



E

l inminente surgimiento del objeto 2.0
(entidades tecnológico-avanzadas)

The imminent emergence Object 2.0
(technology-advanced entities)

Mg. D.I. Javier Enrique Jiménez Hurtado
pigmadi@gmail.com

Primera versión recibida el 3 de junio de 2012,
versión final aprobada 10 de agosto del 2012.

Resumen.

Los objetos tradicionalmente han sido pensados y reflexionados por los diseñadores industriales, considerando categorías conceptuales provenientes de las ciencias de comunicación. Así, el objeto es portador de mensajes que son interpretados por los seres humanos para atribuirles significados funcionales y simbólicos. El nacimiento de la Informática en el mundo suscitó una verdadera revolución que permeó todas las áreas del conocimiento y como resultado nacieron las tecnologías avanzadas. Se presentó un vertiginoso avance en la técnica y la forma como se concebía el mundo y la realidad cambió. Los Objetos como resultado del quehacer disciplinar del diseñador industrial no han estado ajenos a esta revolución, han comenzado a incluir en su esquema básico la lógica del componente informático, lo que le otorga nuevas potencias. Es tiempo de otra entidad; el Objeto 2.0

Descriptores:

Objetos, comunicación, tecnologías avanzadas, informática.

Abstract.

Objects have traditionally been designed and reflected on by industrial designers, considering conceptual categories from communication sciences. Thus, the object is a carrier of messages that are played by humans to attribute functional and symbolic meanings. The birth of Information science in the world sparked a revolution that permeated all areas of knowledge and was born as a result of advanced technologies. There was a rapid advance in technology and the way the world was conceived, and reality changed. As a result of the discipline of the task of the industrial designer, objects, not strangers to this revolution, have started including in their basic outline the logic of the computer component, giving them new powers. It's time for another entity, the Object 2.0.

Keywords:

Objects, communication, advanced technologies, computer.

Para citar este artículo: (Jiménez 2012). "El inminente surgimiento del objeto 2.0 (entidades tecnológicas-avanzadas)". En: Revista Académica e Institucional, Arquetipo de la UCP, 4: Páginas 29 a 37

El inminente surgimiento del objeto 2.0 (entidades tecnológico-avanzadas)*

The imminent emergence Object 2.0 (technology-advanced entities)

Mg. D.I.
Javier Enrique Jiménez Hurtado**
pigjadi@gmail.com

Introducción.

Considerar la forma del objeto como eje problemático del diseño industrial, permitió que disciplinas como la psicología, la comunicación y la semiología, comenzaran a hablar del objeto en términos de formas portadoras de mensajes, que se estructuran comunicativamente, donde, desde una noción estándar; hay un medio *emisor* de *significantes*(objeto); un individuo *receptor* capaz de hacer interpretaciones y atribuirle un *significado* a la forma de un objeto; un *código* que reúne el consenso de normas como acuerdo cultural; un *canal* o vehículo portador del mensaje; y un *referente* como esfera de conocimiento y experiencias previas que tiene el individuo. Aquí, se puede reconocer que las discusiones sobre el objeto fueron abordadas considerando su apariencia física, es decir su forma, donde el plano perceptivo a partir de la teoría de la Gestált tomó relevancia.

Las bases sobre las que se estructuró el pensamiento de la escuela gestáltica, tienen origen en las investigaciones en psicología a comienzos del siglo XX. En dicho escenario de pensamiento, un grupo de teóricos alemanes enunció algunos principios sobre los que se explicaban los fenómenos perceptivos, donde la forma se consideraba una interpretación de la

sumatoria de partes, base que fue el pilar de esta teoría y que continua vigente para definir el objeto.

Al considerar la etimología del término *diseño*, se puede reconocer la misma asociación diseño-significante. Diseño proviene de *designare*, del latín, que significa darle un significado a una cosa, de manera que cuando una cosa se *diseña*, es porque a la cosa se le han dado atributos o cualidades que significan. Es decir que la cosa diseñada (objeto) comunica o informa algo, quizá una cualidad funcional práctica para satisfacer un fenómeno físico como contener (vasija), empujar (palanca), golpear (martillo) o una cualidad estética contemplativa como es el caso de una escultura o una obra de arte, que tienen una función simbólica porque nos permiten hacer una serie de interpretaciones subjetivas, que dependen de la complejidad, origen cultural, experiencia y conocimiento de cada individuo.

Después de la Bauhaus, pensadores y teóricos importantes condujeron las discusiones que problematizaron la idea de objeto. En particular, Abraham Moles, Jean Baudrillard, Pierre Buodon, Henry Van Lier, Eberhard Wahl, Violette Morin, entre otros, se distinguieron por hacer reflexiones sobre los objetos. Si bien éstas sirvieron para problematizar la idea de objeto, hoy parece necesario retomar el problema, pues la base comunicativa sobre la que se ha explicado resulta insuficiente. Las dinámicas de espacio-tiempo en las que habitó el objeto hasta principios del siglo XX eran diferentes a las de hoy, antes de la simbiosis morfo estética objeto-tecnologías avanzadas.

Etimológicamente, objeto proviene de *objetum* que significa arrojado contra; cosa que existe fuera de nosotros mismos; cosa colocada delante con un carácter material; todo lo que se ofrece a la vista y

* El presente artículo es producto de la investigación permanente en relación a las entidades tecnológicas avanzadas.

** Diseñador industrial. Universidad Jorge Tadeo Lozano. Posgrado en Materiales Sistemas de Transformación y acabados. Universidad Politécnica de Cataluña, Magister en Diseño Multimedia., Universidad Nacional de Colombia. Docente Universidad Jorge Tadeo Lozano, Pontificia Universidad Javeriana, Universidad Nacional de Colombia, Universidad Politécnica Grancolombiano.

afecta los sentidos¹. Los filósofos de la escuela de Frankfort toman el término en el sentido de lo pensado, y como tal se opone al ser pensante o sujeto. Por lo tanto el término objeto se funda en un aspecto de resistencia al individuo y a su carácter material.

Objeto en alemán es “gegenstand” y significa todo lo que está colocado contra y cuya materialidad se opone a los seres de pensamiento o de razón. Lo interesante de la etimología es la idea de oposición, pues también cabrían otros sinónimos como traba, barrera, dificultad o problema que desde la tesis de Levy², un objeto, más que una materialidad, es una dimensión intangible problemática que despliega potencias en abstracto.

Para Abraham Moles³ El Objeto es un elemento esencial de nuestro entorno, constituye el primer contacto del individuo con el mundo. Por medio de la observación de fenómenos y formas en estado natural, el hombre comienza a entender que los materiales en estado natural pueden adquirir otras propiedades. Entonces los transforma para atribuirle categorías de mensaje. De esta forma el objeto al habitar en el seno de los hombres se convierte en producto de lo humano, en un medio portador de conocimiento que se transmite de individuo en individuo a través de su materialidad. Es portador de morfemas⁴ con cierto orden reconocible individual y colectivo. El objeto es pues, comunicación. El objeto portador de formas es mensaje aun por encima de ellas.

En el rol del objeto como medio de comunicación pueden distinguirse diversos aspectos:

El primero hace alusión al objeto como

portador de forma, lo que supone un artífice o responsable consciente encargado de transformar plásticamente el objeto para portar los mensajes. El diseñador industrial se nutre de información propia de los estudios de mercado en una cultura específica para establecer variables que definen las cualidades formales de un objeto. Las necesidades, estilos, corrientes y expectativas de un grupo definido de personas, son proyectados por el diseñador y materializados a través de un proceso industrial, en formas que definirán la apariencia y función de los objetos.

El segundo hace referencia al objeto en su calidad de producción humana, es decir que hace parte de una sociedad y se le otorga la categoría de producción cultural, pues se legitima cuando el hombre lo interpreta y utiliza para realizar una acción. De esta manera los objetos al ser adquiridos, usados y desechados cumplen las mismas funciones que otros medios de comunicación, pues en líneas generales tienen la misma intención: enriquecimiento de las funciones cognitivas a través de formas que sugieren reacciones, originalidad o trivialización en la forma de producirlo y alineación o dominio del medio.

Tercero, el objeto es ocasión de contacto humano interindividual. De la misma forma como el texto escrito porta mensajes funcionales y simbólicos, los objetos establecen cierto contacto individual basado en un lenguaje de códigos sociales. Por ejemplo, obsequiar un collar con motivo de aniversario de boda, significa además de funciones prácticas como el hecho de ser un accesorio, funciones simbólicas, pues el material, el estilo y el

¹ Los objetos, Silvia Delpy. editorial tiempo argentina S.A.

² Lévy, Pierre. Filósofo investigador de la Universidad de Ottawa, reconocido mundialmente como pensador en el campo de la cibercultura. Autor de ¿Qué es lo virtual? Paidós, Barcelona. 1.999

³ Abraham Moles: 1920-1992. Francés. Ingeniero Eléctrico y Acústico, doctor en psicología y filosofía. Fue uno de los primeros investigadores en analizar la relación entre estética y teorías de la información.

⁴ Morfema: Organización o sintaxis de gestaltemas, es decir orden de mínimas expresiones formales que adquieren cualidades significativas. De la misma forma funcionan las palabras al ser una organización de letras o mínimas expresiones de lenguaje, que al estar ordenadas se vuelven sílabas y estas a su vez para volverse palabras y luego adquirir la categoría de mensaje.

acontecimiento establecen diferencias y relaciones interindividuales. Es decir que se establece una relación entre quien otorga y quien recibe el objeto.

Finalmente el objeto en serie, asume propiedades de masificación, lo que le atribuye un carácter y compromiso social, pues determina afinidades estéticas de un cierto grupo social que legitiman su existencia e identidad a través de los objetos. El objeto se prolifera debido al fordismo capitalista que incentivo su masificación como producto serial, es decir, a la multiplicación de objetos resultado de un proceso de industrialización y con un serio compromiso social por su carácter masificador. La mejor evidencia de esto fue cuando, a principios del siglo XX, las propiedades técnico-productivas de la industria de polímeros fueron especialmente idóneas para la fabricación de productos seriales.

Los objetos han sido pensados y diseñados para realizar actividades, para sostener y legitimar ritos, creencias, costumbres y todo tipo de expresión cultural. Ser un skater o un punk implica compartir creencias, ideologías y formas de vida, pero también identificarse con el uso de un discurso de objetos que certifican su pertenencia a un grupo social. Inclusive las actitudes corpóreas y gestuales también se ajustan a las características impuestas por el grupo social, donde los objetos asumen la condición de vehículo de consolidación de una ideología y forma de pensamiento.

Pero aquí también es interesante preguntarse por las posibilidades que implica el entorno digital, donde la dimensión espacio tiempo se transforma. Por ejemplo las redes sociales en internet, permiten que el individuo se despliegue en sus otros yo, por lo tanto se puede reconocer en este espacio inmaterial un lugar que viabiliza nuevas formas del ser, es decir nuevas realidades.

Siguiendo con el pensamiento de Moles, una roca, rama, flor o cualquier elemento encontrado en la naturaleza no es un objeto, es una cosa, que solo adquiere el valor de objeto cuando se promueve a otra

categoría. Por ejemplo una roca adquiere la dimensión de objeto cuando se vuelve pisa-papel, es decir, cuando la cosa ha sido modificada por el hombre para otorgarle valores significativos. Ahora, quizá habría que preguntarse ¿qué valor adquiere el objeto cuando en un entorno tecnológico avanzado es promovido a otro estado? pues si se piensa desde la noción de proceso, donde la roca transita a pisa papel, es decir a objeto ¿qué pasa con las nuevas tecnologías?, el objeto ¿a qué transita?

Otra consideración importante enunciada por Moles, es que el objeto está hecho a la escala humana, y es perceptible visualmente. Esta noción es particularmente obsoleta, pues los objetos han comenzado su heterogénesis y despliegues en abstracto. En términos de Levy (Lévy, ¿Qué es lo virtual?, 1999), están en potencia y no en acto, es decir que en el pensamiento de Levy, el objeto es un intangible que no se subyace a un material, se presenta más como un problema puramente cognitivo, lo que abre el espectro de sus posibilidades.

Pero para Moles, el objeto es un elemento del mundo exterior fabricado por el hombre, y que puede tomar y manipular. Un hacha de sílex es un objeto porque fue construida por el hombre, mas no es un objeto el sílex. En conclusión, un objeto no es el material del que está compuesto, sino la significación que es atribuida a la forma que adopta el material. Lo que podemos inferir, es que la idea de objeto yace en su forma y su legitimación mediante el uso, mas no en el material del que está hecho.

Se puede reconocer entonces una idea pregnante del objeto caracterizado como mediador, portador de mensajes, que se legitima en tanto sea interpretado y usado por el hombre. La injerencia de las ciencias humanas y las teorías de la información en el diseño industrial, pusieron en evidencia la necesidad de hacer una distinción en el mensaje que portan los objetos. Por un lado está el mensaje denotativo o de significación, y por otro el mensaje connotativo o de evocación. Una copa está hecha para beber y esta interpretación corresponde al sentido denotativo y

objetivable. El sentido connotativo hace referencia al campo emocional y sensorial. Agrega caracteres ornamentales y emocionales. La copa con la que Jesucristo bebió en la última cena adquiere toda una dimensión semántica debido al sentido connotativo, al punto que ha sido motivo de todo tipo de ritos, mitos y leyendas construidos a través de la historia.

Entonces, se pueden considerar dos componentes fundamentales en un objeto. El primero que hace referencia a su función práctica y el segundo a la función simbólica. En cualquiera de los casos existen procesos cognitivos derivados de la interpretación de la forma de los objetos. Respecto a la función práctica, el proceso de interpretación implica razonamientos lógicos de primer orden porque son inmediatos, basados en la experiencia, en la observación y en la lógica denotativa de lo que significa un objeto por sus cualidades formales y son referenciadas por previas experiencias con otros objetos. Por el contrario, cuando se dan razonamientos lógicos de segundo orden es porque existe la influencia de factores socio-culturales y construcciones semánticas que surgen de conceptos que habitan en el seno de la vida social y la cultura. Entonces la función simbólica de los objetos es producto de un contexto sociocultural específico.

Sí bien los conceptos mencionados fueron aceptados y válidos para explicar el objeto, tienden a ser reduccionistas en tanto que desconocen otras formas de pensar el objeto, sobre todo desde la invención del ordenador y la influencia de la informática en el mundo a partir de mediados del siglo XX. Fue allí donde la mayoría de las disciplinas dinamizaron y reestructuraron sus bases epistemológicas.

Al considerar la influencia de la tecnología y la informática en los objetos, que amplían el plano sensorial y perceptual, pues la función práctica y simbólica se potencian ¿Qué tipo de lógicas se dan?, ¿Estamos hablando de un objeto potenciado?, ¿Una nueva tipología de objeto?

Para citar un ejemplo cotidiano, un teléfono móvil, como en una especie de principio filogenético, en estado de renovación constante, pareciera que se convierte en otro tipo de objeto, pareciera transcodificarse para adquirir nuevas cualidades, que además de proveer funciones prácticas y simbólicas, propone otras lógicas y potencias, para prospectarse como una entidad dinámica evolutiva, generando una cuasi dependencia del hombre hacia este. El teléfono móvil es para el hombre una pieza imprescindible en su discurso de objetos portables de todos los días, casi como una prenda de vestir. Además de ser un objeto para comunicarnos con otras personas, su cualidad portable que casi transita hacia la adiposidad, lo convierte en un identificador humano.

Por ejemplo los Smartphones, más que simples teléfonos (objetos para hacer llamadas), son entidades resultado del híbrido de los objetos con las tecnologías avanzadas, capaces de ocupar nuestra atención gran parte del día, el tiempo diario de digitación e interacción en su mayoría de casos sobrepasa el tiempo de diálogo con las personas que a menudo convivimos. Las cualidades de este nuevo tipo de objetos, son inmensurables, las aplicaciones que pueden incluir son por doquier, van desde llevar un monitoreo controlado del proceso de crecimiento de la criatura que lleva una mujer en su vientre, hasta aplicaciones que dan información sobre el clima, el tránsito en una ciudad, los sitios de interés cultural y el ocio, y hasta aplicaciones para leer la mano y hacer presagios de lo que acontecerá en el futuro.

Recientemente en Colombia el parlamento aprobó una ley para que el número del teléfono móvil sea el mismo para una persona toda la vida, pues además de depurar y disminuir gastos administrativos, también puede servir como identificador y mecanismo de control de las autoridades. La dependencia humana del teléfono móvil ha traspasado los cánones sobre los que se han definido los objetos. Por otro lado su capacidad para

hacer registros de imágenes estáticas y en movimiento lo convierte en un objeto de narración, de testimonios y acontecimientos. En cierta medida es un conector hiper-vectorial de relaciones humanas en tiempo real, podemos chatear con varias personas, en lugares diferentes, en horas diferentes, mientras recibo mensajes electrónicos de otras fuentes.

Hoy los objetos, más que ser simples cuerpos materiales, pareciera que fueran entidades que comienzan a tener vida. La leyenda de Pigmalión de la mitología griega, parece ser hoy una realidad gracias a la influencia de la tecnología en los objetos. Cuenta la historia, que el más diestro escultor de la isla de Creta de nombre Pigmalión, esculpió un torso de mujer del que se enamoró perdidamente, y tras la suplica a los dioses, dicho torso cobró vida. Hoy, interactuamos con interfaces físicas y digitales que plantean relaciones mucho más complejas que una simple relación de uso.

La industria Robótica, ha incursionado con ímpetu en las últimas décadas para solucionar muchos problemas del hombre, ahora hacen parte de nuestra cotidianidad y se encuentran en todos los lugares. Hay robots complementando el trabajo de los médicos, en todo tipo de industria automatizando los procesos y haciéndolos más eficientes y hasta en educación; recientemente el gobierno de Corea del Sur invirtió varios miles de millones de dólares para desarrollar aplicaciones robóticas que suplen la alta demanda de profesores por el exceso de población, los resultados son excelentes, potenciando la capacidad de aprendizaje de los niños y

convirtiéndose en una ayuda pedagógica invaluable.

En otro campo, los nano-robots de una millonésima de milímetro, tienen la capacidad de otorgarle cualidades de inteligencia artificial a los materiales con los que están construidos los objetos. Dicha condición permite que el material modifique su estructura molecular y química al capturar información de señales eléctricas, ritmo cardíaco, ritmo respiratorio y todo tipo de funciones fisiológicas del hombre. Es decir que este tipo de objetos se comportan como entidades virtuales de lo humano. Esta relación no depende de un estado consciente en cuanto al uso del objeto, son producto de una relación inconsciente del cuerpo humano/material inteligente, de manera que habría cierto automatismo en los objetos con la capacidad de transformarse dependiendo de los requerimientos del individuo.

Por otro lado, al considerar los objetos inmateriales del mundo digital, como las redes sociales, proveen funciones que son capaces de desplegar re-significaciones del individuo, que se organizan para generar grandes movimientos sociales, dinamizando la comunicación y generando un espacio virtual en la red con potencias en abstracto que no utiliza un medio material. Un caso reciente en la historia de Colombia fue el pasado 4 de Febrero del 2009, cuando la red social *facebook* convocó a una marcha en contra del secuestro donde asistieron millones de personas en Bogotá y miles en varias capitales del mundo, considerada como la marcha más grande en la historia del país.

Conclusiones.

Podríamos considerar que nos acercamos al fin del objeto, a su redefinición a partir de la lógica de las tecnologías avanzadas. El resultado del híbrido objetos-tecnologías avanzadas determina el nacimiento de otra entidad que propone nuevas cualidades y por ende otro tipo de narrativas. Lo que tradicionalmente hemos llamado relación de uso, transita hacia la interactividad dinámica con flujos de información en ciclos de retroalimentación constante. Las nuevas entidades serán el plano de expresión de procesos cognitivos de otro orden, de nuevas formas de socialización, nuevas consideraciones industriales y por supuesto nuevas realidades. Es posible decir entonces, que el objeto transita y evoluciona hacia otra entidad con nuevas potencias.

Al considerar esta premisa; la potenciación del objeto a partir de las tecnologías, tenemos que preguntarnos ¿cuál es la lógica que los secunda? quizá la respuesta yace en la necesidad de entender la singularidad de lo que significó la tecnología y la informática como componente fundamental en los objetos, pues plantea un nuevo genotipo. Las tecnologías y su esencia genética son el plano de expresión de los nuevos objetos, por eso es necesario reflexionar y definir sus bases conceptuales. Sin lugar a dudas nos aproximamos al fin del objeto que tradicionalmente hemos conocido, a su inminente mutación, su cuerpo ha comenzado su desterritorialización, es el tiempo de otra entidad, es el tiempo del inminente surgimiento del objeto 2.0 (entidades tecnológico-avanzadas).

Referencias.

- CAPRA, F. (2006). *La Trama de la Vida*. Barcelona: Anagrama .
- CASTILLA, C. (2003). *Teoría de los sentimientos*. Barcelona: Fabula Tusquets.
- DAMASIO, A. (2010). *Y el cerebro creó al hombre*. Barcelona: Ediciones Destino S.A.
- DONDIS, D. (2007). *La Sintaxis de la imagen*. Barcelona: GG Diseño.
- ECO, U. (2006). *Apocalípticos e Integrados*. Barcelona: Fabula Tusquets Editores.
- ESTÉTICAS, C. T. (2000). *Estéticas de fin de siglo*. Santa Fe: Centro Transdisciplinario de Investigaciones Estéticas.
- GREENE, K. (28 de 04 de 2009). *Technology Review*, Published by MIT. Recuperado el 13 de 01 de 2011, de http://www.technologyreview.com/es/read_article.aspx?id=382&pg=1
- INGENIERIA, P. U. (2007). *Microcontroladores ATmega 8*. Lima-Perú.: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- LANDOW, G. P. (2009). *Hipertexto 3.0*. Barcelona: Paidós.
- LÉVY, P. (1999). *¿Qué es lo virtual?* Barcelona: Paidós.
- LÉVY, P. (2007). *Cibercultura*. Barcelona: Anthropos-editorial. Rubí.
- MANOVICH, L. (2005). *El Lenguaje de los nuevos medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- MARTÍN, F. R. (12 de 04 de 2005). *Tomismo*. Recuperado el 12 de 01 de 2011, de <http://www.filosofia.tk/oprhernandez/tomismo.htm>
- PINILLOS, J. L. (1970). *La Mente Humana*. Bogotá: Salvat editores.
- RHEINGOLD, H. (2004). *Multitudes Inteligentes*. Barcelona: Gedisa.
- SANTAMARIA, J. W. (2006). *La Individuación y la técnica en la obra de Simondon*. Medellín: Fondo Editorial Universidad EAFIT.
- SIBILIA, P. (2009). *El hombre postorgánico*. Buenos Aires: Fondo de cultura económica.
- SIMONDON, G. (2008). *El modo de existencia de los objetos técnicos*. Buenos Aires: Prometeo. V, J. K. (01 de 01 de 2009). Recuperado el 17 de 01 de 2011, de http://www.ces.edu.co/Descargas/Publ_Med_Vol16_2/Pages_from_9_19.pdf
- VIRILIO, P. (1996). *El Arte del Motor*. Buenos Aires: Ediciones Manantial.
- WINOCUR, R. (2009). *Robinson Crusoe ya tiene celular*. Ixtapaluca: Siglo XXI Editores.

