ESTÉTICA EN EL OBJETO DOMÉSTICO

Mauricio Mesa Jaramillo

Tesis o trabajo de investigación presentada(o) como
requisito parcial para optar al título de:

Magíster en Estética

Director:

Jorge Echavarría Carvajal,
Magíster en estética y Magíster en Psicopedagogía

Universidad Nacional de Colombia
Facultad de Ciencias Humanas
Maestría en Estética
Medellín, Colombia
2015

DEDICATORIA

A Sebastián, mi amigo y orgullo.

A Susanita, mi dosis de locura diaria.

Y por supuesto, a Paula, mi apoyo incondicional.

RESUMEN

Esta tesis de maestría no pretende fundar un criterio único, sino más bien constituirse en uno de muchos posibles puntos de partida en la formación de criterios que permitan abordar y entender el ‘objeto doméstico’, desde una metodología abierta y holística, tanto como el resultado de una cultura material que define al ser humano en un contexto histórico, social y temporal, como el promotor y legitimador de una serie de relaciones de alcance, uso, apropiación y poder. Igualmente, busca reflexionar sobre cómo los espacios naturales del hombre, la sensibilidad de su piel o la materialidad, actúan como interfaces objeto-hombre y hombre-objeto, y cómo ellos son huella de intenciones sensibles y comunicativas.

Para lograr dichos propósitos, se hace un rastreo teórico y una reflexión relacionada con el objeto doméstico desde tres disciplinas, lo técnico, lo antropológico y lo estético, para encontrar allí los vínculos de significación que lo hacen portador de una estética de los objetos cotidianos.

Palabras clave: Estética; Objeto doméstico; Entorno doméstico; Cultura material; Diseño industrial; Dinámicas de uso y apropiación.

ABSTRACT

This thesis does not pretend to found an unique criteria, otherwise, it constitutes itself in one of the many possible starting points in the formation of criteria that allow to aboard and understand the “domestic object” from an open and holistic methodology that comprehends it as a material-culture developer which defines the human being in a social, historical and temporal context as the promoter and legitimizer of different scope, use, appropriation and power relationships. As well, it attempts to think over men natural spaces, the sensibility of skin or the materiality, that perform as men-object and object-men interphases, and like them, they are print of sensible and communicative intentions.

To accomplish such purposes, a theoretical tracking influenced by the technical history, the anthropology and the socio-psychology is made, to find there the signification bonds that makes it carrier of an aesthetic of everyday used objects.

Keywords: Domestic object; Domestic environment; Material culture; Industrial design; Dynamics of use and appropriation; Aesthetics.

CONTENIDO

DEDICATORIA i

RESUMEN ii

ABSTRACT iii

CONTENIDO iv

INTRODUCCIÓN 1

1 EL OBJETO DOMÉSTICO ESTÉTICO (La perspectiva conceptual paleontológica) 6

1.1 EL COMPORTAMIENTO ESTÉTICO 7

1.2 LA EVOLUCIÓN FUNCIONAL 9

1.3 LA FORMA Y LA FUNCIÓN 12

1.4 LA FORMA Y LA MATERIA 14

2 EL RASTREO DEL OBJETO DOMÉSTICO (La perspectiva técnica) 16

2.1 LOS MOMENTOS TÉCNICOS DE GIEDION: LO DOMÉSTICO O LO UTILITARIO 17

2.1.1 LA MECANIZACIÓN DEL OFICIO 18

2.1.2 LA SEGURIDAD DEL HOGAR 21

2.1.3 LA LÍNEA DE MONTAJE Y LA LÍNEA DE PRODUCCIÓN 21

2.1.4 EL TAYLORISMO Y LA GESTIÓN CIENTÍFICA (WINSLOW TAYLOR) 22

2.1.5 LA MECANIZACIÓN COMO DEMOCRACIA (HENRY FORD) 25

2.1.6 LA MECANIZACIÓN DEL CAMPO 26

2.1.7 LA CONCIENCIA DEL CONFORT 26

2.1.8 LA EXPOSICIÓN UNIVERSAL DE LONDRES 30

2.1.9 EL CÍRCULO DEL UTILITARISMO PURO (HENRY COLE, OWEN JONES Y RICHARD REDGRAVE) 32

2.1.10 LA DEPURACIÓN DE LA FORMA 34
2.1.11 EL MANIFIESTO RIETVELD 39
2.1.12 EL ESTILO CANTILÉVER 40
2.1.13 LAS MECANIZACIÓN DEL HOGAR Y LA ECONOMÍA DOMÉSTICA 43
2.1.14 El GAS Y LA ELECTRICIDAD 45
2.1.15 LAS VENTAS POR CATÁLOGO 46
2.1.16 LA AERODINÁMICA 47
2.1.17 EL NÚCLEO DINÁMICO 49
2.2 EL HOMBRE EN EQUILIBRIO: LA PERSPECTIVA DE MUMFORD 50
2.2.1 EL RELOJ 52
2.2.2 LAS FASES DE LA TÉCNICA 53
2.3 ALGUNAS REFLEXIONES FINALES 56
3 EL OBJETO DOMÉSTICO DESDE SU USO Y APROPIACIÓN (La perspectiva antropológica) 58
3.1 EL ADN DE LOS OBJETOS DOMÉSTICOS 59
3.2 LAS TRAYECTORIAS DEL USO 60
3.2.1 LO REGALADO, LO DONADO Y LO PRESTADO 60
3.2.2 LO RESTAURADO Y LO REPARADO 61
3.2.3 LA REUTILIZACIÓN Y EL RECICLAJE 62
3.3 LAS DINÁMICAS DEL USO 63
3.4 LAS CATEGORÍAS DE LOS OBJETOS DOMÉSTICOS 67
3.4.1 LOS AUTÉNTICOS Y LOS EFÍMEROS 67
3.4.2 LOS ESTABLECIDOS Y LOS MUTANTES 68

3.5 LA CONCEPCIÓN DEL ENTORNO DOMÉSTICO....77
3.5.1 El ENTORNO TRADICIONAL....77
3.5.2 El ENTORNO NATURAL....80
3.5.3 El ENTORNO TÉCNICO-CULTURAL....82
3.6 LA HUELLA DE LO DOMÉSTICO EN EL ESPACIO PÚBLICO....85
3.7 LA REPRODUCCIÓN SOCIAL....89
4 EL OBJETO DOMÉSTICO, DOMESTICADO (La perspectiva estética)....92
4.1 LA PIEL DE LOS OBJETOS....93
4.2 LA ESTÉTICA TÁCTIL....96
4.3 LA MORFOGÉNESIS: LOS FACTORES DETERMINANTES DEL OBJETO DOMÉSTICO....101
4.3.1 LOS FACTORES ARMÓNICOS....102
4.3.2 LOS FACTORES CULTURALES....103
4.3.3 LOS FACTORES SOCIALES....104
4.3.4 LOS FACTORES HISTÓRICO-TECNOLÓGICOS....106
4.3.5 LOS FACTORES FUNCIONALES....107
4.4 LAS VISIONES ESTÉTICAS DEL OBJETO DOMÉSTICO....109
4.4.1 ESTÉTICA INDUCIDA....110
4.4.2 ESTÉTICA DEDUCIDA....111
5 ALGUNAS CONSIDERACIONES ALREDEDOR DE LA ARTESANÍA (La perspectiva del acervo popular cercano)....112
5.1 EL OBJETO ARTESANAL DOMÉSTICO....113
5.2 ALGUNOS EJEMPLOS EN EL CONTEXTO COLOMBIANO....114
5.2.1 TABURETE DE BAQUETA....114

5.2.2 MOLINILLO O BOLINILLO 115
5.2.3 RASPADOR DE COCOS 116
5.2.4 FOGÓN ARTESANAL 117
5.2.5 JABONERA DE CACHO 118
5.2.6 ESCOBILLONES Y BROCHA 118
5.2.7 CHINAS O ABANICOS 119
5.2.8 CAYANA 120
5.2.9 NIDO DE TOTUMO 120
5.2.10 CANTIMPLORA DE CALABAZA 121
CONCLUSIONES 122
BIBLIOGRAFÍA 125
LISTA DE ILUSTRACIONES 130

INTRODUCCIÓN

"Los objetos en la sociedad actual se han vuelto símbolos, ya no son signos y, por lo tanto, su significación es cada vez más de tipo estético, no cognitivo… el objeto concreto consecuentemente ha de ser juzgado como expresión estética, como parte de un acontecimiento, por parte de un sujeto singular y no un hecho universal. El sujeto que experiencia conoce las cosas en términos de la ontología estructural propia de las cosas. El sujeto está entre las cosas. Los sujetos ya no conocen las cosas; conocen lo que están experimentando."
(Scott, 1999, p. 123)

El objeto del diseño no es solamente, y no debería ser, un resultado para el espectáculo de la forma, así como tampoco el fruto ni de una moda asociada a preocupaciones sociales o ecológicas, ni de una tendencia incorporada a la academia que consiste en apegarse a metodologías que, como en cualquier otra disciplina, ni son aplicables a todo, ni son la verdad revelada, y que en ocasiones solo buscan un acto de contrición proyectual y la autosatisfacción del diseñador.

Dicho producto debería tener implícitos diversos supuestos como el diseño inclusivo, el diseño social, la ergonomía y, obviamente, la estética. Es decir, no se puede pretender un diseño exclusivamente pensado bajo ninguno de estos argumentos pues son ellos su base misma, y son parte de una actividad proyectual responsable que se sustenta, como se pretende mostrar en parte de este trabajo, en la búsqueda constante del ser humano por mejorar su calidad de vida, bajo la premisa del sentido común.

Es por lo anterior que esta tesis no pretende fundar un criterio único, sino más bien constituirse en uno de muchos posibles puntos de partida en la formación de criterios que permitan abordar y entender el *objeto doméstico* (llamado aquí también *producto doméstico)* desde una metodología abierta y holística, porque cualquier intento de encasillarlo en modas o en metodologías determinadas

terminaría por aniquilarlo. Es decir, busca comprenderlo como el efecto o resultado de una cultura material que define al ser humano en un contexto histórico, social y temporal, rastreable por medio de la técnica, la creación y el desarrollo de la producción serial, para encontrar allí los vínculos de significación que lo hacen portador de una estética de la sensibilidad.

Para lograr a esos propósitos se ofrecen los siguientes **capítulos** que abordan de forma teórica y/o reflexiva al objeto doméstico desde diversas disciplinas: lo fisiológico, lo técnico, lo social o antropológico y lo figurativo, ejes determinantes y constituyentes de la cultura material. Además, se presentan casos y ejemplos, especialmente en el último capítulo, para contextualizar la teoría y las reflexiones en ámbitos cercanos, como el colombiano.

El **primer capítulo, *objeto doméstico estético,*** empieza a dar luz al objeto desde la estética, explorando la concepción del comportamiento estético, en cuanto a la función y la forma.

Para ello se recurre a los planteamientos de André Leroi-Gourhan en su texto *El gesto y la palabra* (1971), pues en este autor se encuentra el asiento para la definición estética alrededor de las cualidades figurativas, que es importante clarificar inicialmente para comprender mejor los demás capítulos.

La elección de ese autor se debe, además, y sobre todo, a que es él quien desarrolla una paleontología estética del origen del objeto, del útil, asentado en una reflexión estética: este se configura a través de la superposición de comportamientos estéticos que tienen sus orígenes en necesidades fisiológicas, pero que, sin duda, evolucionan gracias a factores sociales, técnicos y figurativos.

La suya es, pues, una estética antropognésica que es necesario comprender antes de abordar al producto doméstico, analizando cada uno de esos factores con mayor detalle.

En el **segundo capítulo, *Rastreo del objeto doméstico,*** desde las miradas técnicas de Sigfried Giedion en su obra *La mecanización toma el mando* (Giedion, 1978), y de Lewis Mumford con su texto *Técnica y civilización* (Mumford, 2002), se continúa con el reconocimiento iniciado en el capítulo anterior, pero enfocado ya no desde los fundamentos conceptuales generales, desde la paleontología, sino

desde un campo más preciso que hace parte de la cultura material que ha de situarlo en lo cotidiano, la 'técnica'. Esto, para ubicar al producto, y a su estética, con más detalle, en su verdadera dimensión.

Los *momentos técnicos coyunturales,* identificados por Giedion, y las *fases de la técnica* de las que habla Mumford, permiten entender el diseño industrial no como una disciplina de movimientos y tendencias, sino, más bien, como la consecuencia de desarrollos técnicos en procesos productivos y materiales, que propician el advenimiento de múltiples y variados productos, desligados muchos de ellos de las escuelas tradicionales de diseño en que se ha movido la historia academicista del diseño. Por eso, en este apartado se explora, bajo la mirada de estos expertos, el nacimiento de la técnica y sus aportes al oficio del hombre, a su perfeccionamiento y al descubrimiento de conceptos como el 'confort' como parte de la realidad de la rutina diaria.

En la primera parte se dedicada, entonces, a Giedion. Se explican los principales momentos de la historia del objeto doméstico, pero se hace profundidad específica, en algunos apartados, en el 'mobiliario', pues este permite una forma más visible y clara de rastreo por medio de líneas de tiempo. Por tanto, se le hace un seguimiento al mueble no solo condicionado a las relaciones del hombre con el espacio en su antropometría, sino a las relaciones de este con el mismo hombre en su ergonomía; un seguimiento en forma histórico-lineal que refleja cada época, definida por la técnica inmersa en sus condiciones sociales y económicas.

También en esa primera parte se encuentran en el mobiliario las influencias directas de desarrollos en el arte y la decoración, gestados por todo tipo de artistas, artesanos, ingenieros, arquitectos o simplemente inventores y se muestra su evolución, pasando por distintos movimientos: el arte '*Stilj'*, las tendencias de socialismo puro en las artes y los oficios, o por el llamado '*taylorismo*' y su producción serial intensiva, parte fundamental del capitalismo, entre otros. Finalmente, se esclarecen los momentos del 'adorno' y la mecanización de este, sus consecuencias en las exposiciones universales y el advenimiento de la técnica con la aerodinámica como mirada hacia el futuro.

Para complementar lo anterior, se condensan los planteamientos de Mumford, pues este autor señala que existe un sincretismo técnico que ha pasado por distintas fases: de una 'eotécnica' a una 'neotécnica', pasando por una etapa de

‘paleotécnica’. Se trata pues de ciclos esenciales en la evolución de la técnica que hay que revisar para complementar el panorama.

El **tercer capítulo, *El objeto doméstico desde su uso y apropiación***, hace una aproximación al tema de estudio desde una perspectiva antropológica, utilizando, como principal asiento teórico, lo sugerido por María de los Ángeles González Pérez, antropóloga de la Universidad de los Andes, en su texto *Objetos de uso poder y significación* (González Pérez, 2007).

Esa autora ofrece una revisión novedosa del objeto doméstico como generador y legitimador de una serie de relaciones de alcance, uso y apropiación con otros productos y su trasfondo. Eso permite situarlo en determinados contextos de rol social, y, a la vez, establecer conexiones con lo que cuentan los ciclos de vida emocional de cada objeto, y con los de aquellos con los que se relaciona.

Los objetos tradicionales o modernos, los auténticos y los efímeros, sean estos últimos mudables, situados y apoderados, según la autora, son esencialmente hacedores de memoria, como sujetos activos en los procesos de comunicación simbólica; procesos definidos en entornos donde ellos tienen su parcela desde la ritualidad y las memorias, o bien desde la conformación de la cultura en medio de la naturaleza. Por ello, para entenderlos mejor, se indaga también, en este apartado, en los conceptos de sugeridos por Félix Duque Pajuelo en su obra *Filosofía de la técnica de la naturaleza* (1986, citado en Acosta & Orrego, 2013), acerca de lo de lo ‘tecnonatural artesanal’, lo ‘tecnonatural mecánico’ y lo ‘tecnonatural cibernético’.

De igual forma, para apoyar conceptos de dinámicas de uso se recurre a Jean Baudrillard, con su texto *El sistema de los objetos* (2010), porque allí se entienden las dinámicas del producto doméstico y sus conductas a través del consumo y de la vigencia estética, como validación de lo doméstico en lo cognitivo y de sus relaciones con lo moderno.

Para cerrar el capítulo son indispensables los aportes de otros dos expertos: Donald A. Norman, con su texto *El diseño emocional: por qué nos gustan (o no) los objetos cotidianos* y Rholand Barthes, con su obra *La aventura semiológica*. Ambos libros (Barthes, 1985; Norman, 2005) son herramientas claves para entendimiento como ‘signos portadores’.

El **cuarto capítulo, *El objeto doméstico, objeto domesticado***, bosqueja cómo los espacios naturales del hombre, la sensibilidad de su piel o la materialidad, actúan como interfaces objeto-hombre y hombre-objeto, y cómo los productos, desde el sentido común, son huella de intenciones sensibles y comunicativas. Igualmente, reflexiona en torno a una cuestión fundamental: ¿Somos domesticadores o domesticados por la nueva generación de objetos domésticos?

Son varios los referentes teóricos para este apartado. Uno es el mismo Donald A. Norman con otra de sus obras, *La psicología de los objetos cotidianos* (Norman, 1998). El otro es Enzio Manzini con su fundamental texto sobre la proyección de diseño desde las cualidades del material, *La materia de la invención: materiales y proyectos* (Manzini, 1993). Y uno más, fundamental, es Danielle Quarante, con sus planteamientos sobre los factores determinadores del producto, y sobre cómo las condiciones armónicas, culturales, sociales, históricas y funcionales, modifican el contexto y lo condicionan, los cuales enuncia en su libro *Diseño industrial 1* (Quarante, 1992).

Adicionalmente, como confirmación y hasta reivindicación de los objetos anónimos como generadores de la visual de ciudad, se recurre a lo sugerido por Katya Mandoki en su obra *Prosaica uno. Estética cotidiana y juegos de la cultura* (Mandoki, 2008), y más concretamente al capítulo en el que habla sobre prendimiento y prendamiento, porque permite demostrar cómo, a través de una 'estesis', son parte de una objetualidad, una objetivación y una objetividad de ciudad, estética identitaria, reconocible y legible en ellos y en los desechos objetuales.

Finalmente, el **quinto capítulo, *Algunas consideraciones alrededor de la artes*anía,** condensa las reflexiones personales del autor sobre los aspectos estéticos del objeto doméstico, desde lo técnico, lo social y lo figurativo, a partir de la descripción de algunos ejemplos de productos artesanales comunes en Colombia, para intentar confirmar que el 'acervo popular' idea y produce evidencias de la cultura material de cada pueblo.

Tras esos apartados se presentan algunas **conclusiones** y **las fuentes o referencias consultadas**.

1 EL OBJETO DOMÉSTICO ESTÉTICO
(La perspectiva conceptual paleontológica)

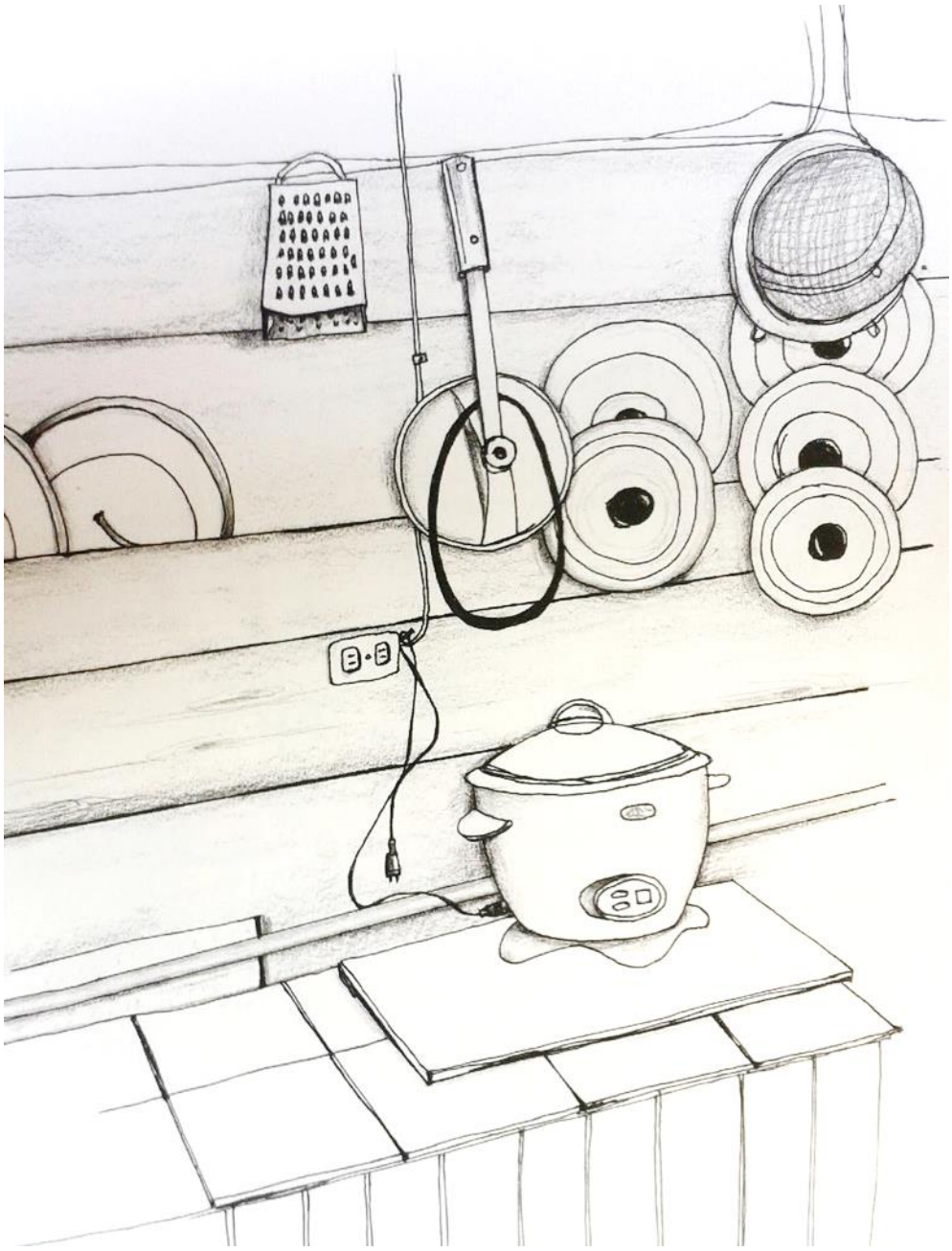


Ilustración 1: Ilustración 35: Dibujo "Cocina. Almacenamiento de utensilios de cocina" (Montenegro, 2008, p. 15)

El simbolismo de los objetos domésticos se puede definir, en principio, como lo concerniente a lo funcional; como aquella marca fundamental que lo diferencia y que indica el 'para qué sirve' planificado desde su concepción en su significante funcional. Ello implica poner en él, durante todo su proceso de desarrollo, todas las cualidades figurativas que hacen de los indicadores de la función, características primigenias del producto.

En otras palabras, casi todos los objetos, salvo algunas excepciones, tienen sus cualidades implícitas en su primera aproximación, y poseen unas marcas semánticas precisas que hacen que sean reconocibles, bajo su función, en una lectura estética constitutiva e intrínseca.

Para comprender el origen, la evolución y el sentido de esa apreciación desde la estética, es importante, entonces, comenzar a hacer un rastreo del objeto doméstico desde los planteamientos de Leroi-Gourhan (1971), pues este autor desarrolla una paleontología estética del origen del producto, del útil, asentado en una reflexión estética: este se configura a través de la superposición de comportamientos estéticos que tienen sus orígenes en necesidades fisiológicas. La suya es, pues, una estética antropognésica, que es necesario comprender antes de dar inicio a un abordaje más detallado desde la historia de la técnica, desde la antropología y desde otros fundamentos estéticos sugeridos y consolidados posteriormente.

1.1 EL COMPORTAMIENTO ESTÉTICO

Leroi-Gourhan (1971) se cuestiona sobre el carácter de los productos mismos en su 'forma' y su 'función', y plantea como respuesta la percepción de la estética desde lo biológico y lo natural. Sugiere, entonces, la existencia de unas 'emociones estéticas', que son los códigos o maneras como se establece todo el catálogo de sentimientos o percepciones, gracias a los sentidos, teniendo en cuenta la biología común a los seres vivos.

> "Este código de las emociones estéticas está basado en propiedades biológicas comunes al conjunto de los seres vivos, las de los sentidos que aseguren una percepción de los valores y de los ritmos" (Leroi-Gourhan, 1971, p. 267)

La ‘percepción basada en los sentidos’ es fundamental, entonces, para Leroi-Gourhan, quien la entiende como la reacción celular de todo ser vivo que le da su carácter de individuo. No obstante, si bien la estética se origina en los sentidos, es una manifestación de una cultura determinada, como él lo aclara. Una manifestación dada por unos comportamientos, ritmos o ‘prácticas maquinales’ que, por un lado, están condicionados tanto por el ‘aparato fisiológico’, aquel que permite la supervivencia a cualquier ser humano, sin importar dónde se encuentre, como por el ‘aparato social’, el que posibilita la reproducción, y, por otro, que siempre se producen por la búsqueda del confort.

Así, se bien se acepta la premisa de la forma como lenguaje estético, la forma y su carácter estético, la influencia de la ‘etnia’, como lo plantea Leroi-Gourhan, es factor diferenciador que, a partir de las emociones estéticas de su grupo determinado, lo sitúan en un tiempo y lugar preciso (Bedoya Restrepo, 2010).

En otras palabras, en esa búsqueda de la humanización de la comodidad, el condicionamiento visual, olfativo y gustativo se determina por la sociedad en la cual se da el proceso. Eso se evidencia, por ejemplo, si se revisan comunidades orientales, como las que describe Tanizaki (1994), pues estas basan sus diferencias de apreciación estética en sus disimilitudes sociales y artísticas.

Mandoki (2006) está de acuerdo con lo sugerido por Leroi-Gourhan, pues expone que la percepción basada en los sentidos es un bombardeo estético alrededor de una situación de prendimiento continuo del hombre moderno, y por eso afirma que la ‘sensación’, aquella acción-reacción que se constituye en el primer umbral de acercamiento a un objeto. El ‘discernimiento’ posterior, según la autora, es el segundo umbral, donde lo cognitivo es dado por las experiencias, y el ‘miramiento’, el tercero y último estadio, que se alcanza cuando se establecen y acatan las normas que distinguen a colectivo y que permiten no solo desempeñar un rol social sino también suponer un rol estético, al ser este una serie de códigos con los que un colectivo está más o menos de acuerdo.

Ahora bien, la relación humanizadora de la estética esbozada por Leroi-Gourhan, reconocida por Mandoki, encuentra en lo ‘fisiológico’, lo ‘técnico’, lo ‘social’ y lo ‘figurativo’, la razón por la cual el hombre exterioriza la forma como objeto simbólico, entendiéndolo como el portador de significantes debido a su carácter eminentemente material, como él mismo lo sugiere.

Las etnias expresan su estética en lo fisiológico, como fundamento de su sensibilidad estética. En la técnica, como función y uso de los objetos presentes en las actividades diarias. En lo social, como parte de un comportamiento de interacción en un colectivo. Y en lo figurativo, desembocado o asimilado la estética como la materialización en las artes, es decir, como producto evolutivo del hombre, con los ejes fundamentales de la técnica, el lenguaje y la estética (con sus tres aspectos determinantes: lo fisiológico, lo técnico y lo social), o como la exteriorización que el autor demuestra ampliamente de esos factores en toda su obra.

Para situar el diseño, entonces, se puede decir, como lo afirma Leroi-Gourhan, que este hace parte de lo tecnológico figurativo, porque pertenece a una disciplina de creación de objetos utilitarios, resultado de la creatividad del hombre, quien para ello sustrae del entorno todos los elementos que han de conformar la solución a sus necesidades, bajo la premisa básica de ejercer sobre ellos la apropiación y el dominio.

> "El análisis de los objetos de uso práctico, como los útiles, las máquinas y los motores, así como las casas y las ciudades, deja entrever propiedades estéticas peculiares, directamente ligadas a su función. Es cierto que un juicio sobre la buena o mala adaptación de una forma a la función correspondiente equivale en la práctica a la formulación de un juicio estético." (Ídem, p. 291)

1.2 LA EVOLUCIÓN FUNCIONAL

Por otra parte, ya establecido el componente estético como el producto de unos factores fisiológicos y culturales, conviene, a la luz del mismo autor, explorar la diferenciación y la evolución de la forma estética desde lo que él llama 'la ley de evolución funcional'.

Para Leroi-Gourhan (1971) eso depende de si el objeto es natural o no. Cuando no lo es, es sometido a una 'adaptación' que está ligada a una 'prospección' que se realiza bajo la premisa de un 'método'. La forma o el proceso como dicha adaptación logra ser lo más eficaz para algo, es decir, 'la mejor forma posible', es un proceso de invención que no es figurativo sino imaginativo, o "*invaginativo*" como lo llama el autor, que no es más que el transcurso natural de adaptación del hombre con el medio, bajo la premisa de la supervivencia.

En esa adaptación del objeto no natural, la estética es planteada por Leroi-Gourhan como un 'velo' que envuelve por completo la técnica.

> "(…) la belleza funcional se percibe examinando grupos de objetos de una misma función pertenecientes a culturas diferentes, o de objetos con funciones diversas en una misma cultura. Bien sea que consideremos escudos, telares, azadas anzuelos o máquinas de escribir, se percibe que la función, más o menos satisfecha, se abre paso a través del velo decorativo que envuelve las formas. (Ídem, p. 292)

Por el contrario, en las formas naturales, paleontológicamente la adaptación de animales y vegetales está ceñida por un proceso puramente biológico de evolución donde la estética, como velo, también está presente.

> "La adecuación de las formas naturales, sin embargo, no es absoluta. Es necesario retomar a los naturalistas preevolucionistas (…) para admitir que los vegetales o los animales proseen exactamente la forma más apta para su integración biológica. Basta con seguir el hilo de la corriente paleontológica para ver que las formas evolucionan hacia fórmulas funcionales que no se han realizado por completo, sino de una manera aún relativa. Función y forma, igualmente derivantes a lo algo del tiempo, están en constante estado de acciones mutuas. Hecho no menos llamativo en cada estadio, es que la fórmula funcional está envuelta por un velo decorativo, llámese colores, apéndices o curvas desconcertantes, análogo al que revisten los objetos humanos, como si en el hombre la función decorativa respondiera también a un equilibrio no artificial." (Ídem, p. 292)

En ambos casos Leroi-Gourhan (1971) identifica a la adaptación o respuesta a ella, y a la integración social y a la etnia, como asuntos básicos en la supervivencia.

> "(…) en el animal, como en el hombre, el envoltorio no funcional esta hecho de supervivencias o marcas de orden filético, que en uno están ligadas al pasado de la especie y en el otro al pasado de la etnia" (Ídem, p. 292)

En esa supervivencia, la 'decoración', distinción o elemento diferenciador del ser humano, cumple con la misión de hacerlo o señalarlo como parte de un grupo, es decir, tiene el papel fundamental de territorializar al grupo sobre otros, de demarcarlo como parte de una especie, pero con las condiciones estéticas de una etnia.

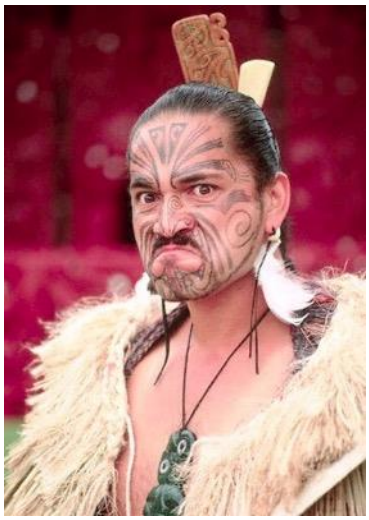


Ilustración 2: Fotos de indígena Maorí y de indígena amazónico (Mociarane.com, 2014; Blog Geografía del Amazonas, 2014, respectivamente)

La realización de las llamadas ‘fórmulas funcionales’ es privilegio únicamente de criaturas y objetos. Es por ello que, según el autor, lo que se espera de esta multiplicidad de funciones es una adecuación dada por tres aspectos fundamentales que identifica así:

a. Primero, el de la evolución de cada función a formas más satisfactorias, lo que en diseño se denomina ‘depuración formal’.
b. Segundo, el compromiso satisfactorio entre varias funciones, para lograr por medio de la forma una respuesta o aprovechamiento más elevado, o lo que es lo mismo, la ‘depuración formal’.
c. Y tercero, unas superestructuras provenientes del pasado biológico o étnico, que se traducen en formas decorativas, que no son más, en términos de diseño, que los llamados ‘referentes’ que pueden apoyarse en diversos ámbitos, que pueden tocar aspectos de la biónica hasta las matemáticas y la física.

Pese a esta depuración formal, enunciada por Leroi-Gourhan (1971) y muy apropiada al concepto disciplinar de la proyección en diseño, el análisis estético funcional no se establece sino desde la aproximación funcional.

> “El valor de la estética del objeto reside en la conservación de las prestaciones mecánicas, bajo el velo de las llamadas ‘superestructuras figurativas’” (Ídem, p. 293)

De allí el apostolado de Louis Sullivan, quien dice en 1896: ‘la forma sigue a la función’, pues ha condicionado el desarrollo de productos desde la técnica.

1.3 LA FORMA Y LA FUNCIÓN

La *forma* de un objeto, en su concepción, está directamente condicionada por la técnica imperante, teniendo en cuenta en esta no solo los procedimientos técnico-productivos, sino también la disponibilidad de materiales y sus transformaciones.

La técnica es, entonces, la protagonista para entender los estadios precisos dentro de la historia, que propician el nacimiento y desarrollo del objeto de uso doméstico, como se verá más adelante en el segundo capítulo.

Retomando a Leroi-Gourhan (1971), la forma está semióticamente presente y persiste así aunque haya una mutación a otros objetos, para facilitar la correcta interpretación o lectura de su función, y eso se evidencia en las fórmulas repetidas de productos pese a su evolución técnica. Un caso reconocible es cámara fotográfica, la cual conserva su forma inicial de cajón, condicionada por la película análoga, pese a encontrarse actualmente con posibilidades formales más arriesgadas facilitadas por el desarrollo digital; eso se debe a que la forma hace posible su lectura formal.

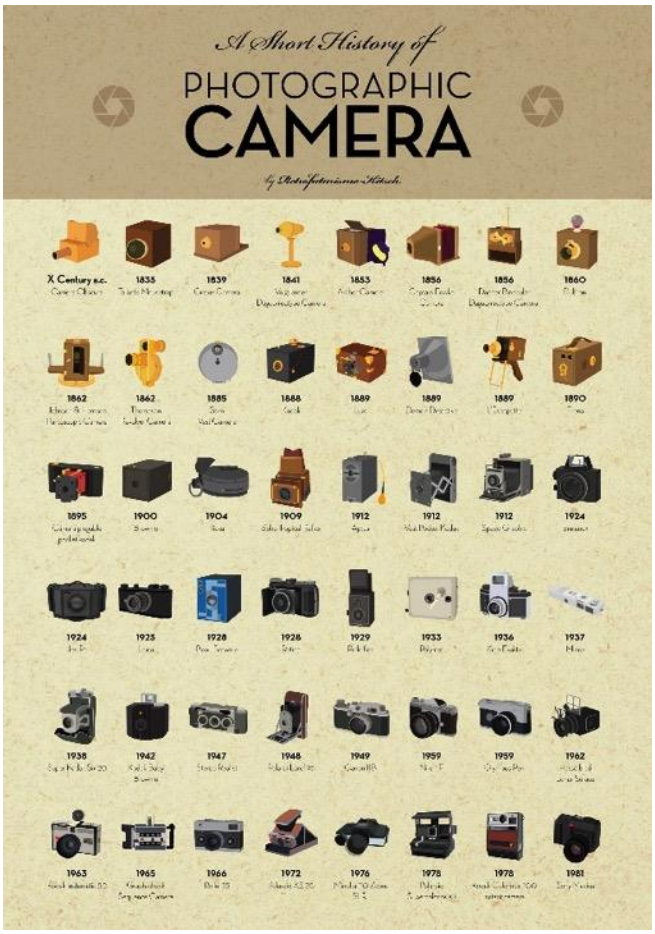


Ilustración 3: Esquema de la evolución de la cámara fotográfica (Imgur.com, 2014)

Esa *heteroclidad* de los signos descrita por el semiólogo francés, Roland Barthes (1985), en el capítulo *La cocina del sentido*, identifica esa 'misteriosa' actividad como la lectura de signos, en la cual el hombre moderno debe pasarse la mayoría del tiempo leyendo imágenes, gestos y comportamientos.

Por eso es importante aclarar el concepto de 'estética funcional' de Leroi-Gourhan (1971), pues para él es lo que permite analizar y estructurar el orden de la forma como la constante búsqueda de la *función* ideal, aunque según él, la regla siempre tiene excepciones y solo se logra una "*aproximación*" a lo funcional en la cual se identifican claramente dos tendencias:

a. Ajena a la estética: proveniente de la materia y la técnica. En ella las formas eficaces, cumplidoras, están sometidas a contextos de tiempo-espacio, dependiendo por completo de la situación de la técnica en los diferentes estadios históricos.

b. Propiamente estética: cuando la forma se mueve con libertad entre la forma y la función.

En la disciplina del diseño se identifican claramente estas dos tendencias. Ejemplo de ello es la diferencia formal entre el de origen escandinavo, con su preocupación por la funcionalidad total, y el S*tyling*, de origen Italiano, que privilegia la belleza del objeto como fórmula. Sin embargo, para efectos de correcto desarrollo del producto, lo lógico es lograr un balance entre ambas tendencias, es decir, entre la función y la comunicación.

1.4 LA FORMA Y LA MATERIA

Dice Leroi-Gourhan (1971) que todo proceso de fabricación es un diálogo constante entre el fabricante y la materia, bajo el estadio técnico determinante de su tiempo.

> "La función mecánica ideal se encuentra en cada estadio técnico" (Ídem, p. 300)

Para él en la forma del útil intervienen dos valores:

a. La función mecánica ideal. Este valor objetual se explica en la expectativa de esperar que el objeto haga lo que se espera de él, de la forma más simple posible.

   Este producto funcional, opuesto por completo al concepto de 'gadget', es el objeto herramienta, que cumple su función ergonómicamente de la mejor forma posible, convirtiéndose un actor desprevenido en la acción, es decir, su uso es mecánico y no consiente, y en él no se le juzga permanentemente por sus prestaciones. Su uso, entonces, pasa inadvertido, anónimo.

b. Soluciones materiales desde la aproximación funcional. Según el estadio técnico y la técnica presente se da *el cómo* de la configuración formal del objeto, la lectura y el análisis del estado del arte que permiten a este trascender mucho más de la sola solución funcional. La funcionalidad se enfrenta a lo figurativo y las formas racionales, entendiendo este término como las semióticamente correctas, se acercan a la física básica de los objetos. Es decir si un producto rueda, se acerca al círculo; por el contrario, si este vuela, se acerca a formas más aerodinámicas.

Allí la materia puede ser ligada a la función primigeniamente, sin ser ligada a esta, a demostrar claramente dónde y cómo debe moverse la solución, tal como lo describe ampliamente Manzini (1993), quien dedica la introducción de su texto a Leroi-Gourhan (1971).

> "El material de que están hechos los objetos se nos aparece así cada vez más indefinible en categorías simples y adquiridas de una vez por todas. El único modo de describirlo consiste en considerarlo como un operador dotado de prestaciones: esto es hablar del material, no definiendo 'qué es', sino explicando 'qué hace'" (Manzini, 1993, p. 29)

Esta definición de Manzini que se mueve entre lo pensable y lo posible, a la que él da el nombre de 'proyecto', es la forma de pensar el diseño desde una perspectiva totalmente abierta, eso sí, siguiendo la técnica imperante. Por ello Joan Costa expresa:

> "Si las ideas paradigmáticas de forma, estética, utilidad y función se realizan en el objeto –se materializan– en él, era preciso ir mucho más allá y penetraren el universo mismo de la materia, ya que ella determina (y facilita) las posibilidades de innovación, formabilidad, laborabilidad, integración de las prestaciones, durabilidad, calidad e, incluso, lenguaje del propio producto como objeto simbólico y semiótico" (Costa, J., en Manzini, 1993, p. 7)

Así pues, todo objeto, producto de la creación humana es, en resumen, como diría Leroi-Gourhan (1971), el resultado de una estética de lo fisiológico, lo funcional y lo figurativo, aspectos que unidos conforman la cultura material.

2 EL RASTREO DEL OBJETO DOMÉSTICO
(La perspectiva técnica)

Ilustración 4: Dibujo "*Cocina Espacio para almacenamiento de alimentos y utensilios de cocina*" (Montenegro, 2008, p. 71)

Bien. Tras empezar a comprender la paleontología estética del origen del objeto, del útil, como superposición de comportamientos estéticos que tienen sus orígenes en necesidades fisiológicas, que evolucionan como manifestación de la cultura material, determinados por aspectos técnicos, sociales y figurativos, es importante ahondar en la revisión de cada uno de ellos teniendo siempre como guía o referente al objeto de tipo doméstico.

Así, pues, este capítulo aborda la historia del objeto doméstico desde su técnica, pues los procesos, los usos y el desarrollo de los diferentes materiales, dan cuenta, como se verá a lo largo de este capítulo, de los cambios significativos identificables y no encasillados dentro de movimientos y tendencias.

Una adecuada forma de hacerlo es revisando las investigaciones de dos autores que se dedicaron a esa perspectiva histórica: Sigfried Giedion, historiador suizo, y Lewis Mumford, sociólogo, historiador, filósofo de la tecnociencia, filólogo y urbanista estadounidense. Ambos son referentes mundiales en este tema pues tras ellos ha habido pocos estudios al respecto o, por lo menos, poco se han publicado y divulgado, y los pocos que lo han hecho recurren a escasas fuentes distintas.

A continuación se resumen y presentan, de una forma secuencial o histórico-lineal, los principales planteamientos de ambos autores, para entender el nacimiento y el desarrollo de la técnica y sus aportes al oficio del hombre, del ‘confort’ como parte de la realidad de la rutina diaria, y del diseño industrial como resultado de avances técnicos en procesos productivos y materiales.

Se advierte y se reconoce, entonces, que la mayor parte de las ideas que se ofrecen en estos apartados no son originales del autor de este trabajo de grado, sino que, aunque se parafraseen, les pertenecen a Giedion o a Mumford, aunque se ofrece en algunos momentos una reflexión personal sobre determinadas situaciones.

2.1 LOS MOMENTOS TÉCNICOS DE GIEDION: LO DOMÉSTICO O LO UTILITARIO

Este primer apartado se dedica al rastreo histórico de la técnica realizado por Giedion (1978), quien hace una diferenciación entre el concepto de objeto

doméstico que se tiene durante el renacimiento y el que se tiene durante la consolidación industrial, la cual se logra hacia finales del periodo gótico, cuando se da forma al llamado ‘espacio interior burgués’, resultado de la expansión de las ciudades y de la construcción de grandes catedrales como ejes de las urbes modernas.

Para este autor, la consolidación se evidencia en que el diseñador desarrolla su actividad creadora pensando siempre en que el resultado de su disciplina impacte en lo cotidiano, es decir, examinando que en el producto hecho con el fin primario de la usabilidad, se evite cualquier intento de adjudicarle connotaciones artísticas, pues se distorsionan la inteligibilidad y la usabilidad del mismo. Por ello la premisa ‘mientras menos diseño se interponga entre el objeto y su uso, mejor funcionará’, pues solo el diseño debe hacerse presente en la visibilidad evidente que debe demarcar claramente la usabilidad, como explica el autor. Es decir, la experiencia siempre se desencadena desde su forma, desde la estética de lo cotidiano.

Así, desde el principio básico del diseño, durante consolidación industrial se asocia el carácter de los objetos a contextos (míticos, religiosos, culturales, etc.), y estos se conciben como algo puramente práctico, inadvertido, de uso diario, que funciona, valga la redundancia, bajo la realidad de la practicidad.

No obstante, la proliferación de productos en el hogar y la densidad acelerada de urbes y metrópolis, más tarde, reconfiguran el modelo de la familia que lo habita, y con ello cambia también la concepción del objeto, pues pasa de tener un sentido meramente ‘doméstico’, a un sentido más amplio en su significado, pues casi es un ‘domesticador’ que conoce y comprende todos los requerimientos de esa familia.

Para comprender mejor ese paso conceptual, es importante revisar los *momentos técnicos coyunturales* en la consolidación y masificación del objeto de uso doméstico en particular, y del diseño industrial en general, que identifica Giedion (1978), como se hace a continuación.

2.1.1 LA MECANIZACIÓN DEL OFICIO

La profesionalización de algunos oficios en trabajos más cualificados, pese a que en algunos países el artesanado y su modelo de maestro-aprendiz persisten hasta

nuestros días, se desarrolla en el mundo de forma lenta y a veces inexacta, pasando de una pequeña socialización de objetos herramienta, a una panoplia de otros caseros llamados ‘domésticos utilitarios’.

Dicha mecanización del llamado ‘oficio complicado del artesano’, al descubrir la técnica, se ve impulsada por el fervor colectivo por el aumento de las patentes para inventos, en la década de 1860. Se produce, entonces, una democratización del invento, pues se pasa del reconocimiento de un grupo de eruditos privilegiados, como Pascal, Descartes o Da Vinci, al de nuevos técnicos que se vuelcan en masa a las oficinas de patentes con adminículos y productos que harían muchísimo más agradable y fácil la vida ciudadana al interior del hogar. El invento, como fórmula de rapidez y perfección, impulsa la industria de forma notable.

Es necesario anotar que al mismo tiempo se dan procesos técnicos como el de la caldera y la mecanización textil que, junto con el auge de las patentes, generan una nueva realidad alrededor del objeto doméstico.

Es el hogar donde se encuentra el fortín de la mecanización; todo en él es factible de cambio y modernización: la cocina y el baño, con equipos novedosos en el momento, disparan el consumo hasta cifras nunca antes alcanzadas.

Un hecho también trascendental en esta época, y hasta la década de 1920, es el advenimiento de la electricidad, fundamental en la consolidación del objeto doméstico, tal como lo muestran los catálogos que, desde 1912, incluían aspiradoras, planchas, tostadoras, etc.

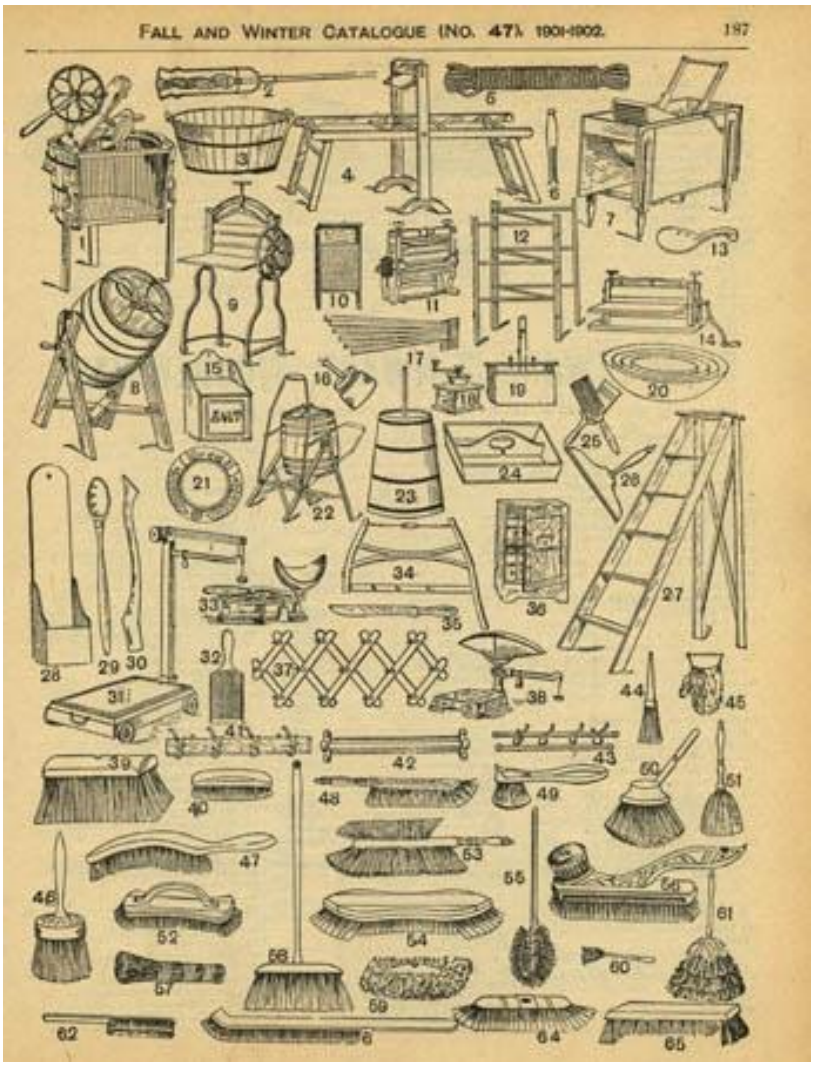


Ilustración 5: Objetos domésticos, Catálogo Eaton en 1901 (Musée du Bas-Saint-Laurent, 2013)

La mecanización accede a esa esfera privada del hogar, promueve nuevas necesidades, como las nutricionales, producto de la mecanización de la cocina, que se concretan con la entrada de la nevera eléctrica en la década de 1930, y que culminan grandiosamente con el automóvil como determinante en vida ciudadana y artífice del progreso para el siglo XX.

> "Alrededor de 1920, la mecanización abarca la esfera doméstica. Por vez primera, toma posesión de la vivienda y de todo lo que en ella sea susceptible de mecanización: la cocina, el baño y sus respectivos equipos, que captan la fantasía y suscitan el instinto adquisitivo del público hasta un grado asombroso." (Giedion, 1978, p. 57)

2.1.2 LA SEGURIDAD DEL HOGAR

Fortalecido el hogar y sus objetos con procesos cada vez más estandarizados y precisos, surge otra necesidad que antes no se percibía: resguardar la vivienda y todo lo que ella contiene.

Linus Yale Jr., cerrajero de familia, retoma en 1860 los adelantos técnicos de su padre, quien venía trabajando desde 1840 con cerraduras que ofrecieran garantías de seguridad a entidades bancarias, para crear la conciencia de resguardar el hogar como 'el templo de la familia', inspirándose en las cerraduras egipcias de la tumba de Tutankhamon.

> "Howard Carter, el descubridor de la tumba de Tutankhamon, encontró varias llaves metálicas en el transcurso de la expedición. Según Carter, datan del periodo de los Tolomeos (332-330 a.C.). El metal está doblado en forma de L y los dientes están dispuestos a lo largo de una línea sinuosa en el brazo más corto. La cerradura en que encajaban era el producto de un periodo técnicamente avanzado que floreció bajo los Tolomeos, cuando Egipto se convirtió en el centro de la ciencia y de la invención griegas." (Ídem, p. 86)

El hogar protegido por el derroche técnico de los cilindros alineados de Yale Jr., como hasta hoy, propicia que el consumo del objeto doméstico se dispare de forma vertiginosa, ya que se encuentra amparado.

2.1.3 LA LÍNEA DE MONTAJE Y LA LÍNEA DE PRODUCCIÓN

Las líneas de montaje se refieren, básicamente, a una producción ininterrumpida que integra la totalidad de las operaciones del aparato productivo, incluyendo tanto al hombre como la palanca de la máquina, tal como lo evidencia magistralmente Charles Chaplin en su película *Tiempos Modernos*, proyectada en 1936.

Dicha película reflexiona sobre las condiciones de la clase obrera en la época de la Gran Depresión, con la eficiencia de la industrialización y la producción en cadena. Por ejemplo: la industria piscícola de Cincinnati, con su sistema de rieles aéreos, que en 1850 ya es capaz de procesar tres cerdos por minuto; o mucho antes, en 1800, cuando la Royal Navy tecnifica su producción de galletas con la implementación del horno continuo, de bandas transportadoras, de molinos que llevan a la estandarización, y de estrategias para la venta masiva del producto. Todo ello, terreno abonado para la aparición de la gestión científica alrededor del *Taylorismo*, otro de los momentos históricos.

Ilustración 6: Fotograma del largometraje Tiempos Modernos, de 1936, escrito, dirigido y protagonizado por Charles Chaplin (Cinema Dreamer, blog), 2014)

2.1.4 EL TAYLORISMO Y LA GESTIÓN CIENTÍFICA (WINSLOW TAYLOR)

Alrededor del año 1900, la industria está disparada debido al desarrollo de las líneas de producción; sin embargo, los costos del producto continúan siendo muy altos, y se trasladan a la clase trabajadora como una economía de ajuste. Surge, entonces, la necesidad de pensar en una forma de racionalizar los procesos fabriles, y es Frederick Winslow Taylor quien, en 1911, basándose en la metodología de la *gestión científica,* plantea la necesidad de organizar el trabajo en cadena, dividiendo las tareas durante el proceso con el fin de aumentar la productividad. Así mismo quien introduce el cronómetro no para medir solamente el tiempo, sino para calcular la relación entre el trabajo realizado y el volumen de los recursos utilizados.

> *"*El trabajo debe ser efectuado con facilidad y dentro de lo posible, sin fatiga. Pero detrás de esto siempre hubo la meta constante hacia la cual el periodo se sentía mágicamente atraído: la producción, mayor producción a cualquier precio. El cuerpo humano es estudiado para averiguar hasta qué punto podía ser transformado en mecanismo." (Ídem, p. 112)

En esta época, hoy conocida como la del *Taylorismo*, la meta final no es, entonces, como lo explica Giedion (1978), el bienestar del obrero, sino el

conocimiento del cuerpo humano para convertirlo en un apéndice de la máquina que permita aumentar el rendimiento y bajar los costos de producción. Por ello mismo la aplicación del cronómetro lleva la producción a su límite máximo, pero a costa de condiciones inhumanas, y transforma la factoría en un organismo de eficiencia mecánica cerrada.

Si bien la gestión científica está ligada conceptualmente a la organización de la faena en las empresas, su logro más significativo, de todas formas, es la comprensión del proceso del trabajo humano, del 'ser' del obrero, y de sus acciones y sus gestos (Gilbreth, F., 1974, en Giedion, 1978). Esos movimientos de las personas son registrados por aquel entonces, gracias a los adelantos en fotografía, por Edward Muybridge, y propician la invención de los llamados 'modelos de alambre' con la intención de entenderlos como una simple operación humana. Esas imágenes y esos modelos sirven, pues, para fortalecer y cimentar las bases de la ergonomía y la antropometría que dan un viraje al uso del objeto doméstico (Giedion, 1978).

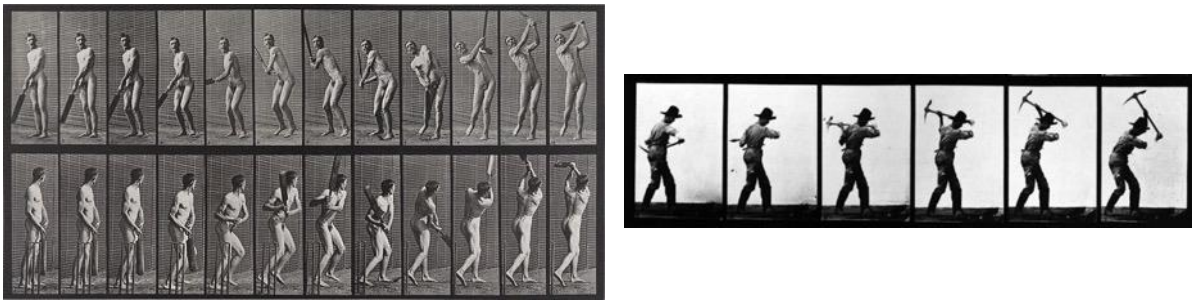


Ilustración 7: Secuencias fotográficas de Edward Muybridge, logradas a finales del siglo XIX (Dorotheum GmbH & Co, 2014)

Así pues, el *taylorismo* despierta un marcado interés por el movimiento del hombre y, sin pretenderlo, por las condiciones en las que labora. Esto se evidencia en los estudios sobre la 'psique' realizados por Sigmund Freud, y en diversas manifestaciones artísticas (Giedion, 1978). Ejemplo de esto último son la pintura *Desnudo bajando la escalera*, de Marcel Duchamp (1912), de estilo surrealista, en la que el autor hace una interpretación del cuerpo humano como una máquina en movimiento, y la película *Metrópolis*, de Fritz Lang (1927), una apología completa

la las propuestas de Taylor, al tener como tema las condiciones laborales y el posicionamiento de la máquina.

Ilustración 8: Desnudo bajando la escalera, de Marcel Duchamp (Culturacolectiva.com, 2014; Classicdesign.it, 2014)

Ilustración 9: Afiche de la película Metrópolis, diseñado por Laurent Durieux (Film.com, 2014)

2.1.5 LA MECANIZACIÓN COMO DEMOCRACIA (HENRY FORD)

Cuenta Ford, en su libro *My life and Work*, de 1922, que su objetivo primordial al crecer su línea de producción es: “situar las herramientas y el hombre en secuencia de operaciones”, como recuerda en su obra Giedion (1978, p. 106). Y eso es, precisamente, lo que busca cuando en Highland Park (Illinois, EEUU), en 1915, instala su línea de montaje para lograr su masificación democrática del vehículo, un producto elaborado desde cero que lleva a una revolución total en la producción.

Inicialmente Ford no solo copia, sin saberlo, los aspectos enunciados por Taylor en cuanto a tiempos y desarrollos por puesto de trabajo, sino la forma como se habían implementado sus teorías mucho antes en la industria, como en el caso de la cerámica en Cincinnati. No obstante, en realidad su gran aporte viene de su convencimiento de que el automóvil, como objeto, debe tornarse popular y no solo ser el privilegio de unos pocos, lo que lo lleva a introducir cambios en los procesos y en las políticas con respecto a los empleados.

Por ello revoluciona la industria automovilística al avanzar la idea de Taylor sobre la línea de montaje y los estudios sobre el movimiento, y con ello simplifica el producto final hasta niveles nunca antes alcanzados bajo la premisa del ‘intercambio de piezas’, para dar a sus clientes la posibilidad de reparación mecánica de forma simple y económica. Adicionalmente, al bajar la cantidad de horas de los llamados ‘turnos de trabajo’ y al incrementar los salarios de sus obreros, con la clara intención de mejorar su poder adquisitivo y de motivarlos a comprar vehículos. Logra, de esa manera, sus objetivos: mejorar la calidad de vida de sus empleados y aumentar las ventas, pues poco a poco comienza a aumentar el tamaño del parqueadero de sus factorías.

La fusión de la reducción total en la concepción y fabricación del producto, con la simplificación productiva lograda gracias al intercambio de piezas, se suma, disparan no solo la industria de Ford, sino la de todos los objetos del ámbito doméstico, pues estos, en forma de múltiples artefactos y utensilios, aumentan la eficiencia en las labores del hogar. Es decir, siguiendo el ejemplo Ford, la línea de producción solo con el hombre como observador, sustituyendo el obrero y su movimiento por la herramienta productiva, produce, desde la ingeniería, el

siguiente paso, y es tomar el mando y automatizar procesos, sustituyendo la fábrica por la gran factoría.

> "El trabajador es plenamente consciente de que el mundo necesita cosas para su utilización y de que los niveles de vida solo pueden mejorar con el incremento de la producción (…) El trabajo es consciente que ha de crear mejores métodos industriales." (Ídem, p. 136)

2.1.6 LA MECANIZACIÓN DEL CAMPO

La mecanización ya presente en las ciudades se encuentra con lo orgánico cuando, alrededor de 1930, la genética delega lo estrictamente mecánico a un segundo plano y cambia por completo la concepción de la producción masiva de animales y plantas. A partir de entonces, la 'manipulación en cruzas' produce híbridos más eficaces para sobrevivir a los problemas ambientales y a los ataques de plagas y enfermedades. Esta revolución en el campo lo desarrolla a niveles nunca antes alcanzados, permitiendo a su vez, la expansión de los centros urbanos y de todos los sectores involucrados.

A eso se añaden la invención del frigorífico, que si bien data de 1870, toma auge por la creciente necesidad de conservar los alimentos; la masiva inclusión de un maíz hibrido en 1935, y los procesos de incubación artificial solo perfeccionados en esa década, que impulsan el sector avícola; por eso no es casualidad que los restaurantes de comidas rápidas como KFC, nazcan en esa década.

Lo anterior, y la mecanización de las labores del arado, con la inclusión del tractor como eje fundamental en todos los procesos de la siembra, acrecienta la producción de alimentos y el consumo, por la mayor cantidad de oferta, a lo cual la industria responde con elementos para su almacenamiento y procesamiento. Se da, entonces, el 'boom' del objeto doméstico.

2.1.7 LA CONCIENCIA DEL CONFORT

Antes de seguir con la historia de la mecanización, que justifica la aparición y masificación de algunos productos de uso doméstico, es conveniente analizar cómo incide en este, en su usabilidad y, al mismo tiempo, en la conciencia de su conveniencia y confort, desde la relación directa con el ser humano, lo que hoy se conoce como 'interface', es decir, todos los puntos que cognitivamente que permitan al objeto aclarar su función y, sobre todo, desempeñarla a cabalidad.

La conciencia del confort se comienza a dar en muchos objetos, pero es en el mobiliario, aparentemente alejado de estos desarrollos técnicos, donde se dan los primeros pasos en la comprensión de una ergonomía y antropometría asociados con el término. Se da, inicialmente, en la época medieval, cuando el 'acolchado' es el rey del mobiliario y de la interacción social, y hace que el mueble tenga un uso más prolongado.

Más adelante, con la prosperidad urbana bajo unas condiciones salubres mucho más convenientes y con la excelente factura del mueble, en el periodo gótico, surge una percepción del confort diferente, pues es visto desde la conveniencia y adecuación del ser humano a un entorno. Vale decir que desde la conciencia occidental, puesto que el concepto de confort oriental funciona bajo unas premisas distintas, bellamente cuestionadas por Tanizaki:

> "No tengo nada contra la adopción de las comodidades que ofrece la civilización en materia de iluminación, calefacción o tazas de retrete, pero a pesar de ello, me he preguntado por qué, siendo las cosas como son, no damos algo de más importancia a nuestras costumbres y a nuestros gustos y si sería realmente imposible adaptarnos más a ellos." (Tanizaki, 1994, p. 20)

En esta adecuación y conciencia de lo conveniente, emerge la 'silla' como una forma de postura, no con la ceremoniosa solemnidad medieval en la cual la jerarquía social se mede en ella, sino como un mueble vinculado a los entornos de lo próximo, al devenir social. Es en el siglo XVI que esta se establece como una pieza común del hogar, entendido este como todos esos objetos móviles que lo conforman.

Esta conciencia del mobiliario crea entornos renovados, espacios donde el 'mueble nómada' permite transportes mucho más fáciles u eficientes, y genera el advenimiento de arcas, cofres, cajones, pupitres y cartapacios convenientes para afrontar la continua inseguridad social y económica de la época.

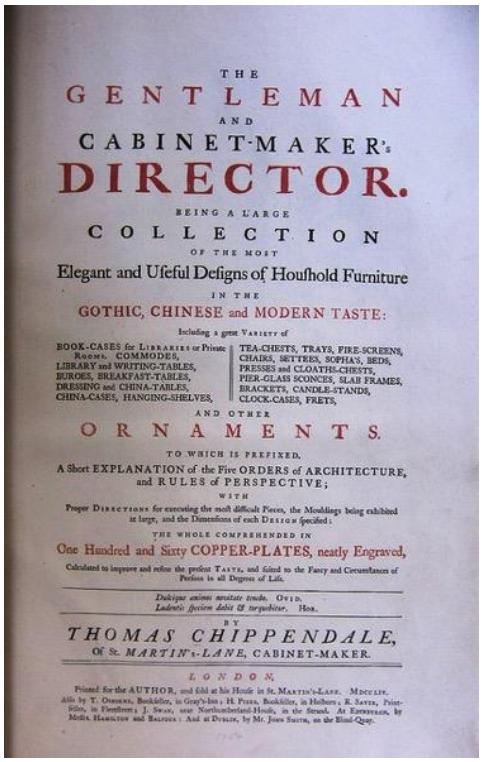
No obstante, todo esto cambia con el advenimiento del 'espacio íntimo', como respuesta a los cambios favorables que llegan a solventarse solo hacia el siglo XVIII, con el mejoramiento de las condiciones sociales. Entonces aumenta la cantidad de muebles dentro del hogar y cambia el significado del confort, pues se concibe no desde el mobiliario en sí mismo, sino desde la distribución del espacio en atmosferas y objetos 'propicios para'. Por ejemplo; las cómodas bufetes son creadas para salvaguardar, por primera vez y en forma estética, los tesoros

familiares; los escritorios responden al nuevo afán de la escritura secular, respaldada ya por unas mejores condiciones y una dirección estable, y de ellos se varía hacia el secreter y hacia el buró; incluso aparecen las cómodas como rezago de aquellas móviles arcas y baúles.

Con esa concepción del confort surge una infinidad de muebles que resuelven necesidades distintas a las básicas; algunos son para reclinarse, otros para hacer vida social, y unos más tomar la siesta del día, entre muchas posibilidades. Diversos estilos de sillas lo demuestran: las *chaise longe* o sillas largas, la *barquere*, la marquesa, la duquesa, la *rocaille* y finalmente el sofá, que se conserva hasta nuestros días y que nace como parte de una exploración formal en los albores del siglo XVIII. Todos ellos, con la curva y el acolchado como protagonistas de su estética, se producen en la época debido a la posibilidad de las familias de establecerse, y al advenimiento de la imprenta, pues esta genera la necesidad de tener un espacio para los libros, la biblioteca.

Chippendale, en su catálogo de 1754, *The Gentleman and Gabinet Makers Guide*, muestra, sin lugar a dudas, una transformación de lo que se puede denominar ‘objetos para el uso cotidiano’, productos de la revolución industrial:

> “Tal era la situación cuando intervino la revolución industrial. La mecanización transformo los objetos de uso cotidiano, así como aquellos que atendían a unas necesidades emocionales y representativas. El afán del adorno es innato en el hombre y se revela como inerradicable, al igual que el afán del amor.” (Giedion, 1978, p. 289)



THE
GENTLEMAN
AND
CABINET-MAKER's
DIRECTOR.
BEING A LARGE
COLLECTION
OF THE MOST
Elegant and Useful Designs of Houshold Furniture
IN THE
GOTHIC, CHINESE and MODERN TASTE:
Including a great Variety of
BOOK-CASES for Libraries or Private Rooms. COMMODES, LIBRARY and WRITING-TABLES, BUROES, BREAKFAST-TABLES, DRESSING and CHINA-TABLES, CHINA-CASES, HANGING-SHELVES, TEA-CHESTS, TRAYS, FIRE-SCREENS, CHAIRS, SETTEES, SOPHA's, BEDS, PRESSES and CLOATHS-CHESTS, PIER-GLASS SCONCES, SLAB FRAMES, BRACKETS, CANDLE-STANDS, CLOCK-CASES, FRETS,
AND OTHER
ORNAMENTS.
TO WHICH IS PREFIXED,
A Short EXPLANATION of the Five ORDERS of ARCHITECTURE, and RULES of PERSPECTIVE;
WITH
Proper Directions for executing the most difficult Pieces, the Mouldings being exhibited at large, and the Dimensions of each Design specified:
THE WHOLE COMPREHENDED IN
One Hundred and Sixty COPPER-PLATES, neatly Engraved,
Calculated to improve and refine the present Taste, and suited to the Fancy and Circumstances of Persons in all Degrees of Life.
Dulcique animos novitate tenet. Ovid.
Ludentis speciem dabit & torquebitur. Hor.
BY
THOMAS CHIPPENDALE,
Of St. *MARTIN's-LANE*, CABINET-MAKER.
LONDON,
Printed for the AUTHOR, and Sold at his House in St. Martin's-Lane. MDCCLIV.
Also by T. Osborne, Bookseller, in Gray's-Inn; H. Piers, Bookseller, in Holborn; R. Sayer, Print-seller, in Fleetstreet; J. Swan, near Northumberland-House, in the Strand. At Edinburgh, by Messrs. Hamilton and Balfour: And at Dublin, by Mr. James Smith, on the Blind-Quay.

Ilustración 10: Portada del catálogo *The Gentleman and Gabinet Makers Guide*, de 1754 (Mulder, 2014)

Si bien esa mecanización es parte de la forma de elaboración del mueble, son el material sustitutivo y la artesanía de imitación los factores que favorecen el paso verdadero a la consolidación del objeto doméstico. El apogeo del adorno, que alcanza su máxima expresión entre los años de 1820 a 1850, y que se materializa en nuevos materiales para 'hacer parecer', está representado en esta época con los lacados, los mastiques, los cementos, los galvanizados y los procesos de galvanoplastia inventados por Moritz Hermann von Jacobi, de la Universidad de Dorpat, Estonia, en 1837, que permiten dar una capa metálica a cualquier superficie, incluso al yeso.

De este periodo data la primera 'revista' de diseño, aunque ese término no se utiliza hasta mucho tiempo después con el significado que ahora tiene, ligado a una técnica productiva serial. Se trata del *Journal of Design and Manufactures*, que en Londres, entre 1849 y 1852, Henry Cole publica con el apoyo del pintor Richard Redgrave. Allí, en artículos de Cole, bajo el seudónimo era Felix Summerly, se describen y grafican, para tratar de ofrecer los objetos 'en vivo', lo

que él considera un muestrario aceptable del valor del diseño ornamental y de la manufactura.

2.1.8 LA EXPOSICIÓN UNIVERSAL DE LONDRES

Otro de los hitos de la historia del objeto doméstico es la Exposición Universal de 1851, en Londres, porque esta muestra, planificada y ejecutada por la *Society of Arts*, bajo la presidencia del príncipe consorte Alberto, y bajo la orientación del mismo Henry Cole, se constituye en la primera forma de exhibir y comparar un estado del arte en la industrialización de las naciones del planeta. Es, pues, un *Journal of Design and Manufactures* a gran escala, y una invaluable oportunidad para comprender las fronteras entre la ornamentación, la industria y la artesanía.

> "La *first exhibition of all nations* había de permitir la comparación de los esfuerzos humanos en todo el mundo, como una gigantesca hoja de inventario" (Ídem, p. 361)

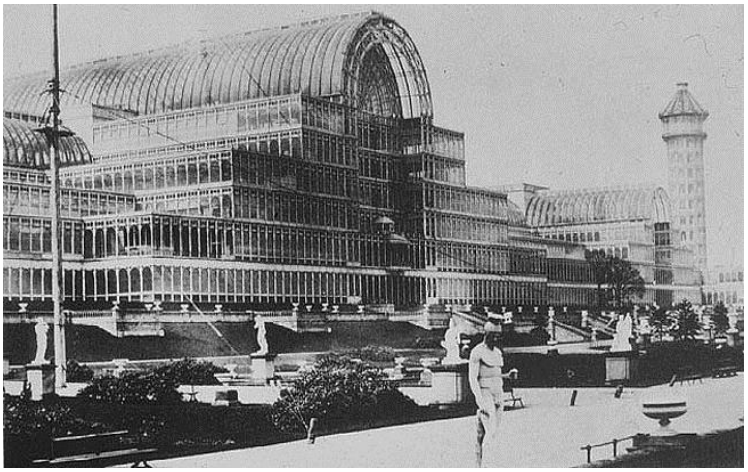


Ilustración 11: Crystal Palace para la Exposición Universal de Londres 1851 de Joseh Paxton (El Otrolado.net, 2014)

Esta muestra enfrenta la mecanización y los oficios, y posibilita, por primera vez, que la cultura de un pueblo no se valore solo por su grado de industrialización. En ella la conciencia del material y de la dignidad en su transformación se le adjudica a los llamados 'primitivos', y se constata cómo el europeo promedio de aquel tiempo mezcla de forma natural el uso exagerado del ornamento y el abuso del material, lo que se reconoce como un 'principio fijo de diseño' en la reseña de la época.

Además, esta exposición deja en evidencia cómo las sociedades del oriente, con su manejo mesurado y consiente del material para lograr los objetivos carentes de toda pretensión, difieren de la norteamericana, con sus máquinas adaptables a infinidad de deseos. Cole lo identifica como 'expresión primitiva' de un lado y 'productos de alta mecanización' del otro.

> "Con las muestras exhibidas tan estrictamente yuxtapuestas, nadie podía negar que los llamados *primitivos* conocían la dignidad y tenían contacto con el material. Los europeos, apenas abandonaban el terreno seguro del tejido neutral, delataban inseguridad en su mescolanza de ornamento y naturalismo, así como en su uso y abuso de los materiales." (Ídem, p. 362)

Ilustración 12: Tetera y servicio de té diseñados por Henry Cole (Historia del Diseño y del Arte, 2011)

De esa diferencia, y de este importante evento, quedan registros de productos que dan cuenta de una nueva mecanización del ornamento, como la imagen de un servicio de té para uso corriente que se creó como modelo de loza, sencillo y barato, pero que trata de ser también un adorno.

Del comité organizador de la exhibición, cabe también nombrar a Matthew Digby Wyatt, el arquitecto- ingeniero responsable del edificio para la exhibición, pues el edificio que es posible, según Cole (en Giedion, 1978) solo gracias a la aplicación de la mecanización en la arquitectura.

Así, si bien este evento es un espejo de la industria de ambos extremos del globo, de la brecha entre ambos queda claro, en ese momento, que hay unos principios rectores para algo que más tarde se denomina como 'diseño industrial', y unos

principios básicos para el llamado ‘utilitarismo puro’, puesto en discusión en las bases de ese diseño industrial.

> ”La sensación que sintiera Cole y su grupo ante los objetos expuestos ha sido retomada, a lo largo de la historia, por diversos teóricos que acuden a la muestra londinense para señalar un punto de partida del debate generalizado en torno a la función del diseño industrial.” (Torrent & Marín, 2007, p. 363)

2.1.9 EL CÍRCULO DEL UTILITARISMO PURO (HENRY COLE, OWEN JONES Y RICHARD REDGRAVE)

Ilustración 13: Imágenes extraídas del *Grammar of Ornament* (Jones, 1910)

Otro de los momentos claves es el del utilitarismo puro del objeto, en función únicamente de su función utilitaria, con varios representantes.

En la búsqueda de los principios rectores del diseño surge, alrededor del año 1856, el *Grammar of Ornament* de Owen Jones, compilación juiciosa de la ornamentación de pueblos diversos tanto geográfica como históricamente, que impacta por mostrar, en coloridas planchas de solo dos dimensiones, el aislamiento total de la materialidad del ornamento.

> “Me he aventurado a esperar que al llevar así una yuxtaposición inmediata de múltiples formas de belleza, podría ayudar a detener esa desafortunada tendencia de nuestro tiempo que consiste en limitarse a copiar, mientras dure

> la moda, las formas peculiares de cualquier época pasada.” (Jones, 1856, citando en Giedion, 1978, p. 364)

Esta estimulación sensorial que hace Jones en su obra, basada en una geometría simple, trae un nuevo orden al diseño. La manipulación del color que él hace, casi impresionista, de forma plana, sin volumen, logra la interacción espacial inherente, tal como él mismo lo sugiere.

Por esta misma época, Cole concreta su idea de la ‘habilidad de la observación correcta’, en un pequeño suplemento en su *Journal of Design and Manufactures*. Sobre un fondo oscuro esboza objetos de uso diario, de forma simple, para la educación de los niños. Este experimento, con lo doméstico, cargado de la semiótica para aprender a ver, los de su categoría de ‘de pobres contenido estético’, y los sitúa con la debida importancia.

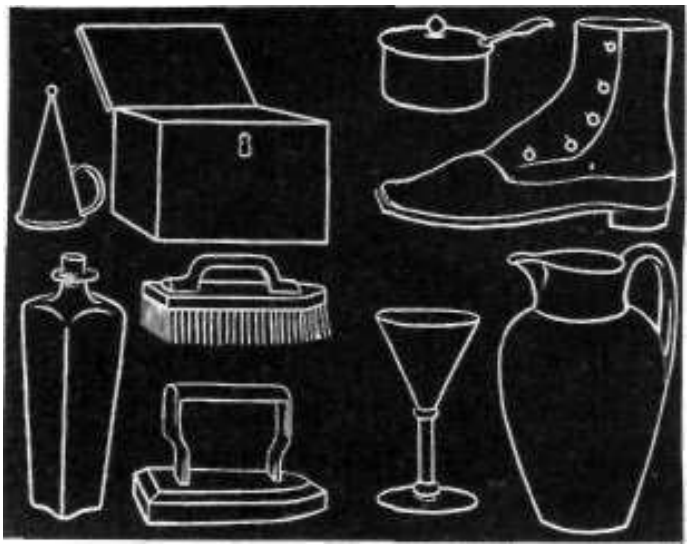


Ilustración 14: Imagen aparecida en el *Journal of Design and Manufactures*, publicado en Londres por Henry Cole publica y Richard Redgrave (Historia del Diseño y del Arte, 2011)

También de ese tiempo datan las primeras aproximaciones al cubismo de los artistas Amedee Ozenfant (1886-1966), de Francia, y Pierre Jeanneret (1896-1967), de Suiza, en las décadas del diez y el veinte, quienes hacen una reivindicación del objeto de uso diario como parte de la vida, por primera vez de manera contundente en el arte pictórico.

Ilustración 15: Obra de Ozenfant (The Museum of Modern Art MoMA, 2014)

Ilustración 16: Obra de Jeanneret (The Museum of Modern Art MoMA, 2014)

Finalmente, alrededor del año 1850, Richard Redgrave, del que se encuentra poco material, escrito, deja esta reflexión sobre la utilidad del producto, durante la entrega de premios de la Sociedad de Artes:

> "Que no se interprete erróneamente; yo me refiero a este sentido común y obvio de la utilidad, mediante el cual sabemos que una alfombra sirve para cubrir el suelo y un vaso para contener un líquido (…) Si bien requiere más estudios y pensamientos para llegar a él, es no menos real y puede ahorrarnos muchos errores, tanto en elección como en gusto. Una alfombra si bien cubre el suelo, es también terreno sobre el que se alzaran todo el mobiliario y los diversos objetos en el apartamento; por lo tanto debería ser tratado como una superficie plana (…) pero tales utilidades son violadas." (Redgrave, 1850, citando en Giedion, 1978, p. 367)

2.1.10 LA DEPURACIÓN DE LA FORMA

La visión y la categorización como 'modelo' del producto estándar, común o cotidiano, descritas en el punto anterior, abren la puerta a que reformadores como los mismos Cole, Jones y Redgrave, de la mano del utilitarismo puro, cimienten en la 'semiótica' su apreciación como símbolo, y se deje de lado o se abandone la lógica heteróclita, la cual no sigue las reglas ordinarias de la morfología. Roland Barthes plasma ese cambio tiempo después es su libro *La aventura semiológica* (1985), en el cual desarrolla los conceptos de la lógica formal de los objetos, con perfiles precisos y no sentimentales, como los sugeridos por Cole.

Con esa revolución de interpretación del producto, surge un momento en el que se rechaza el adorno mecanizado de los mal llamados 'materiales bastardos',

considerado un *Kitsch* de la época (término que resulta de una apreciación estética del mal gusto que pretende ser elegante, imitando un estilo o propiedades formales de otros objetos), pues bajo los principios de un naturalismo emocional se considera que es algo que se da debido a la mentalidad comunista de la época que pretende popularizar el objeto pretendiendo estéticas prestadas o propias de otros productos. Por ello Redgrave, en 1853, advierte:

> "Los industriales consideran que un gusto puro y perfecto es antagónico con el comercio y resumen sus opiniones en el axioma: 'Lo mejor es lo que más se vende'." (Redgrave, 1853, citando en Giedion, 1978, p. 370)

Esa carencia aparente de sentido de la forma, en la cual el material declina ante lo superfluo, encausa movimientos innovadores, como el DADA, de carácter artístico. Este, cuyo máximo representante es el artista francoalemán Max Ernst, nace en Suiza en 1916 y dura hasta 1924, como protesta de un grupo de artistas europeos contra la I Guerra Mundial, la sociedad burguesa y el modo conservador del arte. Dicho movimiento, fue, precisamente, el primero que realiza instalaciones o reconfiguraciones de objetos llevados al campo del arte.

Es, pues, el tiempo del arte divorciado de la verdad clásica y de los cánones clásicos, que tiene el valor constitutivo de ofrecer una nueva estética que se plasma, al mismo tiempo, en el arte y en los inadvertidos productos que actúan sobre el hombre. Esta conciencia, anárquica y feliz para el hoy 'arte moderno', es la puerta abierta para las emocionalidades en torno a una estética expandida.

Por primera vez en la objetualizad se toma el concepto del *Self-Made Man,* planteado por Frederick Douglass en 1859, en una obra suya con el mismo título, y que describe a una persona que nace pobre o de otra manera más desfavorecida, pero que alcanza gran éxito económico o moral gracias a su propio esfuerzo e ingenio, y no por cualquier fortuna heredada o por otros privilegios o conexiones de la familia. Este se empieza a utilizar para nombrar a esas clases emergentes o a los nuevos ricos, provenientes de una clase de empresarios que, venidos desde abajo, imponen su gusto, así este no sea el del consenso popular.

De esta misma época data lo que se conoce como 'mueble patentado', resultado de la fantasía e inventiva durante el *boom* producido en Norteamérica en las décadas de 1850 y 1860, que registra, principalmente en el sector mobiliario, una

cantidad de patentes para los más diversos usos. Sin embargo, la situación en Europa, y concretamente en Inglaterra, es en ese momento totalmente diferente, pues justamente es cuando personajes como William Morris y John Ruskin, en 1850, comienzan a hablar sobre el aspecto deshumanizador de la mecanización o de la 'falsa mecanización', como la llaman ellos. Ese 'retro', propuesto, casi llevado hasta las raíces góticas impulsadas en su orientación moral, arremete, según ellos, contra toda forma de ornamentación.

> " '*Debajo de estas texturas velludas, que tapizaban cojines planos o cilíndricos, el trabajo de la madera decae como árboles caídos y sepultados bajo sabanas de musgo*' (…) Cuando Honore de Balzac describe (así) el interior del periodo en *La Prima Bette* (1846), señala la vigorosa inclinación por el cachemir y las alfombras mullidas '*Bajo los pies se nota el pelo todavía suave de una alfombra Belga, gruesa como el césped*'" (Giedion, 1978, p. 375, citando apartes de la obra de Balzac)

El gran diseñador de muebles, el ebanista maestro artesano, está ausente en esta mitad del siglo XIX, dando cabida entonces a los románticos del artesanado que miran hacia el oriente, a sus espacios amplios y serenos, y que echan mano de los alfombrados persas y de las vajillas moriscas, en espacios propicios para la relajación y en atmosferas fuera de los 'entornos normales occidentales'.

A parte de este tipo de mobiliario de líneas directas, de grandes cargas simbólicas, se da paso al movimiento reformador de William Morris y de sus seguidores en Inglaterra, como una especie de '*déjà vu*' a la época rococó. Su movimiento de 'artes oficios', reivindicador de la simpleza de las formas, en el objeto de uso doméstico, bajo la premisa del socialismo productivo, le devuelven su carácter popular y de perteneciente a cuestiones de índole proletaria.

Esos muebles del XIX, que recuerdan el rococó, de cojines y tapizados franceses, y con postura simplistas y utilitarias de *las artes y los oficios* de Morris, sitúan al mobiliario, y con él a todos los productos llamados domésticos, en la esfera del gusto imperante, en ambos lados del canal de la Mancha, tanto en Francia como en Inglaterra.

Como cada periodo moldea la vida a su imagen, por necesidades o condicionantes históricos, sociales o de cualquier otra índole, se puede decir que esas condiciones son moda y que cada estilo está determinado por un tiempo limitado. Sin embargo, en tiempos indeterminados se dan microetapas, cortas que,

algunas veces, evocan mejores momentos, y que hacen que una estética anterior, en rezagos de la memoria, se revele como salvadora única, en una especie de conciencia del estilo. Como oxígeno, son base sólida para nuevos puntos de partida.

El argumento de que la moda es cíclica se concreta en este momento coyuntural que señala Giedion (1978), pero restringido a momentos determinadores en cuanto a la acomodación de contextos. El renacimiento, como prueba de esto, es la disyuntiva del mueble imperante que crea interiores con ambientes sombríos, donde sobresalen espesos cortinajes, gruesas alfombras, maderas pesadas y un miedo al vacío dentro del espacio, reflejo de los profundos miedos imperantes en la época; un gusto sin seguridad emocional. Inseguridad que trajo de vuelta el rococó una y otra vez, de formas diversas.

Por otro lado, la respuesta con el mobiliario a una actitud puramente funcional, se refleja en una mecanización en dos caminos: primero, en su producción, buscando sustitutos más económicos que la mano de obra artesanal mediante estampaciones, esterillados y otras técnicas que permiten bajar costos; la silla número 14 de Thonet es prueba de esta masificación de producto. Segundo, la proposición de soluciones no conocidas que hacen de los mueble un soporte mecánico para diversas y variadas actividades. Mobiliario para la mecánica del cuerpo, para la antropometría, proveniente de la ingeniería, no del diseño.

De estas décadas del mueble de ingeniería o patentado, surgen los multiuso, con usabilidades específicas.

> “Por encima y en contra de esto se alza el mueble patentado. Aquí no hay lugar para la reflexión. Todo sentimiento derivativo se ha desprendido como la piel de un esqueleto. A veces el mueble patentado linda en lo grotesco, pues a menudo es congénito y sorprendentemente directo.” (Ídem, p. 404)

Lo verdaderamente importante de este periodo es que por primera vez el mueble, con ciertas condiciones de usabilidad, llega a las clases medias, debido a sus prestaciones y a su conformación como aparato doméstico.

Que el objeto sea móvil, desmontable, plegable, telescópico, giratorio, reclinable y multipropósito permite, por ejemplo, los más grandes adelantos en la ergonomía del mobiliario del ferrocarril, como los trenes *pullman* y adelantos en la industria del automóvil. La fisiología del cuerpo adquiere aquí su máxima importancia y es

de esta época que datan los completos desarrollos ergonómicos de Henry Dreyfuss.

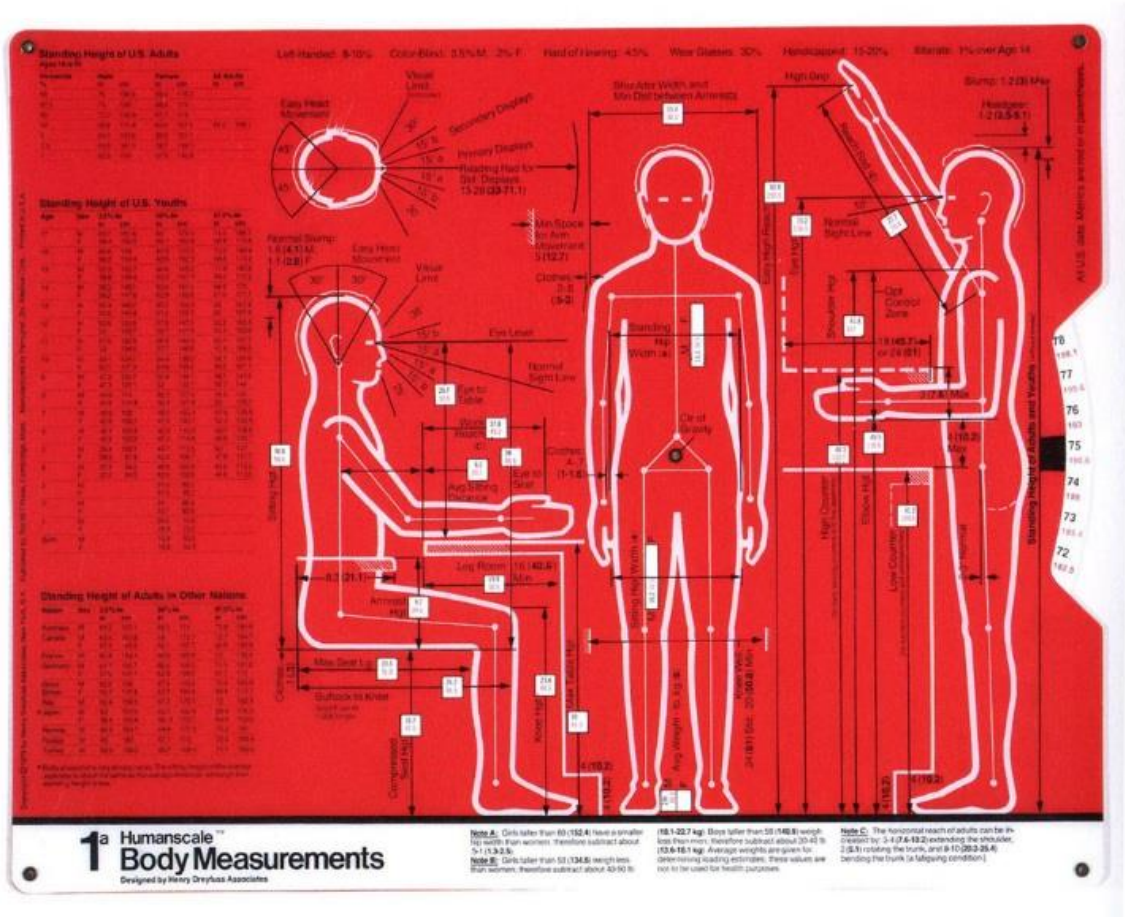


Ilustración 17: Diagrama elaborado por Dreyfuss (Bowlus, Road Chief, 2014)

Esa simplificación de las funciones y esa conciencia desde la fisiología, crean al interior del hogar una forma más razonable de convivencia, con sus roles bien determinados. Por ejemplo, aparecen los *craftmen* o aficionados al bricolaje, una reafirmación del "*hágalo usted mismo*"; personas independientes que buscan no depender de nadie para efectuar las labores domésticas, y que son lectoras perfectas de la revista Mecánica Popular.

Ya el arquitecto es el formador de tipologías para principios del siglo XX, y si bien los norteamericanos están entonces a un paso del concepto de 'diseñador profesional', es el decorador quien sigue ejerciendo el control sobre la forma en Europa.

Esa ligera ventaja del arquitecto venido a la objetualidad con toda la conciencia de la forma, se ve en ejemplos como Walter Gropius (1883-1969), quien llevó el mobiliario de regreso a la artesanía, aparentemente, porque tiene conciencia total del material y su máximo aprovechamiento. Paralelo en el tiempo, está Frank Lloyd Wright (1867-1959), brillante arquitecto que, con sus espacios naturales, propone muebles cálidos, entendiendo el material como ningún otro y logrando sacar de él lo mejor de sus cualidades naturales. Junto a ellos, múltiples los arquitectos que se dedican al diseño, principalmente de mobiliario, lo que genera que muchos de ellos entiendan al edificio como una forma: el edificio objeto.

La arquitectura, como ninguna otra disciplina, es artífice de la representación de un contexto, de la forma más asertiva de acercar el hombre a la realidad del espacio. Por ello el diseño industrial también nace de ella, se nutre de ella y avanza considerablemente en la comprensión de la forma.

2.1.11 EL MANIFIESTO RIETVELD

Si bien el arte ha influenciado al mobiliario y a la objetualidad que acompaña al ser humano, su intención siempre se identifica, desde el comienzo, con las 'artes decorativas'. Esto lo recuerda Gerrit Rietveld (1888-1964), en Holanda, en 1921, pues para él todo lo que se gesta en las artes, la arquitectura y el diseño de ese entonces, son formas alternativas de concebir e interpretar la forma, en artefactos abstractos en su forma y reales en su uso, atemporales y desligados de toda escuela estética.

Esas manifestaciones del momento, que se registran en la revista de vanguardia *De Stijl* (De Estilo), fundada en 1917 por Van Doesburg, en compañía de A. Kok, J. P. Oud, E. Mondrian y V. Huszar, son descritas por Giedion de la siguiente forma:

> "Es fácil ver lo que estaba ocurriendo: el mobiliario era sometido a una disección de sus elementos, un sistema de riostras y planos, el efecto debía ser ligero, tan transparente y tan aéreo como fuese posible, así como un esqueleto metálico." (Ídem, p. 492)

Así, por la mirada de lo técnico, todas las fórmulas para la construcción de mobiliario son abolidas entonces; las líneas, planos y volúmenes se cruzan entre

sí, pero no se penetran, y están visualmente conectados casi que a manera de cuadro de Piet Mondrian.

Ilustración 18: Silla Red, black and blue diseñada por Rietveld (Elisava, Escola Superior de Disseny i Enginyeria de Barcelona, 2014)

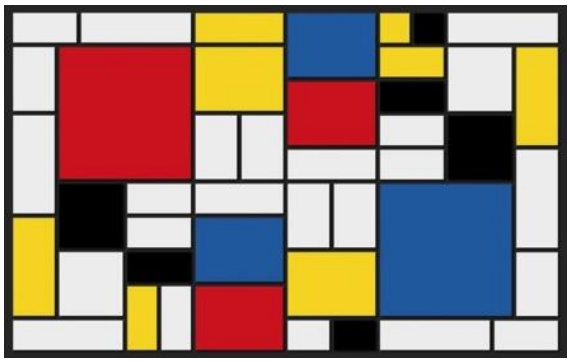


Ilustración 19: Obra de Piet Mondrian (Thatcher, 2012)

El mobiliario, separado, diseccionado, muestra, además, la eficacia de cada uno de sus elementos, logrando efectos de ligereza y transparencia como hasta entonces no ha sido posible. Este mueble, que en su usabilidad puede ser cuestionado, debe tomarse como una manifestación de una evolución de lo utilitario a lo doméstico, porque después de Rietveld, el mueble y su nueva forma de expresión ligera no vuelven a ser como antes.

2.1.12 EL ESTILO CANTILÉVER

Rietveld posibilita la creación de un mueble que propende por su ligereza visual, sin embargo los materiales con los que cuenta no le permiten utilizar de mejor manera el recurso del aire. No es hasta mucho después cuando, en la escuela alemana de la Bauhaus, se construye, en 1925, la primera ‘silla tubular en acero’, sin soldaduras, gracias al desarrollo de la tubería en acero para bicicletas que logra Marcel Breur (1902-1981). Este avance da la ventaja adicional de suspender la silla en un solo doble soporte que pone a funcionar todas las cualidades mecánicas del material.

Ilustración 20: Silla Cesca diseñada por Marcel Breuer (Classicdesign.it, 2014)

No es casualidad que todos esos principios básicos a los que se da vía libre con la creación de Breur, se configuren en ese objeto en particular, la silla tubular en acero, y que la academia de la Bauhaus se destaque como escuela desde el hacer, de la mano de su máximo mentor Walter Gropius (1883-1969).

Teniendo en cuenta también la herencia de las 'sillas vienesas' de Michael Thonet (1796-1871), producidas ya desde 1836 y llevadas a la Exposición Universal de París (1900), surgen también, en 1925, las 'sillas Le Corbusier' diseñadas por Charles Le Corbusier (1887-1965). Ambas son reconocidas como baratas y nobles, como lo explica en esta cita de Giedion refiriéndose a las primeras:

> "Hemos presentado la humilde silla Thonet de madera vaporizada, sin duda la más común así como la más barata de las sillas, y creemos que esta silla, de la que millones de ejemplares son usados en el continente y en las dos Américas, posee nobleza." (Ídem, p. 498)

La silla Thonet y su curvatura en madera, en forma sinuosa y versátil, inspira, igualmente, las creaciones de Breur, quien inicia su producción en los talleres de la escuela de la Bauhaus, hasta que en 1928 se traslada y crea su propia firma: Thonet.

Dicha silla y su proceso revolucionario de emplear tubería, tiene su culmen a finales de la década, ya en manos de arquitectos como Le Corbusier, Walter Gropius (1883- 1969), Peter Behrens (1868- 1940) y Mart Stam (1899- 1986). Este último es quien presenta primero el mobiliario en color negro.

De esta época datan también las primeras sillas tubulares móviles, como la ‘silla basculante’ de Le Corbusier, de 1928, y la ‘*chaise longe*’ o silla larga, sugerida en 1929 por Charlotte Perriand y Pierre Jeannere.

Ilustración 21: Silla diseñada en 1928 por Le Corbusier y Jeanneret, con la cooperación de Charlotte Perriand, y producida en 1930 por Thonet Frères, París (Vitra Design Museum, 2014)

El siguiente paso en esta innovación es un regreso a la madera, más o menos en 1937, cuando el arquitecto Alvar Aalto (1898-1876) presenta su ‘silla cantiléver’ en madera contrachapada, sin patas traseras. Toma como punto de partida la silla tubular de Breuer, de la cual adopta su contextura gruesa, y logra un mobiliario que es una expresión clara de su tiempo al retomar y fundir en él toda la carga emocional de su origen finlandés.

Los diseños de Aalto son el inicio de lo que hoy se conoce como ‘mobiliario simple’, eficiente, bello y limpio de artificios y adornos, que empiezan a caracterizar la tipología de muebles de los países bajos. Y que dan origen a marcas tan reconocidas y vigentes por su calidad conceptual como IKEA y LEGO.

Lo fundamental en el aporte de Aalto es su forma de concebir el mueble de manera natural, pues lleva el material hasta sus cualidades plásticas intrínsecas con una técnica magistral. No es imposible pensar que la técnica y las metodologías de este arquitecto sean la constante en la expresión del mobiliario y

al producto doméstico, por la complejidad y el costo en su desarrollo; son más bien una excepción y, a la vez, la constante en un retorno a lo orgánico en la década de los 30, con marcas o trazos de vida de esa época que quedan magistralmente sugeridos en las pinturas de Joan Miró (1893-1983), con sus objetos orgánicos, redondos, serpenteantes y, sobre todo, libremente flotantes.

Este vigor estético de la limpieza formal, en manos de arquitectos, pronto da paso a la consolidación de la disciplina del diseño industrial, pues este comienza a despertar en todos los rincones del planeta. Vía libre, entonces, para una forma novedosa de vida, de comer, descansar y vivir.

2.1.13 LAS MECANIZACIÓN DEL HOGAR Y LA ECONOMÍA DOMÉSTICA

La casa, como una entidad espacial, es y puede ser asimilada con el hogar moderno; sus proporcionalidades y prestaciones se muestran en una mejor organización y optimización del espacio y en la reducción de las tareas innecesarias para lograr que sus habitantes tengan una mejor calidad de vida, a partir de los medios disponibles presentes en la cultura material.

La cocina y las labores domésticas, aquellas entendidas como el mantenimiento del hogar, siempre se han considerado como las labores complicadas. El lavado y el planchado, el lavado de la vajilla y de los utensilios de cocina, el barrido de pisos y la limpieza general, normalmente, hasta la década de 1930, se consideran problemas de carácter social o relacionadas con el poder adquisitivo, porque giran en torno a la contratación o no al servicio doméstico.

No obstante, el naciente feminismo cambia la percepción de esas tareas. La mujer asume una posición más liberal, resultado de unos procesos que comienzan casi un siglo antes con una sociedad que empieza a entender el género no como asunto de privilegios.

Si bien esta reivindicación de los derechos de la mujer es un manifiesto definitivo, es claro que queda a medio camino debido a aconteceres históricos, como las guerras mundiales, que suspenden el ejercicio verdadero de la igualdad y que sitúan a esa mujer, políticamente completa, con derechos reconocidos, como reina del hogar, solo entre las paredes de su casa.

En 1841, Catharine Esther Beecher (1800-1878) ofrece su *A Treatise on Domestic Economy, For the Use of Young Ladies at Home, at School,* libro dedicado a la educación escolar femenina norteamericana, con un capítulo dedicado a las responsabilidades particulares de las mujeres, porque, según su autora, "no estaban adiestradas para su profesión" (Giedion, 1978). Esta singular publicación trata del orden en la cocina, del lavado, de la limpieza del huerto familiar y de jardinería, como cosa curiosa sin receta alguna, y es una guía minuciosa de lo que se espera que sea esa reina del hogar. Caso similar se da en Colombia con la famosa *Cartilla del Hogar* de Sofía Ospina de Navarro, publicada en 1942 y reeditada a lo largo de las décadas siguientes, con el aporte adicional de que esta sí contiene algunas recetas.

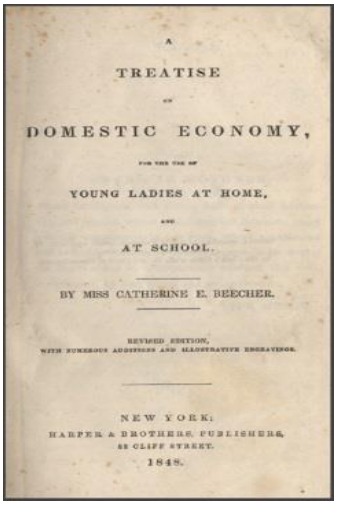

A
TREATISE
OF
DOMESTIC ECONOMY,
FOR THE USE OF
YOUNG LADIES AT HOME,
AND
AT SCHOOL.
BY MISS CATHERINE E. BEECHER.
REVISED EDITION,
WITH NUMEROUS ADDITIONS AND ILLUSTRATIVE ENGRAVINGS.
NEW YORK:
HARPER & BROTHERS, PUBLISHERS,
82 CLIFF STREET.
1848.

Ilustración 22: Portada del libro *A Treatise on Domestic Economy, For the Use of Young Ladies at Home, at School*, de Beecher (Cornell University Library, 2014)

Ilustración 23: portada del libro La cartilla del hogar, de Sofía Ospina de Navarro (Colección personal)

Beecher, activista preocupada por las condiciones laborales de la mujer, pretende hacer de ella una persona con más confianza. Si bien no reivindica sus derechos, sí busca restringirla a la correcta economía doméstica. Además, su máximo aporte es la ordenación espacial y objetual de la cocina, pues identifica, por primera vez, la triada de este espacio, conformado por: el almacenamiento y conservación, la limpieza y preparación, y el cocinado y servicio; hasta hoy esta configuración se utiliza en el diseño de la cocina moderna. Además, crea superficies de trabajo,

bien iluminadas y ergonómicamente correctas, lavaderos con sistemas de agua corriente y múltiples adelantos que adaptados que aún prevalecen.

La segunda edición de su libro, con la colaboración de la autora de *La cabaña del tío Tom*, Harriet Beecher Stowe (1811-1896), aporta al análisis de la labor doméstica, al pensar en los tiempos para llevarla a cabo y en la eficacia del proceso. Si bien para la época con pocos objetos o utensilios domésticos, sus aportes sí son fundamentales más tarde, en la mecanización del hogar que solo alcanza su tope alrededor de la década de 1940.

Gracias a Beecher, entonces, las amas de casa norteamericanas de la época revisan críticamente la eficacia en su propio trabajo, y comienzan a contar los propios pasos en la cocina, mientras efectúan tareas rutinarias. La 'fábrica del hogar' se analiza precisamente.

> "Durante años, jamás comprendí que, en realidad yo efectuaba 80 movimientos erróneos solo al lavar, sin contar otros al ordenar, secar y clasificar." (Beecher, 19841, citada en Giedion, 1978, p. 527)

Más tarde, en 1912, Chistine Frederick (1883-1970) en la revista *Ladies' Home Journal*, también procura llevar a la mujer a la eficiencia del hogar. Sus artículos se compilan más tarde en su libro *Household engineering, scientific management in the home* y son determinantes para subir la ciencia doméstica la categoría de 'ingeniería del hogar', término acuñado desde la década de 1910 en la revista *Craftsman*, en Norteamérica, y reivindicado con la casa '*Haus am Horn*', experimento de vivienda construido en Weimar, Alemania, por Georg Muche, para una exposición de Bauhaus. En dicha casa, por ejemplo, se usan las primeras aplicaciones de esta ingeniería, pues se instalan adminículos que hacen las labores más eficientes, consolidados por la creciente expansión de las redes de energía y gas, que si bien se presentan en la Exposición Universal de Londres de 1891, se demoran bastantes años en expandirse.

2.1.14 El GAS Y LA ELECTRICIDAD

La entrada de algunos elementos de cocción al espacio de la cocina se da gracias a los adelantos de las redes domésticas de electricidad y de la llama abierta del gas, primero con fogones de hierro conocidos como 'hogares', más o menos a

partir de la década de 1910, y se robustece en la década de 1930 con la estufa '*Table top 2*' que, con pequeños cambios, prevalece hasta la actualidad.

Dicha estufa esmaltada y a una altura de mesa, con regulaciones de tiempos y temperatura, se suma al refrigerador de Frigidaire, en 1930, un invento que se divulga desde la Exposición Universal de Londres, con la máquina presentada por Edouard Carré (1924-1900).

Ese reciente confort de la cocina se completa con el perfeccionamiento de diversos objetos domésticos impulsados por el desarrollo de los motores ligeros, que si bien venían desde el siglo anterior, solo logran su optimización funcional en esa misma época. Entre ellos están: la aspiradora, el lavaplatos, la lavadora y el ventilador propuesto por Westinghouse; dispositivos menores como molinos de carne, peladoras de manzanas y batidoras, y la plancha que integra una pequeña caldera de vapor.

Esos y muchos más electrodomésticos inundaron los hogares norteamericanos y, posteriormente, del mundo entero. En Colombia, por ejemplo, la introducción es lenta y solo se generaliza a partir de los años 50 del siglo XX, pues las conexiones eléctricas en el hogar solo se hicieron comunes hasta entonces; la iluminación eléctrica llega a Bogotá en 1890, a Bucaramanga en 1891, a Barranquilla en 1892, a Cartagena y Santa Marta en 1893 y a Medellín en 1898, lo que demuestra que las condiciones dificultaban popularizar el uso de este tipo de objetos.

2.1.15 LAS VENTAS POR CATÁLOGO

Es el catálogo de ventas por correo de Timothy Eatón el que, desde 1896, empieza a ofrecer los artificios para el hogar y a impulsar el confort ciudadano, para hacer más llevadera la vida, especialmente en pueblos apartados de las grandes urbes en Canadá y Estados Unidos.

No es falso, entonces, afirmar que el correo da un impulso fundamental a la proliferación de objetos domésticos para los más diversos y variopintos usos, y al hogar mecanizado del siglo XX.

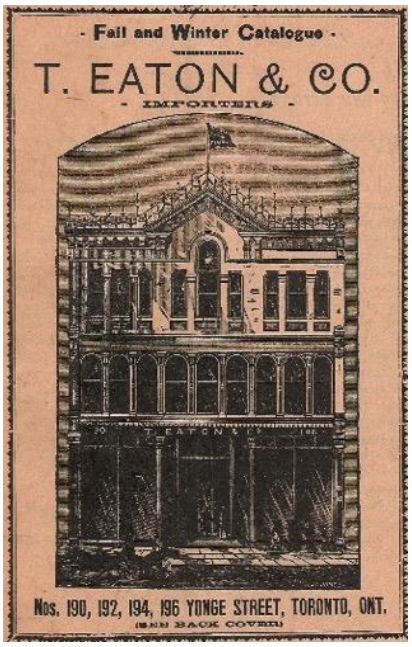


Ilustración 24: Catálogo Eaton (Canadian Museum of History, 2014)

2.1.16 LA AERODINÁMICA

A mediados de la década de 1930, la atención por los objetos decae por varias razones. Por una parte, por una monotonía estética. Por otro, por la crisis de los mercados de 1928, la cual obliga a hacer cambios drásticos en su forma y percepción. No obstante, los nuevos materiales propician formas antes imposibles de lograr; ejemplo de ello es la bakelita, la primera sustancia plástica totalmente sintética, creada en 1907 y nombrada así en honor a su creador, el belga Leo Baekeland (1863-1944), la cual se convierte en precursora de los polímeros actuales usados en electrodomésticos menores.

Así mismo, con el fin de estimular las ventas, el producto serial se rediseña teniendo en cuenta el estilo emocional y estimulante que propone una nueva visión del espacio, y, también, los adelantos en el campo de la ‘aerodinámica’.

Ese término se usa desde la década de los 30 como sinónimo de ‘modernidad’, para hacer referencia al objeto de líneas gráciles que se vienen estilizando desde el siglo XIX, principalmente en el diseño de ferrocarriles que utilizan formas tubulares. Sin embargo, no es sino hasta finales de ese mismo periodo que la ingeniería de producto profundiza en procesos de estado del metal, los cuales

aligeran y abaratan notablemente las nuevas invenciones. Esa revolución de la forma da como resultado que, a partir de ese momento, se considere al objeto como ‘pieza de equipo casero’ y no como ‘máquina hogareña’.

Es conveniente establecer que si bien el llamado ‘*Styling*’, como movimiento de diseño que en el ámbito formal privilegia la forma, no es una consecuencia de ese cambio de concepción, sino una constante en el diseño que siempre ha buscado aspectos más atractivos, es en él que la curva aerodinámica es fórmula recurrente para lograr el efecto, de la mano del ‘*stream line*’ o estilización de la forma. Raymond Loewy (1893-1986), Henry Dreyfuss (1904-1972), Richard Buckminster Fuller (1895-1983) y Walter Dorwin Teague (1883-1960), la utilizan y por ello son máximos exponentes. El diseño cambia, entonces, radicalmente, y se vuelve más compacto y preciso, oculto algunas veces bajo una carcasa aerodinámica.

La estilización de la forma lleva al diseño a la coyuntura de que los objetos estéticamente agradables se venden mejor, así su usabilidad esté cuestionada o no cambie radicalmente. Ello se puede ver en el diseño del Cadillac hecho por Harley J. Earl (1893-1969), pues décadas después, concretamente entre 1948 y 1959, sufre una reconfiguración formal, estilizando y exagerando cada vez más sus aletas, pero dejando su parte mecánica casi sin ninguna variación, pues solo se hacen mejoras en el caballaje y en la disposición de las válvulas.

Ilustración 25: Fotos de autos Cadillac antiguos (Williamsburg.com, 2014)

Ya para esta época, terminada casi en la mitad de la década de los 60, el diseñador industrial plenamente consciente de un proceso de concepción y creación del producto, gana su puesto en la industria como coordinador o gestor de proyectos, dialogando con múltiples disciplinas, y es él quien interpreta a

cabalidad la forma estética de la velocidad en el estilo formal y la estilización del objeto doméstico de uso común. Aparece también uno de los más importantes y determinadores de la espacialidad y la forma de percibir el hogar: la televisión.

Paralelamente al nacimiento de la aerodinámica, pero en el campo de la arquitectura, el maestro norteamericano Frank Lloyd Wright modifica la concepción de la cocina y del comedor como espacios sociales. Los fusiona y, con ello, convierte el ritual del cocinar en un evento social.

La cocina a plena vista responde a las condiciones de la sociedad que se ven venir, en las cuales los roles de género son mucho más equilibrados. La ritualidad de la cena y el evento desempeñan importantes avances en el objeto de uso doméstico, haciéndolo mucho más social. Surge, entonces, el microondas.

Ya en el pasado la integración espacial se intenta con la mecanización del baño que, desde 1900, progresa constante; es el momento del uso del agua corriente en los hogares.

Ese nuevo baño, que reemplazó los de inmersión y las letrinas dispuestas fuera de la vivienda, propicia el desarrollo del ‘equipo sanitario’ que, desde ese momento, se desprende de su caracterización de mobiliario para convertirse en equipos o aparatos sanitarios, como se les llama hoy. Ese hacer íntimo ese espacio, influencia, entonces, los conceptos de ‘núcleo mecánico de la casa’, traídos a la actualidad, que condicionan la construcción en su ‘zonificación espacial’, pues los designa como zonas húmedas y son claves en la disposición de buitrones y otros espacios de servicio y mantenimiento.

2.1.17 EL NÚCLEO DINÁMICO

La agrupación de los servicios del hogar, comprendidos por la cocina, el baño, el lavadero o zona de ropas, la calefacción Y las instalaciones eléctricas y sanitarias, incrementa los costos antes de la década de 1930, principalmente en construcciones en altura. Su concepción como servicios aislados exigen, pues, grandes recursos para su instalación. Por ello, en hoteles, en particular en el *Tremont House* de Boston, es que se muestra el camino a la optimización, al centralizar todos los servicios en un gran núcleo dinámico, que posibilita la instalación y mantenimiento de forma más adecuada y económica.

Aunque para la época el tamaño del baño, principalmente en Norteamérica, se normaliza debido a la estandarización de la medida de la bañera de uso común, desde 1920, ésta es considera aún, en la década de los 30, un artículo de lujo. Para transformarla en objeto doméstico popular se necesita el desarrollo de nuevos materiales que remplazan la fundición del hierro y del esmaltado, como los polímeros más livianos y económicos.

De estas innovaciones, y de la inventiva brillante de Buckmister Fuller, nace un cuarto de baño prefabricado en su totalidad; un verdadero núcleo dinámico, aunque él mismo reconozca que el baño no puede funcionar como entidad aislada sino en cumplimiento con otros sistemas de la casa.

Ese cuarto de baño disponible para las masas, permite su producción y montaje en forma simultánea, y se convierte en una solución bastante acertada en ingeniería, que deja la casa socialmente limitada. Es decir, si se piensa en su flexibilidad o expansión, el mérito de Buckmister Fuller consiste en tratar la vivienda como un organismo vivo y dinámico, cuya célula principal es el núcleo dinámico.

A él se le deben las unidades sanitarias básicas, por su configuración y por un asunto social de intimidad, y a él, entre otros, se le adeuda la democratización del baño, antes utilizado solo para rituales de ablución, es decir, de purificación de algunas partes del cuerpo antes de algunos actos religiosos, o en otros rituales de regeneración o purificación del alma.

2.2 EL HOMBRE EN EQUILIBRIO: LA PERSPECTIVA DE MUMFORD

Para complementar la información sobre los momentos técnicos de los que habla Giedion, es importante también recurrir a lo planteado por Mumford (2002), porque tras la obra del primero, ha habido otros momentos importantes.

Como se ha vislumbrado en esos momentos descritos, la tecnología y la mecanización que ella trae, son, y deben ser siempre, canalizadas a por el hombre, por su capacidad creadora e inventiva, pues son lo que le permite dominar los elementos y encontrar su sitio en la naturaleza. De ellas surgen, entonces, los objetos y una cultura material, un mejoramiento continuo de la calidad de vida y el progreso de los pueblos, en su capacidad constante de

organizar su mundo, para su generación y las venideras. Sin embargo, todo eso, que suena tan prometedor, enseña muchas veces que la mecanización es con frecuencia mal empleada, y que se convierte en una excusa para la explotación inadecuada de recursos, bajo una mirada de irresponsabilidad total; la depredación de espacios son la constante en ese deseo constante de progreso.

El diseño y una de sus corrientes más recientes, el 'ecodiseño', en su mayoría mal enfocados pero bien intencionados, asoman como una luz en el desarrollo técnico responsable, bajo las premisas de una producción más limpia en productos de consumo masivo.

> "Sin duda alguna, ocurrió que la mecanización fue mal empleada para explotar la tierra y hombre con una irresponsabilidad completa. A menudo penetró dominios que, por su misma naturaleza, eran inadecuados para ella (…) Los medios han superado al hombre." (Giedion, 1978, citando en Mumford, 2002, p. 715)

De esa forma, la mecanización, en su encuentro con el diseño, pasan de la 'bifaz lanceolada' (herramienta prehistórica que se caracteriza por ser una pieza de talla, generalmente, bifacial o de dos caras, de morfología almendrada y tendente a la simetría, según un eje longitudinal y un plano de aplastamiento, como se explica en Wikipedia) a la 'pantallización' (fenómeno de interface con los objetos, dado en el acercamiento con ellos por medio de una pantalla digital, según la misma fuente) y sus interfaces, y ello produce un tipo de usuario, que prevalece actualmente, caracterizado por acceder digitalmente a diversos y múltiples recursos, transformando la manera de relacionarse con los elementos que lo rodean y con otros seres humanos.

Los productos siguen siendo los que acompañan, pero con la dinámica están adoptando el rol de comprender al hombre y hasta de condicionarlos. Objetos domésticos antes domesticados, ahora domestican.

Para vivir, el organismo del ser humano se debe mantener en una temperatura y con unas condiciones ideales, es decir se deben tener unas cualidades específicas en el ambiente, en su clima, humedad y luz y, sobre todo, con alimento. Ese equilibrio dado por la fisiología animal, obliga al hombre a establecer relaciones con el entorno, algunas temporales y otras no, geográficamente dispares; relaciones en las cuales el ese equilibrio hombre-naturaleza depende de si se es un ser 'depredador' o si, por el contrario, se es 'depredado' o víctima. Es

un constante ajuste para el cual, como desarrollo de la existencia y de la adquirida cultura material, se necesita el objeto de uso doméstico.

Si bien la cronología expuesta hasta ahora da luces sobre el desarrollo del producto que interesa, a veces de manera muy ligada al mobiliario por asuntos de facilidad de rastreo, y como excusa para entenderlos, se reafirma la materialidad y la producción como dinamizadoras de todos los procesos de diseño. Por ello es conveniente también analizar momentos específicos y sobre todo adelantos técnicos concretos que no se analizan en esta cronología técnica y casi que se podrían tratar a modo de anexos para este capítulo.

2.2.1 EL RELOJ

Antes del invento y la popularización del reloj mecánico, el estamento religioso monopolizaba y controlaba el tiempo, pues se medía hasta entonces gracias al calendario, a las horas litúrgicas y a las campanadas de la Iglesia. Por ello, al hacer del tiempo un asunto secular y no divino, Mumford (2002) lo considera un hecho clave en la historia técnica.

Si bien este autor aborda la evolución técnica del hombre, ahonda más en las condiciones socio-laborales y políticas del obrero en los diferentes periodos del desarrollo técnico, aun así, vislumbra algunos adelantos que identifican la evolución técnica de un modo un poco diferente. Uno de ellos es el reloj, culmen del desarrollo de la máquina automática y semiautomática, al cual el autor se refiere como el ‘ordenador de la rutina diaria’.

Dicho adelanto tecnológico permite la administración del tiempo bajo un método cuantitativo regular y estable. Es el ‘reloj’, por tanto, y no la máquina de vapor, el elemento clave de la modernidad, como afirma Mumford.

Hacia 1370, de la mano de Heinrich Von Wyck, se construye en París el primer reloj considerado moderno. Entre sus ventajas más significativas estaban que las nubes no lo afectan como a los relojes de sol, que en invierno no se congela como los relojes de agua y que funciona tanto de día como de noche,

Esa maravilla tecnológica marca definitivamente los tiempos, y se convierte en una máquina omnipresente hasta hoy en todas las actividades diarias, produciendo

minutos y segundos, y regularizando la vida, principalmente ciudadana pues en los campos la dinámica del tiempo se media de otras formas más naturales.

El reloj, producto de ciudad y de su regularización, establece una nueva mirada sobre los elementos naturales; si bien no los domina sí entiende su regularización y acomodo, su dinámica de vida, lo que permite un flujo regular en el trabajo y una producción más estandarizada. Es el regulador de la técnica y de todos los aspectos que en su aplicación se dan.

Dentro del desarrollo del reloj, y como puente para comprender lo que luego se constituye en la máquina productiva, surge el 'autómata' como muestra del avance técnico que se puede alcanzar, triunfo de la mecánica, y como ideal mitológico del objeto moderno, como lo enuncia Baudrillard, hablando del automatismo.

> "Si la connotación formal puede resumirse en moda, la connotación técnica puede formularse en una solo palabra, el automatismo, concepto capital del triunfo de la mecánica, e ideal mitológico del objeto moderno." (Baudrillard, 2010, p. 125)

Por otra parte, el reloj, sumado a los artificios técnicos como regularizadores y clarificadores de las ciencias de la física, propicia en la técnica un cambio social que está más preparado para soportar la máquina y sus operatividades de manera más natural. De allí que, a partir del siglo XVIII, se genere una proliferación de filósofos, racionalistas, mecánicos o simplemente inventores que perfilan la técnica de una forma más acelerada, olvidándose de la exploración objetual en la artesanía, y centrándose más en la que hacen, formalmente, de los productos venidos de la naturaleza.

Actividades fundamentales para el hombre, como cavar, astillar, martillar y otras más, con la técnica y la regularización, hicieron del objeto doméstico un artificio confiable y estable, como se explica en el siguiente apartado.

2.2.2 LAS FASES DE LA TÉCNICA

Mumford (2002) señala que existe un sincretismo técnico que ha pasado por distintas fases: de una *eotécnica* a una *neotécnica*, pasando por una etapa de *paleotécnica*. Se trata pues de ciclos esenciales en la evolución de la técnica que hay que revisar, para complementar el panorama histórico del objeto doméstico.

La **eotécnica**, según dicho autor, abarca un periodo comprendido entre el año 1000 y la mitad del siglo XVIII, y puede considerarse como una 'primera revolución industrial' en la cual se apuntalan el agua y su hidráulica, la madera y el vidrio como los principales materiales, y como medios transformadores, el caballo y el molino.

El reloj, además, se convierte en el eje primordial en la temporización de los procesos, y se da el fortalecimiento de la imprenta como impulsora del conocimiento. No es casualidad, entonces, que en esta época de grandes cambios sociales nazca la universidad y se produzca la afirmación del método científico.

También durante la *eotécnica*, se da lugar a trascendentales inventos para el desarrollo de la humanidad, fundamentales en posteriores avances técnicos y de exploración: el papel, la brújula y la pólvora, provenientes de China por medio de los árabes, con los primeros conocimientos en química y física; el molino de viento aportado por los persas; la mecánica y la geometría de los griegos.

La suma de todos esos adelantos lleva al afianzamiento de una segunda etapa, que Mumford (2002) denominada **paleotécnica**. Surge, según el autor, a mediados del siglo XVIII, con la 'revolución industrial' propiamente dicha, pues esta transfigura totalmente el entorno con una nueva forma de energía proveniente del carbón, lo que multiplica los bienes producidos en la primera revolución.

Esa energía se transforma en el horno tecnificado, y se añaden el uso extendido del hierro, el impulso fundamental de la máquina a vapor y, gracias a ella, la facilidad del ferrocarril y del barco a vapor.

Se hace evidente, entonces, la proliferación de diferentes productos y, a la vez, de desconocidas realidades sociales, porque la revolución industrial trae consigo una inédita forma de pensar el mundo y de vivirlo, sobre todo alrededor de un fenómeno no experimentado hasta entonces llamado 'polución' que deprecia de la calidad de vida del ser humano, determinada por la supervivencia en las grandes ciudades en nombre del 'progreso'.

El culmen de esta etapa es, entonces, la Exposición Universal de Londres en 1851, porque en el principal pabellón, el Palacio de Cristal, se muestran, por primera vez, la posibilidad de producir objetos a gran escala de forma serial con

eficiencia industrial, y las posibilidades de los nuevos materiales. También, porque ella trajo consigo la regularización de las fuentes energéticas, el perfeccionamiento del telar y, desafortunadamente, el advenimiento de la polución, de la mano de las doctrinas de progreso del capitalismo.

Por su parte, la última fase, la **neotécnica**, surge con dos avances más de la máquina que, si bien están fundados en los primeros acercamientos técnicos de Leonardo Da Vinci, Roger Bacon y Lord Verulamio, entre otros, son la concreción de todas sus investigaciones y conjeturas con nuevas tecnologías mecánicas: la aparición del motor o dínamo y de la turbina. Ambos impulsan una sociedad inventora donde se destacan, en muchas ocasiones, hombres solitarios e incomprendidos:

> "Y aunque estos inventos hayan favorecido a la ciencia, en su mayoría, llegaron a realizarse sin su ayuda. Fueron los hombres prácticos de las minas, las fábricas, los talleres de máquinas, los de relojería y cerrajería o los curiosos aficionados a manipular materiales y a imaginar nuevos procedimientos, quienes los hicieron posibles." (Mumford, 2002, p. 236)

Es pues el tiempo del redescubrimiento de la vida, del orden humano y del método científico, anclado en las matemáticas y las ciencias físicas, porque este da piso a la experiencia como método de indagación del hombre, quien por vez primera hace parte de esa exploración sistémica como modelo de investigación.

Gracias al estímulo del rigor científico notable, en esta fase empiezan a proliferar grandes adelantos en periodos de tiempo más cortos, y, como se mencionó, a hacerse realidad los planteamientos teóricos de pensadores e inventores anteriores.

Se recurre a materiales novedosos y altamente útiles como la magnetita, el ámbar, la vulcanita, las resinas sintéticas, la bakelita, el nylon y el celuloide, que proveen al diseñador posibilidades novedosas con agresivas formas de producción que disparan el objeto a niveles de consumo popular nunca vistos.

Es, además, la edad del cobre bajo unas premisas de conductividad y del aluminio con su ligereza. Aquella en la que la técnica descubre cómo producir luz, pues surge la bombilla, y en la que se da la masificación de la electricidad. La época en la que se mejora la movilidad con el perfeccionamiento del motor de combustión

interna y con el refinamiento del petróleo. Igualmente, se comienza a experimentar con los vuelos y a soñar con la exploración espacial.

También durante la fase *neotécnica* se destacan el desarrollo de la línea de producción o montaje, que conlleva a otras realidades sociales al transformar la mano de obra en objeto de consumo; de los altos hornos y de las aleaciones; del sector urbano y la infraestructura gracias a la aparición del concreto, y del nacimiento del telégrafo y de la radio, que acercan a los pueblos con las noticias.

Si bien Mumford no finaliza esta fase con una fecha específica, debido a la temprana edición de su libro *Técnicas y Civilización*, impresa y publicada por primera vez en 1934, cabe preguntarse si hoy no se está en una etapa diferente, condicionada por la inmediatez y cercanía mundial, en la que el producto, a más de moda, se sustenta en conceptos de ecodiseño, producción limpia o verde, diseño inclusivo y diseño con sentido social, como consecuencia de una incipiente conciencia de ver el planeta y sus recursos como frágiles y limitados, tal vez por las múltiples catástrofes producidas por una tecnología depredadora y arrasadora.

> "Las herramientas y utensilios empleados durante la mayor parte de la historia del hombre fueron, fundamentalmente, extensión de su propio organismo: no tenían o, lo que es más importante, no parecían tener una existencia independiente. Pero aunque eran una parte intima del trabajador, reaccionaban sobre sus capacidades, aguzando el ojo, refinando su destreza, enseñándole a respetar la naturaleza del material con que obraba." (Mumford, 2002, p. 341)

2.3 ALGUNAS REFLEXIONES FINALES

El instrumento máquina, el objeto doméstico, hace que el hombre entable relaciones mucho más llevaderas con su entorno natural, no solo porque con él puede transformarla, sino porque también conoce sus propias limitaciones. El artesano reconoce en la técnica el perfeccionamiento de su oficio en una transformación que llega hasta la ingeniería y Al diseño industrial, permitiéndole alcanzar mercados más y más alejados.

La técnica, junto con la calidad y los avances en otras ciencias, permiten al hombre extender su expectativa de vida, y descubrir en la forma, el confort, la ergonomía y la antropometría. Gracias a ella y por ella, las nuevas conformaciones familiares dinamizan la civilización de forma más equitativa en cuestiones de género e igualdad, se marcan los roles y se comienza a vivir en la era de las

experiencias, algunas con productos de uso doméstico que establecen relaciones de doble dependencia. La vida, como se concibe en el siglo actual, atraviesa por conceptos de ‘pantallización’ que formulan retos en las interfaces hombre-objeto.

El objeto doméstico ya no es doméstico, es el domesticador que conoce y comprende todos los requerimientos de la gente; se está, entonces, a un paso de la robótica y del androide como nuevo hombre doméstico.

3 EL OBJETO DOMÉSTICO DESDE SU USO Y APROPIACIÓN (La perspectiva antropológica)

Ilustración 26: Dibujo "*Comedor principal. Exhibición de la colección de vajillas y porcelanas*" (Montenegro, 2008, p. 47)

La mirada social y antropológica del objeto doméstico, que guía este capítulo, sustentada especialmente en los planteamientos de González Pérez (2007), abarca los sentidos intangibles y, también, la dimensión tangible o usable que con frecuencia es asumida por el diseño, justamente para situarlo más allá de la significación o resignificación, y para permitir profundizar en las intencionalidades y los vínculos que aquel propicia en un entorno determinado. Todo esto, gracias a una comprensión de su valor que lo aleja de su escala de uso y función, y que lo adentra en asuntos de identidad, identificación y reconocimiento.

El objeto es, entonces, una mezcla de lo tangible y lo intangible, de apariencia estética y de una apariencia que lo configura.

3.1 EL ADN DE LOS OBJETOS DOMÉSTICOS

Explica González Pérez (2007) que los objetos son portadores de un 'ADN objetual', o morfogenética, 'morfogénesis' como le llama Sánchez Valencia (2005), que si bien es una forma biológica, logra explicar el paso de ciertos rasgos de unos a otros, y cómo, gracias a ello, se renuevan sus líneas y formas sin alterar esa característica principal que hace que se les pueda dar una lectura clara y que su semiótica sea contundente; por tanto, cada uno de ellos 'habla' un idioma conocido para un público determinado.

Cualquier desviación de esa información objeto-usuario, según la autora, cuestiona la identidad del producto situándolo en la categoría de 'chisme objetual', es decir, aquel que no permite un acercamiento con la debida razón de apropiación de la forma que permita afirmar, con toda certeza, de qué se trata y para qué es su uso primario.

Ese ADN permite la familiaridad entre objetos, situándolos en contextos de producción o de identificación de marca, debido a ciertas lecturas que se dan desde la estética, de colores y texturas, y que los matricula en movimientos determinados o pertenecientes a un grupo definido.

Aparte de esas caracterizaciones adjudicadas a los productos, hay unas consideraciones de 'herencias', porque son valorados en una primera instancia y, luego, son acogidos o rechazados.

Esa primera mirada antropológica, en la cual el objeto es usualmente una simple excusa para entender el comportamiento de un grupo de usuarios durante el ciclo de vida de dicho elemento, no es más que una nueva 'matriz sistémica' totalmente alejada del concepto primario de 'ciclo de vida de producto'. Se trasciende ese concepto planteado desde el diseño, a partir del año de 2002, en la Universidad de Delf, Holanda, porque no se refiere al ciclo de utilidad y posterior muerte del aparato, sino que propone una matriz lineal apoyada en un proyecto generacional que se fundamenta en un apellido o abolengo.

Las dinámicas sociales comprenden otras particulares de recurso, renovación y mantenimiento, que si bien dejan el objeto intacto en su uso y función, así este cambie de usuario, generan otras relaciones de subsistencia. Es decir, hay trayectorias del producto diferentes al valor mercancía, que comprenden lo regalado, lo donado, lo prestado, lo cedido y lo heredado, entre otros; procesos donde el hecho social impera y donde él se perpetúa y se comprende en sus recorridos de vida, como se explica a continuación.

3.2 LAS TRAYECTORIAS DEL USO

3.2.1 LO REGALADO, LO DONADO Y LO PRESTADO

Para la misma autora ((González Pérez, 2007) La prolongación del uso de los objetos persiste gracias a la cadena de usuarios. La mayoría de ellos regresa después de haber desempeñado su función a cabalidad, y cuando retornan son importantes solo desde la memoria. Es decir, vuelven para representar a alguien y a su memoria, y son apropiados de dos formas: el regalo y el don.

La primera categoría, el 'regalo' es la materialización de una amistad y una forma de reconocimiento de una relación que marca propósitos sociales definidos con consecuencias, también sociales, establecidas. Por su parte, el 'don' es un intercambio simbólico valioso porque como parte de un ritual, y marca un acontecimiento social o una conmemoración; en este objeto las compensaciones por el uso son actos de satisfacción de la correspondencia social, en la que se enmarca un espacio de la vida cotidiana.

Además, el don establece obligaciones de parte y parte, como bien lo viera Marcel Mauss en un famoso estudio titulado *Ensayo sobre el don*, también conocido como

El don o *El regalo* (en el original: *Essai sur le don. Forme et raison de l'échange dans les societés archaiques*) publicado por primera vez en 1925.

3.2.2 LO RESTAURADO Y LO REPARADO

Los ‘objetos restaurados’ buscan perpetuar y preservar la ‘originalidad’, entendida como la prolongación de su vida útil, pero, a su vez, la elongación de su estética. En esta categoría caben, entonces, todos aquellos elementos que pierden su vigencia temporal, su contexto de tiempo y espacio, pero que son apreciados y reconfigurados en nuevos contextos; además, aquellos que caben en el mundo del coleccionismo o la museografía. Esta restauración formal puede o no modificar la estética inicial.

En el caso de un ‘objeto reparados’, sucede otro proceso. La vida útil de uno, determinada por la obsolescencia programada (Matriz antes mencionada), es la constante en la mayoría de mercados establecidos que funcionan bajo una dinámica del consumo o de la moda; sin embargo, dicha dinámica no funciona en esa misma forma en países emergentes, donde el desecho del producto es muchísimo más lento, condicionado por la economía o por consideraciones de tipo geográfico, como las establecida en países con estaciones.

La reparación de los objetos es una alternativa razonable para otorgarles una temporalidad adicional, pero sus características formales continúan ejerciendo su usabilidad, si bien no con las mismas prestaciones, sí con su misma información.

En ese segundo tipo se encuentran los objetos que, a la luz de las recientes tendencias, se conocen con el anglicismo ‘tuneados’. Son aquellos en los cuales se exagera su valor perceptivo para lograr efectos inmediatos de recategorización formal. Algunos pierden su configuración formal y son reparados o reconfigurados con partes de otros, sin embargo, nunca pierden sus particularidades funcionales.

Para figurar en esta categoría se necesita, entonces, una plena conciencia histórica del pasado y una valoración de este en tanto huella que ha de ser preservada, lo que aparece a partir de fines del siglo XVIII con el nacimiento de los museos y la noción de patrimonio.

3.2.3 LA REUTILIZACIÓN Y EL RECICLAJE

La reutilización del objeto, entendida como su transformación funcional inicial, cambia por completo al pasar de contexto, y allí adquiere una configuración formal que no se afecta.

Los ‘reutilizados’, así, son resultado de la utilización de los mismos recursos en objetualidades muchísimo más amplias. Es decir, son el efecto de una sociedad consumista que lleva al objeto hasta el fin de su vida útil y lo transforma en sus apreciaciones formales bajo una nueva estética.

De otro lado están los ‘productos reciclados’, no siempre bien comprendidos, pues los términos ‘reciclaje’, ‘diseño sostenible’ y ‘conciencia ambiental’, si bien no pueden ser negados a la luz de un planeta cada vez más desgastado, muchas veces son descaradamente utilizados por diseñadores y fabricantes para aumentar el margen de las ventas, bajo la excusa de tener una ‘producción verde’

El verdadero objeto proyectado y fabricado desde el ecodiseño, debe tener en cuenta no solo posible ‘reciclaje’, entendiendo esto como la forma de volver a utilizar los componentes o a las materias primas iniciales, sino que debe pensar en otros aspectos como el cumplimiento de la normatividad laboral para el bienestar de quienes lo hacen, el de otras normativas para garantizar el bienestar de quienes lo utilizan, y el tratamiento responsable de la materia prima en la producción para la reducción de la contaminación ambiental y el uso sostenible de recursos renovables y no renovables, aspecto último que los define como productos de producción más limpia.

Sin embargo, el reciclaje, como alternativa de reconfiguración desde la materia prima, sí es una realidad palpable que posibilita una producción un poco más comprometida con un planeta que se encuentra inundado de desperdicios. Una mentalidad ecologista es pues la madrina de esta noción de reciclaje.

Todas esas trayectorias descritas, no solo legitiman el objeto frente a un usuario, sino que, además, aportan una resignificación del diario vivir, pues en ellas se leen las realidades de os grupos sociales, sean familias, tribus urbanas, clanes u otros, que se mueven en escenarios naturales para ellos.

Esas dinámicas, además, otorgan a los objetos una biografía natural, en la cual son susceptibles de un seguimiento, de un sondeo, de hacer historia familiar o social. El producto doméstico, entonces, como control de una historia, es el vestigio de unas dinámicas particulares de uso, de poder y, sobre todo, de significación o resignificación.

O en otras palabras, los objetos son amarres sociales de las relaciones entre humanos, de las que se establecen con el entorno y, a veces, de las que se producen entre ellos mismos; por eso se puede afirmar que se categorizan.

3.3 LAS DINÁMICAS DEL USO

Ilustración 27: Consideraciones y valoraciones del objeto (elaboración propia, 2014)

Siguiendo con el mismo referente teórico (González Pérez, 2007), la usabilidad, como cualidad del objeto, es la connotación del 'para qué' sirve; no solo su utilidad primaria, sino lo que ayuda a lograr al usuario desde nociones culturales o ideológicas; por ejemplo, la contribución que hace a lograr hacer parte de círculos de poder o de redes sociales, o simplemente a trascender.

Por tanto, la usabilidad es una cualidad intangible, pero sí pensada, que deben tener todos los productos desde su configuración inicial, porque son portadores de 'emocionalidad'. No solo son susceptibles a una apreciación estética, sino que, además, son vehículos de representaciones, posturas, vínculos, tradiciones,

legitimaciones, creencias y presencias. Con ellos se reafirma el ‘yo como individuo’, pero también el ‘yo como perteneciente a un grupo’.

Las formas objetuales domésticas, el equipamiento básico, el ‘menaje’, son, por tanto, aquellos objetos que en su conjunto conforman aquello aclamado como ‘hogar’. En ellos se da lo auténtico y lo efímero, y son los que delimitan ese espacio geográfico porque lo ordenan, categorizan y elaboran, y lo convierten en un espejo social en un espacio de contención claro. Igualmente, porque validan los acuerdos o intereses a corto o largo plazo, dados por afectos de familia, parentesco o amistad.

Por los objetos domésticos, entonces, nace el ritual como parte de un proceso activo, de acciones que comunican un proceso de acciones hacia algo, y son portadores de la reafirmación de una cultura material como continuo u oposición a una naturaleza. Adquieren su significado en la negociación o en la transacción estética, cuando son sujetos de la percepción y el reconocimiento. Allí la semiótica muestra el camino para esa apreciación, simplemente denotando subjetividad. De ahí que se consideren ‘seres objetivos’, no solo como productos individuales, sino como parte de la imagen colectiva, es decir, de cómo vive la gente, de imagen realmente mostrada y de la que se quiere mostrar hacia los demás.

Todos y cada uno de los objetos, unidos a otros, revelan simbólicamente la identidad de su propietario. Con ellos se dan directamente actos de percepción dentro de un tiempo determinado y las personas ajustan sus relaciones; por ejemplo, con algunos se mantienen vivos los recuerdos, para poder afianzarse en el presente, o simplemente para poder visualizar un mejor futuro. Estos procesos son lo que se conoce como ‘tradición’ y son la base de la ritualidad familiar.

Dicha ritualidad o el vínculo que aportan los productos son la base de la cultura material, que de mano de la antropología, establece los lazos de poder y de socialización de los seres humanos alrededor de los objetos y, a la vez, los lazos con los diseñadores como artífices formales para lograr dichos efectos.

Es este profesional quien se sustenta en la disciplina del diseño como procesos proyectuales, manipula la estética y la transmite al usuario en las cualidades formales de color, textura y usabilidad del objeto, es decir, en las características lectoras que debe tener para una correcta interacción, efectividad, eficacia y

satisfacción en la acción de uso, en un orden de forma determinada como complemento direccionado por él.

Es el diseñador, por tanto, el responsable de que el objeto no caiga en el terreno de la subjetividad, porque si bien todos los usuarios deben tener un aprendizaje, los niveles de frustración reiterativos se constituyen en un revés del diseño. Los acuerdos configuradores deben ser controlados, de lo contrario el producto será opuesto a su uso, este no será placentero y divertido, como debe ser, y no llegará a satisfacer el lado hedonista del usuario.

Ahora bien, siguiendo con la reflexión sobre las dinámicas de uso y apropiación, es importante comprender los procesos que se siguen cuando los usuarios acceden y utilizan los objetos domésticos, y cómo se van reconfigurando las percepciones. Para esto es importante revisar los planteamientos de Norman (2005), pues advierte que hay dos momentos claramente diferenciados: el de la compra, influenciado por aspectos estéticos, y el del uso, determinado por la usabilidad.

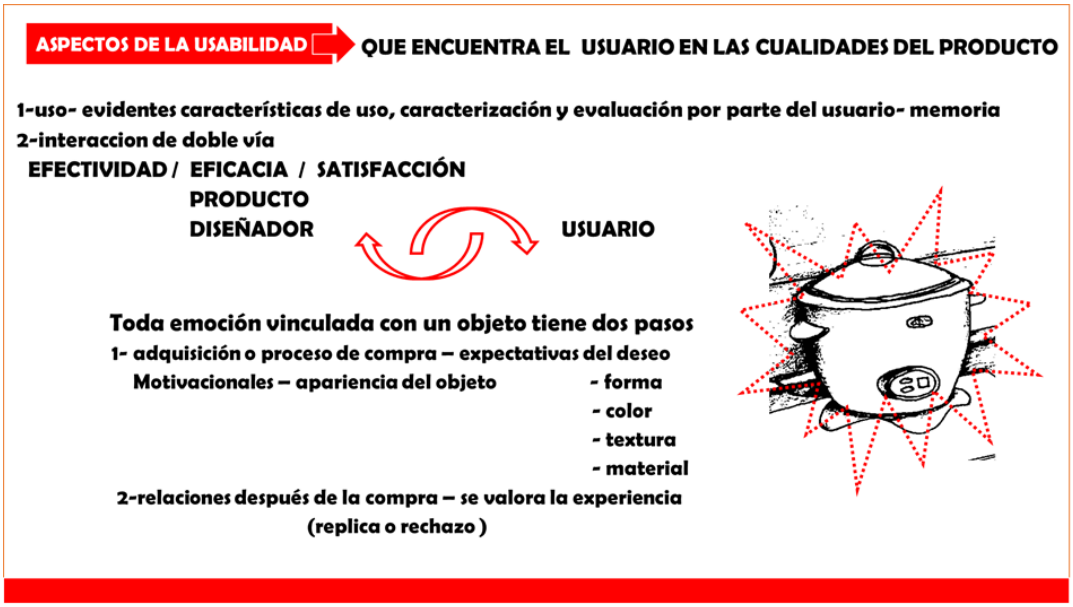


Ilustración 28: Aspectos de usabilidad (elaboración propia, 2014)

Los aspectos del deseo son, como todas las emociones humanas, controlables y direccionables. La 'psicología del mercado' ya se ha encargado del asunto en forma suficiente. Sin embargo, la acción de compra o la adquisición está

condicionada en una última instancia por una apreciación estética individual, en la cual se juntan las ‘expectativas’, es decir lo que se espera que el producto haga por el comprador potencial, y las ‘motivaciones’, o sea hasta dónde o a qué posición se quiere que ese objeto lo lleve.

Finalmente la compra es una decisión final condicionada solo por una estética determinada por unas cualidades formales dadas por el color, la textura y la materialidad, y no se toma en consideración la usabilidad. Pero luego, en un segundo momento, durante el cual se hacen las evaluaciones del producto después de la compra, sí se valida este aspecto y se valora la experiencia pues se replica o se rechaza; caben entonces la satisfacción o la frustración, pues es cuando la usabilidad está por encima de la estética privilegiada como la cualidad primaria del objeto.

Son dos momentos y dos experiencias de abordaje distintas, una medida desde la estética y otra, posterior, desde la usabilidad.

Aparte de ello, Norman (2005) advierte también que el objeto, en sus dinámicas de uso se presenta bajo unas *dinámicas de poder*: un ‘poder para’, y un ‘poder sobre’.

El ‘objeto con poder para algo’ es aquel que permite cambiar algo o transformarlo. La herramienta es un buen ejemplo de ello, pues permite el gesto de la transformación de una materia prima. El trabajo como medio y la herramienta como vehículo son la representación del poder de transformación.

Por el contrario, el ‘objeto con poder sobre’ es aquel que permite ejercer un hacer o una acción de dominio no sobre los elementos naturales, sino sobre el ser humano. Las armas son ejemplo de dominio por excelencia.

En ambos casos, sin embargo, el producto es un medio de significación que ayuda a estructurar un comportamiento individual o uno grupal o colectivo.; un medio que sirve para virtualizar el yo y el reconocimiento, y para legitimar identidades. Los objetos son, así, negociaciones de entidades del ‘yo personal’ y del ‘yo con el mundo’.

El objeto, como posesión, se transforma en esa última esperanza de legitimización y estabilización que da al ser humano el atributo de ser civilizado y portador de una cultura material, y resulta de la necesidad que él tiene de sentirse vivo y de

hacerle el quite a la muerte. Es, por tanto, parte del instinto de conservación en un constructo de tiempo, porque el apego a la vida y a sentirse parte de un mundo material conocido y dominado, y no de uno inmaterial, mortal y desconocido, lo que le da origen.

3.4 LAS CATEGORÍAS DE LOS OBJETOS DOMÉSTICOS

Aparte de las dinámicas de relación y poder descritas por González Pérez (2007), la misma autora advierte que hay distintos tipos de artículos u objetos domésticos, y que según cada tipo, se estableen relaciones y dinámicas de uso y apropiación diferentes.

3.4.1 LOS AUTÉNTICOS Y LOS EFÍMEROS

Para la autora, en el caso de los objetos que atañen a esta tesis, los sujetos vinculados a la negociación o relación con ellos deben estar necesariamente inscritos en un espacio geográfico de negociación reconocido como ‘doméstico’. Allí la identidad entra a formar parte de la intermediación social y es definida por la temporalidad no de todos los productos que haya en una casa, sino, principalmente, por la de los ‘auténticos’, que son los que llevan el sello de lo doméstico y los que reafirman en sus orígenes los lazos que vinculan el presente con el pasado; en ellos, entonces, hay presencias, longevidad y tradición.

Es decir, el menaje, el mobiliario o el equipamiento ‘auténtico’ es el que hace que una casa funcione, en primera instancia, pero también, y más importante aún, es en sí mismo la máquina autónoma que se reconoce como ‘hogar’.

De todas formas, aparte de esos ‘auténticos’ hay otros que se pueden categorizar como ‘efímeros’, porque no se ligan ni a pasados, ni a futuros, y porque son el resultado de la modernidad ligada a la función de la moda. Es decir, en ellos la innovación se limita, entonces, a ser boga predominante, pero más allá de ella sirven para facilitar los ritos de paso por una generación, un grupo o una tribu. Si bien podrían considerarse pasajeros, son de vital importancia porque por ellos se dan procesos de autoestima y de construcción del yo. O dicho de otra forma, son objetos insustanciados que resultan ser, paradójicamente, la sustancia del ser.

Ambos tipos, los auténticos y los efímeros, definidos en ese espacio que es el hogar, ordenan y reordenan, definen y redefinen, elaboran y reelaboran el mundo material a diario, y es por ellos que se dinamiza la objetualidad, se da la lectura a una arqueología objetual y se ve el espejo social de un grupo determinado.

3.4.2 LOS ESTABLECIDOS Y LOS MUTANTES

De otro lado, dice González Pérez (2007) que los la valoración objetual de su forma y de sus significados, hace que los objetos domésticos, sean auténticos o efímeros, sean portadores de un mensaje claro, el de su 'propiedad significativa', que dice que cada producto es lo que es por sus cualidades intrínsecas y por su protagonismo en el ritual en el hogar. Así, son transcendentes estéticamente por su percepción o reconocimiento, y en ellos se categoriza el significado, se negocia con la semiótica y se establecen acuerdos de relaciones.

Es más. Los objetos domésticos son los 'mediadores' constantes de un ideal de estética o función de cada ser humano. Es decir, con ellos se adquiere un 'gusto', un 'estilo', pues permiten tomar una posición desde los hábitos en la cultura, la política o la religión; las cualidades estéticas son, en suma, una enseñanza para ser objetivo. Así, todo producto cargado de significado o no, facilita unos flujos psíquicos que simbólicamente hablan de la identidad del propietario, y que directamente participan en actos de percepción con respecto a ellos y al entorno.

En esas variables y consideraciones, el 'tiempo' es vital para ajustar las relaciones hombre-objeto, pues con ellas y por ellas se construye la identidad reafirmada por la tradición, incluyendo una tradición de los productos que se establece o reafirma, o que, por el contrario, muta o cambia.

Así pues, se puede hablar también de 'objetos establecidos' y de otros 'mutantes', como otras categorías conceptuales.

El primer tipo, el de los 'objetos establecidos' en un espacio-lugar, es aquel que con unas pocas o mínimas variaciones en su propiedad funcional inicial, se adapta a la caducidad estética o tecnológica. Por el contrario, el 'mutante' es el que modifica su forma, su uso y convive con las nuevas tecnologías, así al final no se parezca en nada al original, y el que, en esa dinámica de transformación dentro

del escenario doméstico, puede ser de otras subclases: ‘mudable’, ‘situado’ o ‘apoderado’.

3.4.2.1 OBJETOS MUDABLES

Mudable: (Del LAT.: mutabĭlis), Qué cambia o se muda con gran facilidad.
(Real Academia de la Lengua Española, RAE, 2014)

Algunos objetos configurados dentro de lo mutante, son los que tienen unas prestaciones de funcionalidad, estética y calidad, dadas por el contexto en el cual se mueven. Es decir, su razón principal y su movilidad están dados por el grupo que ha de legitimarlos. Por lo general, además, desde su materia prima presentan una confianza en su origen, por su confiabilidad en su uso o su imagen de marca.

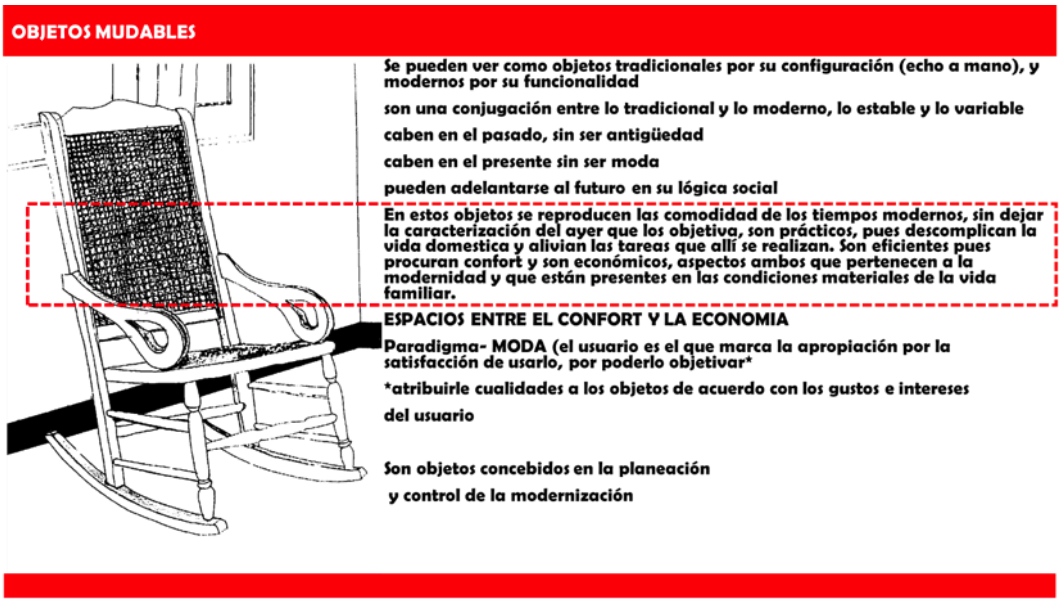


Ilustración 29: Características de los objetos mudables (elaboración propia, 2014)

Algunos de los que González Pérez (2007) denomina como ‘mudables’, pueden haber sido hechos a mano; en tal caso son artesanías que deben parecer muy naturales, y que deben transmitir la memoria de un pasado no industrial para que se les confiera la subcategoría de ‘tradicional’. Sin embargo, también están en este grupo los objetos que juegan a dos momentos o los flexibles en el tiempo, que se mueven de lo tradicional a lo moderno. En esos segundos se dan las comodidades de las nuevas tecnologías sin dejar a un lado su carácter y caracterización de un ayer que los objetiva; son prácticos, descomplican algunas

labores diarias, producen confort, son económicos y están enmarcados en la modernidad y en la cotidianidad del ambiente doméstico.

En los mudables, además, existe un paradigma: el usuario que objetiva al objeto, quien lo convierte en un elemento regenerativo, es consumidor de 'moda'. Si bien este es un concepto amplio de tendencias y mercado, en su uso es el usuario quien debe ejercer la aprobación para lograr su legitimización; en su satisfacción está el desarrollo o la respuesta a todo el control y planeación manipulada desde el diseño.

De todas formas, como ya se esbozó, el objeto mudable desde su origen puede enmarcarse en varios tipos de producción: el 'tradicional' y el 'moderno'.

El primero, también calificado como 'premoderno', se relaciona con las artes y los oficios, y se manifiesta en las formas domésticas más próximas el ser humano. Ejemplos son los productos de la sastrería, la talabartería o la carpintería, pues nacieron para satisfacer los requerimientos más próximos del hombre en su paso de la vida nómada al establecimiento de la vida urbana.

El segundo, por su parte, puede ser producto de la mecanización de procesos, de la industria y de la automatización, pero puede estar también inscrito en las llamadas artes decorativas. Lo que los distingue es que son poco prácticos como herramienta y que permiten la transformación a la contención de algunos elementos naturales.

El objeto perteneciente a esta categoría del mudable, pero inscrito en la modernidad, es el más susceptible de tener una valoración como mercancía, pues su valor está en su poder de cambio, dejando un poco depreciada su valoración de uso, convirtiéndose en un 'bien de capital'. Este signo social simbólico se puede mover desde los productos 'efímeros' a los 'transitorios' y 'perecederos', porque pierden su calidad de bien con demasiada rapidez al ser estéticamente resueltos solo con ornamentación.

Ahora bien, si se hace una retrospectiva, se puede decir que el objeto preindustrial mudable es 'tradicional' porque se asienta en la memoria, en las artes y en su concepto estético, desde la legitimización cultural o histórica y desde un balance estético práctico. Así lo evidencian movimientos con el *Arts and Crafts* en el siglo

XIX en el Reino Unido y en Estados Unidos, el *Art Nouveau* en Europa en los siglo XIX y principios del XX, la *Bauhaus* en la Alemania de principios del siglo XX.

Pese a su carácter preindustrial, el objeto muestra en esas épocas su carácter en la importancia y valoración del trabajo manual y en la belleza de la ornamentación, y se convierte en elemento conciliador de un pensamiento progresista de producción en serie, pero conservando el carácter de arte y lo manual del artesano. Es, entonces, el punto de partida en la consolidación de la profesión que más tarde se reconoce como 'diseño industrial', con un nuevo profesional que controla el producto metódicamente, tanto en sus aspectos funcionales, como en los formales sígnicos y simbólicos, pues bajo su batuta se libera la 'funcionalidad' para transformarlo en un modelo de uso masivo.

Es decir, al principio de la profesión, el diseñador industrial logra encontrar los puntos en común entre la 'misión' del objeto y el fin último de este, es decir, su 'función', y marca o determina la condición utilitaria del producto con su forma práctica, lo que se conoce como 'funcionalidad'. Esto le permite encontrar siempre una función establecida y completamente certera, así esta no sea una función práctica.

Esa función contextualizada en un tiempo y en un lugar, determina la satisfacción de uso del producto, en cuanto a sus cualidades estéticas como objeto mudable. Este, entonces, se convierte en un acuerdo que normativamente dirige la estética de un colectivo.

> "La autenticidad como idea manifiesta de las formas objetuales domésticas, en las que se encuentran la casa, los muebles y el equipamiento, presenta particularidades que hacen referencia a la longevidad, la historia de la tradición y la resistencia al cambio." (González Pérez, 2007, p. 19)

No obstante, en el caso del objeto doméstico moderno es el usuario quien decide cómo se usa, cómo se mantiene, cómo se guarda y cómo se transforma en unas dinámicas de uso. Dinámicas que pueden ser dadas o configuradas desde la comunicación, por lo que se conoce como interface. Es pues el usuario, y no el diseñador, quien decide acomodarlo a sus realidades tangibles, insertarlo en su dinámica diaria y a sus realidades particulares, e idealizarlo o simbolizarlo. El diseñador, ahora, solo sugiere, pero es el usuario quien valida.

Ese usuario valorara la experiencia; por ello, el tenedor del objeto mudable lo guarda, lo conserva, lo presta y lo brinda, porque en él el sujeto elonga la historia y porque por medio de él controla su posesión.

El objeto mudable se usa y se cuida, y en su desempeño los materiales que lo conforman trascienden o parecen mejorar con el tiempo, porque ceñidos a experiencias adquieren una noble belleza, una dignidad natural que solo el paso de los años le otorga a ciertos productos. Por tanto, su dimensión simbólica es reforzada y se potencia la memoria.

Así, los mudables, como la mayoría de los productos, son afectados por la modernidad que altera las dimensiones íntimas, porque en ellos se construye identidad, al ser lo moderno un ‘ideal’ de estilo de vida, el patrón identificable que hace que un individuo sea diferente a otro. Esa supuesta modernidad no permite el gesto del objeto, que supera la temporalidad, pero le traslada toda la carga de inquietudes, gustos e intereses.

En ese objeto que solo se valida por la apariencia, se elaboran, entonces, tanto la identidad del individuo, como la del mismo producto, pero en él se pierde por completo su memoria objetual.

Cada individuo escoge y articula su propia confianza en sus objetos, y valida su originalidad o autenticidad durante las experiencias de uso, porque solo después de una experiencia positiva da inicio a la mudabilidad del producto y origina la dinámica de ‘reuso’, convirtiendo en ‘modelo’ para quienes continuarán empleándolo.

Hay que aclarar que el objeto mudable en su intencionalidad no es creado para ser reutilizado; es solo la satisfacción del usuario la que posibilita esta situación. Es él quien le otorga los atributos suficientes para insertarlo en dinámicas de reuso, ya sea por su experiencia con él o por la emulación de quien se lo entrega. Por consiguiente, para que algo se integre a dichas dinámicas, es necesaria una afinidad y un consenso entre usuarios sobre la apreciación del producto.

Así las cosas, el objeto es la reproducción de lo cultural, porque en él se dan las dinámicas de cultura material doméstica.

3.4.2.2 OBJETOS SITUADOS

Situado: del verbo Situar (Del LAT.: Del lat. situs, sitio, posición), que significa poner a alguien o algo en determinado sitio o situación,
o lograr una posición social, económica o política privilegiada.
(Real Academia de la Lengua Española, RAE, 2014)

El objeto situado es aquel que posibilita la reproducción social. Su usabilidad está intacta, pero su verdadera importancia está en su carga emocional. Tiene un alto contenido simbólico y por ello solo es usado en eventos de suma importancia. Su funcionalidad está totalmente alterada porque su contenido simbólico la absorbe por completo. Es representación de seguridad y estabilidad dentro de un grupo determinado, consolida y canaliza los principios de familia y se aseguran dichos principios de apellido (González Pérez, 2007).

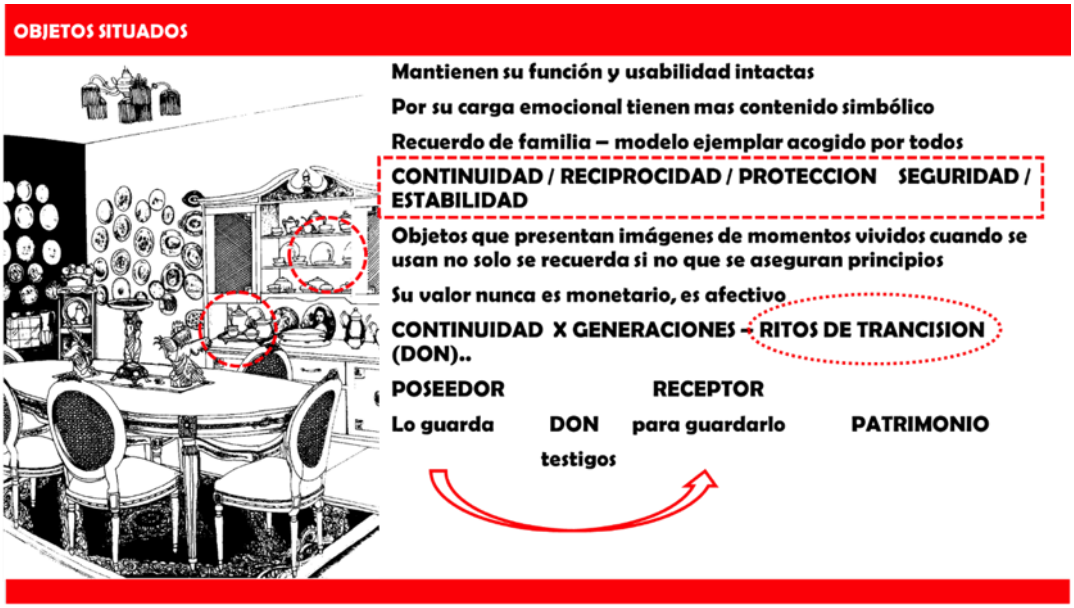


Ilustración 30: Características de los objetos situados (elaboración propia, 2014)

Nacimientos, bautizos, cumpleaños, celebraciones de quince años, matrimonios y aniversarios, casualmente eventos ausentes de dolor, son los momentos que unen la familia en alegría, y en los que ella se protege y se preserva. En ellos es de vital este tipo de producto, el cual que necesita un poseedor que sirva de salvaguarda de la tradición y que cuide y resguarde ese patrimonio familiar cuando sea necesario.

Desprenderse del objeto situado se califica como ‘don’. En el ritual de paso, la familia es testigo y fiscaliza que el ideal de familia sea respetado por el nuevo tenedor, quien debe garantizar, en el futuro, la transferencia generacional del producto, propendiendo siempre que con él se alarguen y mantengan los lazos dados por el apellido, el abolengo o los vínculos de sangre.

Existe una jerarquía, entonces, por parte del tenedor. Es él el escogido para disponer del objeto en vida de sus padres o al morir estos, donándolo a los hijos o demás familiares, siguiendo el orden familiar, siempre preservando, eso sí, el apellido y procurando que los nuevos salvaguardas comiencen en sus propios hogares un nuevo ciclo para la memoria situada.

Esta disposición de la herencia familiar, casi siempre en cabeza de la mujer mayor de la familia, porque es en últimas quien realiza las actividades vitales del hogar como la maternidad, la socialización y el cuidado de los otros miembros, no solo mantiene la dinámica del reuso del objeto situado, sino que también da orden a la historia familiar y la asegura.

Se produce en esa relación abuela-madre-hija con el producto, una marca social de identidad, incluso en tiempos de equidad de género, porque es la mujer quien ejerce el acuerdo o el rechazo del objeto situado. Es ella, además, quien le adjudica dicha condición, y quien dicta las reglas que ha de cumplir dentro de los requisitos formales, estéticos, y, sobre todo, de memoria familiar; quien define al producto como perteneciente a una ceremonia, para que conserve el prestigio de la familia y para que represente claramente así sea atemporalmente la época en que se sitúa, pudiendo parecer poco moderno.

Por tanto, la pérdida del objeto situado es, la mayoría de las veces, la perdida de la memoria familiar, y por eso mismo es irremplazable.

También en esta categoría se encuentra el ‘objeto rito’, aquel que bajo un credo o creencia, canaliza y confirma la existencia de un ser superior, intangible. Este amuleto, por el cual se canaliza la protección y se materializa visible lo invisible, protege y guarda a su tenedor en un asunto de fe. Por ello debe ser reconocido y hasta bendecido para que sus cualidades sean validadas; el dios que lo valida se traslada en forma de bendición o agua bendita hasta el producto, y en él la fe y la convicción son quienes determinan el valor. En este tipo, mucho más que en otros

objetos situados, el verdadero valor está en la proyección simbólica que recae sobre él.

Así, en el caso de los situados, la dinámica de reproducción social posibilita las dinámicas de intercambio social. Con cada uno de ellos se construye socialización como pieza de intercambio, de formas, estilos de vida, de status. De ahí que estéticamente sean reconocidos como el reflejo de una tradición que contribuye a la reafirmación familiar o grupal.

3.4.2.3 OBJETOS APODERADOS

> *Apoderado: (Del part. de apoderar). 1. adj. Dicho de una persona: Que tiene poderes de otra para representarla y proceder en su nombre. 2. Poderoso o de mucho poder*.
> (Real Academia de la Lengua Española, RAE, 2014)

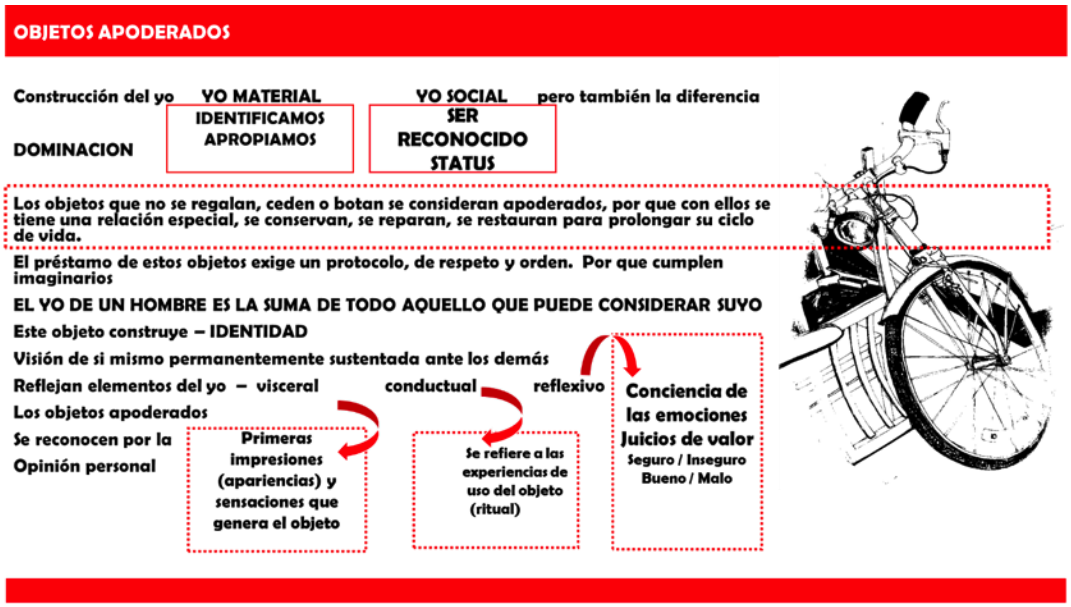


Ilustración 31: Características de los objetos apoderados (elaboración propia, 2014)

El objeto apoderado, causante del 'yo material', es, a su vez, aquel que permite asociaciones de dominación y transformación en la dinámica de construcción del 'yo social', como explica la autora (González Pérez, 2007)

Con el 'yo material' se identifica el objeto y se apropia, mientras que con el 'yo social' se busca ser reconocido. El 'yo' es, así, la suma de todo lo que un hombre puede considerar como sus posesiones, aquellas que lo conforman como

individuo apegado a una materialidad y como individuo perteneciente a unas dinámicas de índole social. Por tanto, el producto apoderado también es vital en la construcción de la identidad de ese 'yo', porque como signos son símbolos de identificación, y porque son muchas veces considerados por su efecto, piezas representativas de un llamado 'estilo', o por ser de una marca reconocida.

Estos objetos acompañan de manera más inmediata, son 'prendas' en las que se habita y componen en suma lo que cada persona es como individuo. Además, ese conocimiento del yo que se constituye por medio de la estética individual o del gusto, de la forma como cada quien desea ser visto, de la identidad, del yo material, es base de cimentación del 'yo social'.

Así pues, más allá del diseño de los objetos apoderados existen componentes de reflexión que hacen que sean mucho más que posesiones; hay unos que muestran riqueza, otros nivel social, otros dan sentido a la vida, pero todos deben pasar siempre por tres estados secuenciales de la apreciación: el 'visceral', del 'conductual' y el 'reflexivo'.

En el *momento visceral* la apreciación estética y el juicio son la forma como se elabora el primer acercamiento al producto. Durante él se hace la valoración entre lo bueno y lo malo, lo seguro y peligroso, y es cuando la apariencia, el dominio de los rasgos, las características físicas, el buen grafismo o la interface provocan las reacciones iniciales. Es pues, el tiempo en el que el 'me lo quedo' sensorial toma control sobre el objeto.

El segundo es el *momento conductual, durante el cual* el objeto ya desempeña su uso primario. Ni la lógica, ni la apariencia funcionan, porque es el momento de la usabilidad y debe ser clara en todo su desempeño, en su interface, en su comprensión desde la conformación funcional y la sensación física desde la confiabilidad. El producto debe ofrecer placer en su uso. El 'para qué sirve' es el fin último del diseño utilitario.

El *momento reflexivo* es el último, y es durante él que el objeto es imagen de satisfacción o de disgusto personal, sobre el recuerdo de la usabilidad, porque es el tiempo de las evaluaciones y del 'para que me sirvió.'. Se da, entonces, la réplica o el desecho del producto.

3.5 LA CONCEPCIÓN DEL ENTORNO DOMÉSTICO

Es importante complementar la forma de abordar, clasificar y entender los objetos domésticos, desde la mirada antropológica, afrontando el problema de la definición del entorno doméstico desde distintas perspectivas. De ahí que se recurra a los planteamientos de varios teóricos para lograrlo, y a una visión de este desde lo tradicional, lo natural y lo técnico-cultural.

3.5.1 El ENTORNO TRADICIONAL

Dice Baudrillard (2010, p. 13) que “la conformación del mobiliario es una imagen fiel de las estructuras familiares y sociales de una época”. Este pensamiento esclarecedor, sin duda, confirma que el ‘espacio humano doméstico’ es aquel en el que está el menaje, y en el que este facilita las relaciones familiares y los afectos, estableciendo jerarquías, límites y usos, en una dimensión moral solo posible en la generación de las significancias de la interioridad.

Los objetos se mueven en ese espacio con tantas limitaciones como los habitantes fuera en su entorno social. Se consolida, entonces, la ‘morada’, donde los productos domésticos generan presencias, interioridad y seguridad, y donde se recuerda la casa de la infancia bajo el signo de la trascendencia de lo cerrado, lo familiar. Son lazos afectivos de los que allí pertenecen al grupo, que a veces son relegados por la modernidad, y a otras veces restaurados por una nostalgia por los objetos viejos, por aquellos que González Pérez llama ‘situados’ y que Baudrillard denomina como ‘ pertenecientes a un barroco cultural’, usados con una total ingenuidad de su función bajo la premisa simbólica.

El producto doméstico moderno liberado de su función, propicia el ‘objeto mimético’, aquel que traiciona su uso y se convierte, despliega, repliega y desaparece. Se trata, entonces, no de artefactos presenciales y omnipresentes, sino de otros que, casi por sus prestaciones espaciales, son oportunistas del espacio, olvidando por completo las convenciones morales de sus antecesores.

> “Al nivel de los objetos de serie, la posibilidad de este discurso funcional es reducida. Objetos y muebles son elementos dispersados, cuya sintaxis no se ha encontrado: si hay cálculo de colocación, es un cálculo mínimo y los objetos resultan pobres en su abstracción. Sin embargo, esta abstracción es necesaria: es la que da fundamento, al nivel del modelo, a la homogeneidad de los términos del juego funcional.” (Baudrillard, 2010, p. 25)

Los interiores modernos y los objetos presentes en ellos están liberados de un estilo; están inscritos dentro de lo eclético, estético, llamativo y bello, y algunos están esclavizados a su función primigenia. El nuevo hombre no es propietario ni usuario, es otro informador activo del ambiente; él dispone del espacio de los elementos presentes, y es un 'colocador' de cargas simbólicas liberando a muchos de estos productos de su función.

Ese objeto doméstico libre, moviéndose en un espacio doméstico también libre, desligado de sus formulaciones formales, solo es y aparentemente así se muestra, emancipado en este aspecto, ya que en el despliegue de sus interfaces se evidencia un carácter psicológico, que en sus dependencias crea productos domésticos, domesticados por el sentimiento.

Los objetos esclavizados por su función, algunos de una nueva vanguardia de rangos y status, se ordenan bajo el imperio práctico de la modernidad, según un cálculo sistemático y casi milimétrico de la espacialidad reducida que satisface apenas los imperativos de una vida, para organizar los ritos diarios.

En este orden de organización objeto-función, los valores prácticos priman sobre los valores simbólicos de los nuevos productos, los cuales, desalmados, ya no divierten, sino que pertenecen al juego táctico de la geometría espacial del hogar. No hay posibilidades al instinto, y la pobreza fundamental de su función significativa da paso de una sociología del objeto a una psicología de la colocación, tal como lo explica Barthes, citado por Baudrilllard (2010), hablando de este fenómeno o fase particularmente al referirse a los automóviles:

> "Barthes ya lo había señalado a propósito del coche: una lógica de la posesión, de la proyección propia de una fuerte relación subjetiva, es sustituida por una lógica de la conducción. Nada de fantasías de poder, de velocidad, de apropiación unidas al objeto mismo, sino táctica potencial vinculada a su utilización (dominio, control y mando, optimización del juego de posibilidades que ofrece el coche como vector, y ya no como santuario psicológico), y con ello transformación del sujeto mismo, que así se vuelve ordenador de la conducción y no demiurgo ebrio de poder. El vehículo se convierte en una burbuja, el salpicadero en una consola, y el paisaje de alrededor se extiende como una pantalla televisada." (Baudrillard, 2010, p. 25)

Los objetos dispersos con sintaxis aisladas resultan pobres de abstracción y el hombre moderno no se proyecta en ellos. Ese habitante moderno es un informador activo del ambiente que, si bien dispone de un espacio, es un objeto

más en la dinámica de las interfaces y, al igual que los productos, es un ente funcional que se coloca, se significa, y se conforma en paisaje. Es quien no consume para el disfrute, sino quien controla y ordena; es el táctico del sistema del hogar.

Así, ese 'habitante' funcional', como lo llama Baudrillard (2010), es una abstracción de un ideal publicitario de un hombre moderno, contemporáneo sin necesidades insatisfechas. Es un hombre de experiencias, como se vende ahora al nuevo objeto, en el que se potencian los 'yo sociales', en consideraciones simplistas de status o jerarquía.

El objeto doméstico de este 'hombre de colocación', enunciado por Baudrillard, no es más, entonces, que el compendio de los aspectos formales referidos a la estética formal y a los aspectos técnicos, en su concepción y usabilidad, y un perfil psicológico en su trasfondo de uso y función. Todos, en su doble función, la práctica y la imaginaria, buscan solo una receptividad de lo que debe tener el entorno de lo doméstico, el entorno de lo natural, en la naturaleza primigenia del hombre que crece su cultura material como transustanciado de la naturaleza.

> "Así, pues, como la forma circunscribe al objeto, un trozo de naturaleza está incluido en el cuerpo humano; el objeto es fundamentalmente antropomórfico. El hombre está ligado entonces a los objetos-ambiente con la misma intimidad visceral." (Baudrillard, 2010, p. 28)

Ante este animismo del objeto símil de la intimidad visceral, se marca el momento preciso en que la sociedad técnica pone en tela de juicio la relación y responsabilidad objetiva del producto con el usuario, es decir, la 'interface' comprometida por el diseño, siempre entendida como todo aquello que brinda la información sobre su usabilidad.

Esa interface es la que se da en la experiencia, y desconoce por completo al producto, pues este ya no es dominado, manipulado, inventariado o controlado, sino que hay un orden distinto donde el objeto manipula al ser humano, lo inventaría y lo domina.

Así, el producto es poco lógico desde un universo de semiótica de uso, pero nuevo desde la lógica de uso desde la experiencia y, en ese panorama, el hombre pasa a ser objeto doméstico domesticado.

3.5.2 El ENTORNO NATURAL

Otra forma de abordar el problema de la definición del entorno doméstico es desde la concepción natural, no como aquello propio de la concepción de naturaleza, y tampoco como aquello propio de cada ser que lo acerca a lo salvaje o a lo creado por un ser divino y poderoso, sino desde una concepción de la naturaleza como el entorno biológico en el cual se mueven las personas.

Según Duque Pajuelo (citado por Acosta y Orrego, 2013), la naturaleza del hombre es la conquista sobre lo natural. No puede existir hombre sin naturaleza, pero tampoco al contrario, y es allí donde él concibe su entorno, lo nombra y lo transforma, esto último siempre y cuando tenga una materialidad que le permita hacerlo.

En ese proceso técnico del ser humano con la naturaleza, un proceso continuo de invención y reproducción de doble vía en el cual ninguno es posible sin el otro, es él quien como transformador, a veces radicalizado y devastador, de la mano de la técnica, negocia a diario su supervivencia. Es decir, es él quien transgrede el orden natural para constituir en el plano de la ornamentación o la cultura material, una '*thecne'*.

Esa condición que instrumenta, denomina y formula, reinventa la técnica a diario y legitima el ideal de progreso, alejando cada vez más al hombre de su estado natural, y situándolo en un estado posterior, tal cual se evidencia en el primer capítulo de este trabajo. Esta 'retécnica' como se le puede llamar, justificada por la territorialización de la naturaleza, es la que permite que la persona se parcele y encuentre un entorno favorable al cual sacarle todo el provecho posible, y que como individuo desde lo particular o como especie desde lo general, se establezca en un lugar determinado.

La búsqueda de un organismo social que permita regular la relación con la naturaleza es muestra de que el hombre siempre está en desventaja para enfrentarse al medio biológico. Por ello, el *australantropo* que regulariza su sedentarismo en una relación con los ciclos naturales, comprende los ritmos, tal como lo capta André Leroi-Gourhan (1975), como la forma de territorializar y, por medio de esto, de conseguir la seguridad en el alimento; el *arcontropo*, por su parte, comienza con el uso de herramientas y utensilios sin una predeterminación,

es decir, los concibe para tareas simples, sin una elaboración consiente; y el *paleontropo* encuentra los medios de fabricación que le permiten desarrollar unas formas simples pero efectivas en la supervivencia diaria.

Esa elaboración o diseño de los primeros objetos domésticos, solo es posible con la llegada del *Homo Sapiens* quien puede un lenguaje y una concepción estética buscada y, lo más importante, repetida como patrón. Este nuevo técnico bípedo, que posteriormente con el dominio del fuego crea las bases sólidas de la civilización, concibe el territorio, la territorialidad y, más adelante, la ciudad, como escenarios naturales para sus conquistas, humillaciones y excesos y, por supuesto, para la construcción y solidificación de unas técnicas elaboradas y fundamentadoras.

La ciudad como territorio, pero también como escenario de desterritorialización, potencia el imaginario de seguridad, tanto por la concepción del espacio, como por la condición de hombre como manada.

La ciudad como gran ilusión de los hombres y de su capacidad, es la generadora del objeto doméstico, y estimula en sus habitantes la capacidad de unirse como grupo en unas particularidades y códigos, que se dan en estéticas acordadas, normalizadas.

El humano que habla, se expresa, pero cuando escribe da fuerza a sus contenidos, algunos de los cuales son fundamentales para entenderlo como parte de un grupo distinto de animales que se diferencia de otros porque vive de los ritmos, y porque tiene hábitos, porque imita y porque es capaz y asume la prueba y el error.

La experimentación en grupo permite que el hombre, en su búsqueda de las más apropiadas herramientas y utensilios, encuentre sus propios ritmos, así la naturaleza actúe sobre él. De allí que se separe de los cronológicos lineales y establezca unos hábitos corporales, entendiendo por '*habitus corporal*', como lo advierte Leroi-Gourhan (1971), la suma de tres tipos de prácticas que se producen de forma secuencia: las primeras, las 'prácticas automáticas' que garantizan la supervivencia; las segundas, las 'prácticas intermedias', durante las cuales se marcan los rasgos del individuo, su personalidad; y un tercer momento donde se

formulan las ‘cadenas operatorias globales’, es decir, las del comportamiento simbólico y la conciencia grupal.

Hay que tener en cuenta que el hombre no solo modifica el medio, sino que al hacerlo, él mismo se modifica.

3.5.3 El ENTORNO TÉCNICO-CULTURAL

Cada intervención no solo es un salto técnico, sino un salto cultural, con consecuencias en el futuro. Por ello Leroi-Gourhan (citado en Acosta y Orrego, 2013) identifica ciertos quiebres y rupturas en la historia de la humanidad, que coinciden en su desarrollo con algunos apartes expresados por Giedion que no se analizaron en el primer capítulo de este trabajo, y que se proponen a continuación:

Para Leroi-Gourhan, el primer momento vital se da en el periodo neolítico, cuando la expansión oral de la memoria propicia el nacimiento de la técnica. El segundo es la era industrial porque genera una mnemotécnica mecánica, que para esa época se entiende como la ficha de producción, el plano técnico, y el paso del artesanado a la ingeniería, como ejes fundamentales para la consolidación de la técnica y, a la vez, de la disciplina de la profesión. Y el tercer quiebre se identifica en la cibernética, que es el paso de la técnica, por su memoria, a una memoria electrónica, lo cual representa un gran avance porque establece unos ritmos más indeterminados pero más cercanos.

La sociedad establecida, amparada en una *thecne*, enfrenta, entonces, con la escritura el mito cosmogónico, antropológico y escatológico, y es con ella que el hombre asume una ‘postura’ frente a lo que lo rodea, pues ya no profesa el mito único de un dios que todo lo nombra. Esa nueva mirada polidimencional, enfrentada a ese mito único (logocentrista) le permite hacer una exploración más amplia de sus múltiples contextos y tener una visión polifuncional y una verdadera tecnocultura.

> “El logocentrismo entraña por supuesto una ilusión antropocentrista, la creencia de que a partir de sus capacidades enunciativas el hombre puede ejercer una fuerza transformadora sobre el medio.” (Acosta & Orrego, 2013, p. 34)

Ahora bien, esta independencia en la mirada, que Acosta y Orrego (2013) denominan como ‘soportes técnicos que configuran la cultura’, pasa por lo

‘tecnocultural artesanal’, lo ‘tecnocultural mecánico’ y lo ‘tecnocultural cibernético’, siguiendo lo que sugiere Duque Pajuelo (citado por Acosta y Orrego, 2013).

Para ese autor, lo ‘tecnocultural artesanal’ se refiere a ese devenir de lo cultural que, a partir de la escritura o ‘logosfera’ como memoria o soporte material, refuerza y potencia la palabra con la fuerza del mito, y que se manifiesta en la objetualidad en el diseño en el mito del producto eterno. Ejemplo son los monumentales objetos arquitectónicos como las grandes catedrales y las pirámides.

Por su parte, lo ‘tecnocultural mecánico’ se da con el advenimiento de la imprenta y, con ella, de la transformación del pensamiento al universalizarse el conocimiento. Se produce entonces la apertura al mundo racional y junto con el sujeto que lo estudia, en esta ‘grafosfera’, todo es posible de ser representado.

Finalmente, lo ‘tecnocultural cibernético’ se produce cuando la imagen y el sonido domestican y *pantallizan* al ser humano, en nuevas formas de representación y comunicación, simbologías y lenguajes que no solo desterritorializan el papel, sino que generan corporalidades y comportamientos no acostumbrados. Se está hablando, entonces, de una especie de ‘videosfera’.

¿Es, entonces, la concepción del espacio doméstico, o lo doméstico, una consecuencia de los devenires culturales, desde una logosfera, pasando por una grafosfera, hasta una videosfera? ¿O es derivación del encuentro del hombre con sus propios ritmos, con los gestos repetidos, que establecen su identidad como grupo?

Puede pensarse que el espacio doméstico, desde la consolidación del diseño industrial y como gesto en una primera instancia de ciudad, es la culminación de un proceso evolutivo de pueblos que, gracias a la tecnología, han entendido sus ritmos y han modelado sus hábitos.

Se puede también inferir que el hombre mismo es ‘espacio’, como lo sugiere filósofo español José Luis Pardo (citado en Acosta & Orrego, 2013), porque el hombre mismo es una espacialidad única que ha de ocupar y colocarse. Recordando a Baudrillard (2010), es un ser doméstico, y en su entorno se mueve

desde su piel hasta la proximidad pública, tal como lo enuncia el artista austriaco Friedensreich Hundertwasser en su *Teoría de las cinco pieles*.

Para Hundertwasser, el hombre tiene tres aspectos: su epidermis natural, su ropa y su casa. Sin embrago, existe una cuarta conformada por el entorno social, familia y la nación, a través de las afinidades afectivas, y una quinta y última conformada por la piel planetaria, directamente afectada por la Biosfera, la calidad del aire que respiramos y el estado de nuestra tierra como refugio que nos alimenta.

En esa teoría, entonces, el artista explica cómo el ser humano se relaciona, en sucesivas capas, con el entorno que lo rodea. Esas cinco pieles en esferas sucesivas, crean la conciencia de lo doméstico, lo próximo en el universo el ser humano. Si bien la interpretación de la piel de Hundertwasser, es simplemente una metáfora biológica, sí plantea la casa como un asunto de identidad de ser humano y de lo doméstico como lo concerniente a ella.

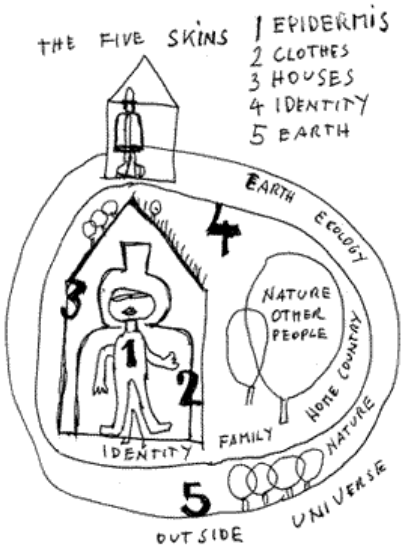


Ilustración 32: ***The Five Skins of Man,*** **Bosquejo elaborado por Friedensreich Hundertwasser en 1998**

La casa, de esa forma entendida, es el entorno más próximo, el domicilio, el hogar o lugar físico que potencia la experiencia de quien habita en su idealización, organización, materialización y, sobre todo, colocación. Es un espacio que permite las actividades humanas. Entre la espacialidad que busca el arquitecto y la

interacción que busca el diseñador, en esta doble disposición disciplinaria, está en medio el ser doméstico.

La arquitectura marca territorialidades y crea espacialidades, espacios definidos que hacen del ser humano un hombre doméstico. Así mismo, el diseño conforma la objetualidad como la forma de relación de ese ser humano con esos espacios, algunos públicos, regidos bajo el decoro y la urbanidad. Es el grupo, por su parte, el que aprueba o desaprueba los comportamientos y condiciona a propios y visitantes las relaciones hombre-espacio, espacio-objeto y objeto-espacio.

3.6 LA HUELLA DE LO DOMÉSTICO EN EL ESPACIO PÚBLICO

Para Sarlo (2009, p. 13), “la ciudad no ofrece a todos lo mismo, pero a todos les ofrece algo, incluso a los marginales que recogen las sobras producidas por los incluidos.”

La ciudad, leída en la obra de Sarlo a partir del análisis de la espacialidad de la ciudad de Buenos Aires, permite encontrar algunos símiles que esclarecen cómo el objeto doméstico se mueve en entornos no solo definidos dentro del hogar, sino en espacialidades mucho más amplias, públicas, sobre todo cuando los productos se acercan o están al final de su ciclo de vida.

Ese tipo de objetos provocan el ‘barroquismo de superficie’, que en los modelos de gran ciudad emergen como alternativa de reciclaje, reuso y reutilización, sobre todo cuando los modelos de equidad social están tan alejados de un poder dentro de un mercado favorable a las clases menos favorecidas. Son espacios marginales, no marginados, irregulares bajo la ley anárquica de un espacio público para todos, que señalan, como una colcha de retazos, nuevos modelos de urbes, en los que la originalidad, la personalidad y la peculiaridad del producto son garantía de que la ciudad siempre deja, como dice Sarlo, algo para todos.

El Bazar de los Puentes, en Medellín, es un ejemplo de ello. Gran parte de este centro comercial, construido sobre el deprimido de la Avenida Oriental para ubicar allí a vendedores ambulantes resolver problemas de espacio público, fue desalojado en 2014 debido a que por el Plan de Reordenamiento Territorial del municipio, se requiere ese espacio para construir una estación del sistema de transporte *Metroplús*, acabando así como este espacio público que trataba de

garantizar la democratización y reivindicación de los objetos. Sin embargo, todas las ciudades y Medellín en particular, en su dinámica, encuentran siempre otros espacios para legitimar el comercio informal. Por ello mismo es que ya los comerciantes territorializaron los bajos del viaducto del sistema Metro, entre las calles Argentina y la Primero de Mayo, sobre la carrera Bolívar.

Ilustración 33: Imagen de comerciante desalojado del Bazar de los Puentes (Casa editorial El Tiempo, 2014)

Ese nuevo espacio tomado de lo público, para hacerlo aún más público, como reivindicación a unas condiciones laborales de muchas familias que viven del 're-re' (reaprovechamiento, reciclaje, reventa), es, como lo menciona Sarlo,

> "un desorden exorcizado por la perfecta adecuación entre finalidad y disposición del espacio" (Sarlo, 2009, p. 13)

Este principio diabólico de encontrar el orden en el desorden, es la afirmación estética de que en los objetos allí presentes la circulación mercantil es posible, porque si bien para algunas personas no marginadas estos productos solo están en los ciclos finales de su vida útil, lo que se ve allí (entre lo útil y lo inútil, lo falso, lo imitado, el desalojo o reorganización de algún cuarto de San Alejo, lo partido o dañado, solo una parte, ropa, algo robado, el contrabando, toda caracterización de menaje doméstico, herramientas, obras de arte, libros y revistas, artesanías mixtas) es la demostración de una potencialidad de usos no entendidos y desviados que se le pueden dar a lo no deseado por otros, y, al mismo tiempo, de memorias, de presencias y ausencias, de olvidos o simplemente de nuevos puntos de partida.

Por eso el Bazar de los Puentes y otros espacios similares, sobre todo si están al aire libre como ese, son el hogar transitorio de la más variopinta muestra de la realidad de ciudad, de lo que se consume, de lo que se desecha y de cómo en los tapetes dispuestos en el piso, se puede leer la ciudad en los objetos que se muestran y venden.

> "Los amantes de esos mercados los seleccionan (se refiere a los objetos) y con la paciencia de un coleccionista buscan en ellos, no la firma de un autor, sino la marca de uso que diga '*por este objeto pasó alguien viviendo*', '*pasó el tiempo*'. Hay huellas de la vida en ellos." (Bahntje, Biadiu & Lischinsky, 2007, p. 3)

En esos lugares, entonces, la semántica del objeto no es la que habla; es el desorden de ciudad como espejo, presente en las formas de presentación de las mercancías, algunas dispuestas según gamas cromáticas, tamaños y hasta por usos, y otras acumuladas en arrumes que casi son un reflejo topográficos de la silueta de ciudad y sus barrios. Allí la huella de urbe está en cada producto que espera ser reivindicado en una nueva apreciación formal.

Esa concepción de bazar, de mercado de las pulgas, ofrece al diseño, entonces, lo que Baudrillard llama 'sistema de los objetos', estructuras del 'hombre de colocación'.

> "El nuevo tipo de habitante que se propone como modelo es el hombre de colocación, no es ni propietario ni simplemente usuario, sino que es un informador activo del ambiente. Dispone del espacio como de una estructura de distribución; a través del control de este espacio, dispone de todas las posibilidades de relaciones recíprocas y, por lo tanto, de la totalidad de los papeles que pueden desempeñar los objetos. Lo que importa no es ni la posesión ni el disfrute, sino la responsabilidad, en el sentido propio de que es él quien arregla la posibilidad permanente de respuestas. Su praxis es pura exterioridad. El habitante moderno no consume sus objetos. (…) Los domina, los controla, los ordena. Se encuentra a sí mismo en la manipulación y en el equilibrio táctico de un sistema." (Baudrillard, 2010, p. 26)

Los objetos generan presencias e interioridad, son claros en cuanto a su funcionalidad y generan relaciones entre ellos solo en hechos de espacio. Además, alcanzan su libertad formal, su 'estilo', y se reivindican en estos espacios así sea vistos como marginales.

Cuando el espacio es desestructurador y en él no se da la reconvención de los objetos, se libera el 'estilo', ese modelo interior, minimalista, suficiente y superficial que denota la usabilidad, y que lo pone en ventaja para ser interpretado según las

necesidades o las pasiones de su poseedor. El producto ganador, entonces, puede pasar de ‘marginal’ a ‘coleccionable’ al ser abstraído de su función y jerarquizado en su configuración formal.

Los objetos coleccionados, clasificados formalmente primero en la disposición que el comerciante hace de ellos en el efímero y pequeño espacio robado a la ciudad, permiten al coleccionista o al simple transeúnte despreocupado encontrar una estética del consumo que integra a todos en una dinámica comercial; o mejor, en dinámicas objetuales, marginales, desechadas, apreciadas y atesoradas.

Esta huella de los objetos domésticos, rastreable casi como una arqueología de la forma, permite desde el diseño industrial concretar momentos y tiempos que forman un imaginario certero del estado del arte de este tipo de productos. Además, configurar una cultura material que, con la debida y suficiente información, los sitúa en los contextos en los que se generaron, usaron y desecharon. Y por último, asignarles las contextualidades estéticas de cada momento.

> “Los objetos serán el lugar, no de la satisfacción de necesidades utilitarias sino de un trabajo simbólico, de una producción, pro-ducere, en doble sentido, se los fabrica pero se los produce también como prueba de fe.” (Bahntje, Biadiu, & Lischinsky, 2007)

Los objetos, entonces, aquellos que permiten la verdad sobre el mundo, los ritualizados y los otros, los demás, los estéticos, todos convienen en una posibilidad simbólica bajo el amparo de la ‘*thecne’*. Todos ellos representan al ser humano y son claves en la configuración de su nuestra cultura material, como lo recuerda Jorge Luis Borges en su poema Las Cosas, publicado en su poemario *Elogio de la sombra*, en 1969, y más tarde recogido en su obra *Siete noches* (1988)

“El bastón, las monedas, el llavero,
la dócil cerradura, las tardías
notas que no leerán los pocos días
que me quedan, los naipes y el tablero,
un libro y en sus pinas la ajada
violeta, monumento de una tarde
sin duda inolvidable y ya olvidada,
el rojo espejo occidental en que arde

una ilusoria aurora. ¡Cuántas cosas,
láminas, umbrales, atlas, copas, clavos,
nos sirven como tácitos esclavos,
ciegas y extrañamente sigilosas!
Durarán más allá de nuestro olvido;
no sabrán nunca que nos hemos ido.”
(Borges, Siete noches, 1988)

Como producto, la ciudad se establece en el devenir de quienes son sus ocupantes y en esa diferencia de encuentros y desfases que se perciben en los gestos repetidos de algunos, en los afectos dispersos y en los odios viscerales.

El pueblo, como posibilitador de la cultura, no permite a la ciudad leerse como una totalidad; solo se pueden extraer de ella ‘etogramas’ individuales, algunas imágenes espontaneas e indicios de fronteras territoriales, algunas evidentes y otras invisibles. Sin embargo, algunos de sus lugares, como el nuevo bazar ganado a la ciudad, propician momentos y movimientos a veces por fuera de la ley y el sentido de lo recto, pero se puede negar que se viven desde lo sensible. Así, la territorialidad, aunque intangible, se siente y se avala en la expresión popular, como potenciadora de la sensación estética.

Bajo la dimensión objetual, el espacio reclamado nace y permanece, en uno u en otro lugar, porque se establece bajo las necesidades prácticas de toda ciudad de reconocerse a sí misma.

3.7 LA REPRODUCCIÓN SOCIAL

Finalmente, para cerrar este rastreo del objeto doméstico desde la antropología, es importante revisar los planteamientos de la semiótica, con Barthes como principal referente, como enfoque estructural que guía su lectura como signo.

Se puede decir en este campo, entonces, que, como señala ese autor (1985), en el caso de los objetos que atañen a este trabajo, tanto el *significante*, es decir, su forma o estructura morfológica, como su *significado*, que no es otro que su estructura significativa o mensaje, siempre se mueven entre dos posiciones: lo ‘inequívoco o unisígnico’ y lo ‘polisémico o supersígnico’. En el primer caso, el mensaje es único, claro y legible, mientras que en el segundo se presta a contener

dos o más significados. Esa óptica, entonces, también permite entenderlos desde e uso y la apropiación, como ‘objetos próximo o de uso cotidiano’.

Muchos productos se utilizan para funciones distintas a las previstas originalmente por el diseñador. La modificación de su uso o de su percepción señala, además, el camino de adecuación a nuevos diseños. Por tanto, el diseñador subjetivo que presta atención a lo evidente, al sentido común, siempre encuentra que la objetualidad propuesta como lenguaje visual, es un simple gesto de lo que lo ha influenciado. Igualmente, el contexto en que se mueven los diseños y la interacción que tenga el usuario con él, marcan los procedimientos prácticos y enfoques de diseño industrial.

El diseño puede potenciar, porque si bien hay discursos de moda o inclinaciones que lo pueden direccionar, es quien, como proyectista, debe identificar las tendencias y los perfiles.

El perfil del usuario como herramienta útil y necesaria en la disciplina del proyectista, aporta información sobre la conducta de determinados consumidores, como algunos indicadores y patrones que son necesarios para pensar en el objeto y en el nivel de ruido visual que se espera que este alcance a generar. Así, los productos descontextualizados originan ruidos excesivos, respuestas emocionales desacertadas y ‘objetos chisme’, y otros poco claros con interpretaciones ambiguas, abiertas y poco coherentes.

Si bien en la mayoría de los casos con el perfil se trata de dirigir acertadamente los objetos a su público real, también sucede que permite identificar lo significativo de ellos, es decir, todo lo que se articula alrededor de los sistemas estructurales conformados por signos. Por eso mismo no hay productos ‘para nada’, pues pueden tener solo finalidades estéticas, aunque su fin último debe ser servirle al hombre para modificar el mundo. Entonces, como mediadores, deben producir en quienes los utilizan, una comunicación de informaciones, un sentido que desborde en muchos casos la función primaria.

Así, al producir y generar sentido, la consideración simbólica de la que habla Barthes es clara y todos los objetos pasan a ostentar una profundidad metafórica, profunda y simbólica. Todos están ordenados de cierta manera que remiten a un significado, siempre ligados por una parataxis, un ordenamiento que los inscribe

en un régimen de espacialidad o ritualidad donde cada producto, acompañado de otros, permite una más fácil lectura.

> “Creemos encontrarnos en un mundo práctico de usos, de funciones, de domesticación total del objeto, y en realidad estamos también, por los objetos, en un mundo de sentido, de razones, de coartadas: la función hace nacer el signo, pero este signo es reconvertido en el espectáculo de una función.” (Barthes, 1985, p. 225)

Dentro de esta teoría del orden en la cual los signos se deben organizar en una especie de ‘cocina del sentido’, como lo concibe dicho autor, bajo la condición del hombre moderno se da una misteriosa actividad que consiste en la lectura de imágenes, gestos y comportamientos que produce la ‘fauna social’, enmarcados en valores sociales y morales; lecturas que determinan el sentido económico, histórico y psicológico de una sociedad.

> “Descifrar los signos del mundo quiere decir, siempre, luchar contra cierta inocencia de los objetos.” (Barthes, 1985, p. 226)

El semiólogo, como dice Barthes, debe, entonces, entrar en la cocina del sentido, donde la significación es la manera de pensar del mundo moderno.

4 EL OBJETO DOMÉSTICO, DOMESTICADO
(La perspectiva estética)

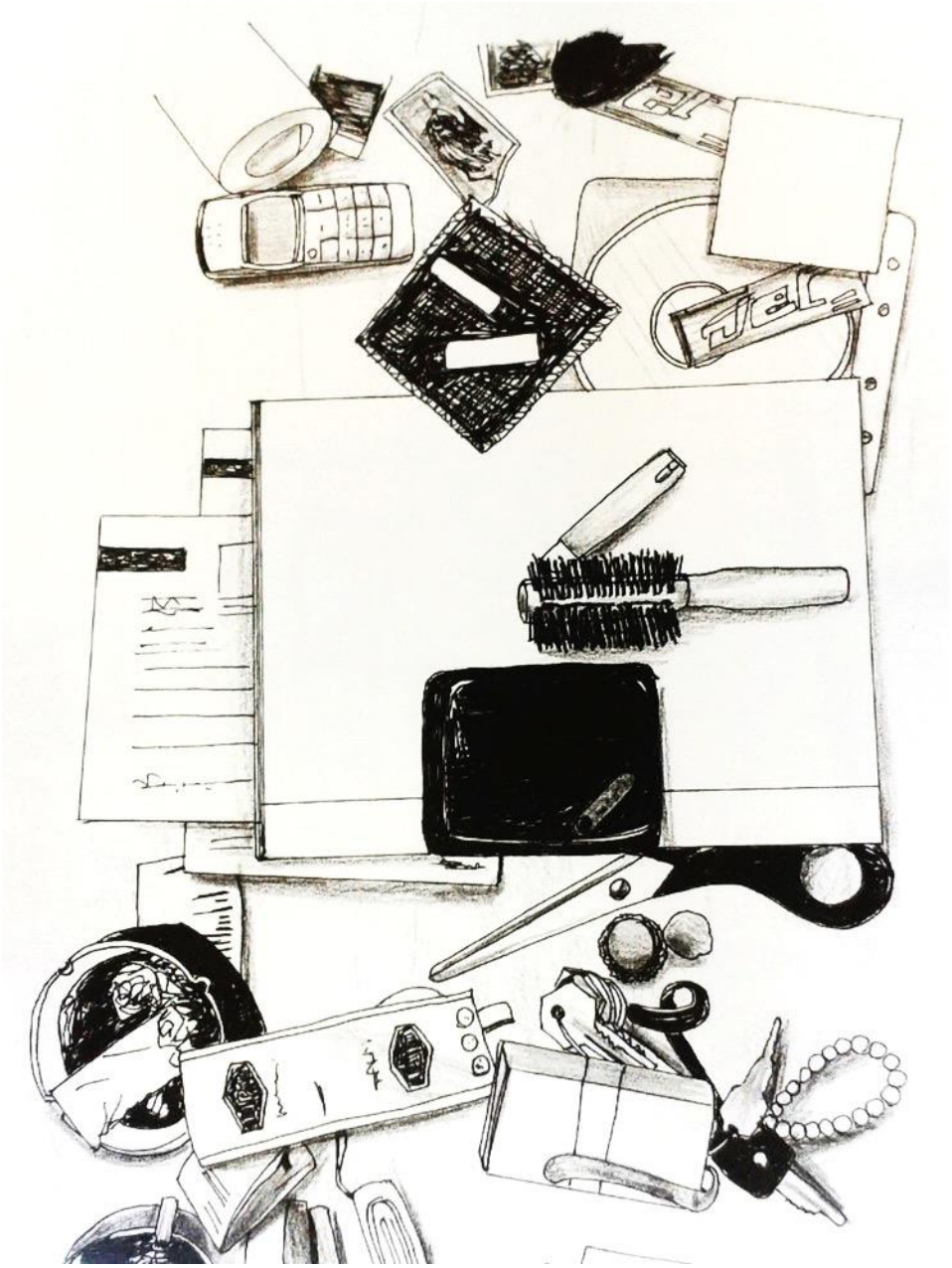


Ilustración 34: Dibujo "*Mesa de noche. Hombre entre 25 y 30 años*" (Montenegro, 2008, p. 41)

En el principio en las culturas nómadas, la forma de los objetos está dada por su usabilidad, generalmente representada en las herramientas y en su correcto funcionamiento, para la domesticación de un entorno, para dominarlo y hacer más llevaderas las condiciones impuestas por la naturaleza.

Las interfaces de aquella época se convierten en huella de intenciones sensibles y comunicativas que estructuran una cultura material, que con el pasar de los tiempos, y por medio de condiciones de todo tipo.

Por tanto, las interfaces, con su *estética*, generan en los objetos unas condiciones certeras para su validación en aspectos o factores identificadores que van desde su producción hasta su comunicación, haciendo de ellos un vehículo de memorias y necesidades que, en la actualidad, distorsionan la línea entre el domesticador y el domesticado.

Para comprender ese objeto como vehículo, como interfaz objeto-hombre y hombre-objeto y como portador de *estética*, y la importancia de esta, se realiza en este apartado un último rastreo desde la sensibilidad de su piel o materialidad, para intentar resolver una cuestión fundamental: ¿Somos domesticadores o domesticados por la nueva generación de objetos domésticos?

4.1 LA PIEL DE LOS OBJETOS

Enzio Manzini (1993) explica que los primeros productos que resultan de la intervención del hombre son elementos provenientes de la naturaleza que con unas simples modificaciones ofrecen las prestaciones mecánicas para las que son requeridos. Pieles, maderas y huesos, son medianamente utilizados en esa fase primigenia de la técnica, y las caracterizaciones de superficie que se hacen en ellos, como marcas, texturas y signos, son aceptados como intentos primigenios por lograr una representación simbólica. Así, los dibujos o incisiones regulares en fragmentos de huesos hace 30.000 años, si bien no revelan una intencionalidad aparente o ‘decoración’ alguna, y no desvelan mayor cosa sobre el desarrollo objetual del paleolítico, sí son una muestra de la importancia de estos objetos domésticos en la antigüedad.

Sin embargo, según el mismo autor, la cultura material potencia su ‘decoración’ y ‘ornamentación’, y condiciona al producto a ser soporte de variables sensoriales.

El objeto pierde, entonces, paulatinamente, su fundamentación de usabilidad, para dar paso a su mensaje de soporte torpe, reproducible y materializante que entorpece la semiótica, es decir, su lectura en interfaces, porque estas son confusas y adornadas en exceso.

Su estética, entonces, copa todos los aspectos cognitivos del hombre y este, a su vez, en su dinámica, descubre en cada producto la piel identificable y cómoda en la cual esa sinceridad comunicativa se presenta tal como es, sin pretensiones y sin prevenciones.

El objeto mira, devuelve la mirada y, por medio de su piel, domestica al ser humano, haciéndolo parte de su materialidad, tal como lo hacen los teléfonos celulares de última generación de la marca Samsung, en su línea Galaxy 3.

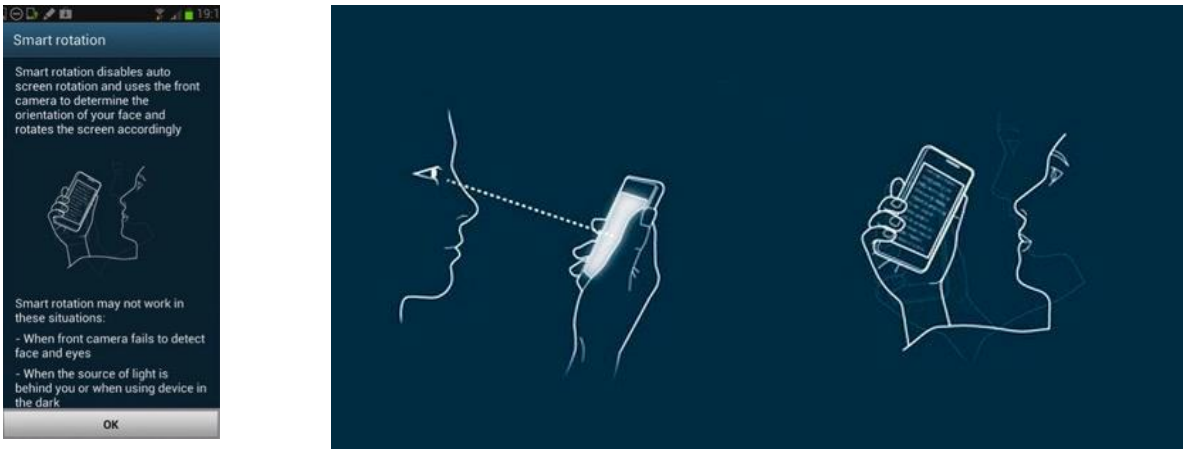


Ilustración 35: Imágenes que explican el funcionamiento del teléfono inteligente Galaxy 3, de Samsung (TusEquipos.com, 2014)

La vida de los objetos, o su ciclo de vida, está determinada por sus componentes y por las condiciones en las que estos se disponen en relación con su obsolescencia programada; por un control de parte de la industria o el diseñador para otorgarle tiempos de uso limitados, con el fin de dinamizar la industria y el comercio de los mismos. Sin embargo, la paradoja de algunos productos reside en materiales estéticamente más agradables que parecen mejorar con el uso, como son los hechos con algunas cerámicas, arcillas u otros materiales de construcción, con maderas y cueros, y hasta con ciertos materiales compuestos, conocidos como ‘tecnológicos’, pues parecen retar al tiempo al permanecer como nuevos o adquirir

cierta pátina de dignidad poco a poco, retando al espíritu de la modernidad y hasta de la misma moda.

Esos objetos importantes desde la significación, como ya se explicó en el capítulo dos, son los soportes de memoria y evidencias de un desarrollo técnico que los reta y, al mismo tiempo, se doblega ante ellos. Son testigos de épocas que estéticamente están distantes en sus prestaciones, pero cercanos e intactos en su significado.

Así, como lo expresa Norman (1998), el ser humano, confiado en su denominación de las formas, es un lector de objetos, y quien con términos suscritos a la forma, el color y la textura convierte la experiencia de uso en una relación estética particular, que a veces es una proximidad doméstica; relaciones con los productos de confianza que los sitúan en un plano distinto donde la sensibilidad está dada por el uso.

La piel, la membrana primaria de todo objeto, es donde funciona su interface y lo que permite la interacción con el usuario, de un lado, y de otro la cercanía con la acción y con lo que se espera de él. Como se dijo al hablar de la ‘pantallización’, es, entonces, lo que faculta, con la sensibilidad táctil, convertirse en un nuevo ‘hombre de colocación’.

Los seres humanos hoy más que nunca intercambian información con los objetos. En ellos encuentran no las estructuras simples de interface de usuario, ofrecidas en el pasado, sino formas más novedosas y dinámicas para pasar del mundo de la información en dos dimensiones, a uno controlado para la información en tres o más dimensiones.

De esa manera, la experiencia estética es valorada desde las comunicaciones de doble vía con el objeto, pero, también, desde los nuevos materiales, más sensibles al tacto y con sensaciones más tranquilizadoras. Entre ellos están, por ejemplo, los ‘textiles con memoria’ o ‘con nanotecnología’ y otros que invaden intimidades y posibilitan lecturas hasta el momento desconocidas, como el diseño de interacción o el diseño Kansei (del japonés *kansei kougaku*), el cual se refiere a la ingeniería de lo emocional o afectivo con el objetivo de crear o mejorar productos ligándolos a los sentimientos y aspectos psicológicos del cliente.

En estos límites se diseña actualmente el objeto, y la piel misma de este llega a confundirse con la del ser humano, quien es a la vez usuario y objeto doméstico, domesticado y funcional, desafortunadamente con un ciclo de vida predecible y proyectado.

4.2 LA ESTÉTICA TÁCTIL

Leroi-Gourhan (1971) define la ampliación del alcance estético, a todas las manifestaciones que, desde las apreciaciones cognitivas, se desligan de una estética basada solo en el simbolismo audiovisual o a partir del arte. Con ese principio, la estética alcanza niveles que abarcan lo fisiológico, lo social, lo figurativo y lo técnico. Si bien allí no se encuentra una nueva estética, por lo menos se reconoce 'expandida' en una simbología diferente, y en la cual cabe a sus anchas el objeto de uso doméstico.

La estética, a partir de Leroi-Gourhan, deja de ser una rama de la filosofía dedicada a un asunto de la belleza y el arte, y comienza a asumirse como la apreciación de todo aquello que se puede expresar por medio de la cultura técnica y la cultura material, en objetos con memorias de la genética social y figurativa que propician la evolución humana.

Es estética, entonces, la industrialización y sus productos, así mismo la cibernética. En ella el hombre es el responsable de la conformación de su propio 'estetograma' (neologismo que indica la plasticidad del espacio), de sus nudos, fronteras y líneas que han de ser negociados, o no, como lógicas de unas formas de expresión bajo unos ritmos que permiten exteriorizar los imaginarios. Esta es una de las razones de ser del objeto doméstico, pues en él se canalizan y exteriorizan los ritmos, y con ellos se domina la experiencia, la usabilidad y los valores de significación.

> "La estética es la ciencia de un modo específico de apropiación de la realidad, vinculado con otros modos de apropiación humana del mundo y con las condiciones históricas, sociales y culturales en que se da." (Mandoki, 2008)

Desde los primeras muestras de ornamentación en herramientas o utensilios de caza, como una de las formas fuera del cuerpo de hacer leer intencionalidades y der hacer visible unos contenidos simbólicos importantes para el clan o la jerarquía, la estética establece esta herramienta, el objeto de uso doméstico, como

un vehículo comunicativo con el cual el hombre expande sus límites y establece nuevas fronteras partiendo de su microcosmos, del entorno del gesto inmediato. De allí donde se mueve la objetualidad próxima, pasando por el imperio personal cerrado de su habitad o vivienda, hasta llegar al imperio funcional, lugar donde la herramienta, el instrumento y el utensilio son parte del diario vivir del ser humano y son los medios para dominar una naturaleza.

Esta historia de la humanidad o historia técnica del objeto doméstico, tratada con profundidad en el primer capítulo de esta tesis, narra o rastrea la cultura técnica como parte de una material, donde se halla un hombre que identifica al producto como un hecho técnico y estético, perteneciente a su espacio, a sus ritmos y rutinas, que le permite estar seguro. La creación de esos recorridos conocidos, rodeados de caras objetuales familiares, construyen la vida afectiva, familiar y profesional, en espacios para añorar el pasado, vivir el presente y soñar el futuro; espacios íntimos sensibles y espacios de la dimensión estética viva y real del individuo, en donde se da la '*estesis*' de la que habla la filósofa Katya Mandoki.

> "Si el conocimiento es un efecto de la capacidad de conocer del ser humano, la estesis es un efecto de su condición sensible (…)". (Mandoki, 2008)

La '*estesis*' que propone esta autora, es un concepto fundamental para comprender la estética actual, pues recoge esos sentimientos, sensibilidades y "sentidos, ya mediados por la cultura", como afirma la misma Mandoki (2008), que se derivan de la experiencia con el producto y que lo determinan, y que surgen o están no necesariamente vinculados o determinados por aspectos de decoración u ornamentación, sino a la subjetividad.

> "Mandoki asevera que para entenderlo (en concepto 'estética') se debe hacer alusión al estudio de la condición de estesis, la cual es '*la sensibilidad o condición de abertura, permeabilidad o porosidad del sujeto al contexto en que está inmerso*', con esta especificación entendemos que no estamos tratando el mero ámbito de la experiencia del estudio del arte y de lo bello, sino de la abertura del sujeto en su condición de expuesto a la vida. No hay estesis sin vida ni viceversa, esta es una condición fundamental de cada ser viviente (…)
>
> Se introduce el término se subjetividad, que es donde reside la estesis. Éste es '*el lugar de abertura o exposición al mundo y condición de posibilidad de las tres fases en que se manifiesta: individualidad, identidad y rol*.' Individualidad es la condición corporal, visceral del sujeto, su singularidad, el sustrato biológico, de donde emerge el carácter y el temperamento, la pulsión de vida y el ímpetu, es intrapersonal y expresa unicidad. La identidad es social y depende de otros, es interpersonal, aunque es construida por el sujeto; es

> otorgada, se constituye en una familia, etnia o religión, así como por la reputación o las maneras de obrar; es indispensable para la supervivencia social. El rol, por último es impersonal, se torna anónimo y es asumido, pasivo, y se da en condiciones circunstanciales." (Vásquez, 2012, citando en algunos apartados a Mandoki, 2008)

Así, el hogar, el lugar de la estesis doméstica, es el espacio de una 'socioestética de lo sensible' o 'prosaica', entendida como aquel proceso amplio y extendido de variables estéticas que provienen del ser humano en sus prácticas de intercambio.

Esta prosaica, asumida entonces como 'herramienta para entender las relaciones hombre-objeto', siguiendo lo planteado por Mandoki (2008), está en la demostración y demarcación de la estética, no en un modo en el cual el cuerpo y sus sentidos encuentran su viveza emotiva, su alma, la voluntad de vivir, de apropiarse y acomodarse a condiciones culturales y sociales, sino más bien como un hecho de relaciones significativas que son el alma de los objetos.

> "Hoy (*no hay*) ni escena, ni espejo, sino pantalla y red. Ni trascendencia, ni profundidad, sino superficie inmanente del desarrollo de las operaciones, superficie lisa y operativa de la comunicación. A imagen y semejanza de la televisión, el mejor objeto prototípico de esta nueva era, todo el universo que nos rodea e incluso nuestro propio cuerpo se convierten en una pantalla de control" (Baudrillard, 2008)

Hay en la situación actual, entonces, una especie de revelación de una relación totalmente original, en la cual el diseñador se sitúa para entender las correctas relaciones subjetivas que se deben tener con los objetos, sus nuevas lógicas al momento del uso, y cuándo es válido la abstracción total como camino sustituto a la experiencia, tal como lo enuncia el mismo Baudrillard:

> "Ya no nos proyectamos en nuestros objetos con los mismos afectos, las mismas fantasías de posesión, de perdida, de duelo, de celos: la dimensión psicológica se ha esfumado, aunque podamos descubrirla en el detalle." (Baudrillard, 2008)

Estos sistemas novedosos, regidos bajo las dinámicas de las relaciones en las cuales el ser humano se promete a sí mismo, involuntariamente, como una máquina, con contactos terminales, cambia el universo del objeto doméstico a una dirección IP, donde él pertenece y habita en el nuevo domicilio de la nube, con recepción y operación, elevación su universo doméstico a un ciberespacio o ámbito virtual. El hombre ya no existe como el 'colocador geométrico' enunciado

por Baudrillard, sino como pantalla o terminal en las relaciones de interface con la realidad objetualizada.

> "Telemática privada: cada uno de nosotros se ve prometido a los mandos de una máquina hipotética, aislado en posición de perfecta soberanía, a infinita distancia de su universo original, es decir, en la exacta posición del cosmonauta en su burbuja, en un estado de ingravidez que le obliga a un vuelo orbital perpetuo, y a mantener una velocidad suficiente en el vacío so pena de acabar estrellándose contra su planeta originario.
>
> Nuestra propia esfera privada ya no es una escena en la que se interprete una dramaturgia del sujeto atrapado tanto por sus objetos como por su imagen. Nosotros ya no existimos como dramaturgo o como actor, sino como terminal de múltiples redes." (Baudrillard, 2008)

Estos nuevos órdenes modernos, cibernéticos, distintos a los de la procreación del objeto, en los cuales las posibilidades de la creación están migrando del diseñador al usuario, gracias a las tecnologías de impresión en tres dimensiones, son precedidos por una historia anterior, y ella los carga de ADN cultural que de todas maneras los subordina y amarra a un contexto determinado. Algunos de ellos se inscriben en la tradición o la moralidad del hogar, donde los órdenes de colocación son bastante estrictos y están condicionados por la espacialidad mínima, llevando la funcionalidad a la obsesiva eficacia del mensaje.

El cuerpo humano, doméstico por extensión, concentra su nueva función en su fórmula de la exhibición y el voyerismo, en una genética no conocida previamente en la cual la escena se desligada de tiempos y paisajes y se propicia otra forma de entender la obscenidad:

> "La distinción entre un interior y un exterior, que describía acertadamente la escena doméstica de los objetos y la de un espacio simbólico del sujeto, se ha borrado en una doble obscenidad: la actividad más íntima de nuestra vida se convierte en pasto habitual de los *media* (…) Ya no estamos en el drama de la alienación, sino en el éxtasis de la comunicación (…) No es solo lo sexual lo que se vuelve obsceno: actualmente existe toda una pornografía de la información y la comunicación, una pornografía de los circuitos y las redes, de las funciones y los objetos en su legibilidad, fluidez, disponibilidad y regulación, en su significación forzada y en sus resultados, sus conexiones, su polivalencia, su expresión libre." (Baudrillard, 1997)

La pornografía objetual, forzada y desmesurada en productos que se mueven con libertad absoluta entre lo público y lo privado, genera objetos espectáculo para los *mass media* o medios masivos de comunicación. Cuando desaparece el teatro de la ilusión y todo es visible, el ser humano pasa a ser 'perfil', 'red social':

> “Ya no estamos en el drama de la alienación, sino en el éxtasis de la comunicación.” (Baudrillard, 1997)

Los objetos en su legibilidad, fluidez, disponibilidad, regulación y significación forzada a rituales o conexiones significativas impuestas, se convierten en portadores de una significación que se vende al mejor postor.

> “Ya no es la obscenidad de lo oculto, reprimido, oscuro, sino la de lo visible, de lo demasiado visible, de lo más visible que lo visible, la obscenidad de lo que ya no tiene secreto, de lo que es enteramente soluble en la información y la comunicación.” (Baudrillard, 1997)

Para Sarlo (2009) La obscenidad de las mercancías legibles en contra de la contundencia de los objetos, los pone como médium de un ideal de modernidad y desarrollo, en contra de una cálida y promiscua obscenidad sexual de lo acumulado en nuestras esferas privadas. Obscenidad fría perteneciente a una saturación superficial, que se da por la influencia de los medios de comunicación y, también, por una pública libertad, la del delirio y el azar como lo dice Baudrillard (1997), que se convierte en una forma de placer caracterizada, por un lado, por el vértigo que hace desaparecer las formas expresivas y contundentes, por otro, porque la experiencia de uso del objeto en el ámbito emocional no genera expectativas sino resultados inmediatos concretos.

La escena no puede ser más oscura. ‘Objetos álter ego’ de una sociedad cada vez más narcisista y delirante, dejan de ser expresión estética contundente para convertirse en fascinación psicotrópica, en formas del placer obsceno que se canalizan por medio de una pantalla, y generan relaciones digitadas en ‘memes’, con dos pulgares.

Objetos domésticos ellos, objetos domésticos los seres humanos, que se mueven en la histeria de la potenciación del sujeto por el producto, y no en la paranoia de la organización y estructuración del espacio rígido. El espacio natural es el del terror esquizofrénico de una objetualización próxima, en la cual el objeto se comporta como un virus invasor y donde el límite del ser se rompe por completo. “No hay espejo, solo pantalla”, como afirma Norman (2005).

4.3 LA MORFOGÉNESIS: LOS FACTORES DETERMINANTES DEL OBJETO DOMÉSTICO

Morfogénesis: (del griego "morphê" que significa forma y "génesis", creación),
Literalmente el origen de la forma.
Wikipedia, 2014)

Para comprender también el objeto doméstico desde una perspectiva amplia, holística y sistémica, es primordial también revisar los factores que, según Quarante (1992), son determinantes en la disciplina del diseño de producto, porque, como ya se ha visto al hablar de la perspectiva contemporánea, la estética no puede ser únicamente la resultante de los procesos de funcionalidad, sino la evidencia de una armonía entre variables que influyen y delimitan el ciclo creativo.

Entre esos factores están los que considera Norman (2005): los 'emocionales', que tocan al objeto en la dimensión de las sensaciones de lo subjetivo implícito en él, del libre albedrio o del gusto. También, los 'cognitivos', que recurren a la información del usuario, a su ADN objetual, y a valoraciones y consideraciones reflexivas. Además, los 'intelectuales', en los cuales casi involuntariamente la formación de la persona hace que el objeto se encuentre con su geometría, sus proporciones y su correcta disposición armónica, aplicando leyes como las de la Gestalt y otras consideraciones matemáticas y geométricas. Y otro más, los 'psicológicos', que involucran el placer de lo estético supeditado a las condiciones psíquicas personales.

A ellos se deben añadir otros que se explicarán más adelante, planteados por Quarante (1992): los 'culturales', los 'sociales', los 'histórico-tecnológicos' y los 'funcionales'.

Todos esos factores que intervienen de una u otra manera, influyen en la expresión de la finalidad última del producto y en la relación que debe existir entre este y aquella, como respuesta a un problema planteado por varios teóricos del diseño; y en la expresión simbólica afín a la usabilidad donde caben los objetos fetiche, los amuletos y todos aquellos que no se pueden catalogar como portadores de una función práctica.

También esos factores deben tenerse en consideración cuando la estética, considerada como una función, hace parte de la simbología; cuando el objeto

porta una totalidad a la cual se le da lectura, y cuando denota un derroche significativo de relaciones de función con el signo, es decir, cuando la aplicación puramente sensible hacen del adorno una constante.

Si bien los componentes estéticos son o están relacionados con el gusto y el placer con las sensaciones, y se mueven alrededor de parámetros de individualidad, de sociedad, de la cultura y de la historia, van más allá, pues según los factores psicológicos, el diseño debe asumirse como una disciplina de la sensibilidad o de la totalidad; algo pretencioso para el diseño, pero necesario y real porque debe moverse en diversos planos que van desde los puramente fisiológicos y físicos, como la ergonomía y antropometría, hasta los psicológicas más complejos que dan cuenta de la percepción y la sensibilidad.

La forma elaborada del objeto doméstico, sometida a la estética expandida, es decir, alejada de los cánones normales de una estética se podría denominar como 'formal', ofrece mensajes mucho más directos y, a la vez, por su abertura, más confusos. En esos productos cada 'mensaje semántico' es riguroso, denotativo y lógico, pero también cada 'mensaje estético', indescifrable y simbólico, porque el producto se mueve entre la lógica y la afectividad.

Esa relación ambigua pero comunicativa en manos de un diseñador no es más que la habilidad proyectual, para lograr en el producto el correcto balance o equilibrio de las formas que lo componen.

4.3.1 LOS FACTORES ARMÓNICOS

Para Quarante (1992), si se pudiera hablar de un vocabulario formal en la conformación de los objetos, se emplearía para referirse a la coherencia formal y al ritmo como principios 'ordenadores' de la forma, como totalidad en una composición completa en la cual todos los elementos se pertenecen y pertenecen a un todo, buscando siempre la coherencia y al armonía.

Esa coherencia es vital en los objetos, y se debe manifestar en varios elementos o morfemas como el punto, la línea, plano y volumen. Dándoles orden se llega a la unidad de la forma, dispuesta en una armonía o en una desarmonía voluntaria.

La ‘forma armónica terminada’, aquella a la que no le sobra ni le falta nada y a la que se califica como ‘buen diseño’, es equilibrio sutil entre armonía, unidad y coherencia, siempre bajo las reglas de unos ritmos que aseguran romper la monotonía formal. Ritmos o movimientos simples o complejos que, además de estas alternancias, contribuyen a la construcción formal de objetos bajo una percepción estética, como advierte el autor.

En la historia se encuentran múltiples intentos por establecer sistemas de proporciones con el anhelo del equilibrio estético. Desde los cánones griegos, egipcios o mesopotámicos, y sus ideales de proporcionalidad que idealizan matemática y geométricamente las proporciones, hasta las teorías orientales de equilibrios sintéticos alrededor del ‘*Tatami’*, nombre con el que se conocen en Japón a las divisiones espaciales tradicionales que se usan en las casas, y que no son más que un modelo de sistema modular basado en las dimensiones humanas de 1.80 x 90 cm.

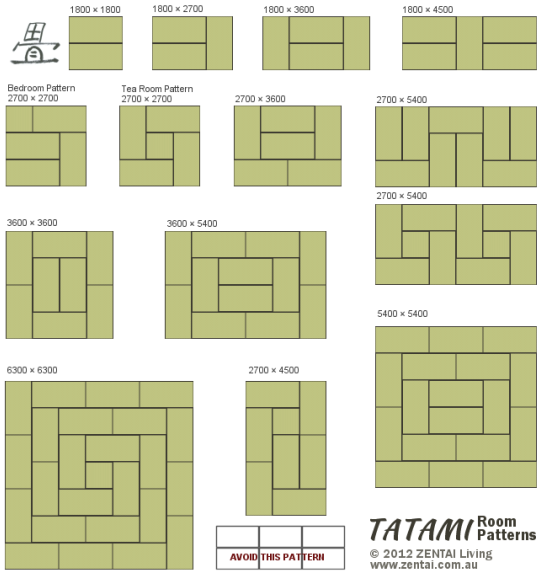


Ilustración 36: Patrones de diseño de habitaciones de Tatami (en Cdn2.bigcommerce.com, 2014)

4.3.2 LOS FACTORES CULTURALES

Por otro lado están, según Quarante (1992), los factores culturales. Si bien la palabra estética se ha relacionado erróneamente solo con el ideal de buen gusto y de la belleza principalmente, en posturas academicistas es solo cierto que la

apreciación estética es totalmente relativa. Depende del entorno cultural, de la manera de ver y de interpretar lo visto por medio de sensaciones y conocimientos previos, de perspectivas de grupo o sociedad que permiten tomar postura en el mundo que rodea. La perspectiva cultural del objeto y su disposición en el espacio, son cuestiones puramente culturales, religiosas, políticas o históricas.

> "Eso que generalmente se llama bello no es más que una sublimación de las realidades de la vida, y así fue como nuestros antepasados, obligados a residir, lo quisieran o no, en viviendas oscuras, descubrieron un día lo bello en el seno de la sombra y no tardaron en utilizar la sombra para obtener efectos estéticos." (Tanizaki, 1994, p. 44)

Los modelos geométricos y la disposición espacial en la arquitectura, principalmente en la forma de concebir y disponer el edificio público, crean manifestaciones culturales que obedecen a tradiciones y manifestaciones de una lógica del poder. El ser humano tiene la disposición natural para disponer y transformar el entorno, construyendo cultura material y creando simbologías culturales que sirven para enriquecer la actividad del diseño con una visión más real del contexto.

4.3.3 LOS FACTORES SOCIALES

Continuando con el mismo autor, se puede decir que la humanidad siempre ha sido representada desde tiempos remotos en sus trazos y signos, algunos de ellos plasmados en objetos de uso doméstico, algunos otros en su propio cuerpo. En ellos el hombre manifiesta su identidad como parte de un algo, allí se da su estatuto social, la construcción de un yo social, y su poder o bien para desarrollar estados ceremoniales.

Esa estética corporal y objetual dota a personas y objetos de una ornamentación que puede moverse por un universo puramente estético, extrapolando la naturaleza. Allí las marcas son símbolos sociales del ritual, identidades que por medio de los productos son memorias de pasados.

Al igual que los cuerpos, los objetos son embestidos por las marcas que los hacen acercarse un poco más a la personalización o animismo. Este '*lifting'* objetual se da en los automóviles, que 'miran a la gente con sus ojos rasgados o redondos', delatando su origen y acentuando los rasgos del producto, diciendo mucho sobre su usuario tenedor.

Ilustración 37: Fotos frontales de automóviles (ZCoches.com, 2014)

Todas esas alternativas que se dan por variaciones estéticas del producto se mueven en la categorización del signo, como lo piensa Quarante (1992). El símbolo convertido a su valor utilitario, o simplemente como valor estético-simbólico, a veces contraría el valor de uso con el de signo.

La función simbólica como reafirmación social va en contravía del funcionalismo puro, que busca el uso como la cualidad primaria del producto, y en corriente contraria está el objeto 'de moda', que dispara el valor semántico dejando de lado la usabilidad. El equilibrio entre ambos factores, entonces, señala a un producto más completo, teniendo en cuenta que es imposible desligarlo de su patrimonio sígnico, o de su valor funcional. Una sociedad utilitarista y técnica, en la cual el valor sígnico del objeto es relegado, es una sociedad poco viable y francamente aburrida.

En otras palabras, se vive hoy en una realidad objetualizada de signos y mensajes que dificultan una clasificación enciclopédica de los objetos, solo posible con intentos como los que describe Borges.

> "Esas ambigüedades, redundancias y deficiencias recuerdan las que el doctor Franz Kuhn atribuye a cierta enciclopedia china que se titula *Emporio celestial de conocimientos benévolos*. En sus remotas páginas está escrito que los animales se dividen en:
> a. Pertenecientes al Emperador
> b. Embalsamados
> c. Amaestrados
> d. Lechones
> e. Sirenas
> f. Fabulosos
> g. Perros sueltos
> h. Incluidos en esta clasificación
> i. Que se agitan como locos
> j. Innumerables
> k. Dibujados con un pincel finísimo de pelo de camello

l. Etcétera
m. Que acaban de romper el jarrón
n. Que de lejos parecen moscas.”

(Borges, 1996)

En esta diversidad aplicable a los objetos es donde el diseño debe comprender y explicar estas variaciones en forma responsable, entendiendo la dimensión ‘estético-social’ como un universo amplio de posibilidades, así el producto esté enfocado desde la moda o desde la obsolescencia programada. Debe responder al fenómeno social al cual se debe, y por tanto, se debe considera al diseñador como el responsable de muchas actitudes de los consumidores, pues quiera o no, sus productos y creaciones dejarán marcas permanentes en ellos, de forma consiente o no, y en el planeta.

Dentro de los factores sociales se encuentran pues, una variedad y diversidad de clasificaciones semánticas, de usabilidad, que permiten al objeto ‘moverse’ a extremos como el ‘*kitsch*’ y a estilos de vida que permiten, por medio de la lectura juiciosa de los contextos, encontrar las nuevas realidades del diseño. Esta es la razón de ser de los laboratorios de tendencias y de los direccionamientos con prospectiva de diseño.

4.3.4 LOS FACTORES HISTÓRICO-TECNOLÓGICOS

De otro lado, Quarante (1992) explica que para un diseñador es imposible aislar la estética del producto de su componente tecnológico. Ello es la justificación del rastreo histórico del objeto doméstico, desde la técnica, hecha en el primer capítulo de esta tesis, y ello es lo que permite afirmar que los adelantos en tecnología, materiales y procesos productivos, condicionan unas actitudes estéticas en el objeto, no solo en cuanto a sus posibilidades formales, sino también a la forma de interactuar con ellos.

La tecnología transforma las relaciones con el entorno y con otros seres humanos. Ya Mumford lo planteaba en 1949 en su obra *La mecanización toma el mando*, referente fundamental para entender la mecanización como la directamente responsable del advenimiento de muchísimos objetos, seriales, que se catalogan como domésticos, algunos teniendo en cuenta las relaciones con ellos y de qué manera afectan la forma de vida.

Esta cultura técnica, la que es agrupada por la historia de la mecanización, la de los objetos y procesos, provee al diseñador un conocimiento mucho más amplio de la materialidad, del estado del arte técnico y de la estética en una línea de tiempo, herramientas fundamentales en la ‘prospectiva de diseño’.

Si bien la tecnología o lo tecnocultural artesanal, mecánico y cibernético, no engendran por sí solos la moda, sí condicionan la posibilidad desde la técnica, de transformar y evolucionar la forma a nuevos estadios donde las limitaciones en alguno de estos aspectos antes no le permitieron desarrollarse.

Materiales compuestos, materiales con memoria, nanotecnológicos, permiten una libertad formal mucho más amplia que unida a sus cualidades técnicas, permiten modificaciones drásticas a la cultura objetual, al proporcionar materiales con cualidades y prestaciones mucho más eficientes. Esta proliferación de compuestos y materiales también cambia radicalmente la percepción del objeto, teniendo que ser la genética objetual la que salve esta comunicación última.

Los objetos, dadas sus posibilidades, se mueven en morfemas diferentes, algunos con funciones muy distantes donde su vocabulario muta y la interface se hace cada vez más confusa. Para quien no se ha movido en paralelo con este desarrollo, esta tecnología puede ‘embestirlo’ y provocar desagrados estéticos. Más que objetos incomprendidos, son objetos cuya interface está en un idioma distinto al de su usuario.

Todo producto producido bajo las premisas del buen diseño, debe tener en sus componentes la suficiente claridad armónica, cultural, funcional y social, delimitada y definida bajo la premisa del diseño como la comprensión de un todo.

4.3.5 LOS FACTORES FUNCIONALES

Finalmente, el factor funcional de un producto es el principal que confronta la apreciación estética, como lo sugiere Quarante (1992).

El balance forma-función se da en aquellos productos que siendo puramente utilitarios, los tipo herramienta, se configuran desde su etapa proyectiva como cumplidores de unas prestaciones ergonómicas y biomecánicas específicas, dejando la apreciación estética a unas condiciones de ingeniería o proyección

metódica, que si bien produce sensaciones estéticas, su objetivo es más la comprensión del objeto en su interface funcional.

Esa imagen de lo funcional estético está regida por un rigor simple pero eficaz, donde lo que se visualiza está al servicio del buen entendimiento del que hace por el usuario dicho objeto.

Mumford, en 1931, plantea que la "*la forma sigue a la función*", y que esta no puede ser la única verdad de los productos; ha de encontrarse siempre un equilibrio controlado desde el diseño, para que cada uno de ellos 'diga' o exprese claramente lo que puede hacer por el usuario, con la debida claridad formal para no dar pie a 'objetos chisme' que propicien contradicciones de sentido. Para ello aspectos como los traídos desde la Gestalt, el uso de analogías y homologías desde la biónica, el ADN o genética objetual y los referentes, proponen al diseñador caminos para conciliar en los productos una estética comprensible.

Todos estos aspectos determinadores en la concepción del objeto, pueden ser resumidos en lo que el diseñador alemán Dieter Rams expone claramente en sus *Diez mandamientos para el buen diseño*, planteados por él en 1970:

> "1. El buen diseño debe ser innovador. Rams establece claramente que es improbable agotar las posibilidades de innovación en el diseño debido a que el desarrollo tecnológico ofrece continuamente nuevas oportunidades para innovar.
>
> 2. El buen diseño debe hacer a un producto útil. El objetivo primordial de él es su utilidad. Su diseño es primordialmente práctico y de manera secundaria tiene que satisfacer ciertos criterios de carácter psicológico y estético.
>
> 3. El buen diseño es estético. El diseño bien ejecutado no carece de belleza.
>
> 4. El buen diseño hace a un producto comprensible. Un buen diseño simplifica la estructura del producto y lo predispone a expresar claramente su función mediante la intuición del usuario.
>
> 5. El buen diseño es honesto. Un diseño honesto nunca intenta falsificar el auténtico valor e innovación del producto dado. Asimismo, un diseño verdaderamente honesto nunca trata de manipular al consumidor mediante promesas de una utilidad apócrifa, inexistente o más allá de la realidad física del producto.
>
> 6. El buen diseño es discreto. Todo producto y su diseño deben de ser simultáneamente neutro y sobrio.

7. El buen diseño tiene una larga vida. Toda moda es inherentemente pasajera y subjetiva. La correcta ejecución del buen diseño da como resultado productos útiles y atemporales.

8. El buen diseño es consecuente en todos sus detalles. Un buen diseño nunca deja nada al azar dado que el cuidado y la exhaustiva precisión de cada detalle expresa el respeto de los diseñadores para con sus consumidores. Cada error es una falta de respeto.

9. El buen diseño respeta el medio ambiente. Un buen diseño debe de contribuir significativamente a la preservación del medio ambiente mediante la conservación de los recursos y la minimización de la contaminación física y visual durante el ciclo de vida del producto.

10. El buen diseño es diseño en su mínima expresión. Rams subraya la distinción entre el habitual paradigma en diseño: 'menos es más" y en su lugar recomienda su propio modelo: 'Menos, pero con mejor ejecución', destacando el hecho de que este enfoque fomenta los aspectos fundamentales de cada producto y por lo tanto evita lastrarlos torpemente con todo aquello que no es esencial. El resultado ideal es un producto de mayor pureza y simplicidad."

(Fundación Wikimedia, 2014)

4.4 LAS VISIONES ESTÉTICAS DEL OBJETO DOMÉSTICO

Finalmente en este trayecto de comprensión del objeto doméstico desde la estética, es importante reconocer, siguiendo los estudios de Sánchez Valencia (2005), que son variadas las apreciaciones dadas desde la estética. 'Difícil es lo bello', diría a modo de conclusión Hiptias en su diálogo con Platón.

Como son múltiples las posturas que sitúan lo bello como potencia estética y la belleza con otros valores asignados al producto, explica ese autor, estas posturas pragmáticas, es decir subjetivas, no permiten asignarle en esta estética clásica, normativa, tradicional que camina de la mano de las artes, caracteres definidos al objeto doméstico. Este debe abordarse desde sus significancias, en las sensaciones que su morfología deja percibir y produce en el usuario.

Ese producto estético doméstico, o en realidad cualquier otro, se denomina en un contexto determinado y se hace parte de una cultura material, en relaciones de ritualidades o experiencias de uso, entendiendo ya este uso como la totalidad de las sensaciones de usabilidad y comunicación que posee. La estética aquí ya no es más que el reflejo de las normas y conformaciones de un colectivo que validan

la sensibilidad. Por tanto, debe estar entre la significatividad y la identificación. Es decir, el apellido del objeto es grupal, no individual.

Un diseñador proyectista debe inducir al usuario a encontrar en sus creaciones valoraciones estéticas, que vayan mucho más allá de la usabilidad, y que abarque las memorias de grupo o individuales, las reafirmaciones de género, la ideología y la cultura. Debe seducir con la metáfora y con la poesía de la forma, pero a su vez convencer con la estrategia de la eficacia.

En suma, la estética del producto doméstico debe reflejar una 'significación designativa' y debe consolidarlo como un 'objeto identificativo', como sugiere Sánchez Valencia (2005).

Lo primero, la *significación designativa*, es comprendida como la capacidad de un objeto de darse a conocer por su nombre o rasgos principales; en su proyección estética, es su claridad. Lo segundo, el *objeto identificativo*, como aquel en que un grupo refleja su afinidad y que a su vez es uso y símbolo; en esta categoría caben los productos de uso poder y significación como los mudables, situados y apoderados mencionados en el capítulo dos.

A ello se puede llegar, como explica el autor de referencia, por dos vías: desde la 'estética inducida' y desde la 'deducida'.

4.4.1 ESTÉTICA INDUCIDA

Si bien se puede entender el producto de diseño como obra de un comunicador visual, en la cual el diseñador es comunicador, el objeto el mensaje y el receptor el usuario, es muy delicado proponer esta comunicación como autoproyección.

Es primordial para el diseñador desligarse y afrontar el reto estético como un ejercicio de profesión que le permita, desde un alfabeto sensorial, un estado del arte y una matriz de diseño, traducir y conceptualizar un objeto desligado de apreciaciones personales.

Dentro de esta estética inducida como paradigma, cabe el 'producto *vedette'*, solo posible bajo la firma de un reconocido autor, y también la 'artesanía', que debe su carácter e identidad a su posibilidad de objeto único de la mano de un artesano que le imprime su sello, como sugiere Sánchez Valencia (2005).

4.4.2 ESTÉTICA DEDUCIDA

A diferencia de la estética inducida, esta proviene de un contexto cultural en el cual el diseñador está condicionado por ciertas morfologías del colectivo, y por acontecimientos de tipo formal y más significativo que se proyectan en el objeto.

Son productos con cargas que requieren lecturas adicionales y esfuerzos figurativos para insertarlos en el gusto de la gente. Son normativos y configuran tendencia o moda, convirtiéndose en regla a seguir; orden y ecoestética; masa o grupo moviéndose al mismo tiempo bajo parámetros de sensibilidad definidos, idealizados y significativos. Sus materias primas son el morfema y el fonema o, también, el estilema o los ecomorfemas.

Por cualquiera de esas dos vías, entonces, el producto doméstico refleja una significación designativa en su estética, y se convierte, entonces, en un objeto identificativo.

5 ALGUNAS CONSIDERACIONES ALREDEDOR DE LA ARTESANÍA
(La perspectiva del acervo popular cercano)

Para terminar de abordar y entender el ‘objeto doméstico’ desde una metodología abierta y holística, tanto como resultado de una cultura material que define al ser humano en un contexto histórico, social y temporal, como promotor y legitimador de una serie de relaciones de alcance, uso, apropiación y poder, es importante dedicar este último capítulo a reivindicar y reconocer el ‘acervo popular’ como ideador y productor de objetos estéticos de uso cotidiano en ese ámbito definido que es el hogar, poniendo como ejemplos algunos casos próximos.

La forma más pertinente de hacerlo es revisando los productos que son fruto de la ‘artesanía’, aquellos que tienen como principal componente la contribución manual directa del artesano.

> "Los productos artesanales son los producidos por artesanos, ya sea totalmente a mano o con la ayuda de herramientas manuales o incluso de medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto acabado. Se producen sin limitación por lo que se refiere a la cantidad, utilizando materias primas procedentes de recursos sostenibles. La naturaleza especial de los productos artesanales se basa en sus características distintivas, que pueden ser utilitarias, estéticas, artísticas, creativas, vinculadas a la cultura, decorativas, funcionales, tradicionales, simbólicas y significativas religiosa y socialmente." (Definición adoptada por UNESCO/CCI, 1997)

La elección de este tipo de producto para hacer la reflexión de lo estético del objeto doméstico, en el contexto próximo, se debe a que la artesanía es una manifestación evidente de ese acervo estético de las etnias, de los pueblos, pues como se vio en capítulos anteriores, y como lo advierte Baudrillard (2010), estos y otros objetos, más que formas materiales funcionales, son procesos que permiten que las personas se relacionen, con toda la carga psicológica y sociológica que ello conlleva.

> “Cómo son vividos los objetos, a qué otras necesidades aparte de las funcionales, dan satisfacción, cuáles son las estructuras mentales que se

> traslapa con las estructuras funcionales y las contradicen, en qué sistema cultural, infra o transcultural, se funda su cotidianidad vivida. Tales son las preguntas que me hago aquí. Así pues, no se trata de objetos definidos según su función, o según las clases en las que podríamos subdividirlos para facilitar su análisis, sino de los procesos en virtud de los cuales las personas entran en relación con ellos y de la sistemática de las conductas y de las relaciones humanas que resultan de ellas" (Baudrillard, 2010, p. 2)

5.1 EL OBJETO ARTESANAL DOMÉSTICO

Toda solución de diseño está articulada por lo que se conoce como texto o síntesis formal y por el contexto, que son los elementos que de una u otra manera están relacionados con la solución buscada. Eso quiere decir que todo problema de diseño se revisa desde la solución, alrededor de una confluencia de signos o alfabetos sensoriales.

Es así como se entiende que la forma, sea esta de origen industrial o artesanal, está dada por un designio específico; entonces su estética está también unida a principios formales semánticos, sean estos de origen sintagmático o paradigmático en su uso y apropiación.

La construcción o el establecimiento de lo que abarca lo doméstico, entendido como lo próximo, conjuga factores de múltiples disciplinas que permiten establecer que el objeto, en un contexto determinado, es aquel que debido a sus prestaciones resuelve aquello para lo cual es requerido, sin importar si su origen se establece dentro de una producción serial o en la mesa de un artesano.

> "Al ser más que un técnico, el artesano civilizador ha empleado estas herramientas para un bien colectivo, el de poner fin a la deambulante existencia de la humanidad formada por cazadores-recolectores o guerreros sin arraigo." (Sennett, 2009, p. 34)

No es gratuito, entonces, que la arquitectura y la producción artesanal sean aspectos fundamentales en el discernimiento arqueológico de una cultura; es decir, en el entendimiento del cómo vivía lo doméstico el grupo, y de cómo era su relación hombre-espacio, espacio-objetos y objetos-hombre, gracias al análisis de su alfarería, de su metalurgia y de sus desarrollos textiles, por ejemplo, pues estos conforman el acervo de una cultura material totalmente visible.

La artesanía es pues una forma de producción objetual, con técnicas tradicionales, que rescata algunas veces tradiciones anteriores a la industrialización del objeto,

bajo las consideraciones del patrimonio popular inmaterial, como lo es el conocimiento que se pasa el maestro al aprendiz y material, y los vestigios físicos que permiten formar en una comunidad el concepto de identidad.

Como resultado de todos los procesos de identidad surge el objeto artesanal, que simbólico o de consumo, establece estéticas definidas que pueden enmarcarse dentro de lo doméstico.

De todas formas es importante aclarar que el concepto de la artesanía como sinónimo de autenticidad, que se toma como referente para lo que sigue, está motivado por el movimiento inglés de *las artes y los oficios*, que a mediados del siglo XIX instaura William Morris, lo cual de alguna forma se demuestra en esta frase suya en la cual fija su posición de desprecio por la producción serial.

> "Las clases populares deben a la vez liberarse de la esclavitud de la fábrica y rodearse de un marco de vida cuya verdad y pureza les aporten felicidad" (Morris, W., citado en Quarante, 1992)

5.2 ALGUNOS EJEMPLOS EN EL CONTEXTO COLOMBIANO

En sociedades como la colombiana, particularmente en entornos rurales, el objeto artesanal de uso doméstico es una alternativa válida y económica que, como los objetos nacidos desde el diseño industrial, resuelve problemas utilitarios o simplemente simbólicos. Esto se intenta demostrar a continuación con el análisis de algunos ejemplos.

De todas formas, se advierte que el abordaje de los productos escogidos como muestrario, no pretende ser una ficha descriptiva acertada y exhaustiva de cómo son y para qué sirven, sino una reflexión más tranquila de ellos desde la estética, ya que un estudio concienzudo se podría plantear como el desarrollo de un proceso de investigación futura.

5.2.1 TABURETE DE BAQUETA

Considerada la silla popular de los campos colombianos, es dura en su concepción y rígida formalmente, tanto que es común tirarla hacia atrás con el cuerpo y recostarla en la pared, para quedar apoyada solo en sus dos patas posteriores.

Generalmente la concepción de la estructura de esta silla en la carpintería popular, es mediante espigas y cajas en un armazón hecho con una madera llamada ‘gallinazo’. Se tapiza con un trozo de cuero o ‘baqueta’, peludo o no.

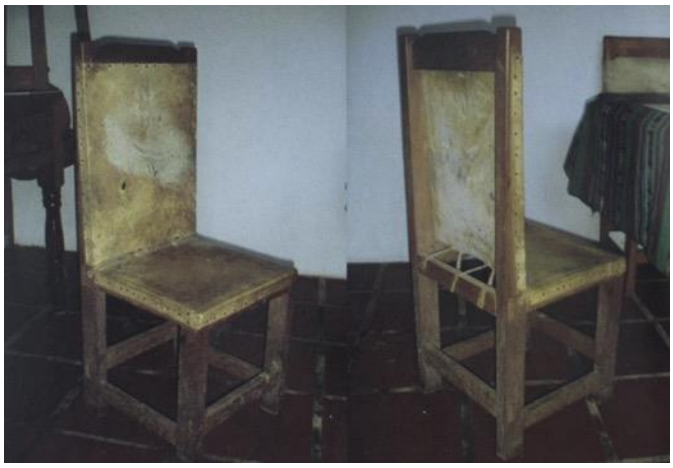


Ilustración 38: Fotos de taburetes de baqueta (Eafit, 2009)

5.2.2 MOLINILLO O BOLINILLO

Ligada a la chocolatera, el bolinillo o molinillo es una pieza importante de desarrollo popular. Formalmente es un utensilio de revolución que funciona bajo la premisa básica de producir espuma.

En un principio el bolinillo era fabricado íntegramente en madera, aunque aún hoy así se hace a veces. No obstante. Con el advenimiento de algunos metales, pasó a ser desarrollado con esos materiales, con la desventaja de presentar problemas de aseo, Finalmente en procesos más preindustriales, actualmente se tornea en maderas más duras y hasta se produce en polímeros resistentes al calor.

Ilustración 39: Foto de bolinillos o molinillos (Colección propia)

5.2.3 RASPADOR DE COCOS

De acervo popular, principalmente en regiones de la costa atlántica, el raspador de cocos es un utensilio de cocina importante en la gastronomía costeña, sobre todo en la elaboración del tradicional *arroz con coco*, ya que permite la extracción de la leche de la fruta y el bagazo de forma eficiente y controlada.

Es fabricado a partir de una lámina de zinc, perforada ordenadamente con una puntilla. Posee, además, una curvatura muy conveniente para su manipulación y una grapa de alambre que funciona como soporte para colgar el objeto en la cocina.

Ilustración 40: Raspador de cocos (colección propia)

5.2.4 FOGÓN ARTESANAL

Alternativa económica, formalmente burda, que se inscribe dentro de las posibilidades del reciclaje.

Es fabricado con zuncho metálico proveniente de material de empaque y un recipiente de un galón, metálico. No trae parrilla, por lo cual su uso se da principalmente con las parrillas para arepas.

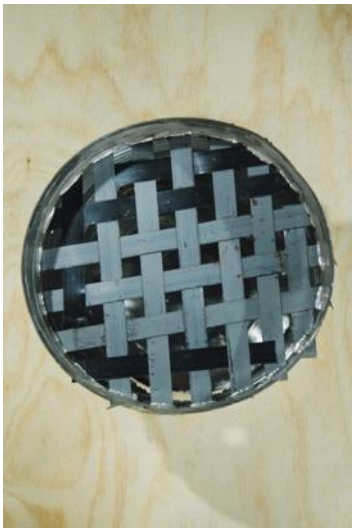


Ilustración 41: Fogón artesanal (Colección propia)

5.2.5 JABONERA DE CACHO

El cacho es un material natural, conformado por queratina proveniente de los cuernos de los bovinos. Se moldea al calor y, al secarse, proporciona propiedades de dureza notables.

El objeto está conformado por dos piezas que encajan proporcionando un recipiente hermético; formalmente es simple.

Ilustración 42: Jabonera de cacho (Colección propia)

5.2.6 ESCOBILLONES Y BROCHA

Como instrumentos de aseo, los escobillones permiten acceder a envases con la boca muy estrecha o a teteros.

Son fabricados a partir de la torsión de un alambre de calibre alto, con inserciones de crin de caballo o de materiales como el nylon. Formalmente funcionan de forma eficiente.

A veces la brocha utilizada en la cocina también es usada en asados, y es fabricada en madera común con crin de caballo. Formalmente tiene una superficie cuadrada para evitar que ruede por superficies planas.

Ilustración 43: Escobillones (Colección propia)

5.2.7 CHINAS O ABANICOS

Las chinas de la región caribe y los abanicos en las regiones andina y pacífica, son instrumentos fabricados generalmente en palma de Iraca, que sirven para avivar el fuego, espantar a los insectos o aminorar la sensación de calor.

Algunos, como el de la derecha de la imagen, proveniente de la región pacifica, poseen un lado más grueso o *regruese* para facilitar su manipulación. Otros, como el de la izquierda, de la región andina, tienen un mango largo que permite moverlos fácilmente como se desea.

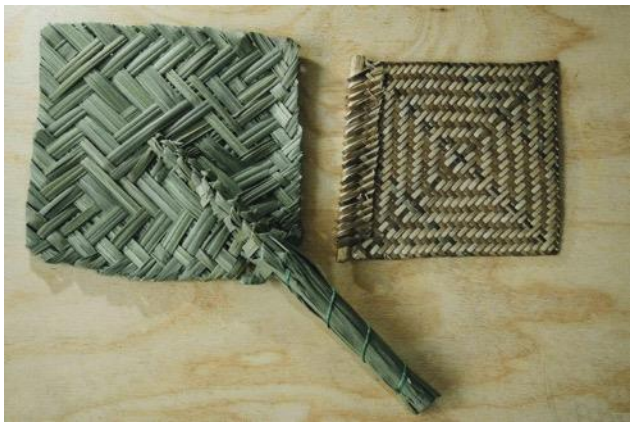


Ilustración 44: China común en la región andina y pacífica, a la derecha, y abanico de la región caribe, a la izquierda. (Colección propia)

5.2.8 CAYANA

La cayana es un utensilio utilizado principalmente en el campo, que permite la cocción de las arepas (tortas de maíz) directamente en fogones artesanales de leña o de otros materiales.

Se fabrica en barro cocido y, aunque es un objeto desplazado por la masificación de la energía eléctrica y de las parrillas metálicas para arepas, formalmente es un utensilio simple que no permite mayores equívocos en su función.

Ilustración 45: Cayana (Colección propia)

5.2.9 NIDO DE TOTUMO

Originario del árbol de totumo o taparo, el totumo, como fruto, se utiliza generalmente como recipiente para líquidos o como empaque tradicional. Sin embargo, las restricciones de tipo sanitario a este tipo de empaques han generado otro tipo de usos, como este nido para pájaros, de producción en el sector del Bajo Cauca antioqueño. Al contrario de los objetos precedentes, este tiene una estética formal, demasiado cuidada, lo que hace pensar en su uso como adorno.

Ilustración 46: Nido de totumo (Colección propia)

5.2.10 CANTIMPLORA DE CALABAZA

El calabazo fue, durante mucho tiempo, el termo en las labores de arriería y en el trabajo del campo. Sin embargo, ha sido progresivamente sustituido por otros recipientes hechos con materiales más apropiados y que permiten un mejor sellado, ya que este se cerraba con una tuza de maíz. Formalmente está condicionado por la forma natural del fruto.

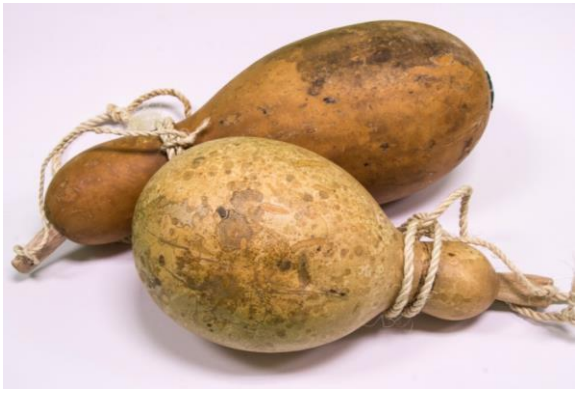


Ilustración 47: Termos de calabazo (Colección propia)

CONCLUSIONES

Si bien el fenómeno estético y su entendimiento han generado unas nuevas miradas más amplias y variadas de la definición de *estética*, algunas de ellas propiciadas a partir de gestos irónicos como el de Marcel Duchamp con su escultura *La Fuente* por llevar a los objetos cotidianos a la categorización de arte, en el desarrollo del producto de uso doméstico, y en general en el diseño industrial, no se identifica un momento específico que permita situarlo como sujeto de una estética expandida.

Las artes decorativas, la tecnología y la ingeniería, como se vio durante el rastreo histórico, originan la consolidación de la disciplina del diseño industrial y, a la vez, una variedad de objetos seriales suficiente para estructurar una cultura material del hogar, sujeta a estéticas que permiten posteriormente su clasificación en diversos movimientos.

Pero no solo ello. Es el objeto doméstico, aquel que define esa cultura material, y aquel que generalmente cumple su ciclo en las urbes, el que, sin importar su tipo, proporciona a su usuario, sea o no su tenedor, formas de relacionarse individual y socialmente, con el entorno y con los semejantes. Y también, maneras claves para estructurar la identidad propia y la de la comunidad; es decir, formas de definir el ‘yo personal’, pero también el ‘yo como perteneciente a un grupo’. De ahí su importancia antropológica.

Esas dinámicas de relación por y con el objeto doméstico, como se vio en esta investigación, cambian constantemente a lo largo de la historia. Hoy las tendencias notables de esta era de la información inminente las modifican a ritmos acelerados, y por ello los productos son redefinidos y resignificados, llegando a límites peligrosos donde no se distingue el umbral entre el hombre como sujeto u objeto, ni entre el domesticador y el domesticado.

Aun así, siempre los productos domésticos han sido portadores de significados, no solo en su semiótica de uso o en su interfaz de usuario, pues son particularmente

soportes de emociones, anclas de la memoria a pasados ausentes, evidencias de vacíos que se compensan con lo material, pruebas de condiciones de poder que privilegian en ellos las referencias puramente subjetivas, demostraciones de esperanzas y constructores de futuros y situaciones anheladas.

Ese objeto doméstico estético hace parte, entonces, de una realidad que ha de estructurarse como tal gracias a su uso y apropiación como vehículo simbólico de lo que el hombre es y espera llegar a ser.

Esta tesis, entonces, tal como se advirtió en la introducción, no funda un criterio único sobre la estética del objeto doméstico, recurriendo al rastreo de ella y de otros factores, como los históricos y los antropológicos, pues sería pretencioso, justamente por la complejidad inmersa en las definiciones y comprensiones estéticas, sino que pretende haber aportado elementos para un entendimiento más global y holístico de las relaciones objeto-hombre, hombre-objeto.

Por ejemplo, el momento en que a la luz de las teorías de Leroi-Gourhan (1971), se puede entender cómo alrededor del objeto doméstico se dan las dinámicas del comportamiento estético; cómo a partir de los códigos y ritmos, la estética se manifiesta como actor de una cultura o clan, y cómo y de qué manera se le da lectura a la función y la forma como valores determinantes de una estética del objeto. Allí se entiende la completa percepción del objeto, el cual a lo largo del texto se pasea desde la técnica, la sensibilidad, el uso y apropiación y, finalmente, el comportamiento estético.

Por otra parte, es importante concluir que los caminos por lo que muchas veces transitan los objetos domésticos entre lo artesanal y lo industrial, y sus diferentes ciclos de uso, suponen intercambios y presencias con estéticas que se arraigan en gestos ancestrales, en soluciones *ad hoc* adecuadas a necesidades y a memorias, y muestran apropiaciones estéticas variadas y formas creativas de relación y de redimensionamiento de los productos a diversas acciones de los usuarios. Así, el diseño, como instancia de producción moderna, se nutre de esas formas espontáneas, incorporando soluciones y mejorándolas a través de nuevos materiales o enfoques. De todos modos, son en esas formas de apropiación estética social donde los objetos recuperan cualidades y se insertan de modos inesperados en nuestra cotidianidad, proporcionando una fuente permanente de recreación, asombro y aprendizaje.

En síntesis, el objeto doméstico, sin importar su origen o carácter industrial o artesanal, es el vehículo de intercambios provenientes de gestos y ritmos que han de incrustarse en memorias que a lo largo de sus ciclos de vida presentan apropiaciones variadas desde su estética y desde las formas de interpretarlo. Ello reconfigura las relaciones hombre-objeto de forma espontánea, natural, con evoluciones formales que con el desarrollo de nuevas tecnologías y materiales, nutren la disciplina del diseño con fuentes inagotables de asombro y aprendizaje.

Se espera pues que la revisión teórica y la reflexión hechas hayan logrado situar a la estética en un entorno doméstico desde la identificación y el discernimiento de diversas dinámicas: las técnicas dadas en periodos sociales y culturales específicos, las antropológicas y las socio y psicoafectivas que, juntas, permiten en los productos domésticos mensajes abiertos dotados de sentidos.

BIBLIOGRAFÍA

Acosta, B. E., & Orrego, N. (2013). *Inventario y análisis de la representación tipográfica popular: imagen de la tecnología -Doxografía-.* Medellín: Fondo editorial ITM.

Bahntje, M., Biadiu, L., & Lischinsky, S. (2007). Despertadores de la memoria. Los objetos como soportes de la memoria. *II jornadas Hum.H.A.* Buenos Aires: Universidad Nacional del Sur, Departamento de Humanidades.

Barthes, R. (1985). *La aventura semiológica.* Barcelona: Paidós comunicación.

Baudrillard, J. (1997). *El otro por sí mismo.* Barcelona: Anagrama.

Baudrillard, J. (2008). El éxtasis de la *comunicación*. En Foster, H. (editor); Habermas, J.; Baudrillard, J.; Said, E.; Jameson, F. y otros., *La posmodernidad* (págs. 187-198). Barcelona: Kairós.

Baudrillard, J. (2010). *El sistema de los objetos.* México: Siglo XXI.

Bedoya Restrepo, J. (2010). Estética, forma y transmisión. *Grafías Disciplinares de la UCPR* (12), 57-60.

Blog Geografía del Amazonas. (2014). Recuperado el 8 de octubre de 2014 de http://geografiadelamazonas.blogspot.com/

Borges, J. L. (1974). *Obras completas.* Buenos Aires: Emecé Editores.

Borges, J. L. (1988). *Siete noches.* México: Fondo de Cultura Económica.

Borges, J. L. (1996). El idioma analítico de John Wilkins. En *Otras inquisiciones, Obras Completas, Vll.* Buenos Aires: Emecé.

Bowlus, Road Chief. (2014). Recuperado el 8 de octubre de 2014 de http://www.bowlusroadchief.com/henry-dreyfuss/

Canadian Museum of History. (2014). Recuperado el 6 de octubre de 2014 de http://www.historymuseum.ca/cmc/exhibitions/cpm/catalog/ip/1233586e.shtml

Cdn2.bigcommerce.com. (2014). Recuperado el 3 de noviembre de 2014 de http://cdn2.bigcommerce.com/server1400/dbff3/product_images/uploaded_images/tatami-patterns.png

Cinema Dreamer (blog). (2014). Recuperado el 3 de noviembre de 2014 de https://cinemadreamer.wordpress.com/

Classicdesign.it. (2014). Recuperado el 8 de octubre de 2014 de http://www.classicdesign.it/productDetails_lng-3-product-41-category-3-Silla%20Ceska%20Breuer%20Sillas.html

Cornell University Library. (2014). Recuperado el 8 de octubre de 2014 de http://mannlib.cornell.edu/

Culturacolectiva.com. (2014). Recuperado el 3 de noviembre de 2014 de http://culturacolectiva.com/

Dorotheum GmbH & Co. (2014). Recuperado el 8 de octubre de 2014 de http://www.dorotheum.com/

El Otrolado.net. (2014). Recuperado el 8 de octubre de 2014 de http://www.elotrolado.net/hilo_las-7-nuevas-maravillas-del-mundo-alhambra_727393_s20

Elisava, Escola Superior de Disseny i Enginyeria de Barcelona. (2014). Recuperado el 8 de octubre de 2014 de http://www.elisava.net/ca

Film.com. (2014). Recuperado el 1 de enero de 2015 de http://www.film.com/photos/best-unofficial-movie-posters-of-2013/attachment/metropolis-movie-poster-laurent-durieux

Fundación Wikimedia. (2014). Recuperado el 1 de enero de 2015 de Wikipedia: http://es.wikipedia.org/wiki/Dieter_Rams

Giedion, S. (1978). *La mecanización toma el mando.* Barcelona: Gustavo Gili S.A.

González Pérez, M. d. (2007). *Objetos: Dinámicas de uso, poder y significación.* Bogotá: Universidad de los Andes.

Historia del Diseño y del Arte. (2011). Recuperado el 1 de enero de 2015 de http://historiadeldisenoydelarte.blogspot.com/

Imgur.com/. (2014). Recuperado el 8 de octubre de 2014 de http://imgur.com/

Jones, O. (1910). *Grammar of Ornament.* Londres: Bernard Quaritch.

Leroi Gourhan, A. (1971). *El gesto y la palabra.* Caracas, Venezuela: Publicaciones Universidad Central de Venezuela.

Mandoki, K. (2008). *Estética cotidiana y juegos de la cultura.* México: Siglo XXI.

Manzini, E. (1993). *La materia de la invención: materiales y proyectos.* Barcelona: CEAC.

Mociarane.com. (2014). Recuperado el 1 de enero de 2015 de http://www.mociarane.com/maori-tattoo-face-2/

Montenegro, A. H. (2008). *La casa de los otros.* Medellin: Multimpresos.

Mulder, M. (2014). *The Gentleman and Cabinet-Maker's Director by Thomas Chippendale*. Recuperado el 8 de octubre de 2014 de http://zsr.wfu.edu/special/blog/the-gentleman-and-cabinet-makers-director-1754-by-thomas-chippendale/

Mumford, L. (2002). *Técnica y civilización.* Madrid: Alianza editorial.

Musée du Bas-Saint-Laurent. (2013). Recuperado el 2 de noviembre de *Rivière-du-Loup À FOND DE TRAIN*: http://rdlafonddetrain.com/images/images-alternatives/nouveaux-marches/objets-domestiques-cat-eaton-1901.jpg

Norman, D. A. (1998). *La psicología de los objetos cotidianos.* San Sebastián: Nerea.

Norman, D. A. (2005). *El diseño emocional. Por qué nos gustan (o no) los objetos cotidianos.* Barcelona: Paidós.

Quarante, D. (1992). *Diseño Industrial 1.* Barcelona: CEAC.

Real Academia de la Lengua Española, RAE. (2014). *Diccionario de la Lengua Española*. Recuperado el 8 de octubre de 2014 de http://www.rae.es/

Sánchez Valencia, M. (2005). *Morfogénesis del objeto de uso. La forma como hecho social de convivencia.* Bogotá: Universidad Jorge Tadeo Lozano.

Sarlo, B. (2009). *La ciudad vista, mercancías y cultura urbana.* Buenos Aires: Siglo XXI.

Scott, L. (1999). *Another modernity. A different Rationality.* Oxford: Blackwell.

Sennett, R. (2009). *El artesano.* Barcelona: Anagrama.

Tanizaki, J. (1994). *El elogio de la sombra.* Madrid: Ediciones Ciruela.

Thatcher, L. (2012). Recuperado el 8 de octubre de 2014 de *Lisa Thatcher web page*: http://lisathatcher.com/2012/07/01/piet-mondrian-line-over-form/

The Museum of Modern Art MoMA. (2014). Recuperado el 8 de octubre de 2014 de http://www.moma.org/collection_images/resized/765/w500h420/CRI_161765

Torrent, R., & Marín, J. (2007). *Historia del Diseño Industrial.* Madrid: Anaya.

TusEquipos.com. (2014). Recuperado el 2 de enero de 2015 de http://www.tusequipos.com/

UNESCO/CCI. (1997). *Memorias Simposio "La Artesanía y el mercado internacional: comercio y codificación aduanera"*. Manila, 6-8 de octubre.

Universidad Eafit (2009). Catálogo de la exposición "*Arte para el uso cotidiano*". Recuperado el 3 de noviembre de 2014 de http://www.eafit.edu.co/cultura-eafit/exposiciones/Paginas/vida-cultural-exposicion-silla-arte-uso-cotidiano.aspx#.VLaPx9KG91Y

Vásquez, C. (2012). Katya Mandoki, La Estesis, Estética cotidiana y juegos de la cultura. En *Filosofía Contemporánea Blog universitario de análisis, reseñas y comentarios sobre filosofía contemporánea*. Recuperado el 8 de octubre de 2014 de http://textosfil.blogspot.com/2012/02/katya-mandoki-la-estesis-estetica.html?q=estesis

Vitra Design Museum. (2014). Recuperado el 3 de noviembre de 2015 de http://www.design-museum.de/en/collection/100-masterpieces/detailseiten/chaise-longuel-le-corbusier-pierre-jeanneret-charlotte-perriand.html

Williamsburg.com. (2014). Recuperado el 8 de octubre de 2014 de http://www.wmsbrg.com/cadillac/Richmond/links.html

ZCoches.com. (2014). Recuperado el 15 de octubre de 2014 de http://www.zcoches.com/fotos/automovil-tata

LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Ilustración 35: Dibujo “Cocina. Almacenamiento de utensilios de cocina” (Montenegro, 2008, p. 15) 6

Ilustración 2: Fotos de índígena Maorí y de indígena amazónico (Mociarane.com, 2014; Blog Geografía del Amazonas , 2014, respectivamente) 11

Ilustración 3: Esquema de la evolución de la cámara fotográfica (Imgur.com, 2014) 13

Ilustración 4: Dibujo “*Cocina Espacio para almacenamiento de alimentos y utensilios de cocina*” (Montenegro, 2008, p. 71) 16

Ilustración 5: Objetos domésticos, Catálogo Eaton en 1901 (Musée du Bas-Saint-Laurent, 2013) 20

Ilustración 6: Fotograma del largometraje Tiempos Modernos, de 1936, escrito, dirigido y protagonizado por Charles Chaplin (Cinema Dreamer, blog), 2014) 22

Ilustración 7: Secuencias fotográficas de Edward Muybridge, logradas a finales del siglo XIX (Dorotheum GmbH & Co, 2014)..... 23

Ilustración 8: Desnudo bajando la escalera, de Marcel Duchamp (Culturacolectiva.com, 2014; Classicdesign.it, 2014) 24

Ilustración 9: Afiche de la película Metrópolis, diseñado por Laurent Durieux (Film.com, 2014)..... 24

Ilustración 10: Portada del catálogo *The Gentleman and Gabinet Makers Guide*, de 1754 (Mulder, 2014) 29

Ilustración 11: Crystal Palace para la Exposición Universal de Londres 1851 de Joseh Paxton
(El Otrolado.net, 2014)..... 30

Ilustración 12: Tetera y servicio de té diseñados por Henry Cole
(Historia del Diseño y del Arte, 2011)..... 31

Ilustración 13: Imágenes extraídas del *Grammar of Ornament*
(Jones, 1910)..... 32

Ilustración 14: Imagen aparecida en el *Journal of Design and Manufactures*, publicado en Londres por Henry Cole publica y Richard Redgrave
(Historia del Diseño y del Arte, 2011)..... 33

Ilustración 15: Obra de Ozenfant
(The Museum of Modern Art MoMA, 2014)..... 34

Ilustración 16: Obra de Jeanneret
(The Museum of Modern Art MoMA, 2014)..... 34

Ilustración 17: Diagrama elaborado por Dreyfuss
(Bowlus, Road Chief, 2014)..... 38

Ilustración 18: Silla Red, black and blue diseñada por Rietveld
(Elisava, Escola Superior de Disseny i Enginyeria de Barcelona, 2014)..... 40

Ilustración 19: Obra de Piet Mondrian
(Thatcher, 2012)..... 40

Ilustración 20: Silla Cesca diseñada por Marcel Breuer
(Classicdesign.it, 2014)..... 41

Ilustración 21: Silla diseñada en 1928 por Le Corbusier y Jeanneret, con la cooperación de Charlotte Perriand, y producida en 1930 por Thonet Frères, París
(Vitra Design Museum, 2014)..... 42

Ilustración 22: Portada del libro *A Treatise on Domestic Economy, For the Use of Young Ladies at Home, at School*, de Beecher
(Cornell University Library, 2014)..... 44

Ilustración 23: portada del libro La cartilla del hogar, de Sofía Ospina de Navarro
(Colección personal)..... 44

Ilustración 24: Catálogo Eaton
(Canadian Museum of History, 2014)..... 47

Ilustración 25: Fotos de autos Cadillac antiguos
(Williamsburg.com, 2014) 48

Ilustración 26: Dibujo "*Comedor principal. Exhibición de la colección de vajillas y porcelanas*"
(Montenegro, 2008, p. 47) 58

Ilustración 27: Consideraciones y valoraciones del objeto
(elaboración propia, 2014) 63

Ilustración 28: Aspectos de usabilidad
(elaboración propia, 2014) 65

Ilustración 29: Características de los objetos mudables
(elaboración propia, 2014) 69

Ilustración 30: Características de los objetos situados
(elaboración propia, 2014) 73

Ilustración 31: Características de los objetos apoderados
(elaboración propia, 2014) 75

Ilustración 32: *The Five Skins of Man,* Bosquejo elaborado por Friedensreich Hundertwasser en 1998..... 84

Ilustración 33: Imagen de comerciante desalojado del Bazar de los Puentes
(Casa editorial El Tiempo, 2014)..... 86

Ilustración 34: Dibujo "*Mesa de noche. Hombre entre 25 y 30 años*"
(Montenegro, 2008, p. 41) 92

Ilustración 35: Imágenes que explican el funcionamiento del teléfono inteligente Galaxy 3, de Samsung
(TusEquipos.com, 2014)..... 94

Ilustración 36: Patrones de diseño de habitaciones de Tatami
(en Cdn2.bigcommerce.com, 2014)..... 103

Ilustración 37: Fotos frontales de automóviles
(ZCoches.com, 2014) 105

Ilustración 38: Fotos de taburetes de baqueta
(Eafit, 2009) 115

Ilustración 39: Foto de bolinillos o molinillos
(Colección propia)..... 116

Ilustración 40: Raspador de cocos
(colección propia) 117

Ilustración 41:Fogón artesanal
(Colección propia)..... 118

Ilustración 42: Jabonera de cacho
(Colección propia)..... 118

Ilustración 43: Escobillones
(Colección propia)..... 119

Ilustración 44: China común en la región andina y pacífica, a la derecha, y abanico de la región caribe, a la izquierda.
(colección propia) 119

Ilustración 45: Cayana
(Colección propia)..... 120

Ilustración 46: Nido de totumo
(Colección propia)..... 121

Ilustración 47: Termos de calabazo
(Colección propia)..... 121