

# ENSAYO

## PARA UN ENTENDIMIENTO DE LAS ARTES TECNOLOGICAS Y PLANIFICADAS

Por Vicente Aguilera Cerni

En otros trabajos hemos sostenido la tesis según la cual existe hoy un "arte popular" de nuevo cuño, cuya definición viene pragmáticamente dada por su propia "popularidad".

Si en ello hay algo nuevo, no será ciertamente la vinculación a los medios de comunicación de masas usualmente reconocidos como tales, ni tan siquiera la extensión de su alcance a cualquier campo relacionado con la vida colectiva. Lo que pueda existir de inédito en esa pauta interpretativa, no consistirá en el simple reconocimiento de su validez, sino en la precisión de llevarla hasta las últimas consecuencias. (1) Han perdido vigencia las viejas nociones del arte, aunque sigan reconocidas algunas de sus "verdades". Sin embargo, la verdad puede cambiar -y de hecho suele suceder así al modificarse sus normas de funcionamiento, su extensión y, en general, sus sistemas de relaciones situacionales. En tal sentido, vale la pena hacer un intento -siquiera sea meramente clasificatorio- para situar el arte tecnológico y planificado según las claves impuestas por la realidad contemporánea.

La moderna "popularidad" funciona según líneas dominantes trazadas por la tecnificación, la masificación y las renovaciones impuestas por el consumo. Sus manifestaciones artísticas pertenecen a una dimensionalidad coincidente con la nueva escala de las comunicaciones sociales, con la interposición de vehículos técnicos entre el factor humano que proyecta y el destinatario que consume. Antes de persuadir, los mensajes y propuestas del arte popular necesitan fabricar imágenes sociales, imágenes técnicamente producidas. Ahora bien, ¿cuál es el lugar de las artes tecnológicas y planificadas propiamente dichas? ¿Cuál puede ser su definición de emergencia en el extenso campo abierto por la noción realista del arte popular contemporáneo? Son producciones materiales que funcionan socialmente como medios de comunicación, testimonios de valores, vehículos que transmiten significados. Entonces, será indispensable indicar -aunque sea sumariamente- su emplazamiento y constitución interna desde el punto de vista de los elementos que intervienen en los ingredientes artísticos del folklore tecnificado e industrializado definido por la popularidad. Es decir: según los factores constituyentes (espacio, tiempo, forma e imagen) y según el factor funcional (la comunicación).

---

(1) Véase "Arte y popularidad". Esti-Arte Ediciones. Madrid, 1973.

En el espacio, estas producciones comportan situaciones. Son productos materiales que ocupan un lugar físico determinado = por su posición en el mundo material. Son puntos de referen-- cia y, como tales, contribuyen a configurar el ámbito espacial de la existencia. Son signos materiales y artificiales que or-- ganizan -según producciones planificadas- la vida humana en = cuanto fuerza de dominio sobre la naturaleza. Integran un con-- junto escalonado y polifacético, un sistema referencial que = puede ir desde los planes regionales y la determinación de zo-- nas y barriadas, hasta los edificios aislados, las viviendas unifamiliares, los muebles y los más diversos objetos de uso diario. En otro aspecto, referencian materialmente distancias, plantean y canalizan transportes, suministran objetos que am-- plían o sustituyen los recursos naturales primarios. Todo -- ello relaciona directamente las referencias del espacio con = el estado real de las fuerzas productivas y con el crecimien-- to pluridireccional de las técnicas, contribuyendo a estable-- cer, conjuntamente con el "espacio natural", un "espacio vir-- tual" que condiciona o matiza la percepción de su medida.

En el tiempo, estos productos -materiales, artificiales, reve-- ladores de situaciones en el espacio, datos referenciales- = testimonian los momentos de tales situaciones. Lo cual aporta, en primera instancia, su pertenencia al transcurrir histórico. Pero esta presencia temporal no se limita a darnos informacio-- nes primarias (lo anterior y lo posterior, lo viejo y lo nue-- vo), sino también la cadencia rítmica de las transformacio-- nes, el sentido de los cambios y la escala de la duración co-- mo intervalo existente entre proyecto, realización, uso y con-- sumo. Por lo tanto, el tiempo está presente revelando tres mo-- dalidades de los momentos situacionales. En primer lugar, es-- tá el momento situacional según la perspectiva del devenir = histórico "donde se halla cualquier realización de un proyec-- to urbanístico, de arquitectura o de diseño industrial, pero esta referencia sólo será correcta teniendo en cuenta el con-- texto sociocultural, científico y técnico, al que ese instan-- te pertenece. En segundo lugar, está la noción referencial = del tiempo como movimiento y cambio de las situaciones; este aspecto incluye la que podemos llamar "enfermedad del dinamis-- mo", originada por la constante transformación de los facto-- res en juego, desde el acceso de nuevas levadas demográficas = (produciendo choques o fricciones entre los conceptos inspira-- dores de lo realizado, y las imprevisibles aspiraciones de = los relevos generacionales que reciben renovados influjos -- acondicionantes y consideran necesariamente "viejas" las rea-- lidades que ya reciben configuradas), hasta la movilidad im-- puesta por la civilización del consumo (lanzamiento constante de nuevos proyectos y modelos) y la reposición o sustitución de lo que se deteriora. En tercer lugar, el tiempo referencia los momentos situacionales -y funcionales- que transcurren en-- tre la fase de elaboración del proyecto, su realización (pro-- ceso de construcción o fabricación), su uso (el contorno arti-- ficial del hombre, desde la urbanística a la vivienda y cual-- quier clase de objetos, son usados, utilizados espaciotempo-- ralmente, en sitios, momentos o circunstancias diferentes), y finalmente, su consumo (sea por desgaste, inadecuación o des-- trucción, sea porque la industria y el trabajo han de mante-- ner niveles de producción y empleo sin los cuales se colapsa-- ría la vida económica de la sociedad). Estas tres modalidades

presentativas del factor tiempo, creemos que justifican -al menos según las necesidades metodológicas del estudio del arte de la popularidad contemporánea- la consideración de un doble funcionamiento: el continuo (duración entre situaciones = cualitativamente similares o derivadas unas de otras) y el = discontinuo (duración o intervalo temporal entre situaciones cualitativamente distintas).

La forma -en cuanto factor básico- se presenta en las artes = planificadas como tendencia necesaria hacia determinadas es--tructuraciones o configuraciones. No es intrínsecamente falsa, pero sí unilateral y limitativa, la noción que ve en la forma un modo presentativo de la comunicación absolutamente depen--diente del contenido (axioma según el cual "el contenido de--termina la forma"). Este concepto -que alcanzó categoría de = verdad inamovible en el marxismo dogmático- ha dado lugar a = catastróficas simplificaciones y aplicaciones mecánicas, equi parables a otras recetas intelectuales excesivamente "claras": "la materia condiciona la forma", "la forma deriva del proce--so técnico", etc., etc., y ello por no hablar del contradictorio surtido de enfoques aportados por los filósofos. Entonces, será preciso desembarazarse de los planteamientos teóricos = que, en definitiva, o bien son abstracciones edificadas en zonas puramente especulativas, o bien intentan dar validez general a definiciones procedentes de la observación de manifestaciones particulares, sean éstas las de la forma literaria, la musical, la arquitectónica, la pictórica, la escultórica, la ingenieril, etc., etc. Por consiguiente, en el estudio de los elementos y funcionamientos de las formas artísticas de la po

ularidad, está plenamente justificado el abandono del anti--cuado orgullo inherente a las ambiciones omnicomprendivas, = adoptando actitudes más humildes, más razonables, más aptas = para interpretar de modo manejable -siquiera sea sectorialmente- cada una de sus modalidades presentativas. Partimos, pues, de un principio fundamentalmente práctico, según el cual la = forma es el resultado de una tendencia que funciona en los seres humanos, induciéndonos hacia determinados modos organizativos, estructurantes, configuradores. Si esto fuera cierto = ( y lo es, sin duda alguna, desde el punto de vista funcio--nal), los formas artísticas de la popularidad han de ser consideradas como inseparables del proceso configurador que se = inicia con los estímulos sensoriales recibidos del mundo exterior, continúa transformándose en percepciones (conscientes o inconscientes) que ya son configuraciones primarias, y que = termina elaborando nuestras nociones formales, en el plano = operativo y en los diversos canales de la comunicación. Según este prisma realista y funcional, hay formas naturales y formas artificiales, del mismo modo que hay signos naturales y = signos artificiales en el campo de la comunicación. En ambos casos (trátase de la percepción de lo natural, o de creacio--nes, funcionamientos, percepciones y comunicaciones artificioles), la noción humana de la forma es un producto histórico y social, dado que el sujeto, el hombre, es un producto histórico por pertenecer -incluso como especie biológica- a un proceso evolutivo; y es un producto social porque sólo socialmente puede reproducirse y desarrollarse. Así, las artes planifica--das que ahora estamos considerando, nos plantean unos casos = donde la forma es a todas luces el resultado, artificial y social, de la precisión de organizar el ámbito de la existencia

dando determinadas configuraciones a las posibilidades de dominio sobre el mundo natural, según los niveles tecnológicos, las fuerzas productivas y la organización social. Sólo en el caso de que el concepto del "contenido" incluyera como mínimo esas especificaciones, sería admisible su premodelación condicionante de la forma. Lo cual tampoco resultaría del todo satisfactorio, pues aún quedan otros abordajes de la cuestión, = ciertamente importantes para investigar la naturaleza y los = funcionamientos de la forma en un nivel tan revelador de la = socialidad humana como es el de la popularidad; simplemente a título de ejemplo, recordaremos ahora que entre tales aspectos se hallan los problemas planteados por las relaciones de simetría y de alteración en la vida orgánica y en la inorgánica. Estas advertencias, además de precavernos contra las = simplificaciones radicales, nos advierten que la forma es, entre los factores constituyentes del nuevo arte popular, un = elemento multifacético y polivalente. De ahí surgen perspectivas infrecuentes al valorar las formas resultantes de planificaciones, cual acontece en los casos de la urbanística, la arquitectura y el diseño industrial.

¿Y la imagen? Si aceptamos que la imagen es un reflejo subjetivo del mundo objetivo sobre la conciencia; si su naturaleza es inmaterial, por cuanto constituye un repertorio de reflejos subjetivos configurables hasta llegar a los signos sistematizados y a los códigos interpretativos funcionantes en = los procesos de la comunicación, tendremos, en términos muy generales, que los sistemas de señalización se complican según la necesidad de expresar lo complejo, de modo que el signo primario convive con signos procedentes de otros signos, dando = lugar a reflejos que son reflejos de reflejos y a imágenes -- que son imágenes de imágenes. Es decir: cuando, hablando de = las manifestaciones contemporáneas de la popularidad, decimos que la imagen es un reflejo subjetivo e inmaterial del mundo = objetivo sobre la conciencia, estamos indicando un intrincado tejido de interacciones, una complicada coexistencia de sistemas complejos. Por otra parte, es un tópico, repetido hasta = la saciedad, que la nuestra es, prototípicamente la "civilización de las imágenes" (pero teniendo en cuenta que, generalmente, se alude al papel de los signos icónicos en el conjunto de los procesos comunicativos). Entonces, resulta indispensable precaverse contra la confusión entre las imágenes invisibles (reflejos subjetivos de las persuasiones externas sobre la conciencia) y las otras imágenes que, como los signos icónicos, forman parte del repertorio de estímulos que las = percepciones instalan en la conciencia(razón por la cual los signos ya elaborados se incorporan al mundo objetivo, provocando nuevos reflejos y nuevas imágenes que transforman o diversifican los funcionamientos de la comunicación).

Parece claro, por consiguiente , que las imágenes -sea cual sea su índole- son enclaves de relaciones entre lo objetivo y lo subjetivo, entre estímulo y percepción, entre la situación social del objeto y la del sujeto. Proviene del mundo objetivo, pero su estar en la conciencia actúa sobre la configuración y la funcionalidad de los objetos materiales producidos que se incorporan como signos a los procesos de la comunicación humana.

Antes de seguir adelante con este intento para situar la tipología de las artes más directamente procedentes de planificaciones en el contexto de la popularidad contemporánea, quisiera copiar aquí la definición primaria del signo dada por Adam Schaff: "Todo objeto material, o la propiedad de ese objeto, o un acontecimiento material, se convierte en signo cuando en un proceso de comunicación sirve, dentro de la estructura de un lenguaje adoptado por las personas que se comunican, al propósito de transmitir ciertos pensamientos concernientes a la realidad, esto es, concernientes al mundo exterior, o concernientes a experiencias internas (emocionales, estéticas, volitivas, etc.) de cualquiera de los copartícipes del proceso de la comunicación". (2)

La urbanística, la arquitectura y el diseño industrial son, a la vez, repertorios de objetos, propiedades y acontecimientos. Es evidente que funcionan como signos comunicantes. Sin embargo, son productos artificiales de la actividad humana, productos que contribuyen decisivamente a configurar el mundo objetivo cuyo reflejo crea imágenes en las conciencias. Y por otra parte, esas imágenes (sobre todo en cuanto imágenes sociales) influyen sobre las características del contorno objetivo como resultado artificial producido por el trabajo humano. En cuanto imágenes y en cuanto signos, son enclaves de relaciones donde terminan confundiéndose lo objetivo y lo subjetivo, donde se entrecruzan los estímulos y las percepciones, donde se interpenetran las situaciones histórico-sociales de objetos y sujetos.

Al llegar a este punto, creemos que ya quedarán pocas dudas sobre la posibilidad metodológica de incluir las artes más típicamente planificadas entre los medios de comunicación social. Urbanismo, arquitectura y diseño industrial difieren sustancialmente de otros vehículos comunicativos a escala multitudinaria (como la prensa, el cinematógrafo, la radio, la televisión, los discos, etc.), dada su peculiar contextura material y su modo de intervenir en la vida colectiva. También difieren por la índole de sus vinculaciones con los procesos de producción, uso y consumo, así como por las técnicas utilizadas y por los ingredientes presentes al planificar o proyectar. Pero hay dos hechos innegables: el primero, que son manifestaciones artísticas indisolublemente ligadas a la noción real de la popularidad; el segundo, que expresan y transmiten significados. Por consiguiente, constituyen un sector importante del vasto campo donde funciona el arte popular contemporáneo en cuanto factor esencial de las comunicaciones de masas.

Tenemos, pues, unos medios expresantes que transmiten y materializan nociones de la realidad, situaciones, aspiraciones, experiencias, posibilidades... En sentido lato, son lenguajes que comunican e informan, son hechos funcionales que implican la existencia de unas gamas-diversamente ambiguas o concretas sobre sus significados. En determinadas condiciones, supongo que pueden ser aceptados como sistemas de señalización. Lo cual plantea una serie de problemas metodológicos y terminológicos. Metodológicamente, estimamos procedentes los intentos

---

(2) Adam Schaff. "Introducción a la semántica". México, 1966.

de analizar semánticamente los ingredientes comunicativos de unas artes funcionantes a escala popular, lo cual lleva consigo la determinación de sus rasgos principales y su lugar en la tipología de los signos (3).

1. El urbanismo, la arquitectura y el diseño industrial funcionan como signos artificiales, contrapuestos a los signos naturales. Pertenecen, por lo tanto, al campo de los signos propiamente dichos.
2. No son signos verbales. Consiguientemente, su función comunicante debiera ser considerada en relación con los signos propiamente dichos con expresión derivativa, o sea con las señales (cuya finalidad es originar, modificar o impedir determinadas acciones) y con los signos sustitutivos, pero sólo secundariamente.
3. Los signos sustitutivos son aquellos cuya función consiste en representar otros objetos, bien por el principio de semejanza (signos icónicos, como los dibujos, pinturas, fotografías, esculturas, etc., del tipo llamado figurativo), bien basándose en un acuerdo sobre su interpretación (tal es, por ejemplo, el caso de la escritura en cuanto representa sustitivamente los sonidos del lenguaje hablado). Quedan, finalmente, los símbolos (signos sustitutivos que no representan otros objetos por el principio de semejanza, ni representan acuerdos de interpretación de nociones específicas, sino que son representaciones materiales de ideas abstractas convencionalmente representadas e interpretadas).

Al decir que estamos hablando de signos artificiales no verbales, nos encontramos con dificultades. Los semánticos han previsto los funcionamientos de las señales y de los signos sustitutivos -representativos-, entre los cuales incluyen las artes visuales. El primer inconveniente surge cuando se trata, por ejemplo, de obras no figurativas, como las pinturas y esculturas llamadas "abstractas" (en este caso, se recurre al expediente de incluirlas entre los signos icónicos de tipo simbólico, dado que representan materialmente ideas o estados emocionales cuyo significado depende de convenciones sobre su interpretación, pero reduciéndola a microgrupos de iniciados). El segundo problema ha sido mucho más grave, pues si las artes no habladas ni escritas formaban parte de los signos "sustitutivos", el esquema general ofrecía vacíos que han sido cubiertos por la avalancha de estudios semiológicos, si bien con no despreciable confusión debido, en gran medida, a los desacuerdos terminológicos.

Parece evidente:

- a) El urbanismo, la arquitectura y el diseño industrial pertenecen de lleno al campo tecnológico y al artístico; b) ni son signos sustitutivos, ni normalmente representan nada en virtud del principio de semejanza, dado que suelen representar lo que son; c) no son símbolos estrictos, ya que su significado depende primariamente de su función y de su entidad ma

---

(3) En relación con lo que sigue, véase el ensayo "Arte tecnológico y semiología gráfica" en "Posibilidad e imposibilidad del arte", Valencia 1973.

terial, y sólo secundariamente de las cambiantes interpretaciones convencionales; d) no son señales, aunque frecuentemente incluyan estímulos funcionantes como convenciones que provocan actos o comportamientos.

Las artes planificadas constituyen unos tipos peculiares de signos artísticos. Tales signos ocupan un puesto peculiar en los esquemas de la semántica, ciencia de los significados y de los cambios de significado, así como en la semiótica que intenta sistematizar una teoría general de los signos, o bien una ciencia de los signos desde el punto de vista de sus cualidades "significantes" (perceptibles).

Dado que proceden de planificaciones humanas, son signos artificiales.

Dado que provienen de la producción material, son signos materiales.

Dado que responden a unos criterios -tanto en la proyección = como en el uso y el consumo-, poseen contenidos.

Dado que nacen y funcionan en la vida social, son vehículos = comunicativos.

Dada la complejidad de sus originaciones y motivaciones -tanto en su promoción como en su recepción-, son signos polivalentes.

Dada su vinculación a las imágenes sociales y a la presencia en dosis variables de las señales y de los elementos simbólicos, son signos mixtos.

Dada su existencia material y objetiva en el desarrollo y -- transformación de la vida social, dado su pertenecer a un conjunto de relaciones, son situaciones-signo y son, por consiguiente, parte integrante del proceso social de la comunicación.

Estos tipos peculiares de situaciones-signo pertenecen al proceso social de la comunicación por cuanto son referencia o resultado del trabajo, del pensamiento y hasta de las emociones de distintas clases o grupos de personas. Puede darse el caso -y de hecho suele suceder así- de que estas especies de situaciones-signo sean proyectadas y realizadas sin el propósito = específico de transmitir pensamientos, o sea, como signos que se refieren a algo. Es evidente que el trazado de una barriada, un edificio de viviendas o el diseño de un automóvil, sólo excepcional y secundariamente son proyectados para comunicar mensajes directos entre personas, como acontece, por ejemplo, cuando se usa la comunicación verbal interindividual. En el lenguaje hablado, los signos y sus significados quizá exijan una amplia consideración para averiguar el sistema de relaciones del que surgen sus denotaciones o significados primarios. Por el contrario, lo más frecuente será que el funcionamiento lingüístico de las artes que ahora intentamos situar (urbanismo, arquitectura, diseño y modalidades afines), revele en primer término un complejo entrecruzamiento de interconexiones = sociales, requiriendo análisis su definición, utilización y =

estructura "lingüísticas". Del mismo modo, el reflejo que va del objeto comunicativo que lo expresa (es decir, del objeto de la cognición al sujeto cognoscente), se produce aquí de = manera completamente distinta, pues la barriada, el edificio, el automóvil, son a la vez resultados (derivados de múltiples reflejos de objetos de cogniciones, de respuestas, decisiones, interpretaciones, convenios entre diversos sujetos cognoscentes) y objetos que, por estar incorporados al mundo material, originan reflejos.

Aunque Adam Schaff -cuya nomenclatura estamos usando ahora- = no haya indicado en su sistema el lugar del caso que nos ocupa, creemos haber dado suficientes rasgos característicos para una visión analógica del problema según sus propias palabras, si sabemos tener en cuenta las variantes básicas que lo caracterizan. Decía Schaff: "Hay relaciones específicas entre todos los elementos de la situación-signo: entre los individuos que se comunican uno con otro; entre los individuos y la realidad,; entre los individuos y los signos; entre los signos y la realidad; entre los signos y otros signos de cierto sistema de signos. Son relaciones de diferentes tipos, situadas, por decirlo así, en planos diversos, sobre todo en el plano = psicológico y en el plano de las actitudes y las acciones humanas. Pero es siempre la comunicación humana lo decisivo en esas relaciones. Es siempre en ese contexto donde son comprensibles las situaciones-signo, el signo y el significado. Puede ser necesaria la separación de un fragmento de esas relaciones (la relación entre el signo y su designado; la relación entre el productor de signos y los signos, etcétera) para los fines de la investigación, y esto es permisible, naturalmente; pero no lo es el tratar ese fragmento como un todo aislado..!" (4).

Desde la perspectiva de cuanto llevamos dicho, suponemos aceptable colocar primaria y provisionalmente las artes que unen su contextura artística con la planificación y las formas de vida, en una categoría donde principalmente confluyen tres aspectos. Esa categoría es la de "situación-objeto-signo". Hay, pues, unos enclaves constituidos por otros enclaves, todos = ellos pluridireccionales y polivalentes.

---

(4) Adam Schaff, obra citada.