

Los Objetos

61694 -14 copias-
Plásticas V

Objeto y comunicación

Abraham A. Moles

1. Introducción: acerca de las funciones del objeto

El número 13 de la revista *Communications* está dedicado al objeto y a diferentes aspectos de lo que podría ser más tarde una "teoría de los objetos". El objeto es uno de los elementos esenciales de nuestro entorno. Constituye uno de los datos primarios del contacto del individuo con el mundo. La noción misma de objeto está unida a una semiótica puesta que el objeto es manipulado conceptualmente a partir del nombre que sirve para designarlo; esto corresponde en general a la idea de *segmentación*, de aislamiento y de movilidad de lo observado respecto de un marco, es decir, de hecho, a los universales de Aristóteles. El nombre es ya una primera generalización, puesto que por su plural —"casas", "árboles", "centicos"—, admite a priori la existencia de un gran número de elementos idénticos agrupados bajo el mismo nombre, y justifica lógicamente la idea fundamental de las estadísticas *typetoken* que enumeran en el universo que nos rodea el conjunto de los elementos pertenecientes a un mismo tipo. La civilización industrial de Extremo Occidente se caracteriza, entre otras cosas, por la fabricación de los elementos del mundo que nos rodea. Crea un entorno artificial que llama *cultura*, poblado de palabras, de formas y de objetos, en el cual resulta cómodo distinguir.

- un mundo de los signos,
- un mundo de las situaciones,
- un mundo de los objetos.

Recientemente, el término objeto adquirió mayor importancia en razón de la multiplicación de estos últimos en nuestro entorno. Hay una suerte de *proliferación* de objetos debida a diversas causas: 1) desarrollo de la tendencia a la *adquisitividad* conectada con la civilización burguesa, 2) desarrollo del objeto de *serie*, es decir de la multiplicidad de elementos que

poseen un grado de identidad creciente (normalización): el mejor ejemplo es tal vez el objeto de material plástico, por oposición al objeto artesanal, siempre ligeramente variable de un ejemplar a otro. 3) *consumo ostentatorio*, que relaciona poco a poco la condición social con la posesión de objetos: se considera que el individuo que posee dos automóviles, dos televisores, tres radios o cinco heladeras eléctricas pertenece a una condición social más elevada que el que no posee más que uno de estos elementos.

En gran parte, más que fabricante de útiles, el Homo Faber se convirtió en consumidor de objetos. El marco de nuestra vida cotidiana, cuya importancia como determinante social fue señalada entre otros por Lefebvre, fue invadido poco a poco por los objetos, y bien puede pensarse que existe una verdadera *sociología del objeto* que aplica los métodos y el marco de pensamiento de la ciencia de los seres en grupo (*socius*) al universo de los objetos, en forma más o menos independiente de su relación significativa con el ser humano. Baudrillard hizo notar que en el desarrollo de este universo existe una noción de sociedad paralela a la idea de funcionalidad.

Si la revista *Communications* dedica un número especial al objeto, es que, de hecho, este es *vector de comunicaciones*, en el sentido socio-cultural del término: elemento de cultura, representa al mismo tiempo la concretización de un gran número de acciones del hombre en la sociedad y se inscribe en la categoría de los mensajes que el medio social envía al individuo, o, recíprocamente, que el Homo Faber aporta a la sociedad global.

Más precisamente, el objeto cotidiano —lapicera, automóvil, teléfono, estufa, mueble—, es *portador de formas*, de una *Gestalt* en el sentido exacto de la psicología alemana. La existencia misma del objeto es pues un mensaje de un individuo a otro, de lo colectivo, creador o vendedor, a lo personal. Es portador de *formas* reunidos en un cierto orden, reconocibles individualmente, combinables de múltiples maneras a partir de exigencias muy generales: topología, continuidad, materialidad, oposición de lo lleno a lo vacío, que se decomponen poco a poco en exigencias más específicas tales como las que conoce el ingeniero de producción, el diseñador, el analista motivacional, etc. El objeto es pues comunicación, y comunicación por múltiples razones. Solo por falta de una distancia suficiente no fue tenido en cuenta como tal por las ciencias sociales tradicionales, exceptuando, claro está, algunas limitadas tentativas de los etnólogos (Leroi-Gourhan: *Cua-*

como Meilong. En este sentido puede perfectamente aplicarse la fórmula de Mac Luhan "the medium is the message"; además de ser esas materialidades, el objeto portador de forma es mensaje aun por encima de ellas. Algunas veces esta función de Gestaltträger sobrepasa la función que contribuyó a crearlo. Es principalmente esta actitud la que será desarrollada en el marco de esta obra, actitud que adquirió gran importancia en el momento en que la producción masiva de objetos transforma la comunicación por medio de estos en *comunicaciones de masa*. En el rol del objeto como modo de comunicación, pueden distinguirse diversos aspectos.

1. Existe en primer término la noción del portador de forma; por ejemplo, las curvas de la cañilla del cuarto de baño, sensibles a la vez a nuestros ojos y a nuestro tacto, y que preparan reacciones y estimulan reflejos motores. Es el punto de vista del creador de las formas, del artista, del artesano, del diseñador, que depende de la estética y de la teoría funcionalista.

2. Se puede aislar el rol del objeto en el contacto que el hombre mantiene con los demás. Es el problema de una *cultura de objetos*, de una ampliación de la noción de cultura que con demasiada frecuencia tendemos a restringir a las imágenes, a los sonidos y a los textos enterrados en las bibliotecas, en los museos y en las discotecas, olvidando de incluir entre ellos los supermercados, los negocios minoristas, los depósitos, las galerías de arte. En este caso, los objetos cotidianos de nuestro entorno comprados, usados y desechados, cumplen las mismas funciones de comunicación que los diarios, las reproducciones del museo imaginario o los conciertos radiofónicos; su circulación en la sociedad sigue, en líneas generales, las mismas leyes y cumple las mismas acciones: enriquecimiento del centro del individuo con formas y reacciones, originalidad o trivialización, alienación o dominio del medio.

3. El objeto es, por otra parte, ocasión de *contacto humano interindividual*. En lugar de enviar un telegrama, se puede enviar una alhaja, portadora de mensajes funcionales y simbólicos. El objeto está más o menos personalizado, más o menos firmado, no tanto por el creador como por su remitente. Hay un lenguaje de los regalos y una actividad personal relacionada con la especificidad dentro de un *display*, de un surtido, objeto sumamente apreciado por el etnólogo contemporáneo.

desde el kula y del potlatch evocados por multitud de mecanismos de relación más o menos sutiles.

4. El objeto es ocasión de *contacto humano*. Hacer las compras, comprar productos o cosas es, al menos provisoriamente, relacionarse con un cierto número de individuos: vendedores de negocios, almaceneros, repartidores, etc. de un modo muy particular, cuyo ideal explícito es reducir el ser humano vendedor a una máquina perfectamente regulada, adornada con una sonrisa e incluso provista eventualmente de la imperiosa "personalización" que es el supremo refinamiento de la impersonalidad, puesto que todos los consumidores son iguales ante el derecho de este servicio.

5. Finalmente, una *sociología del objeto* toma los objetos en masa, invoca la idea de *colección*, de arreglo, de serie, de *display*, o de surtido, es decir, estudia una masa de objetos pertenecientes a tipos distintos (*listing*, inventario, etc.), que se presta a un análisis estadístico en un número de casos bastante elevado. Podemos aquí, en un sentido voluntariamente erróneo y discreto, hablar también de comunicaciones de masa, haciendo alusión a la *masa de objetos* o al mensaje complejo de una masa de elementos. Estas observaciones definen las principales direcciones estudiadas en este libro.

2. Definiciones y fenomenología

¿Qué es un objeto? Etimológicamente (*objectum*) 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 afecta los sentidos (Larousse). Los filósofos toman el término en el sentido de lo pensado y que como tal se opone al ser pensante o sujeto.

Por consiguiente, el término objeto se funda:

- por una parte, en el aspecto de resistencia al individuo,
 - por otra, en el carácter material del objeto.
- En alemán, "Gegenstand" expresa la misma idea: lo que está colocado contra y cuya materialidad se opone a los seres de pensamiento o de razón (objetivo, objetivo, etc.). Esta definición es sumamente amplia. A ella adhieren los filósofos, por ejemplo en la *Gegenstandstheorie* de Meinong (1901). Una fenomenología de la vida cotidiana, que sería el marco

	EUROPA	CHINA	COREA	JAPON	BARBARES	INDONESIA	TUNIS	AYIN	TECHUKCH	REKINE	KASTCHADEL	SAKOL	MELANESIA	AUSTRALIA
Percusión con percusor	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Movimiento circular alternado	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Movimiento circular continuo	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Caballo	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Azuela	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Horno	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Branche	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Alfarería o recipiente artificial	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Textil	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Huso	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Rueda	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Costura (corte)	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Cestería	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Tejido	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Tejido	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Gaudería	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Agricultura	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Azada agrícola	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Azado	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Maquinarias especiales	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Comercio del hierro	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Comercio de los recipientes	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Comercio de tejidos	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Comercio de productos agrícolas	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+

Vemos aquí, según los trabajos de Leroi-Courhan, el resumen de un cierto número de actividades simples fundamentales del ser humano que eventualmente dan lugar a un escalograma del desarrollo; los elementos más frecuentes como lo textil son vueltos a clasificar hasta los menos frecuentes, como el huso. La recombinación de este cuadro según las técnicas clásicas del escalograma da lugar, para el conjunto de los tipos de población, a una medida de un grado de una civilización técnica, preparatoria para el desarrollo de un universo de objetos. Las encuestas del museo de las aldeas de Buencrest muestran por ejemplo una distribución en el orden de 10.000 objetos para una aldea de 40 casas y 350 habitantes, es decir una posesión promedio, en la época pre-industrial de un país de civilización agraria, de 250 objetos por "familia" de 9 personas.

que tratamos de adaptar aquí, nos lleva a restringir notablemente esta definición general. Distinguirá los objetos de las cosas en general que son sus sinónimos más frecuentes (Dinge).

En nuestra civilización el objeto no es natural. No se hablará de una piedra, de una rana o de un árbol como de un objeto sino más bien como de una cosa. La piedra no se convertirá en objeto más que cuando se la promueve a la categoría de pisapapel.

El objeto tiene un carácter pasivo pero al mismo tiempo fabricado. Es el producto del Homo Faber y, más exactamente, el de una civilización industrial: un encendedor, una plancha son objetos en el sentido más pleno de la palabra. Para construir una teoría de los objetos el sociólogo deberá ocuparse precisamente de este aspecto.

El objeto se caracteriza también por sus dimensiones: está hecho a escala humana, o más bien, a una escala ligeramente inferior. Un átomo o un microbio no son objetos más que por un esfuerzo de la racionalidad; más allá de la percepción, no son más que "objetos de estudio" en el sentido filosófico. Una montaña, en tanto "objeto de la vista" no es un objeto en el sentido corriente del término. Una casa tampoco lo es. En una palabra, ¿qué es un objeto? Es un elemento del mundo exterior fabricado por el hombre y que éste puede tomar o manipular. Un hacha de sílex es un objeto, en tanto que el sílex no lo es, y los paleontólogos consagraron eruditas discusiones a este tema.

Un objeto es independiente y móvil. Un mueble no es un objeto, porque, contrariamente a su etimología, es inmóvil y generalmente voluminoso. Un mueble no adquiere las características de objeto más que cuando se vuelve móvil, transportable, como una mesita o una silla.

El objeto se sitúa pues a cierto nivel del Modulor tal como fuera definido por Le Corbusier en su investigación acerca de los módulos de los elementos del mundo exterior respecto del hombre. Un objeto tendría un tamaño superior al milímetro e inferior a 86 cm en una de sus dimensiones, y 139,7 en la otra (categorías del Modulor). De más está decir que las divisiones matemáticas aquí propuestas no tienen valor dogmático. No son más que una cifra impuesta por un marco racional con respecto a una cualidad de los elementos del mundo exterior.

Para definir un "objeto objetivo", se tomarán mil sujetos y diez mil elementos del mundo industrial, distribuidos estos últimos en los diferentes castilleros de la matriz del Modulor

referente a las dimensiones. Se pedirá a los mil sujetos una explicación acerca de lo que denominarían "objeto". Su apreciación negará el título de objeto a las pirámides o a las casacas, a las amebas o a las bacterias y lo atribuirá a los teléfonos o a los lápices. A partir de sus respuestas se irá configurando una fenomenología estadística del objeto.

Finalmente, un objeto tiene un carácter, que si bien no es totalmente pasivo, está, por lo menos, sometido a la voluntad del hombre. El objeto puede ser manipulado libremente, y si un gato no es un objeto, un gato cibernético puede serlo.

3. Civilización industrial e historia social del objeto

Dirijamos que una civilización industrial es aquella que puebla el mundo circundante con un cierto número de objetos, y asociamos espontáneamente el nivel de esa civilización con el número de tales objetos. Así por ejemplo, si censamos los objetos "poseídos" por el ama de casa de la edad de piedra, luego los del tuareg, los del campesino de Houegue, los del ciudadano medio de Italia del Sur, de Italia del Norte, del ciudadano o del de Estados Unidos, vemos que poco a poco el número de objetos va en aumento. Es la noción de inventario puede ser uno de los elementos determinantes de una teoría de las necesidades, puesto que el individuo se rodea de un "cascañón de objetos".

La variación de este número según las civilizaciones se lleva a cabo en una gama tan extensa que para expresarla tendríamos que adoptar una escala logarítmica. En realidad, como ya lo hemos explicado, las consideraciones extraídas de la teoría de la información muestran que esta función creciente no es simplemente proporcional al número de objetos y que el grado de desarrollo de la civilización industrial se relaciona no sólo con el número absoluto de objetos sino también, y por sobre todo, con la diversidad de su colección. Con el nombre de complejidad de un conjunto de elementos, la teoría de la información proporciona una medida de esta magnitud de naturaleza estadística (entropía de la complejidad formada por los objetos).

Por otra parte, hacemos alusión a un "ciudadano medio" de esas diferentes civilizaciones o de una misma civilización en sus diferentes estadios temporales, tales como por ejemplo los describe Max Weber. Pero la sociedad industrial se caracteriza por una creciente disparidad de ciudadanos que resulta de la

división del trabajo y del nivel social. El inventario de los objetos "poseídos" en la esfera personal de la vida del individuo implica pues, además de una variable: desarrollo de la sociedad, la variable: lugar del individuo en esa sociedad. En las páginas siguientes, centraremos nuestras observaciones en la esfera personal que constituye su marco de vida autónoma.

utiliza no siempre le pertenecen personalmente y están a menudo situados en un lugar que no es el de su residencia, y la esfera personal que constituye su marco de vida autónoma.

La sociedad de consumo propone al individuo un surtido de objetos muy diversificado, muy extendido, a partir del cual este constituye otro surtido, un *sub-conjunto* que es su marco de vida cotidiano. En la sociedad burguesa, la adquisición de cierto surtido mínimo fue uno de los aspectos característicos del ingreso a la edad adulta, a la respetabilidad. Diversos sociólogos estudiaron el inventario de objetos "poseídos" por el burgués tipo a través de los diferentes siglos de la historia y en diferentes países. El ajuar de la novia constituyó durante mucho tiempo un aspecto de las preocupaciones femeninas acerca del cual autores como Balzac hablaron largamente. La sociedad del siglo XIX toma una conciencia muy clara del valor del objeto. Un aspecto importante de la vida burguesa consistía en acumular durante el transcurso de la vida un cierto número de objetos los suficientemente sólidos como para poder imaginar que durarían siempre y que podrían ser eventualmente transmitidos de generación en generación. El nivel de un burgués en la escala social se caracteriza entonces, entre otras cosas, por el número de objetos diversos que se encuentran en su salón: el *auto kitsch* no es más que la expresión estética de este punto de vista.

La idea de perención del objeto aparece claramente como dominante entre 1920 y 1940 en el momento en que la industria de la fabricación en pleno auge vuela sobre el mercado una considerable cantidad de objetos. El funcionalismo es menos una reacción contra la cantidad absoluta de objetos que contra su inutilidad o contra la inadecuación a sus propios fines confesados. La perención del objeto, debida ya sea al cansancio del poseedor, al uso o al accidente (destrucción) introduce la idea de *vida promedida*, y lleva, por consiguiente a la noción de demografía del mundo de los objetos.

4. Semántica y estética del objeto

El objeto se presenta entonces, ora como un elemento único, que será a menudo un objeto o un sistema compuesto, ora como elemento de un conjunto o de una multitud, que caracterizaremos con el término de *display*. Uno de los algoritmos más importantes de las ciencias humanas es la teoría de la información o teoría de los sistemas generales cuyo éxito reside en asimilar, en un análisis estructuralista, todo sistema compuesto por elementos reconocibles a un mensaje, y que trata de estudiar las características de este mensaje, en particular lo que se refiere a la novedad de este último respecto de un observador, un consumidor o un receptor dado. Un poco más adelante, veremos su aplicación a través de la noción de "complejidad".

La aplicación de la teoría de la información a las ciencias humanas puso rápidamente de manifiesto la necesidad de distinguir en todo tipo de mensaje dos aspectos distintos, que habíamos denominado anteriormente *mensaje semántico* y *mensaje estético*, distinción retomada en forma muy amplia por la lingüística a través de la oposición entre estructuras *denotativas* y estructuras *connotativas*, o bien *significación* y *evocación*. Todos los colaboradores de esta obra comparten esta misma preocupación traducida en vocabularios diferentes y retomada recientemente por Barthes a propósito del concepto de "campo de dispersión" (véase *Communications* 4). Lo que los autores de la teoría informacional de la percepción llaman "campo de libertad estética" existente alrededor de cada signo normalizado, en la medida en que la diferencia no llega a destruir la norma reconocible, y cuya utilización constituye el mensaje estético, es lo que los psico-lingüistas llaman la *carga connotativa*, es decir todo el conjunto de las constelaciones de atributos que cargan el signo o los conjuntos de signos con un segundo mensaje independiente de "lo que es dicho" en sentido estricto, y que podría ser traducido sin error en cualquier sistema de signos enunciables. Es también lo que Barthes llama *campo de dispersión*, constituido por las variedades de ejecución de una unidad "en tanto que esas variedades no provocan un cambio de sentido".

Es importante señalar esta doble articulación en el marco de un sistema de objetos. En ellos, la función en sentido clásico (un vaso está hecho para beber) corresponde aproximadamente al sentido denotativo y objetivable susceptible de ser traducido a otro lenguaje (hay otras maneras de beber) y el sistema estético o connotativo relacionado con el campo emo-

cional o sensorial, agregará caracteres ornamentales, emocionales, ostentatorios, etc. Gran parte de los estudios aquí reunidos pone el énfasis sobre este último aspecto, que en una sociedad de consumo tiende, por lo menos a nivel de la situación de vida cotidiana, a tener mayor importancia que el anterior. Para el especialista de las comunicaciones de masa, el campo estético o de dispersión o conativo del objeto, se antepone a su "significación", expresada en su función "utilitaria" en sentido convencional. La simbolización se antepone a la significación funcional inmediata. Sin embargo, en este campo, es preciso cuidarse de todo exceso: los lápires siguen sirviendo para escribir, las lámparas para alumbrar, los destornilladores para ajustar, etc., y si en una cocina la posesión de un arsenal de sartenes tiene un sentido simbólico referente al estado social del propietario (cf. Hirsch y Kees), puede también significar que éste cocina a menudo.

5. La vida de los objetos

Los especialistas de marketing definen por ejemplo una noción equivalente a la noción de población a la que dan el nombre de "parque", tomando el término de la logística. Con la introducción de la perecencia, es decir de la muerte ineluctable de los objetos en la conciencia del ciudadano del "Welfare state", se introduce el mecanismo fundamental de la sociedad moderna:

- la transformación de los deseos en necesidades,
- la satisfacción de esas necesidades,
- y finalmente, cuando la colección es suficientemente rica, la creación artificial mediante la motivación publicitaria de nuevas necesidades a partir de nuevos deseos, etc.

El mecanismo psicológico resultante ya fue analizado por Hegel y Marx en los famosos textos sobre la alienación. El individuo está atado al objeto por su propio deseo, luego por su propio placer y finalmente por su propio pesar.

El deseo proviene del sueño. Es caprichoso, alatorio, provisorio, transitorio. Si el deseo no resulta satisfecho, el individuo no lo siente como una carencia. La necesidad, por el contrario, se precisa, cifra, permanece hasta lograr la necesidad, lo siente como una carencia y orienta su conducta con miras a adquirirla. En el desarrollo de la relación entre el individuo y el objeto pueden distinguirse cinco estadios:

Cuáles son los tipos de objetos que la gente desea recibir o recibe efectivamente.

(Encuesta del Institut für Demoskopie, Allensbach, 1959.)

	Deseo de recibir r_1	Compra de hecho r_2
Ropa	41	42
Encerda	21,7	42
Calzado	15,7	14
Alfombras	0	6
Relojes	4	6
Artículos fotográficos	3	2
Comodidad	1,8	5,4
Libros	0,4	10
Discos	2,5	1,0
Juguetes	0,3	0,6
Tocadiscos	2	7,9
Objetos de cuero	4,3	7,4
Muebles	6,4	3,8
Artículos para deportes	2,0	2,9
Artículos de cocina	3,2	0,5
Lavavajillas	2,3	1,2
Heladera eléctrica	1,2	4,1
Vajilla, vasos, porcelana	1,0	1,6
Cubiertos	0,7	5,4
Objetos de interior	3,5	1,2
Televisión	6,3	0,9
Radio	1,7	0,1
Camión	0,7	0,2
Auto	1,2	1,0
Bicicleta	0,8	1,0

a) *Deseo el objeto.* Adquiere una forma variable que depende de su aspecto temporal. Distinguiremos, por ejemplo, cinco elementos tipológicos (cf. cuadro):

- el *deseo* prolongado, que llega a la catarsis mediante la adquisición o posesión; aumenta progresivamente en función del tiempo, ejemplo: adquirir una heladera eléctrica.
- la *necesidad*, función permanente que presenta fluctuaciones,
- el *deseo impudito*, producto de una pulsión pasajera que se atenúa con el olvido pero que puede resurgir en función de ocasiones exteriores. Puede admitirse que la función de olvido o de extinción sea vagamente exponencial, en todo caso caracterizable por una cierta constante del tiempo, y pen-

sar que, para que el deseo dé lugar a la acción, debe encontrar ocasiones para satisfacerse en el plazo de esta constante de tiempo. Buena parte del mercado de consumo, principalmente la vidriera de los negocios, juega con esas funciones impulsivas y trata de satisfacerlas.

b) *Querer el objeto.* La posesión del objeto provoca un placer que resulta disminuido o atenuado por el descubrimiento de sus defectos, es decir, por la inadecuación entre sus propiedades y la suma de cualidades que se atribuya a su imagen más o menos idealizada.

Resulta fácil advertir que ese mecanismo provee una definición de lo que puede llamarse *objeto perfecto*. Los especialistas de marketing saben hacer listas por frecuencias decedentes de las cualidades o propiedades que una población atribuye o exige de un objeto. Si se interrumpe esta lista a un nivel razonable de frecuencias, queda definido, mediante la utilización de escalas de medida, un conjunto de propiedades que constituye la "descripción ideal" tal como la conciben los integrantes de la sociedad de consumo. Si el conjunto de las propiedades de un cierto objeto resulta ser por lo menos igual, y prácticamente superior al conjunto de las propiedades así definidas, puede decirse que el objeto propuesto alcanzó la "perfección", puesto que supera la imagen ideal que de él se tiene. Esta noción es útil para definir por ejemplo una política de fabricación.

c) *Acostumbrarse al objeto.* Una vez que el objeto ha sido poseído y explorado, sobreviene un proceso de *acostumbramiento*. El objeto retrocede progresivamente de la escena de la conciencia. Se produce una suerte de *desdramatización* cognitiva: el objeto es parte integrante del mundo que nos rodea, es neutro. Sólo podría volver a existir merced a su propia ausencia, sentida como *falta* (accidente, rotura, desaparición, etc.) en función de su frecuencia media de utilización y de la naturaleza de su función respecto de los mecanismos de la vida cotidiana.

d) *Mantener el objeto en buen estado.* Pero el objeto puede volver a existir e imponer su presencia, relacionándose con el individuo en el momento en que se lo *repara*, es decir cuando exige atención y acto positivo. Por lo general, pero no necesariamente, la reparación será sentida como producto de una falla del objeto. El individuo concede a todo objeto, sea éste una lapicera a bolilla, un teléfono o un molino de café, una *esperanza de vida*, en función de la cultura del individuo, del

precio relativo del objeto, etc. Si el intervalo medio entre las reparaciones es notablemente superior a la duración normal de vida esperada, la reparación ya no es sentida como un defecto sino por el contrario como una virtud: "¡Qué resistente había sido!"

e) Finalmente, el objeto se impone en el momento en que el individuo lo *reemplaza* y emite un juicio respecto de él. Puede morir de olvido, en cuyo caso no es reemplazado. Es el cementario de objetos del sótano o del altillo.

Por lo tanto, el individuo se relaciona finalmente con el objeto mediante estas múltiples actitudes y esta relación es mantenida y reforzada por la sociedad de consumo, por el prestigio social y por los *mass media* que definen un retrato ideal del ser social. De tal forma, el film americano define como "out-cast" todo individuo que no posea ni televisión, ni heladera portátil, ni coche.

Cuando la población de objetos del mundo circundante se multiplica, se establece una suerte de saturación, en función de la magnitud: ingreso neto — necesidades sociales, de las existencias del mercado exterior, y de características individuales que en un primer análisis pueden no tenerse en cuenta. Lo que persigue la sociedad de consumo es precisamente la ampliación de ese umbral de saturación del mundo circundante. El hecho de que este entorno, en caso de estar limitado en el espacio o en el tiempo, se convierta en una percepción cultural y posea por tal motivo un valor estético, establece una relación entre actitudes estéticas y un gran número de objetos circundantes. Las teorías de la celda blanqueada con cal, del palacio manierista, del universo rococó, del interior kitsch o de las habitaciones desnudas, por ejemplo, implican un nivel de saturación más o menos elevado en *bíbels* (pequeños objetos inútiles que sirven para contener sus propios anícos), en decorados o en accesorios. Asistimos aquí al comienzo de una relación entre filosofía estética de una época particular y actividad consumidora, y por lo tanto productiva. Si una sociedad de consumo preconiza también la *funcionalidad*, llegará a una contradicción interna, de la cual sólo podrá escapar esforzándose por enriquecer el universo de las funciones, más que el universo de los objetos. De tal suerte, podrá elaborar y promover teorías de la gratuidad, teorías de la estética, etc.

6. Acerca de la demografía de los objetos

Una teoría de los objetos de carácter sociológico, descansará en primer término sobre un análisis de lo existente. Tratará de construir una "demografía" en el sentido etimológico de descripción de las poblaciones y de sus variaciones — término que se reemplazará a menudo por la denominación "*parque de los objetos*". Este tipo de estudio puede apuntar ya sea al universo global de los objetos, o a especies definidas, lo cual plantea el problema de una tipología y de una clasificación de los objetos. Esta tipología puede ser concebida de diversas maneras por el filósofo, por el ingeniero, por el constructor, por el sociólogo, por el economista. Estos dos últimos, por ejemplo, se interesarán en clasificaciones de los objetos basadas por ejemplo en el precio, el tamaño o el peso, la frecuencia de uso, el presupuesto-tiempo de uso, y eventualmente, en el caso de los objetos compuestos, en la complejidad estructural o funcional — es decir, en la entropía de la distribución de las piezas elementales que constituyen el objeto (número de piezas necesarias para construir un tirabuzón, una máquina de escribir, o un aparato de televisión).

Variedad de algunos repertorios de objetos o de productores.

Niños	1 200 a 2 000
Personas	2 500
Grands Magasins populaires (cadena: Coop)	3 500
Manufactura de Saint-Etienne	25 000
Imo	60 000
Grands Magasins	150 000 a 300 000

Por dos razones principales las cifras señaladas no constituyen más que una indicación muy aproximada: por una parte, las estadísticas existentes apuntan ora al número de tipos de objetos distintos, ora al número de modelos de objetos; la diferencia entre ambas se caracteriza por el número de medidas, tamaños, modelos, etc. Por otra parte, las indicaciones dadas se relacionan con repertorios óptimos, realizados en condiciones muy mal definidas.

El mundo de los objetos comprende diferentes tipos, cada uno de los cuales contiene un cierto número de ejemplares, ya sea en la esfera de la sociedad global (¿cuántos cepillos de dientes eléctricos hay en la sociedad francesa?), o en la esfera privada del individuo (¿cuántas cucharitas de café tiene Ud?). Estas estadísticas —llamadas "type-token"— fueron estudia-

das principalmente por Zipf y por Willis, quienes trataron de extraer de ellas criterios objetivos de clasificaciones en especies y sub-especies. El "parque" se define por el conjunto de objetos en situación de "vida", es decir, por la función: suma de las producciones — suma de los decesos, que da lugar, en términos generales, a una *tasa de reproducción neta* de los objetos: relacionada, entre otras cosas, con la *duración media de vida*. A partir de este estudio se llega a un modo de vida nacido de los objetos, que implica, entre otras cosas, la determinación de elementos tales como la tasa de natalidad, la mortalidad infantil: noción de desecho de fabricación, especialmente interesante en las industrias que se hallan en sus comienzos (por ejemplo, el iconoscopio), noción de tasa de senescencia (grado de perención), estudio de las causas de mortalidad. Estas entran por ejemplo, en cuatro categorías.

- enfermedad,
- desgaste,
- accidente,
- olvido.

El estudio de las enfermedades de los objetos lleva a definir la *robustez* y nociones más sutiles tales como los cuidados consagrados a los objetos, relacionados con el servicio de mantenimiento, que determinan el servicio posterior a la venta. Esta analogía entre universo biológico y universo de los objetos puede ser considerablemente ampliada mostrando por ejemplo el paralelismo entre prevención médica y mantenimiento, las relaciones entre accidentes y enfermedades, etc. De todos modos, el inventario de las formas de deceso de los objetos es un aspecto importante de la demografía. En ciertos campos muy particulares (relias telefónicos, lámparas incandescentes, afeitadoras eléctricas, heladeros eléctricos, etc.) se llevaron a cabo, en el plano técnico, estudios bastante serios sobre este tema.

Este tipo de demografía desemboca por lo general en un problema interesante: el de la *ecología*, ciencia del equilibrio de las especies y de las reacciones recíprocas producidas entre las modificaciones. Sería conveniente que un estudio de este tipo, de carácter interdisciplinario, fuera realizado en forma paralela por demógrafos, ecólogos, biomatemáticos, ingenieros, economistas y sociólogos. Plantea un problema poco estudiado hasta el presente: el de un universo en que las especies nuevas aparecen en permanencia, contrariamente a la ecología tradicional que descansa en gran parte sobre la fijeza de las especies.

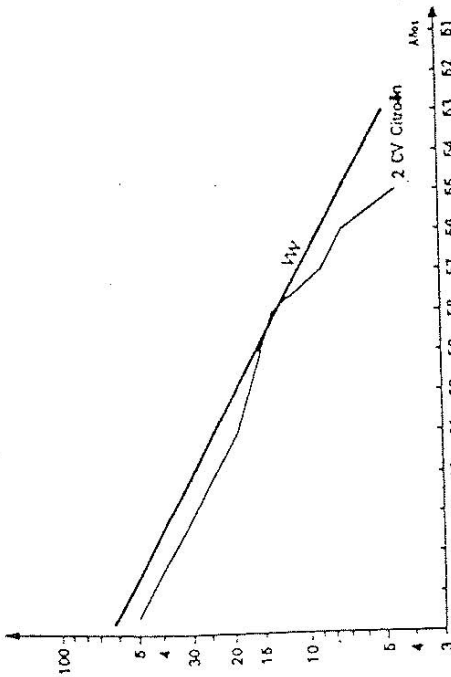


Fig. 1. Devalorización del precio de los automóviles.

7. Sociología general de los objetos en grupo

El término "sociología de los objetos" es perfectamente adecuado desde el punto de vista etimológico: *Socius* viene de *secur*: seguir, acompañar, y nada indica explícitamente que una sociedad o un *socius* deban estar necesariamente formados por seres humanos. En la medida en que el conjunto de los objetos se encuentran conectados por relaciones lógicas o estéticas, podrá constituirse una sociología de los objetos, o ciencia de los objetos en grupo.

La finalidad de esta nota es poner en evidencia los factores de invención que resultan de la explotación sistemática de una ampliación del término "sociología". En los párrafos anteriores vimos cuáles son las relaciones que el objeto mantiene con la sociedad humana en los procesos de consumo, de alienación o de construcción de un entorno. Se puede ir más lejos y solicitar a la imaginación sociológica un cierto número de conceptos.

La noción de pirámide social (y no ya simplemente de pirámide demográfica) de los objetos lleva a la distinción de *clases* de objetos, y por consiguiente a la búsqueda de criterio de esas clases. Puede tratarse de *clases categoriales*, simplemente yuxtapuestas, o de *clases de prestigio* o de *valor* que implican en su definición una "dinámica social". Ejemplos:

- objetos de arte,
- objetos utilitarios,
- objetos técnicos,
- objetos inútiles.

Llegamos así a una *morilidad social*, relativa a la evolución de tal o cual categoría de objetos, que cambia de clases sociales.

Ejemplo de clasificación funcional simple.

Nombre genérico	Criterio funcional	Tamaño	Naturaleza
CUCHARAS	Toma de elementos líquidos, jarabosos o granulados.	Cucharón	Cuchara de "sopa"
		Cuchara para servir.	Cuchara de "postre"
		Cuchara de "sopa"	Cuchara para "salsa"
		Cuchara de "postre"	Cuchara para huevo pasado por agua
		Cuchara de "café"	Cuchara para "moka"
TENEADORES	Toma de elementos blandos o poco resistentes.	Tenedor grande	Tenedor corriente
		Tenedor para servir.	Tenedor para pescado
		Tenedor chico	Tenedor para ostras
			Tenedor para caracoles
			Tenedor para <i>fondue</i>
PALETAS	Traslado de elementos chatos, frágiles.	Grande	Paleta larga
		Mediano	Paleta para tartas
		Chico	Paleta para tortilla
			Espátula
PINZAS	Tomar un objeto a distancia.		Pinza para caracoles
			Pinza para azúcar
			Pinza para carne
			Pinza para chacinados
			Pinza para fideos

La colección funcional es un sistema, un *display* particular en que la noción de familia está regida por el concepto tema y variación. Partiendo del autómata: un objeto para cada función, se afirma en el concepto: un objeto para cada función situacional, es decir, para cada elemento, para cada tipo de relación. Damos a continuación un ejemplo simple, la lista de los "objetos hechos para tomar" seleccionados entre los enseres domésticos (cuadro confeccionado por Mme Loeb):

les en función de un cierto número de otras características.
Ejemplos:

- decoración,
- funcionalidad, etc.

¿En qué medida un pispapel es un objeto de arte o un objeto funcional? ¿En qué medida una máquina fotográfica es un objeto funcional o utilitario? Se insinúan así una serie de preguntas que servirán para construir una ciencia de los objetos.

EJEMPLO DE FICHA DE OBJETO UTILIZADA EN EL MUSEO DE LA ALDEA, EN BUCAREST

El museo etnográfico de Bucarest se especializó en el estudio de la vida cotidiana de las aldeas rumanas y la utilización de los objetos. Las formas de clasificación de los objetos son bastante dispares; en Francia se conocen los trabajos de Gardin, clásicos en este sentido, que intentan establecer un lenguaje descriptivo del objeto utilitario. La ficha que presentamos aquí obedece a preocupaciones de clasificación mucho más simples en las cuales, en particular la genesi, el uso, la función, la frecuencia de empleo, la frecuencia de descubrimiento desempeñan un papel importante. Además de una descripción general del objeto y de la manera de ubicarlo en el museo (I), la ficha pone en evidencia las formas de utilización (II), un análisis somero de la situación del individuo que lo utilizaba (III), un análisis estructural de fabricación (IV), y por fin, la función del objeto dentro del museo repertorio, es decir la función estética (V).

MUSEO NACIONAL DE Etnografía y Folklore		1. Objeto, lugar de recolección, situación en el Museo		13. Nº de ficha	
2. Denominación del objeto		3. Unidad		4. Recorrido por	
5. El objeto se encuentra en		6. Fecha		7. El objeto se encuentra en	
8. Comprobado con		9. Fecha, valor		10. Número de catálogo	
11. Número de inventario		12. Ciudad nº		14. Foto.	
II. Historia, utilización, tratamiento artístico					
15. Historia:					
a) origen					
b) modo de obtención					
c) situación					
16. Principal región de utilización					
17. En uso { sí / no, razón					
Frecuencia de utilización					
18. Necesidad					
19. Utilización racional					
20. Utilización mágica					
21. Utilización religiosa					
22. Elementos artísticos:					
a) origen					
b) motivo					
c) tratamiento					
d) color					
23. Función principal					
24. Función secundaria					
Frecuencia de obtención					
III. Información acerca del propietario o propietario					
25. Nombre					
26. Fecha de nacimiento					
27. Nº de la casa					
28. Ocupación principal					
29. Ocupación secundaria					
30. Situación material					
31. Nº de documento					
32. Nacionalidad					
33. Nº de pertenencia a la comunidad					
34. Informante					
35. Fecha de nacimiento					
36. Nivel prehistórico					
IV. Características físicas de construcción					
37. Forma que la componen					
38. Materiales					
39. Dimensiones:					
altura					
anchura					
profundidad					
40. Lugar de habitación:					
a) en el hogar					
b) en el taller rural					
c) en el taller urbano					
41. Modelo (fuente de inspiración)					
42. Nombre del creador					
43. Técnica utilizada					
44.					
45. Tiempo de utilización					
46. Fecha					
47. Descripción de las partes más importantes					
48. Descripción de las partes más importantes					
49. Estado de conservación					
50. Reparación, renovación					
51. Dibujo, esquema o fotografía					
V. Función en el museo					
52. Como resultado de la exposición					
53. Entendido con una finalidad artística					
54. Utilizado para investigación, el estudio o la publicación					
55. Observaciones					
56. Fecha de entrada al museo					
57. Fecha					
58. Expediente Nº					

tal motivo, se pueden definir sub-classes en número K de tal modo que cada una contenga N objetos (figura 2).

K

Esta dimensión de variabilidad, nos lleva a adoptar una serie de otros criterios, igualmente arbitrarios: el peso, la dimensión, etc., y a definir un *espacio de configuración* que contiene capas esféricas equidistantes en las cuales la densidad de los elementos decrece regularmente a medida que nos alejamos del centro. Llegamos así a una clasificación racional, *totalmente ajena* a las clasificaciones corrientes, pero de la cual puede decirse, basándose en el axioma de continuidad de los fenómenos naturales, que toda *anomalía en la distribución*, o toda variación brusca de ésta, es la *huella de un fenómeno* en el universo de los objetos, fenómeno que conviene describir y del cual es necesario dar cuenta por causas humanas, desentendiéndose así la razón de ser inicial de este universo.

Pueden también definirse cierto número de características métricas de los objetos a partir de sus *espacios de atributos*, que difieren del anterior por una mayor funcionalidad, y estudiar a continuación en este espacio el "clustering", la agrupación, la asociación de los elementos considerados. En estas condiciones, se encuentran grupos que poseen *centros de gravedad* que definen tipos, y a esta altura puede buscarse una teoría de esos tipos. Ciertos artificios bastante complejos, tales como la rotación de los ejes después de un análisis factorial, permiten en este terreno modificaciones de puntos de vista, que tienen el inconveniente de ser marcadamente abstractos y por tal motivo de escapar en cierta medida a los sociólogos prácticos.

Finalmente, la evolución de los objetos nos propone un gran número de criterios de agrupación; por ejemplo, la *miniaturización* perfectamente conocida en el terreno técnico, en todos aquellos casos en que el objeto no mantiene relaciones directas con el tamaño del hombre (por ejemplo, los transistores) y en los que puede escapar tranquilamente a las dimensiones humanas. Las caverolas no pueden seguir el ejemplo de los transistores, pero el conjunto de la batería de cocina puede tratar de adoptar, en la esfera cotidiana, dimensiones que estén a la altura de la importancia de sus funciones en la vida real. Puede admitirse que un cierto número de objetos tienden de modo continuo hacia una dimensión óptima íntimamente relacionada con sus funciones; tal el caso de los grabadores, los relojes pulsera o los aparatos de televisión.

Otro carácter, propuesto por una sociología de los objetos, re-

lacionado con la noción de familia señalada más arriba, es el de los objetos *desmontables* o múltiples (muñecas rusas, mesas del tipo "tres en uno" o sillas de café). Por fin, la evolución futura de algunos objetos puede hacerlos desaparecer aun de dicha categoría conservando al mismo tiempo sus funciones, que se encuentran disociadas y trasladadas a otros elementos.

Se han estudiado diversos métodos para la investigación de las relaciones funcionales entre los diversos objetos de un conjunto dado. Sabemos que esas relaciones pueden situarse a diferentes niveles. En primer lugar, la relación funcional: la *taza*, recipiente para líquidos susceptible de verter o de manejar, va sobre el *platillo* que contiene la escasa cantidad de líquido volcado y sostiene la *cuchara*. El platillo, susceptible de ser desplazado por un movimiento de deslizamiento y de rayar el soporte barnizado sobre el cual descansa, está colocado sobre un *mantel*, etc. Aquí, la relación es, al principio, funcional, y tiene la misma naturaleza que la de un tope, un anillo, un sistema de engrase del anillo, un collar del anillo, etc., implicados en la construcción de un cambio de velocidad. La relación es de orden lineal o de implicación: construye una cadena A-B-C-D-E, cada uno de cuyos eslabones posee, en la experiencia corriente, una tasa de funcionamiento variable; llegamos así a la idea de *perfil de funcionalidad* dentro de una cadena lógica de elementos. De hecho, en la vida corriente, son dos los tipos de ponderaciones que se asocian con cada relación: fuerza *significativa* y fuerza *estética o conformativa*. Están muy mal diferenciadas por nuestra conciencia, que hace poco caso de este tipo de análisis.

En esas condiciones, el ser llega a una noción global de relación que, por otra parte, implica un gran número de otros factores menos importantes tales como la simple semejanza: una cucullara se parece a un tenedor, pero un tenedor se parece a todos los objetos puntiagudos; eventualmente, en la actividad de *bricolage*, esta semejanza será estudiada operacionalmente. Algunos estudios lingüísticos (Osgood, Levy) parecen revelar que el individuo percibe la fuerza de las semejanzas conceptuales como una suerte de *distanza generalizada* entre los dos conceptos, que puede calificarse de *distanza semántica*. La investigación de esas distancias semánticas, es, en sí, otra forma de estudio de la sociología de los objetos mediante la construcción de *agrupaciones* (clusters) en un espacio multidimensional captado más o menos intuitivamente. En algunas observaciones buenos podido extraer una serie de objetos usuales y hacer estimar por grupos de sujetos, sobre una escala

do siete puntos, las distancias semánticas relativas entre esos objetos.

El cuadro siguiente nos da un ejemplo de ello.

	La taza	El platillo	La cuchara	La mesa	Un libro	Papel	Una jarra	Una silla	El teléfono	Pan
La taza	0									
El platillo	1	0								
La cuchara	1	1	0							
La mesa	2	2	2	0						
Un libro	3	4	1	2	0					
Papel	3	5	5	2	1	0				
Una jarra	3	2	3	2	2	4	0			
Una silla	4	5	6	1	2	4	5	0		
El teléfono	4	5	6	2	2	3	4	3	0	
Pan	3	3	4	2	5	3	2	4	6	0

Ejemplo de estimaciones de distancias semánticas sobre una escala de 7 puntos: 0, 1, 2, 3, 4, 5, 6.

En realidad, este tipo de estudio sólo está en sus comienzos; por una parte es aún bastante impreciso puesto que resulta de una serie de comparaciones por par, por lo general inconsistentes respecto de comparaciones por doble par: "el objeto X, está más cerca del objeto P o del objeto Q?". Por otra parte, es difícil reducir el cuadro a un pequeño número de dimensiones; sin embargo, de las primeras experiencias se infiere, tal como lo señalan los trabajos de Osgood y de sus colaboradores acerca de la aceptabilidad de los semantemas en un contexto, que hay aquí un método de apreciación de una "distancia social" susceptible de organizar semánticamente el universo de los objetos.

8. Presentación de esta obra

En esta obra tratamos de poner de relieve los principales aspectos que pueden adoptarse provisoriamente una teoría de los objetos. Luego de las definiciones dadas más arriba que ubican la idea de objeto, el tipo de lazos psicológicos con el objeto y el proceso metodológico que consiste en estudiar el

objeto en sí poniendo provisoriamente entre paréntesis su función, es decir su significación denotativa, para consagrarse a un descubrimiento fenomenológico de las connotaciones, deduciremos una *demostración* de los objetos, una teoría de las relaciones que mantienen entre sí o con el Homo Faber; se trata, en realidad, de una *sociología*, y esta debe comenzar por una *sociometría*.

Baudrillard desarrolla aquí la *moral de los objetos*. Señala la autonomía de la función simbólica respecto de la *función a secas* en sentido etimológico y racional; separa dos universos: semántico o funcional, connotativo o simbólico y muestra que ciertas clases de cosas de la vida cotidiana, esta idea del objeto como signo o símbolo y como elemento de un lenguaje corre el riesgo de volverse preponderante, de sobrepasar, a partir del consumo ostentatorio, todas las otras funciones; los objetos ya no están allí para *hacer* sino para *representar*.

El estudio de P. Boudon establece el sistema lingüístico y sintético del objeto. Centra su atención no en el signo, sino en el sintagma, y pone al alcance del público francés los trabajos recientes sobre la racionalidad del *design* (Alexander, *Hauschild für Gestaltung*) que intentan deducir directamente, y en lo posible mediante una computadora las características de un "signo" —a saber, de un objeto— a partir de la lista de sus funciones, del ordenamiento de esta lista, y por consiguiente, para proseguir la metáfora lingüística, de los caracteres gramaticales de sus capacidades combinatorias, de su entrada en una red homogénea de relaciones. El conjunto de los objetos constituirá así un *display*, pero subsiste una incertidumbre fundamental acerca de la extensión del *display* de objetos con la de las funciones, o la constitución de un sintagma funcional por un objeto único: es el problema del objeto multifuncional, del inventario tipo de la caja de herramientas o del maletín de primeros auxilios, que está aún mal definido. En el extremo opuesto a una actitud centrada en el objeto utilitario y en un pensamiento de ilación lógica y de subordinación, proponemos, en un estudio sobre la *complejidad funcional* y *estructural*, uno de los algoritmos métricos fundamentales del universo de los objetos: el concepto de *complejidad* ya sea la de un objeto utilitario constituido a su vez por *partes*, en elementos, y destinado a cumplir ciertas *funciones*, o la de una población de elementos disparos (*display*) que constituye un sistema de motivaciones definido estadísticamente (concepto de *surto*). *Display* que tiene a su vez un *garante* en la *complejidad* de las necesidades del consumidor: estudiamos pues una situación particular, privilegiada, una de las "formas

económicos de sus relaciones entre el hombre y el mundo de los objetos desde el punto de vista del algoritmo estadístico. El estudio de Van Lier sobre *Objetos y estética* retoma sumariamente la génesis de los objetos y de sus funciones a través de las civilizaciones desde un punto de vista diacrónico. A partir de esto deduce una teoría de la estética orientada más específicamente hacia el objeto artístico, extraído de la vida cotidiana. Pero el sentido mismo de la evolución actual que cuestiona el concepto de una obra de arte para reemplazarlo por el de situación artística pone generalmente el énfasis en primer lugar en el objeto fabricado en tanto portador de formas y, por ende, de connotaciones estéticas a título transitorio, y en el concepto de "multiple" subrayado por algunos artistas contemporáneos. La obra estética fundamental resulta ser la del *designer* en un *juego estratégico* de tres jugadores, entre el *artista* de las comunicaciones de masa por el objeto, que se pretende "inteligible" y se halla preso en una serie de compromisos, el *funcionalista* de la producción que, en el universo cerrado de la fábrica trata de racionalizar y reducir el objeto según reglas de optimización precisas, y finalmente el *representante* de la sociedad de consumo que no es ya el consumidor en sí sino el director del sistema de difusión (la tienda) provisto de la destilación de la opinión hecha por sus agentes de marketing.

El estudio de Wahl y Stohes, proveniente de los trabajos de la *Hochschule für Gestaltung* sobre el *Kitsch*, vuelve a plantear el problema de las relaciones entre el hombre y las cosas. Se centra en un concepto universal, cuya denominación es, sin embargo, poco conocida en francés pese a la importancia de los estudios que le fueron consagrados principalmente en los países de habla germanica. El *Kitsch* es la alienación consentida, el antiarte, lo falso y lo neo-algo, pero es al mismo tiempo el confort en las relaciones del hombre con los objetos, es una ética en sí. Plantea en sí mismo y por su tipología, el problema de una relación entre el artista y el hombre y no lo resuelve más que a través de una denuncia de la imagen de una sociedad estática.

Violette Mordin, en su estudio sobre el objeto biográfico, revela el aspecto personalizado del objeto. Insiste en esta relación que se constituye entre el ser poseedor y su "cosa": relación íntima que se inscribe en el tiempo bajo la forma de una *memoria del objeto*, en la época en que el uso significaba pulimiento sedimentación de sujeción, genealogía, y que actualmente se borra en un ciclo dinámico de la usina al tacho de basura, característico de una sociedad de consumo en la

que el tiempo es cíclico, fugente, y ya no se inserta más que en las cosas que han sido creada para ello: ¿qué hay de más integral que un reloj? En este estudio el acento recae sobre ese aspecto sumario y sensualista de la relación con el objeto, que, contrariamente a lo que tendería a hacernos creer una teoría por demasiado simbólica, no es necesariamente una alienación, aun cuando a menudo lo sea.

Esta obra se cierra con una bibliografía mediante la cual el lector podrá remitirse a las fuentes de inspiración de los autores de este estudio y explorar, al mismo tiempo, el universo de los objetos.

Dada la importancia del tema, preocupación común de los economistas y de los sociólogos, de la ciencia de los *mass media*, de los artistas y de los diseñadores, de los filósofos de la alienación y de los doctrinarios de la felicidad, hemos creído útil introducir sistemáticamente en esta obra algunos contactos con una realidad concreta y cotidiana del universo de los objetos. Se encontrarán así, elementos estadísticos, ejemplos extraídos de catálogos, ilustraciones de carácter numérico, inventarios, resultados de encuestas, elementos humorísticos. Por su presentación misma, estos no pretenden en modo alguno ser aportes para un cuerpo de doctrinas cuya construcción definitiva es aún lejana; la toma de conciencia de la Teoría de los Objetos no se ha llevado a cabo todavía; la función de este número sería apresurarla. Pero estas "insuflaciones" tratan sobre todo de mostrar la importancia de los estudios que, agrupados en una doctrina general, nos permitan una reedificación de las relaciones, propuestas por las ciencias humanas, entre el hombre y su mundo circundante.

Facultad de Letras y Ciencias Humanas,
Estrasburgo.