dualidad que hoy tiende a desdibujarse, borrando la distinción entre forma y función (Danto y de Michele, 2010, p. 363). Umberto Eco explica que los conceptos de belleza y fealdad han variado según culturas y épocas:

Decir que belleza y fealdad son conceptos relacionados con las épocas y con las culturas [...], no significa que no se haya intentado siempre definirlos con un modelo estable. Se podría incluso sugerir, como hizo Nietzsche en el *Crepúsculo de los ídolos* que, «en lo bello el hombre se pone en sí mismo como medida de la perfección» y « [...]...Lo feo se entiende como señal y síntoma de degeneración... [...]»>. (Eco, 2007, p. 15)

En el siglo XX, la estética experimenta una transformación radical. Según Perniola, adquiere dimensiones políticas, mediáticas, cognitivas y pragmáticas, reemplazando la noción clásica de armonía por una visión deconstructivista caracterizada por la ausencia de simetría y continuidad (Perniola, 2018, pp. 4-5). De manera complementaria, Lipovetsky muestra cómo estas transformaciones se reflejan en la experiencia del espectador, señalando que:

La consecuencia de esa ruptura de la escena representativa es el «eclipse de la distancia» entre la obra y el espectador, o sea la desaparición de la contemplación estética y de la interpretación razonada en beneficio de la «sensación, la simultaneidad, la inmediatez y el impacto» que son los grandes valores del modernismo. (Lipovetsky, 1986, p. 97)

Esta ampliación axiológica favorece la convivencia de múltiples valores que desafían las polaridades tradicionales, dando lugar a una hibridación cultural y estética que refleja la diversidad y el contexto de la realidad contemporánea. Como resalta García Doménech en su artículo *Percepción social y estética del espacio público urbano en la sociedad contemporánea*: “La evocación, el misterio y la idea de lo sublime, inherentes al pensamiento romántico, serían valores omnipresentes en la conformación estética de estos espacios” (García-Doménech, 2014, p. 302).

Según Sánchez, la revisión de la belleza como valor y sus fluctuaciones en el contexto social actual se presenta como una propuesta pertinente:

Es bien sabido que el siglo XX, al declarar el aparatoso declive de la belleza como valor estético protagónico en el mundo del arte, propició la ascensión de lo feo a sus escenarios, de la mano de los sucesivos movimientos de la vanguardia artística. (Sánchez, 2011, p. 29)

Por esta razón, Arthur C. Danto sostuvo: “el arte ha llegado a su fin”, marcando un hito en la historia estética contemporánea (Danto, 1999, p. 49).

Según Petit-Laurent y Bargueño: “El objeto nos revela que no es una simple cosa, sino que porta una <<intencionalidad constructiva>> que lo hace objeto” Esta intención se manifiesta en su funcionalidad, ya sea simbólica o utilitaria, dependiendo de la relación entre soporte, organización y uso (Petit-Laurent y Bargueño, 2017, p. 154). En la funcionalidad simbólica, el objeto representa o evoca; en la utilitaria, cumple de manera eficaz su función práctica. No obstante, incluso en esta última, responde a necesidades subjetivas, estableciendo una relación compleja con el sujeto.

Se pueden distinguir dos aproximaciones: la artística, en la que la funcionalidad incorpora lo simbólico, como ocurre en los monumentos conmemorativos; y la del diseño, que se rige por criterios técnicos y pragmáticos, sin dejar de lado la dimensión cultural. Ambas se configuran como estructuras híbridas que integran forma, imagen, técnica e intención comunicativa, como ocurre en la pieza de Gene Moore en el escaparate de Tiffany & Co (Fig. 10).

Las formas de conocimiento y comprensión son culturales, aunque diversas dentro de cada cultura, ya que se ven influenciadas por experiencias personales que retroalimentan el saber. El “modo de hacer” articula conocimientos y técnicas, y la experimentación individual, mediada culturalmente, genera resultados variados en escultura y diseño según la funcionalidad asignada. Esta funcionalidad, concebida como *praxis*, encuentra en la forma su eje articulador, desde el cual se despliega la acción estética y técnica del objeto.

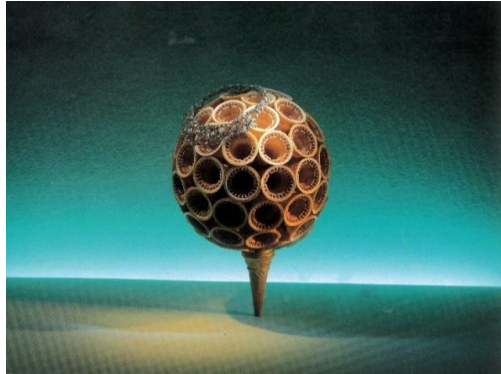


Figura 10. Gene Moore (escaparate de Tiffany´s), Ice-cream cones, 1963. Fuente: My time at Tiffany´s. ISBN: 0-312-03473-3 (p. 132)

No obstante, la consideración estética de dicha forma y de su funcionalidad no puede entenderse como un valor universal o neutro, sino que se encuentra condicionada por disposiciones culturales y sociales específicas, tal como señala Bourdieu cuando afirma que: “la sumisión a la necesidad [...] inclina a las clases populares hacia una ‘estética’ pragmática y funcionalista, rechazando la gratuidad y la futilidad de los ejercicios formales” (Bourdieu, 1979, p. 422).

Bernhard Bürdek analizó esta relación entre técnica y sentido durante una etapa crítica del diseño, describiendo la transición del paradigma cartesiano-funcionalista hacia una concepción holística que integra dimensiones simbólicas y contextuales. De este modo, el diseño se consolida como una disciplina moderna y joven (Bürdek, 2002, p. 13). Gros, por su parte, describe el diseño como un “lenguaje del producto”, manifestado a través de funciones estético-formales, indicativas y simbólicas (Gros, 1983, pp. 10-15).

Esta perspectiva se articula con la de Baudrillard, quien sostiene: la relación simbólica desaparece: lo que se trasluce a través del signo es una naturaleza continuamente dominada, elaborada, abstracta, es una naturaleza salvada del tiempo y de la angustia, que pasa continuamente a la cultura en virtud del signo, es una naturaleza sistematizada: *una naturalidad* [...]. Esta naturalidad, [...], es el corolario de toda funcionalidad. (Baudrillard, 1981, p. 72)

La dualidad entre uso y comunicación ha estado presente en arte y diseño desde sus orígenes, aunque disciplinas como la orfebrería o el mobiliario hayan sido consideradas marginales dentro del arte. La irrupción de la industria marcó un punto de ruptura, introduciendo un diseño moderno y racionalista, orientado principalmente a la funcionalidad (Petit-Laurent y Bargueño, 2017).

Mientras que el diseño responde principalmente a las demandas del consumo, el arte se presenta como un acto sin finalidad concreta, impulsado por la inspiración (Zimmermann, 2003, p. 71). No obstante, en la práctica contemporánea, estas fronteras se tornan difusas. El diseño puede adquirir el carácter de una obra artística, y el arte puede surgir a partir de procesos propios del diseño. Esta intersección, donde arte y diseño convergen sin anularse mutuamente, da lugar a una nueva categoría híbrida: el arte conceptual (Petit-Laurent y Bargueño, 2017, p. 157). Simón Marchán Fiz recoge en su libro *Del arte objetual al arte de concepto. Epilogo sobre la sensibilidad "postmoderna"*:

[...]en el arte conceptual prevalece la teoría sobre el objeto. Ya no se basta la obra, sino que debe enmarcarse en las teorías que la fundamentan. Cada obra documenta el estado de reflexión estética de su autor o de una tendencia en una concepción dinámica del arte. (Marchán Fiz, 1986, p.12)

La diferencia entre diseño y arte no radica en la estética, sino en su condición comunicativa. Esta idea se evidencia en el libro de Chaves, *El diseño: ni arte ni parte*, donde se señala que, aunque la necesidad funcional y tecnológica esté plenamente satisfecha, la hegemonía de lo formal y simbólico es absoluta, lo que sitúa al diseño en un terreno cercano al arte (Chaves, 2003, p. 124). En este contexto, resulta pertinente mencionar el trabajo del fotógrafo Tim Walker en colaboración con la escenógrafa Shona Heath, quienes construyen imágenes de carácter fantástico y surrealista, alejadas de la representación literal de la realidad, mediante la disposición y exposición de objetos y la creación de escenografías complejas. Estas composiciones generan experiencias sensoriales que activan una percepción ampliada de la imagen, en las que, como señala Alemany, “es precisamente que nos manifiestan las relaciones de complicidad –y

también de oposición— que se establecen entre el sentido de la vista, del tacto, del olfato y del gusto” (Alemany, 2025, p. 211).

Asimismo, en la página web del Museo Victoria and Albert de Londres encontramos un texto del periódico Evening Standard que describe estas obras como “un festín visual, ricamente pobladas de accesorios, pistas, detalles y juegos de luz, todos diseñados para capturar un momento de pura fantasía irrepetible”, subrayando que, gracias al elaborado diseño expositivo de Heath, “uno casi se siente como si estuviera allí. Como atrapar un rayo en una botella” (Evening Standard, 2024, párr. 8) (Fig. 11a-11b). Esta tensión se hace especialmente evidente cuando la estética se pone al servicio de la función comunicativa, en consonancia con las exigencias del mercado. Joan Costa lo resume así: “La estética, pues, es esta cualidad del arte que constituye su propio sentido. En el diseño industrial, en cambio, la estética no tiene sentido en sí misma” (Costa, 1994, p. 272).



Figura 11a. Tim Walker. *The Garden of Earthly Delights*, 2015. Fuente: © Museo Victoria y Alberto, Londres



Figura 11b. Tim Walker. *The Garden of Earthly Delights*, 2015. Fuente: © Museo Victoria y Alberto, Londres

Por otro lado, el filósofo y sociólogo francés Jean Baudrillard sostiene que todos los objetos poseen una funcionalidad, aunque este concepto resulta ambiguo. Él distingue un tipo de objetos que forman parte de un sistema “disfuncional”, definidos no por una función objetiva, sino por una justificación subjetiva, a los que denomina objetos marginales. Estos objetos responden a necesidades ligadas a deseos personales, como el testimonio, la nostalgia, el recuerdo o la evasión, que no coinciden con la finalidad práctica de los objetos funcionales. Entre ellos se incluyen objetos “singulares, barrocos, folclóricos, exóticos y antiguos” (Baudrillard, 1981, p. 81).

Mientras que los objetos funcionales se valoran por su utilidad práctica y capacidad de comunicación, los objetos marginales poseen una funcionalidad basada en su significado. Es decir, mientras los objetos funcionales destacan por cumplir eficazmente un propósito práctico y comunicativo, los objetos marginales adquieren valor precisamente por su diferencia: al no estar integrados de manera natural en su entorno, se potencia su dimensión simbólica. Esta dimensión significativa invita a reflexionar sobre que, más allá de su relación con signos universales asociados a una memoria colectiva, los objetos marginales también

deben entenderse como productos de mercado. De este modo, su significado se desvincula de su función práctica y se conecta con una experiencia individual y subjetiva.

En la actualidad, debido al rápido desarrollo y progreso, las necesidades humanas se han diversificado. Ya en 1991, el psicólogo Abraham Maslow advertía que las demandas del consumidor tienden a centrarse más en lo emocional que en lo fisiológico (Maslow, 1991, pp.28-30). Como consecuencia, la racionalidad pierde protagonismo, y el mercado privilegia una seducción orientada hacia la sensibilidad emocional, tal como se evidencia en la escenografía de uno de los escaparates de Hermès en Madrid (Fig. 12). Isabel Campi sintetiza esta idea al señalar que:

El objetivo principal del diseño es innovar y aportar soluciones a problemas que tienen que ver con los objetos y los entornos de nuestra vida cotidiana. Lo curioso es que ahora, y en el marco de un mercado altamente competitivo, muchas de estas soluciones triunfan invocando la tradición y explotando el sentimiento de nostalgia. (Campi i Valls, 2007, p.57)



Figura 12. Escaparate de Hermès que presenta una escena evocadora de la memoria y los recuerdos, 2024. Fuente: Elaboración propia

Esta idea explica que, en la cultura de masas, las funciones simbólicas adquieren mayor valor que las prácticas, porque para que la economía de mercado funcione es necesario que las personas compren más de lo que realmente necesitan. Por ello, no se trata solo de crear productos, sino de generar necesidades. En definitiva, el terreno que se analiza es altamente complejo. Los objetos funcionales también buscan seducir al usuario a través de la estética, como estrategia dentro de la sociedad de mercado. De este modo, el diseño contemporáneo actúa como mediador, creando objetos e imágenes que se adaptan a una cultura ambigua, diversa y cambiante, donde los gustos y deseos de los consumidores están en constante transformación. Gilles Lipovetsky define este fenómeno como el consumismo de experiencias (Lipovetsky, 2007, pp. 9-15).

5. Conclusiones.

La intersección entre arte y diseño en el escaparate contemporáneo configura un territorio estético híbrido en el que los objetos dejan de responder exclusivamente a una lógica funcional para operar como dispositivos simbólicos y culturales. En este contexto, el diseño se aproxima a estrategias propias del arte al activar la dimensión estética como generadora de sentido, desplazando la atención desde la utilidad hacia la experiencia perceptiva y afectiva. La noción de objetos marginales formulada por Baudrillard permite comprender este desplazamiento, al evidenciar cómo la funcionalidad se redefine a partir de valores subjetivos y simbólicos, en sintonía con una cultura visual marcada por la estetización de lo cotidiano.

Desde esta perspectiva, el escaparate se constituye como un espacio de mediación estética en el que convergen prácticas escultóricas, lógicas expositivas y dinámicas de consumo. La materialidad, la forma y la disposición espacial de los objetos participan en la producción de significados compartidos, situando al escaparate como un dispositivo cultural que problematiza las fronteras entre arte y diseño. Este análisis contribuye a reconsiderar el estatuto del objeto contemporáneo y del espacio expositivo comercial como ámbitos relevantes para

el estudio del arte actual, en tanto escenarios donde se articulan nuevas formas de experiencia estética y de construcción simbólica.

Referencias

- Alemany, V. (2025). Análisis de las imágenes de Tim Walker para el desarrollo de proyectos de creación artística actual. Reflexiones sobre el valor analógico de la imagen, su aplicación a proyectos pictóricos y su dimensión escenográfica. *ArDIn. Arte, Diseño e Ingeniería*, 14, 207-247.
- Aumont, J. (1992): *La imagen*, Paidós.
- Barthes, R. (1993). *La aventura semiológica*. Paidós Ibérica.
- Baudrillard, J. (1981). *El sistema de los objetos*. Siglo XXI.
- Bell, C. (1914). *Art [Arte]*. Chatto & Windus.
- Bourdieu, P. (1979). *La distinción: Criterio y bases sociales del gusto*. Taurus.
- Bürdek, B. (2002). *Diseño. Historia, teoría y práctica del diseño industrial*. Gustavo Gili.
- Campi i Valls, I. (2007). *Diseño y nostalgia: El consumo de la historia*. Santa & Cole.
- Catri, I. (2006). Dimensiones: lo que comunican los objetos. *La jirafa con tacones: revista de comunicación*, II (11), 1-3.
- Chaves, N. (2003). El diseño: ni arte ni parte. En Calvera, A. (Ed) *Arte ¿? Diseño*. Gustavo Gili.
- Cid Jurado, A. (2002). El estudio de los objetos y la semiótica. *Cuicuilco*. Vol.9, nº25. <https://encr.pw/6MsXv>
- Costa, J. (1994). *Diseño, comunicación y cultura*. Fundesco.
- Danto, A. (1999). *Después del fin del arte: El arte contemporáneo y el linde de la historia* (E. Neerman, Trad.). Editorial Paidós.

- Danto, A. (2013). *¿Qué es el arte?* Editorial Paidós.
- Danto, A. y de Michele, G. (2010). *Historia de la belleza*. Debolsillo.
- Eco, U. (1992). *Obra abierta*. Planeta-De Agostini.
https://direccionmultiple.wordpress.com/wp-content/uploads/2012/08/eco_umberto-obra_abierta.pdf
- Eco, U. (2007). *Historia de la fealdad*. Lumen.
- Espinel Correal, F. y Ramírez Gómez, G. (2013). La semiótica en el estudio de los objetos de diseño. *Iconofacto*. (9), 13. <https://l1nq.com/QH3zO>
- Evening Standard. (2024, abril). *Dentro de la exposición Tim Walker: Cosas maravillosas*. Victoria and Albert Museum
<https://www.vam.ac.uk/articles/inside-the-tim-walker-wonderful-things-exhibition>
- Francalanci, E. L. (2006). *Estética de los objetos*. Titivillos. (Traducción en español por Francisco Campillo en edición digital)
- García-Doménech, S. (2014). Percepción social y estética del espacio público urbano en la sociedad contemporánea. *Arte, Individuo y Sociedad*. Vol. 26, 2. https://doi.org/10.5209/rev_ARIS.2014.v26.n2.41696
- Gros, J. (1983). *Design-Etymologie: Zur Semiotik der Objektgestalt* [Etimología del diseño: Sobre la semiótica de la forma de los objetos]. Offenbacher Schrift.
- Krauss, R. (1996). *La originalidad de las vanguardias y otros mitos modernos*. Alianza.
- Lekerikabeaskoa Gaztañaga, A. (2019). Obras de arte y objetos que se encuentran en los límites entre la escultura y el diseño. Confluencias y divergencias en los espacios limítrofes y territorios híbridos. *Kobie anejo*. nº 21. [file:///C:/Users/crist/Downloads/PDF%20libro%20completo.%20Amaia%20Lekerikabeaskoa%20\(Anejo%20KOBIE.%202016\).pdf](file:///C:/Users/crist/Downloads/PDF%20libro%20completo.%20Amaia%20Lekerikabeaskoa%20(Anejo%20KOBIE.%202016).pdf)

- Lipovetsky, G. (1986). *La era del vacío. Ensayo sobre el individualismo contemporáneo*. Editorial Anagrama.
- Lipovetsky, G. (2007). *La felicidad paradójica. Ensayo sobre la sociedad de hiperconsumo*. Editorial Anagrama.
- Lipovetsky, G. y Serroy, J. (2015). *La estetización del mundo: Vivir en la época del capitalismo artístico*. Anagrama
- Marchán Fiz, S. (1986) *Del arte objetual al arte de concepto. Epílogo sobre la sensibilidad "postmoderna*. Ediciones Akal.
- Maslow, A. H. (1991). *Motivación y personalidad*. Ediciones Díaz de Santos.
- Moya Blanco, L. (1991). *Consideraciones para una teoría de la estética*. Universidad de Navarra: Servicio de publicaciones.
- Perniola, M. (2018). *La estética contemporánea*. (Vol. 205). Antonio Machado Libros. ISBN: 978-84-9114-232-4. Documento digital: [https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=aee4DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT7&dq=la+estetica+contemporanea+perniola&ots=Mgnhn_y-az&sig=AV6yFLMXcZwYaz1uaEEuHFhV3mc#v=onepage&q=la%20estetica%20contemporanea%20perniola&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=aee4DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=P T7&dq=la+estetica+contemporanea+perniola&ots=Mgnhn_y-az&sig=AV6yFLMXcZwYaz1uaEEuHFhV3mc#v=onepage&q=la%20estetica%20contemporanea%20perniola&f=false)
- Petit-Laurent, C. A. y Bagueño, E. (2017). Lo útil, lo inútil y la utilidad de lo inútil. El souvenir como objeto marginal entre Arte y Diseño. *Arte, individuo y sociedad*, 29(1). <https://doi.org/10.5209/ARIS.52302>
- Rancière, J. (2012). *El malestar de la estética*, Clave Intelectual.
- Rodríguez Castiblanco, M. (2010). El lenguaje comunicativo de los productos. *Grafías Disciplinarias de la UCPR*, (12). <https://doi.org/10.31908/grafias.v0i12.1557>
- Sánchez, M. (2011). Actualizaciones de axiología estética: Vislumbrar la complejidad del mundo. En: Fabelo Corzo, J.R. y Pino Rodríguez, A. (Eds.) *Estética, arte y consumo: Su dinámica en la cultura contemporánea*. Colección La Fuente: BUAP.

Sudjic, D. (2014). *B de bauhaus. Un diccionario del mundo moderno*. Turner

Sudjic, D. (2009). *El lenguaje de las cosas*. Turner

Vantongerloo, G. (1918). *Réflexions*. En *De Stijl*, I(9), 149-150.

Wilcox, C. (Ed.). (2015). *Alexander McQueen: Savage Beauty*. V&A Publishing.

Zimmermann, Y. (2003). El arte es arte, el diseño es diseño. En Calvera, A. (Ed) *Arte¿? Diseño*. Gustavo Gili.