

## DAVID CARSON

### De producto editorial a producción cultural

*DAVID CARSON From editorial product to cultural production*

#### Resumen:

Se proporcionan criterios en la identificación de las relaciones internas entre la artificiación de los objetos -evento de estudio-, y los libros de Carson -unidad de estudio-, para dar una explicación de cómo una práctica o forma cultural se legitima como arte a partir de una revisión de significados, interacciones e instituciones en torno a objetos (proceso de artificiación); y en qué medida se ajusta la producción editorial del diseñador con principios asociados al concepto de arte: producto cultural, hecho social e institución, en una relación mediada por el reconocimiento, el campo de poder y del habitus.

#### Abstract:

*Criteria are provided in the identification of the internal relations between the artificiation of objects -study event-, and Carson's books -unit of study-, to give an explanation of how a practice or cultural form is legitimized as art from a review of meanings, interactions and institutions around objects (artification process); and to what extent the designer's editorial production conforms to principles associated with the concept of art: cultural product, social fact and institution, in a relationship mediated by recognition, the field of power and habitus.*

ISSN en trámite, Depósito Legal: ME2018000067

URL: [revistas.saber.ula.ve/laAdearte](http://revistas.saber.ula.ve/laAdearte)

URL: [www.arte.ula.ve](http://www.arte.ula.ve)

Fecha de recibido: 01-02-2019

Fecha de revisado: 17-04-2019

Fecha de aceptado: 25-05-2019

**Palabras clave:** Artificiación, producto cultural, campo de poder, legitimación, David Carson.

**Keywords:** Artification, cultural product, power field, legitimation, David Carson

 **Jenny del Carmen Ramírez M**

 [jcrmazz@gmail.com](mailto:jcrmazz@gmail.com)

 Facultad de Arte ULA

 Avenida 4, entre calles 34 y 35, Edificio Rocar, Apartamento 10. C.P. 5101  
Mérida. Venezuela

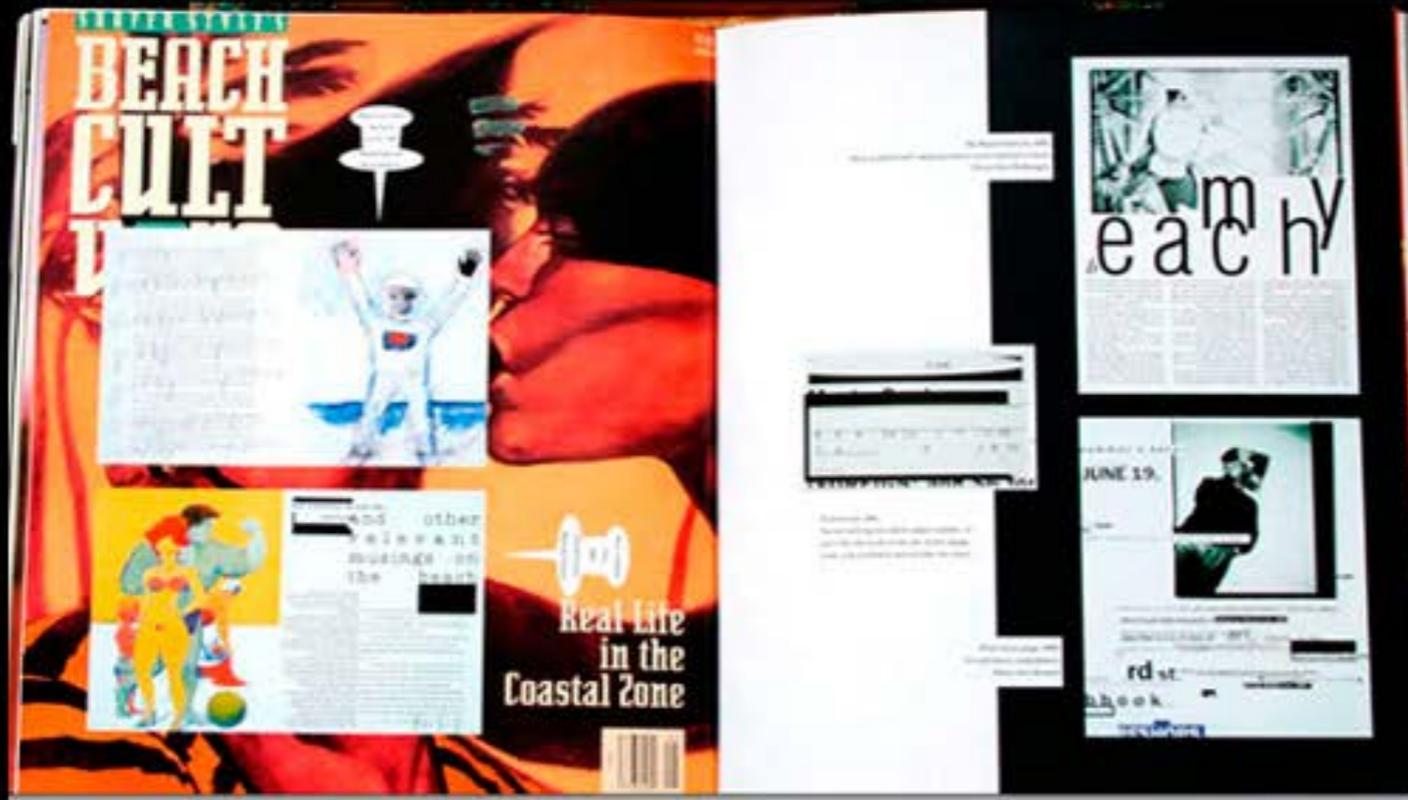
## Introducción

*No hay cambio en la forma sino en la sustancia (exactamente igual a lo que ocurre con la mercancía, donde los objetos siguen siendo los mismos, tienen la misma forma, pero su sustancia -su función social- cambia).  
(Carrasco, 2010, p. 115)*

La investigación responde a inquietudes dentro del diseño gráfico y el carácter del diseño editorial que históricamente ha transitado por la concepción inicial de Artificación, inherentes al libro como objeto de contemplación en la época de los griegos y romanos a producto técnico, favorecido por la industria de la multiplicación en serie, que le ha dado un valor agregado a la nueva forma de comunicación propuesta en el siglo actual, hasta nuevamente su resignificación.

Tiene su origen en las oportunidades y tendencias generadas en la actualidad, donde cada día, el diseño gráfico se va ganando un espacio institucional y también social dentro del campo cultural. Más que un ejercicio conceptual, se presenta como un fenómeno institucional, conceptual y práctico que requiere de la reflexión sobre las relaciones entre arte y no-arte; a bosquejar el proceso de legitimación social y el proceso de artificación que han tenido los libros, como medio de comunicación, sobre la consideración artística otorgada a los nuevos medios, producto de su importancia cultural y social, debido a los elementos, los procesos complejos implicados y las transformaciones sociales que comprende.

El lector al explorar las publicaciones realizadas por David Carson, encuentra que el diseñador va más allá de las convenciones lógicas del lenguaje y de la racionalidad de la página impresa bidimensional,



Imágenes extraídas del libro *The End of Print: The Grafik Design of David Carson*

que se pueden explorar, leer y percibir de múltiples maneras, de forma diferente al resto de libros, pero sin ello significar una intencionalidad de ser Libro-Arte.

Con la confirmación de la condición artística de los objetos cotidianos comunes, dada con la llegada del pop art -propuesta artística de Warhol- (Danto, 1964) se soporta el propósito de la investigación de extraer ¿Cuál es la diferencia entre una obra de arte, de una mera

### [...] comprensión de qué es y qué no es un proceso de artificación sobre la producción editorial de Carson ¿de dónde vienen y cómo clasificar estas manifestaciones ?

cosa, cuando ambas resultan visualmente idénticas? sin llegar a discernir qué es un objeto artístico de lo que es un objeto cotidiano, en términos visuales, a través de la comprensión de qué es

y qué no es un proceso de artificación sobre la producción editorial de Carson ¿de dónde vienen y cómo clasificar estas manifestaciones? para aprehender el cambio social y las limitaciones implícitas en este evento.

No se propone un análisis de las características y posibilidades de manipulación de la secuencia, los tipos y la forma, como elementos propios del diseñador. Tampoco establecer las maneras en que aborda el tratamiento de la lectura, el texto y la estructura; ni si están presentes la riqueza, versatilidad y maleabilidad, ofrecidas en la singularidad e individualidad de los Libros Arte, pues la interrogante no es si sus publicaciones, son o no son Arte. Se presenta una tipología de forma de Artificación a partir de identificar, interpretar y reorganizar significados inherentes a este proceso, señalado por Shapiro y Heinich (2012); y enmarcado en las ideas de Terrosi (2006) sobre la historia del concepto de arte y de genealogía, signados por la acción del poder, es decir, objeto de legitimación, ajeno al desvelamiento de la verdad del ser, en la obra de arte; los cuales integran al patrón relacional.

## Fundamento Contextual – Situacional

Si los artistas operan en sus estudios, talleres, salas de concierto, teatros, museos, galerías y otros entornos específicos del arte, los artificadores trabajan en alguna otra parte: en compañías, hospitales, tiendas, oficinas, grupos de investigación académica, etc. Y si los artistas producen obras de arte, los artificadores participan en la producción de discusiones, procesos de diseño, servicios de cuidados de la salud, y así sucesivamente. Si bien los artistas, usan ciertas técnicas y materiales, el artificar no está restringido a ello, sino que puede hacer uso de nuevos materiales y técnicas disponibles. Además, el arte tradicional tiene un auditorio, pero si hay algo comparable a eso en la artificación, su papel es diferente, probablemente más cercano al del usuario o participante que al del espectador (oyente) pasivo. (Naukkarinen, 2014, p.954)

Se está frente a “el libro”, según Crespo (2012) ya no como depósito de información o como archivo, que viene de responder a características convencionales. Aunque con las creaciones electrónicas -paradigma del arte de final del siglo pasado-, signifique la aceptación del arte de la hibridación y la mixtura de diferentes disciplinas como uno de los principios estéticos elementales de la contemporaneidad.

En palabras de Haro (2013) el libro en sí mismo, “nunca estuvo creado para este fin sino para tenerlo en la mano, para hojearlo, para viajar con él” (p.10). Con el libro impreso se provoca la industrialización de la producción del lenguaje. El imprimir resulta más rápido que copiar a mano, y en consecuencia, las palabras pasan a ser baratas y a estar al alcance de todos; convirtiendo al libro, en el vehículo tradicional de transmisión de conocimientos e ideas a través de la escritura, trazando una línea divisoria entre la cultura manuscrita, la cultura impresa y la cultura digital o virtual.

El libro ha sido por más de tres siglos el escenario del estándar más elevado y de las últimas novedades en el diseño tipográfico y la impresión. Meggs (2010) refiere que ya en el período victoriano, aparece el libro como un objeto de arte de edición limitada y de producción comercial; el cual, sin embargo, para finales del siglo XIX, pasa a desempeñar un papel secundario, ahora como material comercial impreso de todos los tamaños y formas.

Respecto a la calidad del diseño editorial -especialmente en la producción de libros- desde mediados del siglo XIX, señala Satué (1988) como ésta decae hasta tornarse vulgar, debido a la fabricación de publicaciones en forma masiva que lleva a la sustitución de lo ejecutado manualmente a lo mecanizado, ocasionando el desplazamiento del diseño, el cual de derivar de actividades artesanales pasa a la tecnificación de los procesos; sujeta a problemas complejos asociados a lo económico y a la celeridad de la producción. Un claro ejemplo de ello, lo menciona Jurado (2004) con la imprenta artesanal Kelmscott Press fundada por Morris, 1890, a modo de rechazo de la fragmentación de las tareas en estos métodos industriales, que lleva a declinar la balanza de las grandes editoriales comerciales.



La revolución industrial trae consigo esta fragmentación del proceso de creación e impresión de la comunicación gráfica, en una serie de pasos especializados, con especialistas cualificados, incidiendo en un proceso de división del trabajo -propio de la mecanización-, que conduce a "no considerar el libro como objeto de especial cuidado" (Campos, 2007, p.29), pues se pasa a privilegiar los valores utilitarios sobre los valores estéticos en la producción en masa, en detrimento de la calidad del diseño del libro y de las publicaciones, igual a decir, en pro de la cantidad para ampliar la difusión del producto.

En relación a este conflicto arte-técnica instalado por la automatización, afirma Meggs (2010) es la causa gradual de la separación del artista en el diseño de libros, ya que al estar signada la industrialización de la producción por mecanismos que reemplazan la labor humana, divide todo el proceso elaborado por el artesano, siendo el que diseña el objeto no necesariamente el que lo produce. La resultante: a) el eclecticismo de los modelos históricos, b) la declinación en la creatividad y c) el abandono del diseño en manos de ingenieros, sin ninguna preocupación por la estética; donde la técnica se hace autónoma y produce, especialmente en el campo de las artes industriales, todo tipo de objetos de dudosa calidad y gusto.

En otra dirección, Frascara (2000) se expresa del diseño editorial de libros como un diseño pensado para información, dado que su aspecto más esencial no es el de crear formas, sino el de crear comunicaciones, evolucionando de una actitud que enfatiza lo estético hacia una actitud que se concentra en lo comunicacional. Es de hecho, un producto técnico que permite formas estandarizadas para la lectura y producto tipográfico dirigido a un público lector, el cual supone ser concebido con el fin de conseguir la máxima comprensión del texto por parte de éste.



Un libro es “recipiente portátil que consiste en una serie de páginas impresas y cosidas, y que conserva, anuncia, expone y transmite conocimientos a los lectores a través del tiempo y del espacio” (Haslam, 2007, p.22).

Sin embargo, los cambios dados en la concepción del arte, la moda, los gustos, las grandes tecnologías reprográficas, las demandas del comercio y del estilo de vida, ejercen una influencia fuerte en el diseño editorial y en cómo debe responder y adaptarse el diseñador a las variables de nuevos estándares disciplinares para la accesibilidad de los usuarios.

Entre otros aspectos a destacar: primero, el auge del mercantilismo y las estrategias de mercado dentro del mundo editorial, donde la autoría ha pasado a significar algo más que escritura y se puede aplicar a todos los responsables de un concepto o idea tanto como al creador del texto escrito. Segundo, el cambio en la mayoría de los métodos de impresión del siglo XX por los sistemas informáticos que permiten imprimir un documento en los talleres, realizar la calibración del color de forma automática, y obtener imágenes de cámaras o escáneres hasta su salida de máquinas. Cualquier rasgo de un proyecto puede crearse y desarrollarse con un elevado nivel profesional en un ordenador y con las técnicas digitales relacionados con estos para hacer realidad las ideas, mediante medios más rápidos, flexibles y económicos que simplifican las tareas de diseño o edición, los procesos de manufactura y de producción.

Con el hardware y el software de la informática digital, el crecimiento explosivo de Internet, a la par del conocimiento en materiales, formas y temas que se alejan sustancialmente de los tradicionales, se modifica nuevamente el diseño gráfico, al ofrecer nuevas posibilidades de intervención, resultando en un pluralismo y diversidad de propuestas. Los diseñadores empiezan a dar rienda suelta a sus ambiciones creativas y a llevar al límite la complejidad de los valores de producción, amparados en la existencia de un mercado en auge de publicaciones.



Ya no pocos editores crean libros exquisitos que se convierten en piezas de coleccionistas, y esta tradición cuenta con el reconocimiento de editores especializados en cultura visual, firmadas por el autor, y datos relacionados con el productor -la percepción del comprador es que posee obras del artista, y que tiene algo más que un libro-. Un cambio significativo del producto editorial: libro impreso, el cual dentro del modelo tradicional ha venido de colocar al autor en el primer puesto de la cadena de producción.

Ahora, el libro se exhibe, está sujeto a la crítica y comprensión de eruditos, separado de su estructura y función originales -no sujeto a reglas de la lectura- sino como proceso de producción artificio y espacio de creación, a partir de

### [...] el libro ... como proceso de producción artificio y espacio de creación ...

combinar diferentes lenguajes provenientes de las nuevas tecnologías y de su legitimación, mediante su inserción en el mundo de los museos.

En la actualidad se profesa un interés creciente por este campo editorial por parte de artistas, crítica e inclusive público. La atención del mundo del arte hacia el libro Arte se ha multiplicado desde la exhibición de los libros de Bruno Munari en 1955, siendo cada vez más críticos, galeristas y museos que se interesan por este medio.

Con la aparición del Internet y la tecnología digital, se llega a creer en la muerte del libro impreso y el final de la era de la imprenta; y aunque el mercado de la información y la nueva tecnología de la lectura en internet se expanden aceleradamente, no acaba de sustituir a su viejo pariente el libro. Y así como "en otros momentos de la historia el artista se ha apropiado de los avances técnicos para desarrollar nuevas propuestas artísticas, ahora el diseñador se encuentra ante un nuevo instrumento que sirve de polémica en el debate artístico contemporáneo" (Haro, 2013, p.25).

## Fundamento Conceptual / Teórico

*La Artificación:  
traza el relato, en forma de nueva escritura, de una aproximación al hecho estético  
que, en su afán de satisfacer los índices de una visualidad más enfática, recupera para  
el terreno del arte las posibilidades que brindan los sistemas de saberes en un ámbito  
más expandido y por tanto subjetivo.  
(Santana, 2014).*

La importancia de los nuevos medios de comunicación en la actualidad obedece a su legitimación como productos culturales, debido a la implicación de elementos y procesos tanto técnicos como sociales, que les concede una revisión y un lugar dentro del campo artístico. Mucho de ello, generado de la globalización, del cambio a una sociedad de la información, del mundo de los negocios y de reevaluar las formas de operar los medios tradicionales.

En esa dirección Shapiro y Heinich (2012), ante las transformaciones dadas a nivel cultural, el mero tecnicismo y la funcionalidad, hacen un planteamiento en torno a estas manifestaciones, anteriormente desapercibidas, cuyo propósito persigue una forma de incluir una diversidad de procesos culturales que vienen de un ámbito no artístico, los cuales por su posicionamiento traspasan las fronteras entre lo que pueden ser llamados "productos artísticos", donde grupos de personas, productos y actividades se hacen objeto de una visión paradigmática nueva. Ejemplos reseñados de estos: la fotografía, artes de calle, impresos, moda, gastronomía, incluso el circo.



Esta valoración o interés artístico en cualquier manifestación o comportamiento, según el principio de Artificación, designado por Shapiro y Heinich (2012) como el proceso en que personas reconocen un objeto o un género como arte, representa esa capacidad de transformar en artístico cualquier proceso, objeto o proyecto, al margen de su intencionalidad, a causa de una autoridad institucional que lo ratifica.

Según García (2016) tratar de comprender los procesos internos que operan en la artificación y la legitimación, puede proveerse del marco conceptual del campo cultural y los mundos del arte. Para Heinich (2002), configurar un mapa de los procesos que intervienen en la artificación, implica la observación de:



[...] el funcionamiento del entorno del arte, sus actores, sus interacciones, su estructuración interna ... interesarse por los procesos -grandes o pequeños- que las provocan, la causa o el resultado [...] hasta llegar al "arte como institución", el mismo productor de representaciones [...] (p.42).

Heinich (2002), al destacar lo social del medio artístico, concibe el arte como sociedad, el cual se conforma a partir de interrelaciones de grupos como "sistema de relaciones entre personas, instituciones, objetos, palabras, que organizan los desplazamientos continuos entre las múltiples dimensiones del universo artístico" (p.69). Planteamiento que refrenda Terrosi (2006) al referir el Arte ya no como hecho universal, sino como hecho cultural, a partir de "el estudio de la dimensión histórico cultural de las imágenes más allá del hecho de que éstas tengan particulares cualidades artísticas"(s/n). En una filosofía que circula y se expande entre coincidencias y aproximaciones de saberes articulados en red, que admiten según el autor, más historias y más perspectivas de interpretación de los fenómenos artísticos.

Ambos autores subrayan el carácter y los aspectos sociales del arte, inherente a su naturaleza (y supone) una superación de la historia del arte -y su sustitución- por una variedad de modelos de interpretación, de todo tipo de representación, que según Alzuru (2016) no necesariamente coinciden con el concepto moderno y occidental de arte, soportado sobre criterios de administración económica, del mercadeo, del consenso selectivo de las modas culturales y del éxito, pero que obvia, criterios valorativos intrínsecos a las obras.

Se está frente a una obra con un significado independiente de su valor, transformado en texto a interpretarse como uno de los síntomas de la cultura de la época que "es al mismo tiempo simbólica, material y contextual. El arte surge con el tiempo como la suma total de las actividades institucionales, las interacciones cotidianas, las implementaciones técnicas y las atribuciones de significado." (Shapiro y Heinich, 2012)<sup>1</sup>. La obra de arte encuentra un lugar gracias a una red compleja de actores que participan en su interpretación, mediada por

la estructura particular de los procesos de reconocimiento y valorización de la originalidad en su recepción, la cual se acompaña con el elitismo de los públicos. Entre la obra y los observadores están “los marcos culturales -percepción, identificación, evaluación- tanto como los objetos-instrumentos, imágenes, marcos, edificios- que dan forma a las emociones” (Heinich, 2002, p.60).

La autora presupone que publicaciones, exposiciones, cotizaciones y circulación en el mercado, además de manifestaciones emocionales y comentarios eruditos, premios y recompensas de todo tipo, desplazamientos en el espacio y conservación en el tiempo “sean algunos factores que organizan este «ascenso de objetividad» que, se acopla al «ascenso en singularidad»...” (p.76); responsables estos procedimientos de acreditación de conformar la proposición artística.

Por su parte Danto (1964) designa el hecho de la institución dentro de la obra de arte al afirmar que “el principio de la diferencia entre las obras de arte y los objetos corrientes no es más que una institución, es decir «el mundo artístico» (art world) que les confiere el estatuto de candidatas a la valoración estética”. (p.11) Otro aspecto a considerar destacado por el autor, desde el punto de vista de la expresión, es en relación a las disidencias absurdas en la representación convertidas en artísticamente fundamentales:

[...] en el futuro habrá arte, pero no será nuestro arte [...] es el momento de reconstituir la historia del arte a partir de planteamientos nuevos y decidir en qué medida las discrepancias con una equivalencia perceptiva ideal se deben a un déficit técnico y en qué medida se deben a la expresión (pp.11-12).

Este capacitar la institución para “imponer el reconocimiento de la obra de arte como tal a todos (y solo a esos) que han sido constituidos (mediante una labor de socialización...)” la refiere Bourdieu (1995, p. 320) cuando apela al campo de poder como espacio de las relaciones “de fuerza entre agentes, instituciones que tienen en común el poseer el capital necesario para ocupar posiciones dominantes en los diferentes campos (económico y cultural en especial)” (Ibid.). En este punto la legitimación, coincide según el autor, con la imposición de los valores de una élite económica-política representada en aquellos dentro de la estructura de las instituciones con facultad para determinar el valor simbólico de la obra y enjuiciar quién debe llamarse artista, es decir, “el monopolio del poder de consagración de los productores y de los productos” (p. 331).

Según Bourdieu (1995) el ser el campo del arte un sistema con el poder de decir qué es arte y que no lo es, crea espacios sociales, se vale de revistas, coloquios, exhibiciones, a la par de instancias de consagración, de listas de premiados que observan la cotización de los diferentes artistas; siendo formas y manifestaciones diversas de otorgar valoración y examinar su distribución en el espacio construido en la difusión de información a públicos específicos, en busca de su participación y respuestas -aunque éstas, limitadas por los mismos discursos que crean-. El autor, pone de manifiesto ese “proceso de



inculcación consciente o inconsciente que nos induce a aceptar como evidente la jerarquía instituida” (pp. 333-334) y con el cual explica como la entrada de las obras en el museo a través de exposiciones, supedita su aprehensión como artísticas.

Es a partir de ese reconocimiento de los espectadores con competencias estéticas -quienes legitiman y la dan a conocer como obra de arte- que socialmente se le confiere su valor como objeto simbólico. Considera, el autor, a la par de los productores directos de la obra en su materialidad, el conjunto de producción de la creencia en el valor de la obra de arte y que actúa sobre el mercado del arte.

Se asiste a la producción de consumidores aptos para reconocer y valorar la obra, con estos veredictos de consagración y con disposiciones artísticas reforzadas por profesores y críticos eruditos. Tesis sobre el fundamento del habitus culto:

[...] la obra es un objeto simbólico que el espectador aprehende a partir de sus disposiciones y competencias estéticas adquiridas, lo que significa que apela al recuerdo de la historia colectiva, de la invención progresiva del “experto”, y de su frecuentación de las obras de arte. (Bourdieu, 1995, p. 425).

En ese orden, Perniola (2011) menciona como “la solemnización artística y culturización de imágenes y de objetos extraños al ámbito se extiende... a cualquier objeto... a cualquier diseño, escritura, gráfico, diagrama o información”. Al objeto se le adjudica “arte”, indistintamente de sus cualidades formales, origen y contexto del que formaba parte, una vez sustraído su uso original e incluido en el campo artístico, el cual, al ser introducido “en el circuito artístico de formas y materiales

pertenecientes a ámbitos considerados tradicionalmente ajenos al arte, aquella no supone en absoluto una disolución o siquiera una atenuación del aspecto mercantil del arte” (p.167); sin obviar que se relaciona a un boom del mercado artístico.

Consecuencia de este hecho el detrimento del paradigma histórico-estilístico, señalado por Terrosi (2006) ante la imposición de un gusto que se organiza en tendencias y sigue dinámicas subculturales. Y a lo que Alzuru (2016) acota: “Los gustos de los compradores ya no son distintos a los de los sectores “avanzados” de la masa” (s/n).

Dentro de ese orden del consumo, las prácticas y los consumos culturales, Bourdie (1995) resalta el campo de producción y la historia del espacio social; ambos determinando los gustos a través de “los acondicionamientos sociales asociados a unas condiciones materiales de existencia particulares y a un estamento particular en la estructura social” (p.381). Importante de señalar, por cuanto el autor, al focalizar la pertenencia social del receptor, y subordinarlo a un principio general de dominación social, da vestigios de que las prácticas artísticas no son puras ni desinteresadas. Esta correspondencia entre estratificación social y cultural, marca el valor del contexto, por cuanto las clases sociales de acuerdo a sus estilos de vida, muestran distintos patrones de gusto y consumo cultural.

**[...] garantizar la legitimidad de una práctica ... impulsa a su vez, un proceso artificación. y espacio de creación.**

En la estética contemporánea la implicación de un público en el proceso de recepción y en la creación de la obra de arte, es fundamental, pues siendo él, quien legitima y constituye las políticas culturales (razón de ser de programas culturales y las instituciones), dota de sentido a la obra de arte. Así, la obra abierta con pluralidad de significados, de la que habla Umberto Eco, sustenta este marco de relación entre obra/público; en la que el espectador concluye en la obra su proceso formativo, no limitando ya la experiencia artística -pasiva- a la sola contemplación (Observatorio Vasco de la Cultura, 2016, p.7).

Este público del arte ejerce su mirada en el espacio público (el de los museos y galerías), activándose una liberación del gusto de los aficionados en relación con las normas académicas "significando que se instaure a partir de ese momento, un juego entre cuatro participantes: la Academia, la administración de Bellas Artes, la prensa y el público" (Heinich, 2002, pp. 35-36), el cual favorece un desplazamiento espacial y simbólico -elemento definidor de sentido y valor- en los que objetos y manifestaciones no artísticas devienen en fenómenos artísticos. Entender este papel de los públicos, representa -según los autores citados- el otro aspecto determinante en la Artificación para su aprehensión, como "proceso dinámico de cambio social, que da paso a nuevos objetos, nuevas prácticas; donde las relaciones y las instituciones que intervienen en su producción se transforman" (Shapiro y Heinich, 2012)<sup>2</sup>

Shapiro y Heinich (2012) señalan dos aspectos más: por un lado, la técnica crea un proceso de revisión de la causalidad circular, es decir, que la Artificación de un objeto necesariamente resulta en la legitimación del mismo. Por otro lado, el deseo de garantizar la legitimidad de una práctica que se considera injustamente subvalorada impulsa a su vez,



un proceso artificación. Sin embargo, para las autoras los procesos de artificación y legitimación son procesos distintos; el primero, basado en la materialidad, abarca el segundo. En esa dirección, aclaran que a pesar de las aparentes similitudes, los dos conceptos son muy diferentes, siendo el concepto de artificación un avance teórico y empírico sobre la legitimidad por lo que no debe confundirse ni con la legitimidad o con el término artialization -del filósofo Alain Roger- acuñado para "definir una visión especializada del mundo que construye la naturaleza en el paisaje a través de la matriz de arte perceptual" (en línea).<sup>3</sup>

La artificación refiere a "situaciones y procesos en los que algo que no es considerado como arte en el sentido tradicional de la palabra es convertido en algo semejante al arte o en algo que acoge influencias de los modos artísticos de pensar y actuar" (Naukkarinen, 2014, p.935), en los que la influencia del arte se deja sentir (pudiendo ocurrir de muchas maneras), pero presente siempre los niveles conceptual, institucional y práctico. Y aunque el autor le adjudica el poder transformar las cosas extraordinarias en arte, recalca su propósito de adherir algo del arte, "sin llegar a mezclarse de una manera tan total con otra cosa, que el arte como fenómeno social y cultural independiente se vuelva obsoleto" (p.938). Planteamiento que soporta sobre la idea de Theodor W. Adorno, quien acota el cuestionamiento radical de los valores y prácticas dominantes que la artificación ha de suscitar, siendo sólo "posible si el arte preserva su estatus autónomo y no resulta mezclado con cualquier otra cosa de un modo que pondría en peligro esa autonomía" (p.952). Y bajo el entendido de que si todo se convierte en arte, entonces ya nada podría ser semejante al arte, corriendo el riesgo de desaparecer como formación cultural independiente.

## Fundamento Referencial

*La atribución de significado, reconocimiento y legitimación son todos el resultado de transformaciones concretas.  
"The attribution of meaning, recognition, and legitimation are all results of concrete transformations."  
(Shapiro y Heinich, 2012)*

Previamente se ha señalado como por la acción del mercado, galerías y museos, de mano de los medios de comunicación, se otorga valor a la obra. Así, galeristas, curadores y coleccionistas convertidos en figuras de poder adquieren relevancia en la legitimación del arte, indicando al espectador sobre cuáles formas y prácticas poner su atención. Acota Perniola (2011) a este hecho, que la "artisticidad" atribuible a cualquier objeto depende del grado de interés que muestren marchands y críticos.

Importantes instituciones culturales de varios países dan entrada al libro: Bienal de Venecia con exposiciones internacionales de arte contemporáneo del mundo; Bienal de Diseño Gráfico con exposiciones anuales del libro; Bienal del Cartel (BN), Concursos de "Los libros más bellos del mundo", Leipzig y Francfort; "Exposición internacional del arte del libro", Leipzig (Alemania); "Letra de Oro", otorgada por la Stiftung Buchkunst (Fundación del Libro Artístico); exhibiciones de los Institutos Goethe. A lo que se debe sumar, la adecuación de los recintos dentro de las instituciones para la muestra de estas colecciones, y todo un marco conceptual y metodológico apropiado de evaluación y análisis, mediante artículos de prensa, blog institucional, entre otros.

El libro de artista contemporáneo vino de la mano de grandes ferias internacionales. Por primera vez se muestran libros de artista en la Bienal de Venecia, 1972, y la Documenta V, 1977, dedica un apartado específico internacional a los libros objeto, con una gran repercusión (Haro, 2013). Una larga tradición que surge con los libros manuscritos, vinculada a una función decorativa con valores estéticos y que se perpetúa con el libro

impreso. Desde hace más de un siglo, “muchos son los artistas que se han acercado al libro, con enfoques y planteamientos estéticos muy distintos, siendo los responsables de cómo la forma del libro ha ido variando y se concibe en nuestros días” (p.16).

El diseño editorial de David Carson -innovador y original- producto de experimentar con la tecnología y la tipografía, lo ha llevado a ser catalogado como un diseñador importante dentro del diseño gráfico, conocido por el rompimiento de normas y esquemas en busca de la visualidad del texto. (Fig. 1).

Y aunque sus propuestas requieren de una atención estricta de los lectores para la legibilidad, atrae a numerosos admiradores e importantes clientes de Estados Unidos: Pepsi, Ray Ban, Nike, Microsoft, Budweiser, Giorgio Armani, NBC, American Airlines, Levi Strauss Jeans, AT&T Corporation, British Airways, Kodak, Lycra, Packard Bell, Sony, Suzuki, Toyota, Warner Bros., CNN, Cuervo Gold, Johnson AIDS Foundation, MTV Global, Prince, Quiksilver, Intel, Mercedes-Benz, MGM Studios y Nine Inch Nails. Se realizan corpus teóricos en función a su obra, como es el caso del estudio de Gamonal (2004) sobre la Retórica en el Diseño Gráfico: análisis de los trabajos de Carson, además de aparecer en revistas<sup>6</sup> y libros de diseño<sup>7</sup>.

El estado del arte, la legitimidad de la obra y artistas nacen del conocimiento y reconocimiento de su esencia artística por parte de un público, quien sin tener autoridad aprecia la obra, la valora desde una experiencia estética o con el simple interés de consumidor y busca obtener placer del contacto con la obra. Con Dumcham -ready-made (1917)- se evidencia que una obra de arte no se legitima por el medio o el material utilizado, ni tampoco por el espacio en el que se da. Visualizado el producto u obra en centros de arte, entra a través de la legitimación institucional a convertirse en un bien susceptible de un proceso de artificación.

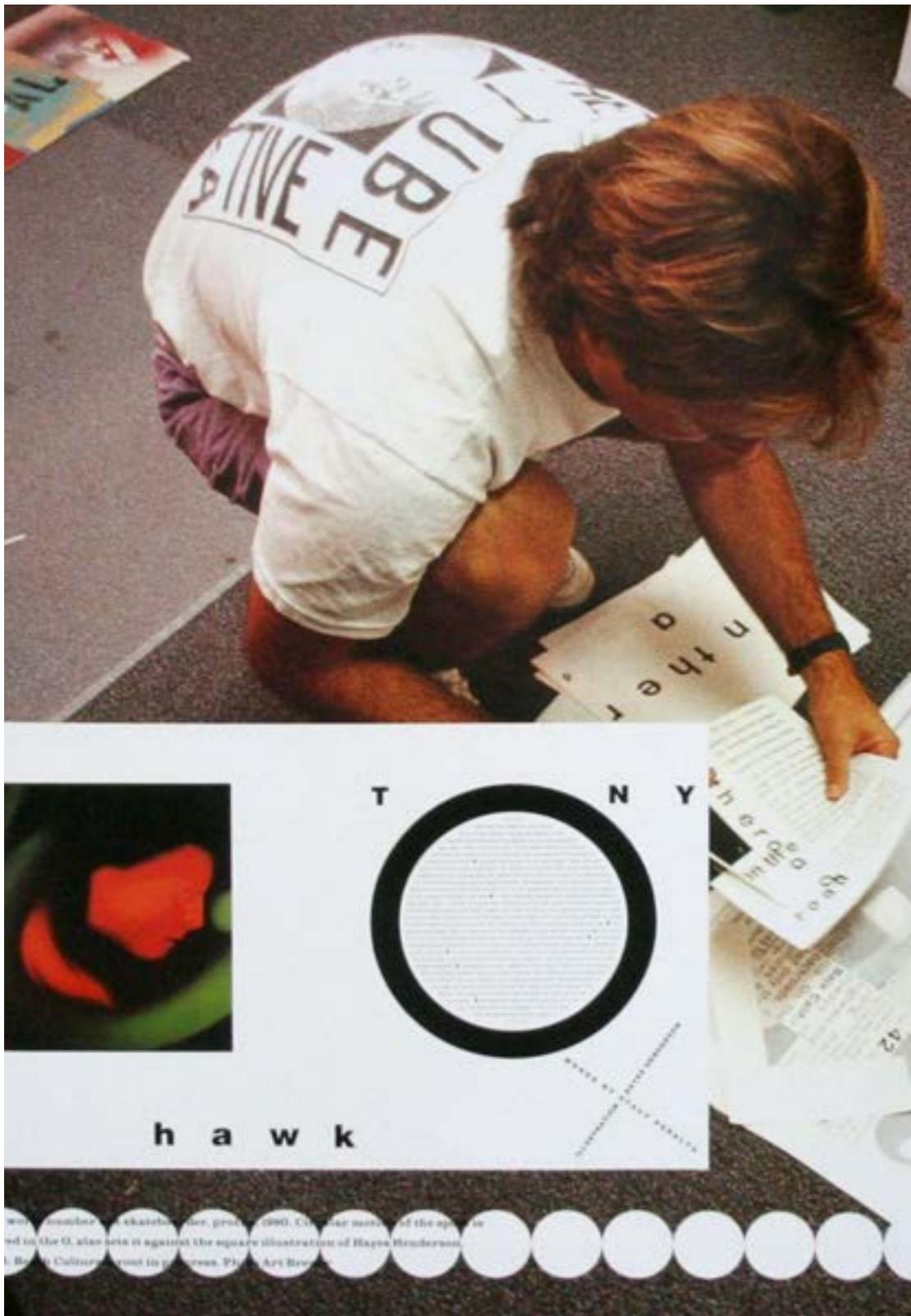
## Fundamento Epistémico

*el arte ... "un juego entre tres: productores, mediadores y receptores"  
(Heinich, 2002, p.60)*

La perspectiva de las autoras Shapiro y Heinich (2012) infiere en tratar el hecho artístico bajo el análisis de la diversidad de las interacciones del artista, las instituciones intermediarias o mediadoras y el receptor (entre lo individual y lo colectivo), por cuanto propicia el redefinir las cosas y los seres en términos de procesos y contextos, colocando la acción en el primer lugar por sus propios méritos y un medidor de valores y significados, que son relevantes para los actores. Aspecto este, no muy alejado del enfoque de Goodman (1977), cuando afirma que el arte es una categoría que ha de ser definido por hacer referencia a los contextos y los estilos, más que por su esencia.

Por su parte, Naukkarinen (2014) enfatiza en el fenómeno contemporáneo, al decir que la artificación ha tenido lugar -siempre- desde que existe la especie humana, sin embargo, sin esta concepción del arte que proporciona el marco de referencia, fuente de ideas y prácticas a concebirse desde la perspectiva del productor, de la obra, del receptor y de la institución; no puede darse la artificación, la cual además exige tener cosas que no sean arte para mezclarse y afectarse uno al otro.

Esta posición adoptada por Shapiro y Heinich (2012) permite centrarse en cómo se acopla el arte en el campo cultural en igualdad de condiciones con muchas otras actividades sociales; y la manera en que reaparece a través del tiempo, como afirma García (2016, p.70).



[...] la suma total de las actividades institucionales, de las interacciones cotidianas, de las implementaciones técnicas y de las atribuciones de significado... una colección aparentemente heterogénea de fenómenos, que esperan demostrar que está realmente conectado por una coherencia llamada artificación [...]

Bajo este nexo de la acción y el discurso, las personas hacen o crean las cosas que gradualmente pasan a ser definidas como obras de arte.

El paradigma de artificación que proponen Shapiro y Heinich (2012) se presenta como "una orientación dinámica y pragmática, fundamentada en la observación de situaciones y aspectos concretos, referidos a los cambios en las acciones, sus relaciones, materiales y organizaciones"<sup>4</sup> que afectan a las distintas y nuevas expresiones, e intervienen en la designación como obra de arte; primero, para revelar este fenómeno que de otro modo pasaría desapercibido o en el peor de los casos confundido con la legitimidad; segundo, evidenciar cómo y bajo qué circunstancias se produce este proceso de artificación.

Un proceso mediado por una red unida de cooperación, de las organizaciones colectivas y un rico corpus de discurso crítico, en los que se abarca lo simbólico, lo material, lo contextual y lo práctico sobre los diversos campos de las interrelaciones culturales y sociales para inferir una interpretación visual de estos cambios que involucra el significado, el reconocimiento y la legitimidad:

Ampliamente, los cambios culturales representan una razón válida para la artificación. En palabras de Naukkarinen (2014) la artificación es “un indicador del cambio que se tiene en la visión del mundo actualmente, donde se mezclan las esferas culturales que comúnmente eran mantenidas más o menos separadas en el pensamiento moderno” (p.938).

## Marco Metodológico

El análisis de un tipo de libros del campo editorial, su desarrollo y estructura, se rige por la metodología holística, que propone Hurtado de Barrera (2012) en un nivel aprehensivo, bajo el tipo de investigación Analítica, en un intento de sustraer las necesidades y establecer las interconexiones entre la artificación de los objetos -evento de estudio- y la disciplina del diseño gráfico, circunscritas en las publicaciones diseñadas por David Carson -unidad de estudio-, es decir, su correspondencia con los procesos internos que operan en la artificación, a fin de llegar a una comprensión más amplia del evento y de-velar nuevos significados y significaciones de estas producciones culturales, a partir de: a) articular un marco conceptual necesario para entender el paradigma del arte desde la perspectiva de los autores, b) crear un mapa de los procesos de la construcción de los objetos, las formas y prácticas dentro del contexto socio-cultural, y c) determinar la constitución, propiedades y evolución del proceso de artificación en la propuesta del diseñador.



El corpus teórico lo constituye la revisión bibliográfica propuesta, contenido dentro del fundamento noológico, referido por Hurtado de Barrera (2012) en la organización y sistematización de ideas, conceptos, antecedentes y teorías, a manera de proporcionar una visión integrada de la investigación.

El diseño de la investigación es documental, de tipo transeccional, contemporáneo, univariable, con el que se obtiene una imagen del estado de las cosas en un momento determinado para su caracterización y explicación. Se emplea la Técnica de Revisión Documental en la organización, clasificación y categorización de la información. Y para la determinación de las sinergias e indicios, se opta por una "matriz de categoría" -instrumento de recolección- en la descripción del evento y la identificación de relaciones entre los significados, los objetos, la interacción con las instituciones y las características referidas al campo cultural y el mundo del arte.

## Análisis e Interpretación

*nuestra atención a una fase previa  
durante la cual el no-arte se transforma y se convierte en arte.  
“our attention to a prior phase during which non-art  
is transformed and constructed into art.”  
(Shapiro y Heinich, 2012)*

Las publicaciones de Carson contenidas dentro de la producción cultural, están inmersas en un espacio social que gesta todo un discurso legitimador de su propuesta, por cuanto, se hace presente la revisión de la suma de operaciones de artificación, a partir de la causalidad de su técnica y de su materialidad, que lleva dentro del campo de las relaciones sociales a preguntarse si se pudiese estar en presencia de este proceso, con base en los contextos conceptual, institucional y práctico.

**revisión de la suma de  
operaciones de artificación, a  
partir de la causalidad de su  
técnica y de su materialidad**

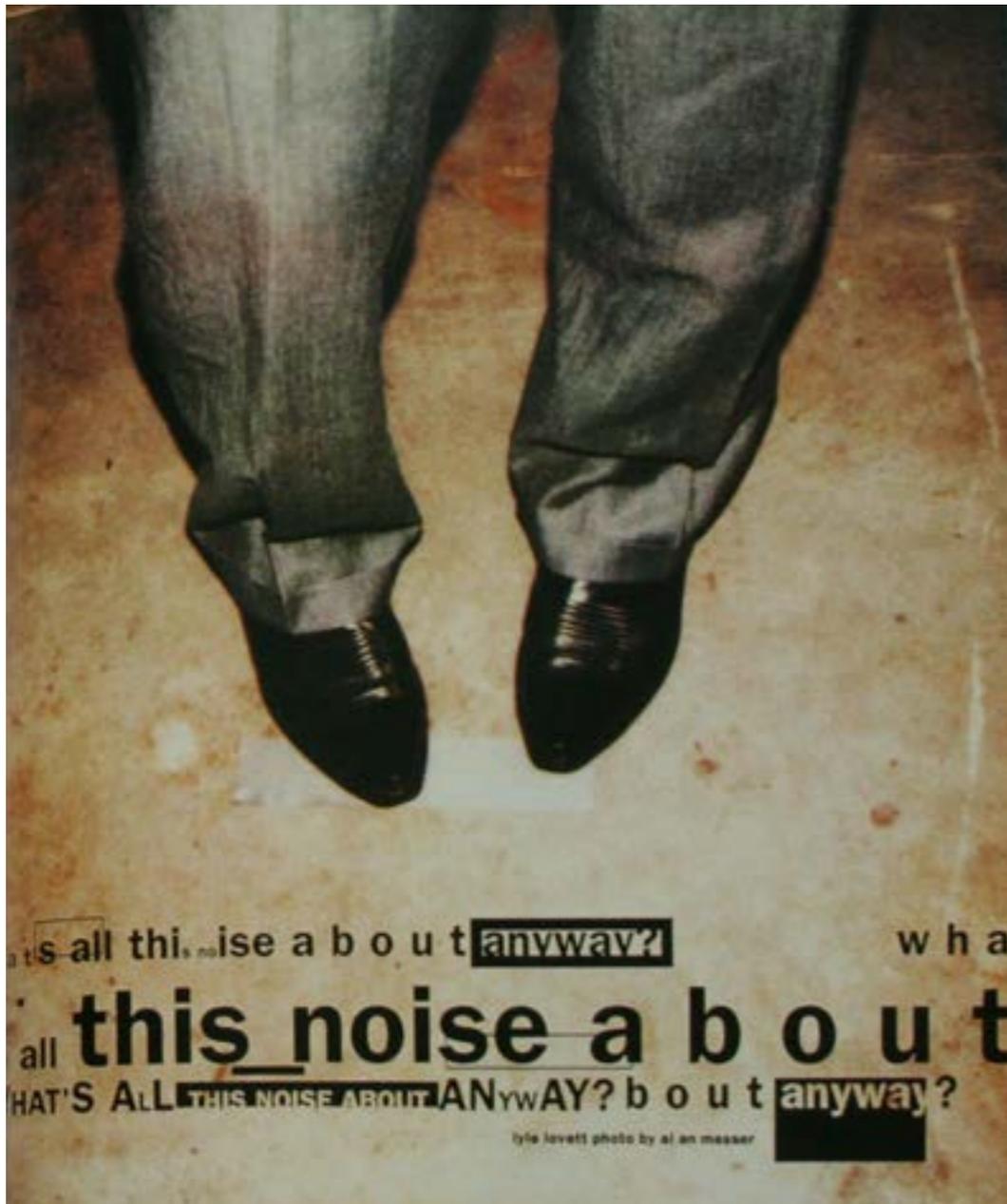
Se sustraen como criterios para el análisis de las publicaciones de Carson los diez procesos constitutivos dentro de la artificación -referidos por Shapiro y Heinich (2012)- relacionados con: “desplazamiento, cambio de nombre, recategorización, cambio institucional y organizativo, patrocinio, consolidación legal, redefinición del tiempo, individualización del trabajo, difusión e intelectualización” <sup>5</sup> (Fig. 2).

De estas categorías extraídas se tiene el desplazamiento de la producción de su contexto original -del librero al museo-; signada su producción, por cuanto, no se crea para el contexto en el cual circulan actualmente, pasando de producto utilitario a producto artístico, estético; y originadas en lugares distintos a los específicos del Arte,

EVENTO de Estudio	CATEGORÍAS DE ARTIFICACIÓN			
	Contextos	Práctico	Institucional	Conceptual
<b>ARTIFICACIÓN</b> Procesos en los que objetos no "arte" devienen en artísticos a través de un desplazamiento espacial y simbólico, como elemento definidor de su sentido y su valor. El campo artístico al incluirlo, le otorga legitimidad al objeto, sustrayendo su uso original y su contexto.	No es arte	X	X	X
	Suma de operaciones: productores, mediadores y receptores /materialidad		X	X
	Desplazamiento de la producción de su contexto original/ del librero al museo		X	X
	Recategorización /función utilitaria a función estética	X		
	Redefinición de tiempo	X	X	X
	Individualización del trabajo	X	X	X
	Cambio institucional y organizacional / Se afectan uno a otro	X	X	X
	Intelectualización		X	
	Patrocinio/movilización de recursos	X	X	X
	Difusión		X	X
	Revisión de la causalidad de la técnica	X	X	X
	Advenimiento del autor/ La firma			X

Figura 2: Criterios para el análisis de las publicaciones de Carson. Construcción propia

siendo estos, el mundo del surfismo, la música: Rock and Roll y el diseño. Trayendo consigo efectos en la producción, distribución y consumo de sus productos, padecidos por una mayor necesidad de compra, de reconocimiento de séquitos en el diseño y público consumidor, que inflan los números en cuanto a venta e individualizan el estilo de su trabajo (según, los reportes, su primer libro: es el libro de diseño más vendido del mundo) alcanzando aires élitescos.



En cuanto a los criterios observados de cambio institucional y organizacional, patrocinio, difusión, la firma, el advenimiento del autor, sacado de su contexto. Tanto su manera de producir, es decir su técnica, como la forma o resultado, salen a la luz pública, siendo del reconocimiento y aceptación de los mediadores de los discursos de legitimación y de los receptores, lo que evidencia esa interrelación necesaria de productores, mediadores y receptores, quienes desplazan la producción a una nueva dimensión artística, ajena a su intención inicial, para cargar de nuevos significados su trabajo -recategorización-, y otorgar valor a su firma.

La forma de legitimación presente en el trabajo de Carson, lo conforma el mundo virtual en el que se ha inmiscuido, a modo de acercarlo al mundo del campo cultural, siendo observado a través de elementos que muestran repetidamente la afirmación de una forma de percibirlo distinta.

En relación a la intelectualización, al corpus teórico, a la afectación de la concepción del arte; estas categorías enmarcan la producción de Carson, a través de la alta difusión y proyección alcanzada en todo el mundo, de entrevistas realizadas, de premios otorgados, de su incorporación como género tipográfico grunge a ser estudiado por estudiantes en academias, y de convertirse en unidad de estudio en investigaciones que enriquecen el conocimiento en el área editorial y del diseño gráfico, siendo todos, factores externos en la producción de la legitimación de sus publicaciones. Basta con chequear en las revistas de arte públicas o privadas reconocidas, mirar foros y blogs de discusión, para ver como críticos, públicos, creadores, museógrafos, curadores, profesores y estudiantes de arte, consumidores e investigadores, siempre coinciden con el mismo discurso legitimador. Un producto que procede de la empresa editorial, pero que leído a través de la noción de un experto -quien prescribe qué conceptualizar como arte, cómo identificarlo, y dictamina cuáles las consideraciones valorativas correctas para juzgar la producción de Carson-, influyen en la interpretación de sus libros, ahora, resignificados.

## La producción editorial de David Carson se legitima como arte una vez transformada en producción cultural.

El trabajo de Carson responde a proceso (de procesos) -suma de las operaciones de artificación- que se refleja en su presencia en exposiciones, bienales artísticas internacionales y su utilización como materia prima de la práctica artística. Transformando su trabajo, en objetos artísticos, no por estar realizados bajo una teoría del arte, sino, por producir experiencias a través de las propiedades identificadas, en parte por la relación del objeto con un determinado contexto de producción, más que, por sus solas propiedades estéticas de los objetos.

## Conclusiones

*La obra adquiere: "no sólo la producción material de la obra sino también la producción del valor de la obra o... la creencia en el valor de la obra"*  
(Bourdieu 1995, p.339)

Este estudio solo puede darse bajo las nociones presentadas, que en otro periodo o tiempo no hubiese podido realizarse, con base en las reglas específicas de los campos de producción, de distribución y de consumo; quienes definen qué es arte y qué no lo es; marcada por la institución, crítica, medios de difusión y red informática -instrumentos de incuestionable eficacia- a la hora de orientar a los destinatarios del objeto cultural.

El establecer qué considerar como arte en un determinado momento, según Danto (1964) obedece a la concepción que se tiene del mundo del arte, la cual se conforma de prácticas, teorías, reglas y roles, sobre la base de conocimientos en relación con el arte.

### La obra es y se despliega en un sector de convergencia de relaciones sociales determinantes de la actividad, de la acción y de la influencia cultural.

Este aspecto permite establecer la artisticidad de un objeto, pues -explicación de Danto- han variado históricamente las consideraciones teóricas acerca de lo que sea el arte, las cuales van modificándose junto con las prácticas artísticas. El arte (previo a lo citado) se determina de las interrelaciones dadas no solo entre los historiadores de arte, sino también entre los críticos y los conocedores o aficionados, aunadas a intereses económicos y modas, vinculando el gusto artístico con la



historia del arte, los artistas, y los contextos estilístico, cultural y social; por lo que algo puede ser arte si está inserto dentro de los circuitos implicados -instituciones del arte, mercado del arte, exposiciones y ferias artísticas-, las teorías e investigaciones propias del arte.

Las acciones realizadas con base en la sociología del arte y la perspectiva de Terrosi, representan una aproximación a la Artificación -citada por Heinich- sobre lo que acontece con la producción de David Carson, y cómo se convierte en discurso simbólico de su propia cultura, permitiendo entender algunas de las formas en que actúa el poder en los grupos sociales y de qué manera las redes de significados dan lógica a experiencias y hechos culturales.

Dar cuenta a cómo una práctica o forma cultural se legitima como arte y de nuevo, comprender la importancia de pensar cómo, quién, cuándo y por qué pueda haber un arte válido; allí radica el alcance del trabajo. El proceso de artificación para que se produzca debe tener

una concepción previa de arte, que a su vez tiene un efecto en la conceptualización del arte, permitiendo dilucidar qué aspectos de él se enfatizan, cómo se lo lleva a cabo, y, la percepción de por qué todo el proceso es considerado necesario.

En la esfera pública se crea todo un espacio social en torno a Carson (revistas, entrevistas, exhibiciones, difusión de información) que capta un público específico y moviliza sus respuestas de actuación -limitadas por los mismos discursos-. Esta multiplicidad de poderes, representan el poder social y desempeñan un papel de condicionante y condicionado, a través de las funciones de estas relaciones, que aluden a la imposición de los valores dominantes, y las cuales dan luces a la teoría de la dominación de Bordieu.

La oportunidad que da un espacio cultural o político cambiante, mediante la movilización de recursos y el desarrollo de un discurso legitimador al trabajo de Carson -su institucionalización- apropia su producción como producto artístico. Tal como lo explica Bordieu, el reconocimiento y el disfrute de la experiencia artística por un público, se dan de la legitimidad que la producción cultural, hace de su obra, de manera semejante a lo que sucede con los movimientos sociales. La forma como se abordan las políticas culturales, posibilita a ese "algo" ser parte del campo del arte o no. Este cambiar la percepción que la sociedad tiene hacia un medio, actividad, género artístico, desde sus inicios, resalta la función social del Arte en contestación a su entorno cultural.

El factor externo en el caso de la producción de libros, se explica a partir de la revolución de la industria editorial y su crecimiento exponencial, en paralelo a la consolidación de la sociedad de la información, la virtualización de la economía y de la cotidianidad

en general. Soportado por todo un cerco de competencias, ferias, exposiciones, entrevistas, que redundan en posicionamiento y valor monetario, ofreciendo a profesionales como Carson - entre los cinco mejores diseñadores del mundo-, ser reconocidos internacionalmente y fuera de su área de acción.

El diseño editorial a través de lo digital y lo electrónico, expande el campo teórico del diseño, el arte y la crítica que van a repercutir en nuevas problemáticas y propuestas relacionadas con estéticas novedosas derivadas de la interactividad. El paradigma artístico propuesto por Heinich, sobre el arte contemporáneo, y la artificación, preparan el terreno para percibir de manera distinta y simbólica estas publicaciones diversas (libros, revistas, etc.), a ser revalorizadas por la sociedad.

Con la Artificación se revelan fenómenos que operando en lugares distintos a los entornos específicos del arte, pasarían desapercibidos, lo que otorga su posibilidad de revisión de la causalidad de la técnica y de su materialidad.

Los productos de una sociedad industrial, volcada a la producción de cosas, se diferencian de los de una post-industrial, pero ambos objetos y manifestaciones de la cultura productiva y de consumo, están plenamente vigentes y coexistiendo. Y en la que, publicaciones procedentes de la empresa editorial, como las de David Carson, se codean con el mundo del arte, prescindiendo de la sola dimensión industrial y productiva del diseño. Ahora, como manifestaciones insertadas en el terreno de los productos culturales; un campo en el que los diseñadores se les ve como "autores" que desarrollan una "obra", con un diseño que no solo apuesta por aumentar o modificar el patrimonio material, sino por visualizar, manufacturar y transmitir conceptos.

# DAVID CARSON



El escritor de diseño Steven Heller dice respecto a David Carson "Él influenció significativamente a una generación para abrazar la tipografía como un medio expresivo". De igual modo, la educadora de diseño e historiadora Ellen Lupton menciona "Carson sigue siendo una de las voces tipográficas más distintivas del mundo -mucho imitada, pero nunca igualada"(ID Mag.nyc). El Instituto Americano de Artes Graficas lo llama "nuestra estrella más grande". La revista Eye produce una gráfica mostrando a Carson como el diseñador gráfico más buscado por Google.

Con respecto a su primer libro monográfico que expone su diseño The End of Print, escrito junto con Lewis Blackwell, con prólogo de David Byrne:

*El trabajo de Carson comunica, pero a un nivel que sobrepasa los centros lógicos y racionales del cerebro y va directamente a una parte que entiende sin tener que pensar. De esta forma su diseño es como la música: entra a nuestras mentes antes de que pueda ser detenida...*

es el libro de diseño gráfico más vendido en el mundo (más de 250.000 copias).

David Carson, "Art Director of the Era" nombrado por el Centro Americano por el Diseño en Chicago. ... La revista de diseño Print lo menciona "brillante"; U.S.A. Today lo llama "visualmente impresionante" y agregan sobre su trabajo en Ray Gun que "puede ocasionar que los jóvenes vuelvan a leer". El Centro Internacional para Fotografía lo reseña como "diseñador del año" por su uso de fotografía y diseño; la revista de Graphis especializada en tipografía... Typography, lo llama "el maestro de la tipografía". Muchas cosas se han dicho de él. Para otros, su trabajo es una muestra de estilo ilegible. Su trabajo es reportado en más de 180 revistas, incluyendo Newsweek y una historia en primera plana en The New York Times. La revista Graphic Design USA Magazine (NYC) le cataloga como uno entre los cinco "diseñadores gráficos más influyentes de la era"... (Tag Archives, 2011)



Figura 1: Algunas reseñas del diseñador David Carson

- <sup>1</sup> *Original en inglés: “and is simultaneously symbolic, material, and contextual. Art emerges over time as the sum total of institutional activities, everyday interactions, technical implementations, and attributions of meaning”.*
- <sup>2</sup> *Original en inglés: “Artification is a dynamic process of social change through which new objects and practices emerge and relationships and institutions are transformed.”*
- <sup>3</sup> *Original en inglés: “a term created by the philosopher Alain Roger to define a specialized world view that constructs nature into landscape through the perceptual framework of art.”*
- <sup>4</sup> *Original en inglés: “orientation based on the observation of actions, relationships, material, and organizational modifications.”*
- <sup>5</sup> *Original en inglés: “We have identified ten constituent processes: displacement, renaming, recategorization, institutional and organizational change, patronage, legal consolidation, redefinition of time, individualization of labor, dissemination, and intellectualization”.*
- <sup>6</sup> *Artículo publicado en Revista Y Sin Embargo Magazine: (2008). Lo amaron. Lo odiaron. Lo entendieron. Lo ignoraron. Lo criticaron. Lo copiaron. Recuperado de: <http://ysinembargo.com/uebi/2008/02/david-carson-legibilidad-y-comunicacion/> Revista. (Consultado: 2016, diciembre 20).*
- <sup>7</sup> *Libro diseñado por el mismo David Carson de: Blackwell, Lewis (2000). The End of Print: The Grafik Design of David Carson. Italia: Laurence King Publishing.*

**Créditos: Ilustraciones realizadas a partir de una serie de páginas y doble páginas diseñadas por David Carson, extraídas del libro *The End of Print: The Grafik Design of David Carson* (2000).**

- Bourdieu, P. (1995). *Las Reglas del Arte. Génesis y estructura del campo literario*. (Thomas Kauf, trad.) Barcelona, España: Editorial Anagrama.
- Campos, S. (2007). *El Diseño de página editorial: William Morris & Jan Tschichold*. (Trabajo Final de Pregrado). Universidad Empresarial Siglo 21.
- Carrasco, N. (2010). Reseña del Libro Andy Warhol: La teología del arte en el último Danto. Arthur C. Danto: Andy Warhol. Yale University Press. New Haven & London. 2009. 160 páginas. Astrolabio. *Revista Internacional de Filosofía 2010*. [Reseña]
- Crespo M., B. (2012). El libro-arte / libro de artista: tipologías secuenciales, narrativas y estructuras. *Anales de Documentación, 2012, Vol. 15, Nº 1*. Recuperado de: <http://dx.doi.org/10.6018/analesdoc.15.1.125591>. [Consultado: 2017, enero, 21].
- Danto, A. (2013). El mundo del arte (The Art world, Jorge Roaro, trad.) *Disputatio Philosophical Research Bulletin 3, Vol. 2, Nº 3*, pp. 53-71. (Publicación original, 1964).
- Frascara, J. (2000). *Diseño Gráfico y Comunicación*. (7ma. Edic.) Buenos Aires, Argentina: Ediciones Infinito.
- Gamonal, R. (2008). David Carson contra Aristóteles, un análisis retórico del diseño gráfico. Publicado en *Revista y Sin Embargo Magazine Razón y Palabra # 37*. Recuperado de: <http://ysinembargo.com/uebi/2008/02/david-carson-contra-aristoteles-un-analisis-retorico-del-diseno-grafico>. [Consultado: 2016, diciembre, 21].
- García M., R. (2016). Apuntes sobre la legitimación y la artificación del videojuego, Publicado en *Revista Presura Nº 15 Arte y Videojuegos*, Mayo 2016. Recuperado de: <https://presura.org/2016/05/12/presura-no15-arte-y-videojuegos> [Consultado: 2016, diciembre, 20].

- Haro G., S. (2013). *Treinta y un Libros de Artista. Una aproximación a la problemática y a los orígenes del libro de artista*. Museo del Grabado Español Contemporáneo.
- Haslam, A. (2007). *Creación, diseño y producción de Libros*. Barcelona, España: Editorial Blume.
- Heinich, N. (2002). *La sociología del Arte*. (La sociologie de l'art. Paula, Mahler, trad.). Buenos Aires, Argentina: Ediciones Buenas Vista.
- Hurtado de Barrera, J. (2012). *Metodología de la Investigación. Guía para una comprensión holística de la ciencia*. 4ta. edición. Bogotá-Caracas.
- Jurado G, C. (2004). *Diseño Visual. Historia y Epistemología*. Caldas, Colombia: Departamento de Diseño Visual. Universidad de Caldas.
- Meggs, P. (2010). *Historia del Diseño Gráfico*. (4 edc.). México: Editorial Trillas.
- Naukkarinen, O. (2014). Variaciones en la artificación. (Denken Pensée Thought Mysl, trad.) *Criterios, La Habana, N° 56*, 15 febrero.  
Recuperado de: <http://www.criterios.es/denken/articulos/denken56.pdf>  
[Consultado: 2016, diciembre, 23].
- Observatorio Vasco de la Cultura. (2016). *Estudio sobre públicos análisis desde la teoría y la práctica*. (1era. Edición). Recuperado de: <http://www.bibliotekak.euskadi.net/WebOpac>. España.[Consultado: 2017, enero, 10]
- Perniola, M. (2011). *La Sociedad de Los Simulacros*. (Carlo R. Molinari Marotto, trad.) (1era edc.). Buenos Aires, Argentina: Amorrortu Editores.
- Santana, A. (2014). Artificación. [Folleto de Exposición Galería de Arte Cámara Oscura]. Recuperado de: [http://old.a3bandas.org/2014/uploads/recursos/pry/6\\_20.pdf](http://old.a3bandas.org/2014/uploads/recursos/pry/6_20.pdf). [Consultado: 2017, enero, 25].
- Shapiro, R., y Heinich, N. (2012). When is Artificiation? *Special Volume, Issue 4*, 2012. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/2027/spo.7523862.spec.409>. [Consultado: 2016, diciembre 12].

\_\_\_\_ (2013). Quando há artificação? (David, Harrad, trad.) *Sociedad y Estado*, Vol.28 (1), Brasilia, Brasil. Recuperado de: <https://dx.doi.org/10.1590/S0102-69922013000100002>. [Consultado: 2016, diciembre 19].

Satué, E. (1988). *El diseño gráfico. Desde los orígenes hasta nuestros días*. Madrid, España: Alianza, forma.

Tag Archives. (2011). Biografía David Carson. David Carson, diseñador gráfico. Recuperado de: <https://tarraffdg.wordpress.com/2011/09/23/david-carson-disenador-grafico/>. [Consultado: 2016, diciembre 20].

Terrosi, R. (2016). Storia Del Concetto D'Arte. Un'indagine genealogica (Pedro, Alzuru, trad.).[Resumen no publicado]. Universidad de Los Andes. Mérida, Venezuela. (Publicación original, 2006).

## Como citar este artículo:

Ramírez M, Jenny C. (2019). David Carson. De producto editorial a producción cultural. *La A de Arte*, 2(4), 59-97 pp.  
Recuperado de [revistas.saber.ula.ve/laAdearte](http://revistas.saber.ula.ve/laAdearte)



Esta obra está bajo licencia internacional

**Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0.**

Los autores conservan los derechos de autor y garantizan a la revista el derecho de ser la primera publicación del trabajo. Se utiliza una Licencia

Creative Commons Atribución-NoComercial que permite a otros compartir el trabajo con el reconocimiento de la autoría y la publicación inicial en esta revista, sin propósitos comerciales.

Esta versión digital de la revista **La A de Arte**, se realizó cumpliendo con los criterios y lineamientos establecidos para la edición electrónica en el año 2019.

Publicada en el Repositorio Institucional SaberULA.

Universidad de Los Andes – Venezuela.

[www.saber.ula.ve](http://www.saber.ula.ve)

[info@saber.ula.ve](mailto:info@saber.ula.ve)