

Estéticas del ocio

Transformaciones en el valor de cambio simbólico y el valor de uso de los objetos.

Luis Guillermo Sañudo Vélez

¿Qué es el Ocio?

Entendemos hoy el *ocio* como una condición del sujeto ante todo lo que lo rodea, es diferente a lo que anteriormente se entendía como un tiempo, fuera de la actividad del trabajo que brindaba la posibilidad de recobrar fuerzas y disfrutar por parte de las clases dirigentes y la burguesía medieval los bienes acumulados. Hoy vemos como existe algo que es diferente al ocio como condición del sujeto moderno y es el llamado tiempo libre una especie de dominación sutil que utilizan los gobiernos e instituciones de poder para someter al hombre a un constante consumo y producción del capital cultural. Max Horkheimer al igual que Theodor W. Adorno consideran que la cultura burguesa reprime la genuina felicidad individual del sujeto y en su idea de compensar brinda diversión a las masas para aliviar el descontento. Agregan, que los mecanismos que gobiernan al hombre en su tiempo libre, son absolutamente los mismos que lo gobiernan cuando trabaja. T.W. Adorno especifica que el "ocio" es la continuación del trabajo por otros medios, y que la industria cultural esclaviza al hombre con mucha mayor sutileza y eficacia que otros métodos anteriores de dominación. La modernidad creó una variación en la condición de ocio del sujeto, podríamos decir que lo que se había entendido por *ocio* antes del periodo de la modernidad incluso hasta la revolución industrial, (siglo XVIII) como un tiempo fuera del trabajo al igual que la *skholé* o *el* ocio caballeresco, no es lo mismo hoy. También se sabe que la acumulación de bienes para el disfrute en el tiempo compensatorio del trabajo posibilitó el surgimiento de (la idea) en el pensamiento filosófico de la cultura griega, lo cual tampoco funciona hoy de la misma manera.

La posmodernidad nos muestra un mundo donde cada individuo se hace responsable de sus ideas y sus acciones pero no se da cuenta que finalmente esta sujeto a una estructura política e ideológica de la llamada globalización, que le permite actuar bajo condiciones de no-libertad ya que el tiempo libre está unido al modo de producción (el hobby, por ejemplo, es libertad organizada, obligatoria). Es un fetiche vinculado a los controles de la industria y la propaganda, que atrofia la fantasía y extermina la capacidad creativa del hombre.

Más allá de visualizar hoy una manera clara de narrar la historia o de construir una teoría de la historia, simplemente hacemos una descripción de los fenómenos que estructuran la época posmoderna. Podríamos aquí y es finalmente la tesis que se plantea en este artículo, visualizar los objetos en los que hoy esta presente el paradigma de la globalización a través de la nueva noción de ocio del sujeto posmoderno. La manera de contar su propia historia por medio de unos *cuerpos edificados* que han armado las instituciones de consumo, configuran el cuerpo como el lugar de la banalidad

social, el deporte como juego estético, el aburrimiento como posibilidad para entretenimiento. Las instituciones han racionalizado a su manera el trabajo, un ridículo autoengaño del hombre alienado.

El ocio es la actitud de descanso y compensación al trabajo del sujeto moderno y de cada época de la historia, solo que la manera como lo entendemos hoy ha personalizado la vida en la sociedad de clases, que con apariencia de prevaria ha degenerado desde hace tiempo en una verdadera calumnia social.

La noción de ocio del sujeto moderno de la modernidad va a generar más tarde en la posmodernidad la aparición de la llamada globalización y aquí ocurren diversas manifestaciones individuales en las que la cultura no logra centralizar los valores sociales.

La tecnificación de las funciones humanas ha logrado que la imagen que hoy tengamos del concepto de naturaleza sea vaga e indescifrable. Aquí podríamos conectar las teorías antropológicas del historiador Pierre Lévy¹ y de Félix Duque² al abrir el panorama de una nueva proyección estética sobre las intensificaciones de los espacios arquitectónicos digitalizados y los hiper-cuerpos de la moda. Claramente vemos como en los últimos diez años hemos vivido una actualización de las funciones inherentes del cuerpo humano, sus extremidades, sentidos y gestos han sido virtualizados en gran medida por la solución a problemas; creando, inventando, produciendo formas seductoras a partir de las cuales se configuran dinámicas sociales ociosas y sin una clara valoración objetiva de las necesidades reales.

Estas actualizaciones, constantes y a un ritmo acelerado en la que hoy de manera persistente estamos transformando nuestra vida, nos sumerge en el ciclo de producción de las industrias culturales como las llama García Canclini. Pertenecen a estas dinámicas las cosas que se dan por los intereses comerciales de las instituciones de poder, estrategias comerciales que tienen como fin producir infinidad de objetos, cumpliendo con las más variadas funciones.

Se transforma así el valor de uso - simbólico rápidamente, al igual que son remplazados los objetos por otros más eficientes y óptimos para su consumo. Los medios publicitarios y expresivos hacen referencia a la globalización como un tiempo de ocio sistémico, en el que prevalece el fenómeno de la actualización. Miremos como hace alusión a este concepto de actualización, el filósofo francés Pierre Lévy. En cuanto a lo virtual, determina que no se opone a lo real sino a lo actual. A diferencia de lo posible, estático y ya constituido, lo virtual viene a ser el conjunto problemático, el nudo de tendencias o de fuerzas que acompaña a una situación, un acontecimiento, un objeto o cualquier entidad y que reclama un proceso de resolución: la actualización³.

Existen una serie de circunstancias y componentes que determinan hoy lo que llamo en este artículo de manera personal los cuerpos edificados, unos objetos industrializados donde la identidad local de los productos es opacada y son simplemente valorados por sus dispositivos técnicos. De alguna manera la constante transformación de la cultura hace que hoy se reconozcan los sujetos entre sí de una manera distante, las interacciones entre personas, objetos y espacios es cada vez

más personalizada. El valor de uso y el valor de cambio simbólico se han transformado debido a las llamadas actualizaciones. Las cosas pierden su valor rápidamente y siempre hay algo que las reemplaza. En relación a este tema también hace alusión la teoría de Pierre Bourdieu⁴, con el término de la distinción, este se utiliza para diferenciar las clases sociales, las cuales en la posmodernidad se diferencian a través de la adquisición de artefactos ociosos y la posibilidad de estar constantemente obteniendo la actualización de las nuevas tendencias impuestas por el consumo.

De algún modo se suma a este fenómeno del ocio el sentido que adquieren las reservas naturales, los lugares geográficos exóticos que brindan un tipo de bienestar saludable y de entretenimiento. Lugares adecuados para el disfrute, dotados de equipos para la comunicación, así sean espacios apartados de la civilización logran precisamente por esto tener un valor turístico permitiendo la actualización en medio de un ambiente salvaje, hostil y desolador. Los lugares considerados humanizados hoy son aquellos que están a la par con la actualización.

Los imaginarios del ocio

Cada cultura vive de manera diferente la experiencia estética de sus objetos, variando constantemente los distintos elementos estructurantes que lo conforman: la forma, la función y la estructura, donde los imaginarios culturales se forman según la manera como estos tres componentes interactúen entre sí y den forma a una dimensión sociocultural.

El imaginario es la representación y personificación de la cultura a través de los objetos. Tomemos de referencia lo que el filósofo y historiador alemán Wilhelm Dilthey⁵ habla respecto a la importancia que tiene hoy para el hombre observar otras posibilidades de existencia que se llevan a efecto bajo los múltiples dialectos, el encuentro entre culturas en la red Internet creando imaginarios y corporalidades. Vemos claramente representados estos imaginarios en tres aspectos: Los procesos técnicos y medios de comunicación que emplea hoy el sujeto moderno, la transformación de los hábitos domésticos del núcleo social y familiar, el cual se ejemplifica a través de imágenes en este artículo y los objetos que interactúan socialmente en nuestra vida pública.

Los referentes culturales que se dan entre los diferentes dialectos producen experiencias estéticas que podrían ser catalogadas hoy como las nuevas estéticas del ocio entendidas como una hibridación de símbolos y funciones que generan el aturdimiento de los individuos, a raíz de la mezcla de imaginarios entre la cultura de masas.

Aparecen hoy otros tipos de experiencias sociales que transforman en las personas su identidad local y dan espacio a la consolidación de los nuevos cuerpos edificados creados de la mezcla de productos, de dialectos, en otras palabras de imaginarios que ya no pertenecen específicamente a ningún lugar determinado, sino que son simplemente, digámoslo así, como lo plantea igualmente el filósofo, español José Luis Pardo en su texto la banalidad *Cuñas publicitarias*.⁶

De igual manera como lo plantea Gianni Vattimo⁷ siguiendo las palabras de Wilhelm Dilthey los imaginarios culturales creados por la importancia y el sentido que el hombre hoy le da al contacto con otras culturas determina a su vez la posición de la obra de arte en relación a la emancipación dada por la "confusión" de los dialectos que se pueden encontrar en la descripción de la experiencia estética. Dilthey piensa que el encuentro con la obra de arte al igual que con el objeto de diseño desde su aspecto comunicativo, este rebasa la función en la manera en que es útil según lo que simbolice para cada sujeto.

La función está ligada hoy al significado simbólico del objeto y es por esto que los objetos están hechos de la mezcla de diversos componentes culturales, el valor agregado del cual hablo al principio del texto como término personal, podría aclarar el sentido estético - funcional que cada sujeto le da a los artefactos cuando califica el grado de funcionalidad o el nivel práctico del objeto según las ventajas técnicas que le permita. Aparece aquí como componentes de diseño los nuevos parámetros de confort y de belleza establecidos por la cultura de masas.

Ahora miremos los imaginarios estéticos del ocio a la luz del espacio de consumo el cual es configurado por la cultura de masas, lugares donde aparecen acciones, rutinas, eventos sociales que definen el gusto y el deseo por la compra de productos, según el valor funcionalidad o la imagen que tengan sus empaques y sus estuches. Artefactos ociosos que albergan un alto grado de especificidad funcional, según el número de funciones que cumplen o también por la imagen que presentan sus empaques, esto determina el concepto de belleza, de agrado de deseo al que esta referencia hoy la experiencia estética.

La sociedad actual se da entonces a través de estos artefactos que generalmente permiten tener experiencias virtuales, son procesos de adquisición y producción donde no está presente la realidad como tal, sino que interactuamos por medio de redes de comunicación que reducen el tiempo a situaciones, momentos, instantes. Se crea una historia de experiencias, actos y acontecimientos espontáneos, esto de alguna manera también produce una reacción o un comportamiento ocioso, logrando que el trabajo se vuelva un tiempo entretenido través de la red Internet.

El individuo en cada acto consume, escribe la historia a su manera. Se abre aquí un interrogante acerca de quién hace y de qué manera se da la historia, ya que si comparamos la filosofía de la historia, con la forma como se teje la historia hoy vemos que ha desaparecido la mirada dogmática, y condición ética del sujeto se ha transformado por los hábitos del ocio en una tecnificación de los hábitos culturales. Vemos también en las experiencias virtuales con los nuevos equipos celulares y sistemas digitales que entran a ser parte del tiempo laboral, donde el trabajo se hace entretenido y los medios de producción se hacen más fluidos. El trabajo inmerso en las acciones del ocio hace parte de la sociedad de consumo. Término ya manejado por Jean Baudrillard en *Simulacros*, (1983: 148). Acerca de la sociedad de consumo desarrolló una teoría del signo-mercancía en la que

se señala que la mercancía se ha convertido en un signo en el sentido saussureano del término, donde el significado está arbitrariamente determinado por su posición en un conjunto autorreferencial de significantes.

En *Simulations*, Baudrillard afirma que en esa hiperrealidad lo real y lo imaginario se confunden y se abre una fascinación estética en todas partes, de manera que “sobre todas las cosas se cierne una especie de parodia no intencional, de simulacro técnico, de fama indefinible, a los que se asocia un placer estético”.

Podríamos decir que existen hoy tres manifestaciones o experiencias estéticas que ayudan a consolidar los imaginarios culturales del ocio (Tabla 1, p. 219).

Manifestaciones del ocio. Eficiencia, incertidumbre, frustración

1. El aburrimiento causado por el descanso en el tiempo libre.
2. La tecnificación funcional de los objetos.
3. La transformación de los símbolos.

Aburrimiento y tiempo libre: El descanso trae consigo momentos en los que se tienen experiencias ociosas, como dedicarse a los juegos de azar o asumir posiciones corporales para disponerse al entretenimiento. Posturas que generalmente tienen que ver con objetos dinámicos y lúdicos.

La tecnificación funcional: La búsqueda de soluciones a las necesidades dictadas por el medio han llevado al hombre al perfeccionamiento técnico de los artefactos que comprenden nuestra existencia. La condición funcional de los objetos esta determinada por acciones de ocio en la que los objetos deben suplir varias acciones al mismo tiempo. Utensilios multifuncionales, implementos de servicio.

El cambio en el valor simbólico: Los objetos de casa o los espacios de descanso se vuelven muchas veces fetiches, espacios apetecidos, decorados, anhelados, recordados, que terminan adornando y configurando el paisaje de los lugares de habitación. A este componente hacen parte los objetos del recuerdo, de la memoria, transformados en mercancías a través de los imaginarios culturales.

Podemos ver que a cada componente le pertenecen una serie de objetos y situaciones sociales que permiten clasificar las estéticas del ocio en una amplia gama de posibilidades de observación abriendo la dimensión del término ocio, a varios campos del diseño.

De esta manera podríamos hablar del ocio como la posibilidad tecnológica de producir equipos, y medios para la producción de artefactos útiles al servicio y el entretenimiento. Así el perfeccionamiento técnico de las acciones humanas, hacen parte del dicho popular: “hay objetos para todo”.

Miremos ahora como los diferentes actos y tiempos de ocio generan los imaginarios estéticos en los cuales aparecen el juego y la lúdica como condiciones del tiempo libre incluido el tiempo laboral.

Los actos cibernéticos configuran la nueva vida, poniendo en evidencia los sucesos - hechos - acciones que hacen parte de la libertad como individuo, una cierta

libertad de poder actuar y elegir pero bajo las dinámicas culturales de los imaginarios institucionales, ya no del proceso unitario de la historia como gran proyecto moderno del siglo XVIII, sino el de la pos-historia, el de una pos-modernidad, un tiempo que se teje a partir de las necesidades creadas por los interés de dominio de las instituciones, un tiempo de historias contadas a través de simulacros, juegos, tramas, entretenimientos, donde aparece la estatización de la cultura.

El ocio esta finalmente involucrado en los procesos de adquisición y consumo. Los países muestran sus zonas centrales, capitales como historias a través de la escenificación de la industria cultural. Un evento social en la que los individuos de cierta forma hacen lo mismo, se escenifican, se hacen moda, es el gran tiempo de la fama y la limpieza cosmética, la asepsia máxima donde todo cumple un periodo de vida y se desecha en el mundo de las estéticas del ocio, la basura se vuelve bella, algo feamente bello. Creando una cultura del desecho, o brindando la posibilidad de convertir en obra de arte el desecho como un nuevo paisaje del sistema de los objetos.

Asistimos hoy como cultura a la teatralización de la vida cotidiana, a la visualización de nuestras propias acciones y experiencias, donde la sociedad de consumo nos muestra por medio de presentaciones e historias publicitarias, objetos que se compran, se consumen, se desechan, dejando aparecer unos espacios cotidianos, unos nuevos imaginarios, unas nuevas realidades.

Los objetos han hecho parte de la historia en la cultura occidental, de alguna manera han participado en la representación, la escenificación de los lugares. Uno de los grandes proyectos de la cultura occidental en el siglo XVIII fue *El proyecto de ciudad*, del *Sujeto moderno* que se gestó a lo largo de los últimos tres siglos. La vida en sociedad y el bienestar humano sobresalió a costa de grandes tropiezos y sacrificios. Hoy la ciudad, el cine, las imágenes y los objetos, han logrado crear una nueva corporalidad cultural, un nuevo espacio aséptico, un imaginario técnico, un nuevo simulacro en la realidad del sujeto, demostrado en la civilización del espectáculo.

La experiencia estética de los objetos de ocio, permiten conformar hoy el territorio social o tejido cultural que define al sujeto moderno. Por fuera de las prácticas y las acciones del ocio están los hombres que no pueden acceder a los beneficios y las oportunidades que brinda la sociedad de consumo. Los países en vía de desarrollo y las minorías étnicas no pueden acceder a los imaginarios del ocio. Pero se gesta una nueva filosofía a lo largo del siglo XX que ha criticado radicalmente la idea de la historia unitaria y ha puesto de manifiesto el carácter ideológico de las nuevas realidades causadas por los diferentes dialectos. Walter Benjamín en un breve escrito del año 1938 (Tesis sobre la filosofía de la historia), sostenía que la historia concebida como discurso unitario es una representación del pasado, construido por los grupos y las clases sociales dominantes que participaban del antiguo concepto de ocio.

La mercantilización de la cultura es hoy uno de los aspectos que han causado la distinción y la individuación, del sujeto moderno. Los objetos han personalizado

nuestras labores, podemos tener control sobre nuestra información personal y relacionarnos con los otros a través de un código. Permitiendo finalmente vender la idea de un mejor bienestar de vida y la oportunidad de ser libres olvidando morales y valores que hacen parte de la historia unitaria de las naciones.

Un camino ya iniciado por Marx y Nietzsche nos plantea según G. Vattimo, la manera diferente en como estaría enfocado el discurso filosófico sobre la historia posmoderna. “Se llega a disolver la idea de la historia entendida como decurso unitario. No existe una historia única, existen imágenes del pasado propuestas desde diversos puntos de vista, y es ilusorio pensar que exista un punto de vista supremo, comprensivo, capaz de unificar todos los demás (como sería la historia que engloba la historia del arte, de la literatura, de las guerras, de la sensualidad, etc)”⁹.

Esto quiere decir que no existe un solo cuerpo, estamos llenos de prótesis, de artefactos, en otras palabras ya no hay una sola historia lineal, hay más bien muchas historias sobre un mismo sujeto social. Algunos filósofos de la Ilustración entre ellos Hegel, Marx positivistas, pensaban más o menos todos del mismo modo, que el sentido de la historia era la realización de la civilización, dice Vattimo: “la forma del hombre europeo moderno”.

Vemos claramente como la condición de ocio del sujeto moderno edifica, construye sus propios cuerpos sociales, las instituciones posmodernas crean objetos tecnificados, industrias culturales, sociedades de poder en la que aparecen los imaginarios. Lentamente el sujeto moderno, se ve inmerso en la tele tienda, el hiper-mercado, el hiper-espacio, la internet. Todos estos componentes o también por que no manifestaciones, imaginarios, dialectos culturales, etc., hacen que hoy la historia ya no sea una sola. Se bifurca, se abre en diversos espacios y tiempos mostrando diferentes tipos de cuerpos sociales. La apertura económica, la privatización del patrimonio de cada nación (energía, petróleo, bancos, aero-líneas) y su entrega a transnacionales, conforman el gran mundo de la globalización. Estas tres formas básicas comunican ampliamente, pero también producen desarreglos generalizados, comenta Néstor García Canclini al mencionar que, “El dinero y las mercancías circulan sin reglas claras: los migrantes desestabilizan las relaciones entre territorio, cultura y naciones; y los medios masivos

informan a todos, simultáneamente, de las incertidumbres ingobernables”.¹⁰

El espacio público juega entonces hoy un papel fundamental en la conformación de los cuerpos del ocio, los espacios de socialización, de encuentro, donde se reúne la colectividad son lugares del habla, esto expresa hoy un alto nivel de acontecimiento social, los lugares donde hay información, medios para interactuar y posibilidad de entretenimiento. Allí el sujeto moderno pasa su tiempo libre fuera de las obligaciones laborales, donde se vuelve participe de la producción, la diversión y el pasatiempo. Es el interés comercial de las instituciones, utilizar el tiempo libre del sujeto para su conveniencia, así la condición de ocio cambia en gran medida cuando la tecnificación de los servicios propicia que los sujetos se individualicen en sus acciones y se disipen en medio de una masa cambiante de personas.

Una de las más claras posturas que manifiestan la disolución de las formas urbanas son los tiempos y ritmos de los imaginarios de ocio, estos dejan un interrogante ante la difícil manera de seguir narrando la globalización, al mencionar el entusiasmo que demuestra la posmodernidad por los sujetos ficticios, estos surgen de las identidades de la moda y la publicidad, (Jean Baudrillard, 1983). Esto hace que la historia se vuelva individual y al mismo tiempo hagamos parte todos del evento social. Hoy todos somos actores, somos el medio para algo, esto es lo que hemos llamado en el artículo cuerpos edificados, industrias culturales y valor agregado, donde se utilizan los imaginarios culturales como mercancías para promover el consumo de los bienes materiales.

Objetos de Ocio.

Clasificación. “El mundo de los objetos”.

1. Objetos de descanso: Los implementos para reposar, holgar, estar, habitar, interactuar.
2. Objetos lúdicos: Los juegos y pasatiempos del entretenimiento que permiten salvarnos del aburrimiento.
3. Objetos de aseo: Artefactos y productos destinados a la asepsia y la limpieza de los lugares y del cuerpo.
4. Objetos del decoro: Pertenecen a estos los artefactos de la cosmética, el acicalamiento y la ornamentación a partir de la creación de paisajes, atmósferas,

Tabla 1.

Imaginarios del ocio.	Hedonismo	Presentación.	Distinción.
Manifestaciones del ocio.	<i>(Goce y disfrute)</i>	<i>(Imagen y figura)</i>	<i>(Las clases sociales)</i>
El aburrimiento causado por el descanso en el tiempo libre.	La anulación de las acciones. Frustración.	Recorridos y tránsitos del sujeto para matar el tiempo.	Los juegos de azar y las salidas esporádicas. Juegos y pasatiempos.
La tecnificación funcional de los objetos.	Optimización en las funciones del objeto. Eficacia.	La presión publicitaria. "Objetos multiusos". Marketing.	Objetos tecnificados y actualizados. Virtualizaciones y mecanismos
La transformación de los símbolos.	Nueva clase social. La cultura "Light". Satisfacción.	La salud, la buena forma física "Delgadez" y los objetos purificados.	La dieta alimentaria y la gula desmedida. Pieles y superficies.

vestuarios, posturas determinadas por los espacios de estancia.

Adornos, aderezos, realces, esplendor.

5. Objetos inútiles: Los que solo sirven para decorar, es la máxima saturación simbólica y funcional que sufre el objeto, todo lo que aparenta ser, generalmente tienen que ver con pertenencias personales, recuerdos o con la historia personal.
6. Objetos de desecho: Lo olvidado, dejado, excluido, implementos que se vuelven inservibles y son muchas veces utilizados para recomponer, reutilizar. La basura adquiere aquí un valor técnico o simbólico.
7. Estuches y empaques: Envoltorios y contenedores de almacenamiento y conservación, destinados también a llevar la imagen y la presentación de los productos.
8. Actualizaciones: Tecnificación de las acciones humanas y especificidad funcional de los objetos con miras a suplir cualquier necesidad, artefactos domésticos, herramientas de trabajo, objetos de mano, implementos deportivos, etc.

Objetos de dominio, adaptados, rediseñados, reformados por las prácticas cotidianas. Las costumbres actuales, la manera como ocupamos el tiempo, los hábitos generados por el trabajo y la vivienda, han hecho que nuestros objetos hoy no solamente estén al servicio de nuestro bienestar, sino también, se convierten en el medio por el cual se puede alcanzar el disfrute de una asepsia máxima. La historia las practicas humanas, muestran como a cambiado el servicio prestado por los objetos y los útiles, han transformado la vida del hombre a través de dar solución a los problemas de abastecimiento, de bienestar y salubridad. Se ha logrado una asepsia máxima en todo sentido. Hemos limpiado los procesos productivos, tecnificado los materiales, alisado las superficies del hábitat, idealizado la imagen de los productos. La modernidad trajo consigo el ideal de progreso y superación, ser moderno a lo largo del siglo XX represento la posibilidad de acceder al disfrute, la limpieza, la salud, el cuidado del cuerpo y la adquisición de bienes. El sujeto moderno, el individuo común, obtiene hoy los objetos no solo por su servicio sino por el deseo de adquirirlos. Una sociedad de consumidores donde cada acción esta inmersa en una experiencia lúdica y ociosa. El nuevo cuerpo social que aparece en el espacio de la ciudad moderna, es seducido por las diversas maneras de ver, estar e interpretar la realidad junto a los otros, se muestra exuberante, ligero de decoros y lleno de expresión. "Un sujeto que en sus recorridos por los espacios urbanos, se va armando de la mezcla cultural de los lugares que ocupa".

A lo largo del período de la modernidad bajo la idea de lograr un modelo, un tiempo ideal se crearon objetos tecnológicos, medios de comunicación, canales de televisión, que permitieron el contacto entre diferentes culturas, así diversos públicos se mezclaron entre acciones y actividades, dando pie a la aparición de Interculturas, o experiencias culturales a través de los sistemas virtuales de comunicación como las vías satelitales, la fibra óptica, la Internet, los aparatos celulares, etc.

Las personas crearon nuevas maneras de interactuar, de relacionarse con los objetos, transformando así los

hábitos y las acciones cotidianas. Finalmente esto es lo que constituye la ciudad de hoy, múltiples interacciones entre cuerpos diversos, cuerpos sociales que generan una nueva noción de lugar, una nueva manera de pensar el sitio, (la situación urbana). Un lugar configurado por pantallas, imágenes, expresiones de protesta, mercados callejeros, cuerpos utilizados como vitrina.

Ocurrió entonces una transformación a lo largo del siglo XX. Apareció en los años 50 y 60 una proliferación de maneras de ser, una especie de libertad moral del sujeto, basado en la posibilidad del disfrute, el entretenimiento y el goce de una nueva experiencia estética, la cual se dio a partir de la transformación técnica que sufrió el momento moderno del siglo XIX.

El surgimiento de una nueva época, posterior a la modernidad tendría por lo tanto un nombre referenciado en relación a ella, posmodernidad. Esto permitió aflorar por todos los rincones manifestaciones sociales, donde la gran transformación se dio finalmente en el momento en que, se logra la mercantilización de la cultura.

"Nuevas experiencias funcionales entre los objetos y el propio cuerpo", a esto hace alusión de manera muy clara el filósofo Jean Baudrillard en su libro *El Sistema de los Objetos* al mencionar que el individuo genera hoy en sus prácticas sociales la forma que deben tener sus objetos. Existe hoy una relación funcional directa entre el cuerpo y el objeto en la sociedad contemporánea. Los objetos de nuestro cotidiano hacen referencia a las dinámicas y desplazamientos que el sujeto produce, en el rápido flujo de signos e imágenes que satura la trama de la vida diaria. Para Baudrillard la acumulación y la extensa producción de imágenes en la sociedad contemporánea nos han empujado hacia una nueva sociedad donde como deje al principio citando al autor, este dice que en la sociedad actual la distinción entre realidad e imagen se borra y la vida cotidiana se estética.

De esta manera la mercancía se ha convertido en un signo, cuyo significado está arbitrariamente determinado por su posición en un conjunto autorreferencial de significantes, mostrándose sobrecargado de información por la manera como lo presentan los medios de comunicación, generando un flujo incesante de objetos, imágenes y simulacros fascinantes, al punto de que la televisión es el mundo.

La inquietud fundamental de la que parte la investigación a la que hace alusión este artículo es la transformación que tienen hoy las prácticas sociales, generada por la nueva sociedad de consumo, la cual a través de los objetos del ocio crean el interés por una vida estética y la necesidad de convertir los objetos en un todo placentero. Se abre la búsqueda de nuevos gustos, sensaciones y la construcción de estilos de vida distintos, que pasan hacer centrales en la cultura del consumo. Así la condición de ocio que atrapa al sujeto moderno hace que lo real y lo imaginario se confundan y la fascinación estética esté en todas partes, de manera que "sobre todas las cosas se cierne una especie de parodia no intencional, de simulacro técnico, de fama indefinible, de asepsia y salubridad máxima a los que se asocia un placer estético".

Esta es la relación que existe entre la imagen del objeto y el cuerpo del sujeto debido a las prácticas sociales

del ocio. A lo que llamamos imagen es precisamente la experiencia estética del ocio generada a través de la presentación, la imagen de los objetos donde hemos desmitificado moralmente su significado.

Hoy el objeto rebasa su condición ideológica para convertirse en símbolo, amuleto, mascota, fetiche, tabú, para gozar así de toda libertad moral, de la cual hace unos siglos atrás no tenía. El objeto refleja entonces hoy de esta manera su corporalidad, el gesto, el deseo, el gusto, la figura, la imagen, su presentación.

Hablamos hoy de una corporalidad de los objetos si lo pudiéramos decir así, ya no hay disfraz, teatralidad moral. A esto alude Jean Baudrillard al decir: "Todos los objetos reducidos a su más simple instrumental y definitivamente secularizados por así decirlo: lo que está liberado en ellos, y que, al liberarse, ha liberado en ellos), es su función. Se ha separado del rito y de la etiqueta de toda una ideología que hacían del ambiente el espejo opaco de una estructura humana deificada. Hoy en día, los objetos dejan traslucir claramente qué es aquello para lo cual sirven. Así pues son libres, como objetos de función, es decir, que tienen la libertad de funcionar y (por lo que respecta a los objetos de serie) prácticamente no tienen más que ésta".¹¹

Bajo el comentario que hace Baudrillard, la modernidad estuvo conformada por la aparición de las llamadas vanguardias del arte y las nuevas experiencias estéticas que surgieron por la desmitificación moral de los objetos y la obra de arte, ha raíz de esto los objetos al igual que el cuerpo sufrieron transformaciones a mediados del siglo XX con la aparición de las minorías urbanas que comenzaron a exigir sus derechos y la posibilidad de participar activamente en las decisiones políticas de cada nación. Los grupos feministas, la liberación homosexual, los sindicatos empresariales, todos ellos crearon nuevas maneras de entender la corporalidad. Cambiaron los hábitos las costumbres sociales, los valores morales, provocaron grandes transformaciones incluso en la manera de vivir y entender el espacio urbano de la ciudad contemporánea. La resignificación urbana de la trama social de la polis occidental convertida en un espacio para el consumo y la diversión corporal.

A raíz de los grandes cambios culturales que llevaron a las sociedades a adoptar nuevas categorías estéticas para el reconocimiento del espacio social, aparecieron nuevas interacciones sociales en cada individuo; estos cambiaron el significado y el valor simbólico de sus imágenes culturales, haciendo que la nueva experiencia estética de la sociedad cambiara a la par de las transformaciones del espacio urbano y los objetos que la definen.

Esto define actualmente las nuevas situaciones humanas en sociedad, las que crean un sistema de usos, de apropiaciones, un estado de cosas, que se producen por el acontecer de los mismos transeúntes, de los encuentros. Así se forman localidades saturadas de imágenes y figuras, donde los cuerpos que conforman estos lugares producen una infinita proliferación de estéticas.

Una nueva corporalidad edificada del sujeto posmoderno se forja en los confines de la globalización. El sujeto se encuentra inmerso en un espacio tecnificado el cual le permite cambiar constantemente de lugar, sin ne-

cesidad de moverse, puede comunicarse de diversas maneras y cambiar incluso de realidad. Un individuo constituido por nuevas hibridaciones y virtualizaciones de comunicación social, una especie de libertad moral que muestra las maneras de vernos hoy ante el otro en sociedad a través de la red Internet.

Los nuevos cuerpos edificados por los intereses políticos y comerciales, han convertido la epidermis en una capa corporal, maquillada, adornada y liberada por los artefactos digitales, permitiendo la consolidación de objetos personalizados donde cada individuo crea su propio mundo. La utilidad se da a través de una nueva concepción espacial y corporal de la forma, la que según debe tener el objeto. Así nace un interrogante sobre ¿cuales son las nuevas condicionantes estéticas que constituyen el cuerpo del sujeto posmoderno y su relación con la imagen de los objetos cotidianos?

La posmodernidad se presenta entonces como un escape al ideal modernista, una manera de poner en evidencia la liberación de manifestaciones tecnológicas. Así intereses sociales definen el poder al manipular las necesidades reales de los sujetos. Lo que aparece entonces son objetos de ocio, objetos novedosos diseñados como adaptaciones fisiológicas, extensiones corporales, que permiten tener nuevas experiencias perceptivas para los sentidos, nuevas imágenes oníricas, que estetizan y des-realizan la realidad.

Materializaciones del ocio.

Es importante entender que cuando me refiero al concepto de lugar social de los objetos, quiero con esto hacer énfasis a lo que hoy configuramos como territorio físico, la imagen que nos hacemos de las cosas, estas configuran el territorio físico, por ejemplo el valor que adquieren hoy los objetos de nuestra casa, el uso que le damos a nuestras pertenencias son maneras de presentar nuestro lugar físico. Es así como nuestro espacio personal se forma finalmente de la acumulación de muchos lugares en los que hemos estado en nuestra vida.

Todo esto se materializa en los artefactos, dando así paso a los imaginarios culturales, los cuales son hoy de alguna manera creados propiamente por la publicidad. Los lugares creados por la nueva industria cultural como la llama García Canclini¹² dejan aparecer por todas partes nuevos imaginarios, los cuales se encuentran relacionados también de alguna manera con lo que el antropólogo Marc Augé¹³ llama los no-lugares. Espacios fantasmagóricos que podrían ser tranquilamente interfaces, espacios virtualizados, canales de comunicación, tiempos cortos y temporalidades funcionales de los sujetos. Todos estos son algunos acontecimientos que hacen que la sociedad actual muchas veces tenga la apariencia de un paisaje fragmentado, irregular y confuso (multifacético). Acciones temporales, esperas e itinerarios ociosos van definiendo la libertad laboral por medio del placer del consumo y la adquisición. Un tiempo libre fuera del trabajo, destinado a las prácticas lúdicas que los no-lugares configuran como nuevos espacios de la socialización contemporánea.

La materialización del ocio se da hoy como un medio

para lograr la felicidad. Tanto en el trabajo como en el tiempo de descanso el sujeto moderno ha introducido el juego, como componente esencial en cualquier acción, proceso e interacción con el otro, Quizás estemos asistiendo hoy a un mundo en el que las experiencias cotidianas entre nosotros mismos se encuentren bajo el dominio de los no-lugares, el de la espectacularización de la cultura.

El lugar de encuentro, del intercambio cultural se ha vuelto un espacio propicio para que todas las mercancías, los objetos, los cuerpos, y las cosas que hacen parte de nuestra interacción cotidiana con el mundo se interrelacionen entre sí. La historia ha cambiado, ya no es necesario que todas las manifestaciones del hombre estén sujetas a una sola verdad, ya no hay una moral idealizada, ejemplar que determine el buen uso y la funcionalidad de los objetos.

Hay mas bien hoy una estética dada por cada individuo, al igual que las corrientes de pensamiento se muestran hoy como un medio para alcanzar la realidad. Una realidad que hoy se vuelve distante, cambiante en cada momento, según las experiencias que las personas tienen con sus artefactos y sus medios de comunicación. La noción de lugar hoy se vuelve de esta manera abierta, dispersa y no configura límites tan definidos como los que configuró el modelo dogmático de finales del siglo XIX. G. Vattimo a tratado de proponer una tesis que puede enunciarse así: "En la sociedad de los medios de comunicación, en lugar de un ideal de emancipación modelado sobre el despliegue total de la autoconciencia, sobre la conciencia perfecta de quien sabe cómo están las cosas (bien sea el Espíritu Absoluto de Hegel o el hombre liberado de la ideología como lo concibe Marx), se abre camino un ideal de emancipación que tiene en su propia base, más bien, la oscilación, la pluralidad y, en definitiva, la erosión del mismo principio de realidad. El hombre de hoy puede finalmente llegar a ser consciente de que la perfecta libertad no es la de Spinoza, no consiste como ha señalado siempre la metafísica en conocer la estructura necesaria de lo real para adecuarse a ella¹⁴.

La modernidad hizo caso omiso en los años 60 y 70 al gran proyecto de la historia, más bien le dio nuevos valores a los símbolos culturales que interpretaron el principio de realidad, una realidad remplazada por imaginarios armados, donde tanto los cuerpos como los objetos aparecen constituidos por funciones diversas. Se vive hoy una situación explosiva, una pluralización, no sólo en comparación con otros universos culturales, sino también en el dominio interno de cada sujeto.

Podríamos entender la posmodernidad como la materialización de un tiempo en el que las diversas formas de actuación cultural que se dieron en el período de la modernidad terminaron por saturarse. El ideal de la modernidad como ya lo dije anteriormente terminó desbordándose y convirtiendo al sujeto en un cuerpo edificado, construido de múltiples signos, donde se muestra un ideal de belleza armado, construido por las multinacionales de los medios de comunicación, los canales de expresión de la moda y la publicidad.

Ya entendemos entonces cuando me refiero a los cuerpos edificados como materializaciones sociales del ocio que se han convertido en el sueño de todos, condiciones

de ocio y consumo en la que la cultura de masas se vuelve dispersa y sin un futuro claro dentro de la narración de la historia. Esto da muestra de la cantidad de imágenes variadas que están presentes en las acciones cotidianas de los sujetos. Por ejemplo: las marcas, la moda, las tendencias, la desmitificación de los valores, la informalidad laboral.

De esta manera las implicaciones que causan estas imágenes en las decisiones del sujeto, según su participación con los otros y su entorno son ligeras, fugaces, y temporales. Las comunicaciones han hecho que el valor de las decisiones y el comportamiento de las personas tengan un gran contenido de dispersión debido a las nuevas reglas del ocio y el consumo.

La posmodernidad se ha encargado de desterritorializar los principios del sujeto moderno. La transformación del valor simbólico de los objetos, García Canclini dice claramente lo siguiente en relación a lo que podríamos entender como las dinámicas culturales de la llamada posmodernidad. "Las búsquedas más radicales acerca de lo que significa estar entrando y saliendo de la modernidad son las de quienes asumen las tensiones entre desterritorialización y reterritorialización. Con esto me refiero a dos procesos: la pérdida de la relación "natural" de la cultura con los territorios geográficos y sociales, y, al mismo tiempo, ciertas re-localizaciones territoriales relativas, parciales, de las viejas y nuevas producciones simbólicas"¹⁵.

Conclusión.

Los objetos de ocio configuran hoy nuestra vida y nuestros hábitos, estamos rodeados de artefactos y paisajes artificiales que determinan las prácticas sociales en las que el sujeto contemporáneo se encuentra. Hoy el bienestar de las personas se mide por las posibilidades de adquirir y consumir productos que hacen más fácil la vida, hemos tecnificado y re-significado los objetos. No solamente solucionan nuestras necesidades, sino que han permitido crear nuevas valoraciones simbólicas distintas a nuestras creencias sagradas, nos permiten más bien ocupar un status y tener la posibilidad de tener una imagen y un estilo de vida.

Hemos creado un nuevo código de valoración por nuestras pertenencias y nuestras prácticas laborales, produciendo una nueva experiencia estética mediada *por el ocio*. La mayoría de objetos y espacios en los que habitamos hoy están mezclados por funciones que pertenecen al trabajo y al tiempo libre donde aparecen acciones de ocio. El tiempo libre ha transformado nuestros tiempos de producción entendiendo el trabajo ya no solamente como la obligación de producir y suplir una necesidad, sino como un tiempo entretenido y por medio del cual se puede alcanzar la felicidad.

Notas

1. Lévy Pierre (1995) *¿Qué es lo Virtual?* Barcelona: Ed. Paidós.
2. Duque Félix (1986) *Filosofía de la Técnica de la Naturaleza*. Madrid: Ed. Tecnos.
3. Lévy Pierre (1995) *¿Qué es lo Virtual?* , Barcelona: Ed. Paidós.
4. Bourdieu, Pierre (1988) *La distinción, Criterios y bases sociales*

- del gusto*, Madrid: Taurus. (primera edición francesa, 1979)
5. Dilthey, Wilhelm. Filósofo e historiador alemán (1833-1911), que contrapuso los problemas de la historia y la Naturaleza.
 6. Pardo, José Luis (1989) *La Banalidad*. Ed. Anagrama. Reeditado en el 2004.
 7. Vattimo Gianni. Filósofo italiano. (1933). Influenciado por Nietzsche y Heidegger, a desarrollado trabajos sobre filosofía política.
 8. Baudrillard, Jean. (1983) *Cultura y Simulacro*, Barcelona. Ed. Kairós.
 9. Vattimo G. et al (1990). *En torno a la posmodernidad*. Ed. Anthropos. 1990.
 10. García Canclini, Néstor (1989) *culturas híbridas*, Ed. Grijalbo.
 11. Baudrillard, Jean (1975) *El sistema de los Objetos*. México Siglo XXI Editores.
 12. García Canclini Néstor. *Culturas Híbridas*. Ed. Grijalbo.
 13. Augé Marc. (1993) *Los No-Lugares. Espacios del Anonimato*. Barcelona: Ed. Gedisa.
 14. Vattimo G. et al (1990) *En torno a la posmodernidad*. Ed. Anthropos. Pág. 18
 15. García Canclini, Néstor (1989) *Culturas híbridas*, Ed. Grijalbo, Pág. 288.
- Augé Marc (1993) *Los No-Lugares. Espacios del Anonimato*. Barcelona: Ed. Gedisa.
- Beblen Thosten. *Teoría de la clase ociosa*.
- Lévy, Pierre (1995) *¿Qué es lo virtual?* Ed. Paidós, Pág. 18.
- Baudrillard, Jean (1975) *El sistema de los Objetos*. México: Siglo XXI Editores.
- Bourdieu, Pierre (1988) *La distinción, Criterios y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus. (primera edición francesa, 1979).
- García Canclini Néstor (1989) *Culturas Híbridas*. Ed. Grijalbo, Pág. 288
- García Canclini Néstor. *Industrias culturales "diccionario de una década"*.
- Artículo Internet.
- Vattimo G. et al (1990) *En torno a la posmodernidad*. Ed. Anthropos. Pág. 18.
- Luis Guillermo Sañudo Vélez.** Arquitecto, Investigador línea Dinámicas de la Cultura Material, Universidad Pontificia Bolivariana. Escuela de Arquitectura y Diseño. Programa de Industrial, Grupo de Estudios en Diseño, Colombia, luis.sanudo@upb.edu.co

Bibliografía

Morfogénesis del objeto de uso

La forma como hecho social de convivencia
Producto latinoamericano con identidad

Julio Suárez Otálora y Mauricio Sánchez Valencia

"El principio de la sabiduría es el temor de Dios"
Proverbios 1:7

Introducción

El propósito de esta investigación consiste, mas que concluir, en postular algunas hipótesis desde donde se podría originar la forma del objeto y algunos de sus campos significativos, de ninguna manera pretenden ser posiciones absolutas ni únicas, sino sencillamente alternativas y puntos de partida discutibles y susceptibles de ser investigados profundamente. Un análisis hipotético del origen de la forma y algunos de sus campos tiene que ser al mismo tiempo un análisis del objeto de uso, basado absolutamente en una condición previa: La superación de una perspectiva espontánea y en el mejor de los casos funcional que actualmente abunda en la creación de la forma objetual, por ello considera que: El objeto es un constructo que revela las estructuras cognitivas de un grupo y que la Forma es un hecho social de convivencia.

La forma es un conjunto de elementos organizados y reconocibles que componen una estructura, floreciendo como orden tridimensional, configuración y representación de un concepto. Se considera como cuerpo del objeto, lugar, soporte de la significación, que determina las relaciones Hombre-Objeto-Contexto y puede ser comprendida bajo los siguientes parámetros:

- Morfológico: Al ser establecida como un orden, comporta una estructura, es decir una lectura categorizable a partir de un conjunto de elementos, relaciones, jerarquías, órdenes y propósitos haciendo del objeto la concreción de una coherencia formal. Entonces para esta investigación forma es morfología.
- Morfoestático: La forma es una estructura estable, estática y uniforme; esto evidencia que los valores representados por ella son intemporales, en el sentido que son independientes del curso del tiempo (estabilizan el tiempo).
- Morfométrico: Puesto que la forma es la síntesis de un concepto, es decir se origina en la medida que se da un límite a la interpretación de ciertos hechos, entonces puede ser cuantificada y cualificada absolutamente.
- Morfogenética: Como creación, sus orígenes pueden ser controlados, por un lado, desde una perspectiva histórica hacia una genética del objeto y, desde otro, por la incidencia de la diseñística como concepción de su origen.
- Morfosignico: La forma es una estructura de comunicación abstracta y tridimensional, portadora de un mensaje y que comporta criterios análogos a las ciencias lingüística y semiótica.

Así, pues, este escrito se estructura en cuatro partes constitutivas: La primera de ellas plantea hipótesis acerca del origen de la forma objetual, ninguna de ellas es excluyente a las otras, mas bien son complementarias y afines en muchos casos. Las otras tres partes pretenden analizar tres campos de la forma objetual: el de percepción (gestáltica), significación (semiótica) y valoración (estética) que la fundan como organización perceptiva, significativa y valorativa; campos que si bien son aislados para analizarse, en la forma se comportan como