

El objeto diseñado y el objeto artístico, un encuentro afortunado de la modernidad

The designed object and the artistic object, a fortunate encounter of modernity



Luis Daniel Gutiérrez Martínez ¹  

¹ Autor independiente. Guadalajara, Jalisco, México.

Autor de correspondencia: danielartemultiple@gmail.com

Recepción: 13-03-2025 / Aceptación: 28-03-2025 / Publicación: 28-04-2025

Resumen

El texto da cuenta de la relación de dos discursos: el del diseño de los objetos utilitarios y el discurso de los objetos estéticos. El diseño y el arte se encuentran naturalmente en el tiempo para propiciar nuevas reflexiones sobre el mundo contemporáneo. El presente artículo relata un momento histórico considerado como la muerte del arte: cuando el artista estadounidense Andy Warhol rompe la frontera entre el objeto diseñado como mercancía y el espacio cuasi sagrado reservado al arte. ¿Dónde está la línea que divide ambos territorios?

Palabras clave: Arte, diseño, modernidad, estética, filosofía del arte.

Abstract

The text shows the relationship between two discourses: the design of utilitarian objects and the discourse of aesthetic objects. Design and art meet naturally in time in order to promote new reflections on the contemporary world. This article recounts a historical moment considered as the death of art: when the American artist Andy Warhol breaks the boundary between the object designed as merchandise and the quasi-sacred space reserved for art. Where is the line that divides both territories?

Keywords: Art, design, modernity, aesthetics, philosophy of art.

1. Introducción

En el crisol cultural de la Nueva York sesentera, un evento en apariencia pedestre, acaecido en los confines de una galería en East Hampton, sembraría la semilla de una revolución en la concepción del arte. La escena: una congregación insólita de empaques cotidianos, desde la familiar iconografía de la sopa Campbell hasta la aséptica

promesa del detergente Brillo, erigidos como un irónico monumento al fervor consumista americano. Esta propuesta audaz, emanada de la mente del entonces incipiente Andy Warhol, trascendía la mera mimesis de un lineal de supermercado; era una declaración provocadora, un guante lanzado al rostro de las convenciones estéticas que habrían de tambalearse durante las décadas venideras. Eleanor Ward, la perspicaz timonel de La Stable Gallery, osó franquear las puertas de su espacio a esta osadía que, a partes iguales, desconcertó y subyugó a la concurrencia. Entre el heterogéneo público congregado en la inauguración, una figura señera habría de desentrañar el profundo calado de lo allí expuesto: el filósofo Arthur Coleman Danto.

Para Danto, aquel 17 de abril de 1964 no constituyó tan solo la presentación de una exhibición atípica, sino el preludio de una metamorfosis trascendental. Dos décadas después, en su influyente tratado “El fin del Arte”, Danto, en sintonía con el legado hegeliano, sentenciaría el agotamiento de los relatos canónicos del arte. No se trataba del óbito de la pulsión creativa en sí misma, sino del derrumbe de los pilares clásicos de la belleza, la representación y la función primigenia del arte. En sus propias palabras, Danto intuyó que el arte de los sesenta había desvelado la auténtica encrucijada de su definición, un interrogante tan medular que implicaba un “final” para la comprensión artística prevaleciente hasta entonces.

Singularmente, en aquel mismo día, a escasos kilómetros de distancia, en el bullicioso escenario de la Feria Mundial de Nueva York, otro emblema de la idiosin-

crasia americana hacía su entrada triunfal: el Ford Mustang. Este bólido, epítome de la pujante economía de consumo, la dictadura de la moda y la seducción de la mercadotecnia, compartía con las apiladas cajas de Warhol el protagonismo de una era signada por la producción seriada y la exaltación de los objetos de uso cotidiano. Los años sesenta representaban la apoteosis del poderío estadounidense, una nación que, tras demostrar su hegemonía bélica, volcaba su ímpetu en proyectos de envergadura cósmica como la carrera espacial. En paralelo, Nueva York se erigía como el epicentro artístico global, un crisol de ideas fecundado por la diáspora de intelectuales y artistas europeos que huían de las conflagraciones bélicas, inoculando el germen de la Modernidad. En este efervescente caldo de cultivo cultural y auge industrial, los objetos de diseño, con sus distintivos grafismos, también encontraban su nicho en la Feria Mundial, testimoniando la creciente preeminencia de la cultura material.

Esta fascinación por la mundanidad objetual no era un fenómeno aislado de la década prodigiosa. Décadas antes, como un compendio tangible de la civilización americana de su tiempo, se sepultó una “cápsula del tiempo” con efigie de misil bajo los cimientos del pabellón de Westinghouse para la Feria de 1939-40, atestada de artefactos representativos del diseño industrial coetáneo. La experiencia se repetiría para la exposición de 1965, albergando desde un atrevido bikini hasta una incipiente unidad de memoria computacional, encapsulando la heterogeneidad de la vida moderna. Estas cápsulas, destinadas a emerger de su letargo subterráneo dentro de cinco

milenarios, suscitan una pregunta inquietante: ¿cuántos de estos objetos, concebidos primigeniamente para la utilidad efímera y el consumo voraz, podrían ser investidos con el aura de obras de arte por las generaciones venideras?

La respuesta se difumina en la incertidumbre del tiempo, pero lo que emergió con nitidez tras el cataclismo de la Segunda Guerra Mundial fue la creciente gravitación de los objetos comunes en la existencia del orbe moderno. El diseño gráfico, el diseño industrial y la persuasiva retórica publicitaria se alzaron como pilares del discurso del progreso capitalista. Esta misma seducción por la funcionalidad imbricada con la estética había encontrado un eco temprano en el Viejo Continente, particularmente en la Alemania de la Bauhaus, donde visionarios como Walter Gropius y Mies van der Rohe exploraron la simbiosis entre arte, diseño y utilidad con un fervor de transformación social. La “Gran Manzana” atrajo a un nutrido contingente de estos artistas, diseñadores e intelectuales europeos desde los años treinta, ofreciéndoles un escenario más vasto y libertario para sus inquietudes creativas. En este caldo de cultivo de mutación, la filántropa Abby Aldrich Rockefeller concibió la visión de un espacio consagrado a la difusión del espíritu renovador del arte moderno, alumbrando el MoMA en 1929. Ante este panorama de efervescencia e innovación, la interrogante de Danto sobre el “fin del arte” adquiere una resonancia particular: ¿por qué, en medio de tanta fecundidad creativa, se invocaba la sombra de su ocaso?

2. Desarrollo

Calle 74, No. 33, East Hampton, NY. Las cajas apiladas con productos Del Monte, Heinz, Kellogg's, Campbell's y detergentes Brillo están colocadas por toda la sala. Unas sobre otras, formando pirámides independientes, los empaques recrean la idea de un supermercado americano y sugieren, mientras se alzan, la forma ambiciosa de los rascacielos en Manhattan. Los colores de las marcas -rojo, blanco y azul- exaltan el idealismo de una nación pretenciosa. Eleanor Ward, representante de La Stable Gallery, luego de examinar la escandalosa propuesta, aceptó exhibir en su espacio al artista Andrew Warhola quien, recién llegado de Pensilvania, había conseguido trabajo como ilustrador publicitario en Nueva York.

A la inauguración acuden todo tipo de personajes: amigos, artistas, periodistas y críticos de arte que, a ciencia cierta, casi nadie tiene en mente una definición concreta de lo que acaban de apreciar. Arthur Coleman Danto sí.

Para Danto, el 17 de abril de 1964 el arte había muerto. Su reflexión estuvo archivada en su pensamiento por 20 años, y en 1984 publica su ensayo “El fin del Arte” donde, siguiendo a Hegel, anuncia el derrumbamiento de las concepciones clásicas de la estética y del sentido arraigado del trabajo artístico.

Pero, de hecho, creía yo, el arte de los sesenta probaba que al menos el problema real de la definición del arte había surgido, y en mi opinión, si esto era así, el arte tenía que llegar a un final (Danto, 2003).

Ese mismo día (17 de abril de 1964) en la New York World's Fair se presentaba al mundo la primera edición del Ford Mustang, otro icono de la cultura americana y protagonista de las opulentas economías basadas en el consumo, la moda y la mercadotecnia. Sin duda, los años sesenta representaron la supremacía de los Estados Unidos en la escena Internacional; una vez demostrado su poderío bélico en Hiroshima, invirtieron en el triunfante proyecto espacial. Años antes, la Costa Este de Norteamérica se había convertido en el epicentro mundial del arte y, gracias al alto número de inmigrantes europeos que, escabulléndose de la guerra, se establecieron en América, la Modernidad se instaló en Nueva York. Los objetos de diseño industrial y de uso cotidiano, junto a sus llamativos logotipos, también tuvieron su protagonismo (durante varias ediciones) en esa misma Feria:

El 23 de septiembre de 1938, unos meses antes de comenzar la Feria Internacional de Nueva York (1939-40) se enterraba una cápsula metálica con forma de misil, bajo los ciementos del pabellón de la empresa Westinghouse. Su interior contenía diversos objetos representativos de su época: "a comprehensive cross-section of today's civilization", es decir, un concentrado del diseño americano del momento. Para la exposición de 1965, en la misma ciudad, volvió a repetirse la experiencia, y en la cápsula esta vez se introdujo: un bikini, un cepillo de dientes eléctrico, tranquilizantes, anticonceptivos, una Polaroid, tarjetas de crédito, un paquete de cigarrillos, comida enlatada, mi-

crofilms, una válvula cardíaca, una unidad de memoria de computadora, y cómo no, una bandera americana y una Biblia. Ambas "cápsulas del tiempo", concebidas para resistir todo tipo de embates de la naturaleza y la destrucción humana, reposan juntas cubiertas de hormigón, en el Flushing Meadow Park, 20 metros bajo tierra, para ser abiertas de aquí a 5000 años y dar testimonio de la cultura material del siglo XX (Capella, 2004).

¿Cuántos de esos objetos podrán ser interpretados como obras de arte, luego de cinco mil años? Es difícil responder. Lo que sí conocemos es que después de la segunda guerra mundial, los objetos comunes cobraron una gran relevancia en la vida de los habitantes del mundo moderno: el diseño gráfico, el diseño industrial y la publicidad persuasiva fueron el motor del discurso del progreso capitalista.

El diseño y la arquitectura vieron ese resplandor (con un ímpetu más socialista) en Alemania con los proyectos de Gropius o Mies van der Rohe dentro y fuera de Bauhaus. Muchos artistas, diseñadores e intelectuales de Europa volvieron su mirada a la Gran Manzana desde los años 30, tratando de sobreponerse a toda clase de crisis que habían sufrido y también buscando un escaparate más libre y más amplio dónde exhibir sus creaciones. Con una cartera libre y amplia, la filántropa Abby Aldrich Rockefeller había vislumbrado uno de los proyectos más urgentes y emblemáticos de todos los tiempos: un espacio dedicado a la divulgación y exposición de obras de arte que reflejaran el verdadero y fresco espíritu

de aquellos tiempos. En noviembre de 1929 inauguró el Museum of Modern Art (MoMa) de Nueva York; con ello inauguraba también un nuevo formato de Museo que daba la despedida al concepto napoleónico de 1793. Las *vanguardias* encontraron en América una casa abierta a las ideas, la democratización, la secularización, la autonomía y hallaron también un oneroso capital dispuesto a ser invertido en el diseño de grandes proyectos arquitectónicos y artísticos. Fue también un momento cúspide en la evolución del diseño. Las viejas buhardillas que daban a los tejados parisinos ahora eran grandes ventanales que avistaban cómo los *skyscrapers* se erguían ufanos queriendo alcanzar la falda del cielo; una meta que luego Warhol habría de hacer suya. ¿Por qué entonces la muerte del arte?

La libertad soñada

Un arte novedoso, sin reglas ni límites, que emancipara al artista de toda forma regulada del arte, era la proclama del modernismo, tal como Hegel lo había preconcebido, y así lo menciona Liessman en su Filosofía del arte moderno (2006):

Sólo en su libertad, es decir, en su autonomía estética, no obligado ya a nadie, el arte puede resolver su “tarea suprema” y estar en condiciones, junto con la religión y la filosofía, de “hacer conscientes y expresar las verdades más abarcadoras del espíritu”-Hegel-(Liessman, 2006).

Las reflexiones de Hegel sobre la estética moderna apuntan hacia una transformación de las sensibilidades humanas, jus-

tamente basadas en el sueño de libertad que funda la Ilustración, y exonera al artista de la obediencia a los instrumentos que impidan el progreso de su imaginación, incluso le redime de las verdades supeditadas a las realidades naturales, ontológicas y culturales, pues la libertad del espíritu es lo único verdadero y forma parte de una realidad superior, basada en la ilusión y no en la apariencia; lo que le queda entonces es, siguiendo a Kant, *un juego libre de la imaginación*.

Hegel subraya la autonomía del arte, lo libera de todos los servicios; pero por otro lado lo dota de una nueva tarea: la exposición de la verdad. Con ello retoma aquella variante de la estética que, desde Alexander Baumgarten, había visto en el arte una forma de conocimiento sensible- en oposición a Kant, que había separado estrictamente el juicio de gusto estético de los juicios cognoscitivos de la razón- (Liessman, 2006).

Esa revelación de las verdades superiores del espíritu, consignadas al arte como una suerte de experiencia mística, tendrá su punto más álgido en el movimiento expresionista abstracto donde *El artista abstracto es un chamán que busca la forma primordial y esencial del mundo* (Vega 2002).

La evolución de las artes y el pensamiento estético de Hegel sugieren un desprendimiento de las motivaciones que le hacían ser; *dejar de ser lo que se era* significa de alguna manera morir; con la promesa de un nuevo despertar.

Tal es el afán Moderno, de propiciar lo novedoso como condición absoluta, que desintegra los propósitos tradicionales del arte y rechaza su devota alienación de la belleza y la religión. Las artes visuales (y con ellas el diseño gráfico) adquieren su emancipación y esa libertad le contrae al mismo tiempo nuevas responsabilidades y transformaciones. Ya en los comienzos S. XX el arte es autónomo e inventa sus propias reglas, juega con la imaginación de presentar al mundo lo *nunca antes visto*, incluso como si fuera una mercancía, el artista moderno es un ilusionista que vende su magia al mejor postor y en Norteamérica encontrará un lugar propicio para crear una pujante industria del arte. Algo muy parecido al diseño gráfico de los objetos publicitarios.

En el caso del arte, el proceso de autonomización puede considerarse sin duda como señal decisiva de la modernidad. [...] el arte cesa de ser arte de encargo, y con ello se desarrolla un discurso estético que también está vinculado con el establecimiento de un “negocio artístico” que engendra en medida creciente sus legalidades propias (Liessman, 2006).

En ese sentido, la Modernidad es utilitaria, y por ello cuestiona también la utilidad del arte, su necesidad y su finalidad.

Resultado de la nueva libertad son, entre otros, no sólo tremendos empujes de innovación estética, sino sobre todo también un déficit de legitimación del arte que hasta hoy no ha podido subsanarse (Liessman, 2006).

El apogeo económico de Nueva York, durante los años 30's a los 60's, impulsó de tal manera los ideales del modernismo que la ciudad entera se estaba erigiendo como un escenario gigante lleno de *glamour* donde el teatro, la poesía, el diseño y las artes visuales eran los personajes principales del espectáculo.

La forma, lo bello y la devoción dejaron de situarse en primer plano y se instauró el concepto y el significado como principal motor del quehacer artístico, transformando los objetos estéticos en signos, esta particularidad permitió al mismo tiempo que los signos banales (objetos diseñados para el consumo masivo) de la ciudad se convirtieran en objetos estéticos. Una circunstancia que Warhol supo bien administrar para su provecho. Danto le había llamado a esto *la transfiguración del lugar común*.

Las obras y las cosas

Lo que Arthur Danto apreció en aquellas cajas apiladas, exhibidas en la Stable Gallery, particularmente en las *Brillo Box*, fue un problema de naturaleza filosófica que tenía que ver con la dificultad de definir concretamente lo que se percibe como una obra de arte: Un cúmulo de objetos similares a las cosas ordinarias, o más precisamente, a las cosas triviales entendidas como simples mercancías y presentadas dentro de un espacio dedicado al arte, ¿pueden ser entendidas como objetos portadores de un valor simbólico y estético?, ¿cuál es la diferencia sustancial entre las cosas comunes y las obras de arte?, ¿cómo interpretar una obra de arte y distinguirla de un objeto común?

Interpretar una obra de arte, significa para Arthur C. Danto “ofrecer una teoría acerca de sobre qué versa la obra y cuál es su tema. Pero esto tiene que ser fundamentado mediante identificación”. Por el contrario, no interpretar una obra significa, “no ser capaz de hablar sobre la estructura de la obra” (Danto, 2002).

Según Danto, no cabe una “descripción neutral” de una obra, pues eso significaría ver algo como cosa, en vez de como obra artística. -Los objetos no llaman a la interpretación, sino que simplemente se utilizan o se desdeñan, no pueden ser obras de arte- (Liessman, 2006).

Duchamp, en 1917, había demostrado que la diferencia entre un objeto cotidiano y una obra de arte tenía que ver con los procesos conceptuales que se verifican en la mente. La imaginación del artista francés le permitía establecer intercambios calculados de significaciones entre los conceptos y las cosas, es decir, cada uno de sus *ready mades* era una metáfora viva.

Pero Warhol no perseguía la metáfora. Las *Brillo Box* de la Stable Gallery, se presentaban a los ojos de la gente “como si fueran” las Brillo Box presentadas en el supermercado, incluso simulando ser las verdaderas, a los ojos de cualquiera podía apreciarse que las cajas de Warhol eran de madera chapada y las cajas del autoservicio eran de cartón. Así que las respuestas eran insuficientes para comprender la cuestión.

La pregunta tradicional ¿qué es el arte? Era inadecuada para generar la clase de respuesta que el arte de

los sesenta hacía filosóficamente urgente. Lo que a través del arte surgía era una pregunta mucho más potente, a saber, ¿cómo puede una cosa ser una obra de arte cuando no lo es otra que se le parece mucho? (Danto, 2003)

Si no había una clara respuesta es que la pregunta claramente había cambiado. Había cambiado el mundo y la forma de percibirlo, luego entonces el arte ya no era el mismo; agonizaba, y Danto voluntariamente se ofrecía a costear sus exequias: *Como broma, me gustaba decir que el arte había acabado el 17 de abril de 1964, en la calle 74 Este de Manhattan* (Danto, 2003). En realidad, lo único que falleció fue el axioma del arte bello y de ahí se obtuvo un bello aprendizaje.

Lo que Warhol quería decir es que nadie puede decir cuándo algo es una obra de arte simplemente mirándolo, pues el arte no tiene una apariencia particular. El resultado era que no se podía enseñar el significado de arte mediante ejemplos. Hay, por supuesto, aun una diferencia entre el arte y el no-arte, entre las obras de arte y aquello que yo llamo las “meras cosas reales”. Lo que Warhol enseñó era que no hay modo de discernir la diferencia meramente mediante la observación. La demostración de que las diferencias son invisibles despojaba de toda utilidad filosófica al ojo, tan apreciado como órgano estético cuando se sentía que la diferencia entre el arte y el no-arte era visible (Danto, 2003).

Todos los avatares del arte han contribuido a su propio enriquecimiento; el tiempo es una cosa que no debe leerse exclusivamente como un camino pasado donde transita la Historia, sino como un instrumento que nos ofrece la oportunidad de construir el futuro y su significado. El fin del arte puede ser mejor entendido como un momento que nos permite trascender en el tiempo y ampliar las posibilidades de la creación.

Lo que el fin del arte significa no es, por supuesto, que no habrá más obras de arte. En todo caso, durante la última década se ha hecho más arte que en cualquier período previo de la historia. Lo que más bien ha caducado es una cierta forma de contar la historia del arte como una historia de descubrimientos y rupturas progresivos (Danto, 2003).

La concepción del arte cambió porque el artista había mostrado una actitud diferente ante el mundo sensible y se había apropiado de sus significados de una manera astuta, sin timidez. Lo verdaderamente urgente, para los años sesenta, era convencer a los críticos, los espectadores y los expertos del arte de tomar una actitud responsable frente a los nuevos dispositivos donde se verificaba el arte; Danto comprendió que si las preguntas acerca del arte cambiaron.

[...] las obras de arte son expresiones simbólicas en la medida en que encarnan sus significados. La tarea de la crítica es identificar los significados y explicar el modo de su encarnación. Así construida, la crítica

no es más que el discurso de las razones, la participación en el cual define el mundo del arte de la Teoría Institucional del Arte: ver algo es estar dispuesto a interpretarlo en términos de lo que significa y cómo significa. (Danto, 2003)

En tanto que, en el Modernismo, la idea de concepto y significado adquieren un valor relevante en las artes visuales, las reflexiones del suceso estético van encaminadas a establecer rutas de pensamiento y no solamente juicios derivados de una sensibilidad pura, pues el contenido de la forma es susceptible de interpretarse, la obra de arte contemporánea ansía una provocación de ser interpretada, además de ser sentida.

Ser una obra de arte, en mi opinión, es encarnar un pensamiento, tener un contenido, expresar un significado, y, por tanto, las obras de arte que exteriormente parecen artefactos primitivos encarnan pensamientos, tienen contenidos, expresan significados, aunque los objetos a los que se parecen no. (Danto, 2003)

La escultura *Brillo Box* despertó la conciencia dormida del arte y encarnó nuevos pensamientos que revolucionaron la idea conceptual del artista moderno. Pero simultáneamente, el modernismo también abrazaba, en otro extremo de las representaciones artísticas de la visualidad, un desprendimiento de la realidad al que la obra había estado sujeta durante siglos: la imagen icónica.



En el nuevo escenario del arte contemporáneo no sólo se verifica el recurso del objeto banal como portador de valores estéticos, además, su trabajo transgrede la idea de soporte y contenedor desmaterializando el vehículo de la obra y dejando al desnudo un *puro concepto*, como apunta Pilar Bonet “la obra de arte ya no es considerada como un objeto físico sino como un *status mental*” (Bonet, 2005). De esta manera, la certidumbre de estar de cara a una obra de arte se esfuma, como de igual manera el espacio donde se presenta: la virtualidad, en muchos casos, suele ser el lugar donde accedemos a las obras de arte. En tales circunstancias, casi cualquier cosa puede ser una obra de arte, si está determinada por un contexto particular. Menciona Anna María Guasch:

Danto y Goodman defienden la función de conocimiento del arte y la existencia de “múltiples verdades”. Esta individualidad no invalida las teorías como la llamada “teoría institucional del arte” de

George Dickie, según la cual un artefacto se convierte en obra de arte en tanto que haya recibido el status de tal por una o varias personas en nombre de una institución social conocida con el nombre de “mundo del arte”. Para Dickie, “cualquier artefacto puede llegar a ser una obra de arte si hay consenso en el mundo del arte” (Guasch, 2005).

Y a la pregunta de ¿cuándo hay arte? podemos estar de acuerdo en que “hay arte cuando algo funciona simbólicamente como arte” (Guasch, 2005).

3. Discusión

Seguramente las nuevas preguntas en torno al arte contemporáneo son de carácter filosófico; alejadas de la ingenuidad, ponen en crisis las afirmaciones sobre su naturaleza, luego entonces el artista se convierte en un promulgador de ideas que ejercitan el pensamiento.

Ya Danto había sugerido que Andy Warhol podría considerarse un filósofo. Y a la pregunta ¿Qué distingue a las cajas brillo de Warhol de los simples objetos de consumo? –Responde Danto filosóficamente–: un contexto.

No sabemos contestar cómo se interpretarán los objetos diseñados para la sociedad de consumo del S XX, dentro de miles de años; En todo caso, sabemos que el diseñador también colabora en la producción estética de los objetos, como Gillo Dorfles comentó una vez: “los diseñadores son los artistas de nuestra sociedad industrial” (Dorfles en Benedito (2004).

Figura 1. Brillo Box, By Andy Warhol, 1964.

Figure 1. Brillo Box, By Andy Warhol, 1964.

Fuente: Tomada del sitio del Norton Simon Museum <https://www.nortonsimon.org/art/detail/P.1969.144.001-100/>

Source: Taken from the Norton Simon Museum web page <https://www.nortonsimon.org/art/detail/P.1969.144.001-100/>

4. Conclusiones

Diseñar es una práctica donde se realizan intercambios signícos y simbólicos en todos los campos sociales, las acciones del diseño y el arte generan diálogos que intentan provocar cambios de pensamiento y de acción. Podemos afirmar que el encuentro entre ambos discursos contribuyó a transformar la idea del arte y la forma en que utilizamos los objetos cotidianos.

5. Información de los autores

Luis Daniel Gutiérrez Martínez

 0009-0006-7023-7064

6. Bibliografía

- Benedito, Ramón. *Artefactos ¿Diseño o styling?* Instituto europeo de Diseño, Madrid, 2004
- Capella, Juli. *Forzando acontecimientos, Hacia el fin de los objetos*. Instituto europeo de Diseño, Madrid, 2004
- Danto, Arthur, C. *La transfiguración del lugar común: una filosofía del arte*. Paidós Ibérica, Barcelona, 2002
- Danto, C. Arthur. *Más allá de la caja Brillo*. AKAL, Madrid, 2003
- Guasch, Anna María compiladora. *La Crítica del Arte, Historia, teoría y praxis*. Ediciones del Serbal, Barcelona, 2003
- Hegel, G. W. F. *Estética*. Ateneo Editorial, Buenos Aires, 1954
- Heidegger, Martin, *El origen de la obra de arte*. Alianza, Madrid, 1996
- Liessman, Konrad Paul. *Filosofía del arte moderno*. Herder, Barcelona, 2006
- Vega, Amador. *Zen, mística y abstracción*. Ensayos sobre el nihilismo religioso. Trotta, Madrid, 2002.