

Investigación, innovación y transferencia
del conocimiento: experiencias y nuevas
metodologías en Ciencias y Humanidades

COORDINADOR

JOSÉ ÁNGEL MÉNDEZ-MARTÍNEZ

Dykinson, S.L.

2023

EVOLUCIÓN DE LA OBRA DE ARTE COMO OBJETO,
ARTEFACTO Y DATO EN LA SOCIEDAD
CONTEMPORÁNEA: HUMANIDADES DIGITALES
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL COMO REALIDADES
DE LA HISTORIA DEL ARTE DIGITAL

BEATRIZ GARRIDO-RAMOS
UNED y Universidad Internacional de La Rioja (UNIR)

1. INTRODUCCIÓN

La *obra de arte tradicional* tenía su fundamento en la esencia, deleite y disfrute de la misma, dejando a un lado cualquier tipo de funcionalidad o cuestiones como el diseño que no siempre estaba presente. Es decir, se trataba de una noción de lo que se ha considerado el “arte por el arte”, “l'Art pour l'Art”.

En el caso del arte contemporáneo, en cambio, asistimos a una concepción totalmente opuesta, ya que las *obras de arte*⁹ (u *objetos de arte* en palabras de Simondon) gozan de una planificación previa y permiten unir aspectos como el diseño y la funcionalidad en un mismo *artefacto* (Mukarovsky), lo que desde hace años se ha denominado *producto cultural*. Un producto que en la actualidad se mueve en un mercado en el que prima la oferta y la demanda, gracias al consumo por parte del “público/espectador” que lo estimula y dirige según modas y gustos particulares.

⁹ Erwin Panofsky, al igual que Danto, enfatiza en su definición el significado generado a través de la forma, y señala que las obras de arte son objetos de factura humana. Panofsky igualmente señala “que no se podría, ni se debería tratar de definir el momento preciso en que un vehículo de comunicación o un aparato empieza a ser una obra de arte [...] Donde termina la esfera de los objetos prácticos y comienza la del arte depende de la “intención de los creadores. Esta intención no puede ser determinada absolutamente” (Panofsky, 1970, p. 23).