

LAS FORMAS DE UN MITO: TECNOLOGÍA, METÁFORA SIDERAL Y DISEÑO

VICENTE SÁNCHEZ-BIOSCA

SOBRE EL USO DE CIERTAS METÁFORAS

Parece inevitable que nuestro universo otorgue a ciertas metáforas una capacidad representadora de especial relevancia. No es ello extraño si pensamos por un momento el significado que en el *epistémé* clásico gozó, por ejemplo, el significante "hombre" o acaso el de razón. Capaces de centrar de nuevo el mundo, tales significantes invadieron las artes y las ciencias, la religión y las costumbres. No sería, desde luego, justo ni, sobre todo, riguroso, sostener que la totalidad de los entramados de una cultura puede ser agotada en ciertas agudas metáforas, sobre todo si éstas poseen un alcance más modesto en relación con los grandes términos anteriores. De ser así, incurriríamos en esa moda baudrillardiana que, sin necesariamente incurrir siempre en el error, se regocija a menudo en la sugencia del neologismo y suele agotarse muy cerca de él. Somos, en este sentido, conscientes de que muchas metáforas fáciles pueden hablar de nuestro tiempo y, efectivamente, decir algo de él, engancharse a la real experiencia humana, des-

de lo hiperreal hasta lo fatal o la trans-estética. Pero no en menor medida somos conocedores de su insuficiencia: entonces, ¿por qué no, igualmente, lo astral, lo fetal o lo inerte?

Sin embargo, no es de una metáfora simplemente de lo que aquí se trata, sino más bien de un nudo irradiador que, por una parte, posee una inequívoca materialidad en la investigación científica punta y, por otra, ha ido conquistando aspectos cada vez más amplios de la vida cotidiana hasta acabar por fundar una suerte de estética, hoy en muchos aspectos venerada sin necesidad de apoyatura racional alguna. Es tal fenómeno lo que conocemos con el nombre de tecnología: objeto científico, por cuanto su dominio primero es la investigación científica; objeto también empírico, incluso cotidiano, porque lo encontramos a cada paso en nuestro mundo, amueblando probablemente nuestro propio hogar; objeto estratégico igualmente, pues de él parecen depender las cadencias de nuestra sociedad, incluso su misma posibilidad de supervivencia y el tipo particular de ésta; objeto también espectacular, puesto que se exhibe lujosa y, sobre todo, aparatosamente. Un objeto, por tanto, imposible de ignorar. Y, empero, todo esto no resulta suficiente todavía.

En realidad, de todos es conocido que el universo de los *mass-media* acoge en su seno procedimientos venidos del campo de la tecnología. Nada más natural puesto que la actual comunicación de masas es justamente hija de la tecnología (televisión, satélites, múltiple uso del ordenador, video-juegos). Pero más curioso y llamativo resulta que este objeto tan pluridimensional haya sido capaz de fabricar una estética determinada, es decir, que haya logrado invadir el terreno de la cotidianeidad y el de lo artístico de un modo sorprendentemente uniforme en relación con la diversidad de funciones que desempeña, que haya vendido

una imagen compacta desde el punto de vista estético e invadido con sus metamorfosis los más variados aspectos de nuestro hábitat.

He aquí la paradoja que está en el origen de nuestra interrogación: el más elevado y complejo de los artificios científicos de nuestro tiempo —la tecnología—, decisivo en el futuro de la economía y la política universal, ha invadido la cotidianidad y, en un gesto virtuoso, lo ha proclamado en lugar de mantenerlo bajo control remoto. En otras palabras, ha fundado el nacimiento de un mito a partir de una estética, en lugar de ser al contrario. Y tal estética es la más firme garante de la ritualización constante de ese mito, se ocupa de cuidar y conquistar la pregnancia de todos los estratos sociales a las exigencias de su apariencia. Y es que la tecnología no conquista diariamente su lugar en el mundo desde sus laboratorios de investigación, sino que lo hace sólo desde el momento en que ha sabido construir un modelo de espectáculo, un sistema de representación que convoca al mito y al diseño, a la invasión de lo cotidiano y al estado de la cultura. Se ha preocupado, pues, la tecnología de edificar mediaciones y, además, de hacer de ellas su más fascinadora fuente de dominio y convicción, su incuestionabilidad, en suma. No cabe duda, si esto es así, de que la metáfora tecnológica tiene mucho que decirnos sobre nuestra sociedad llamada postmoderna.

LA VEJEZ DEL MITO TÉCNICO

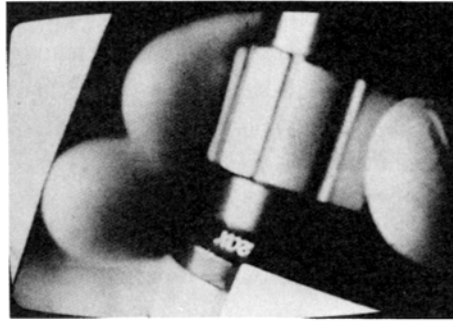
Volvamos ahora nuestra vista atrás por un instante y depositémosla en otro gran período de la historia artística del que nos consideramos herederos: ese período vanguardista que rige el arte europeo entre principios de siglo y los años veinte en el que, a decir de tantos, se encuentran nuestros orígenes modernos. En efecto, publicistas y hombres de arte nos repiten infatigablemente que en el círcu-

lo de la primera vanguardia reside la fuente de sus audacias actuales. Henos, entonces, transportado a estos plenos años de furor vanguardista. Marinetti formula sus primeras declaraciones, radicales e intempestivas, en pro de la máquina, del automóvil de carreras, al tiempo que busca compañeros para matar al claro de luna y lapidar sin contemplaciones la tradición, artística y moral: los futuristas soviéticos, constructivistas, productivistas y demás grupos, optimistas por el triunfo revolucionario, remiten, por su parte, para determinar los procedimientos artísticos a la organización del mundo industrial y, particularmente, a ese lugar convertido en núcleo de la transformación principal: la fábrica; el dadaísmo berlinés y la Nueva Objetividad, por su parte, no se sustraen, pese a sus enormes diferencias, a la influencia de la creciente cultura de masas en Occidente. En todas estas manifestaciones, diversas entre sí, un sorprendente mito recorre Europa: la máquina.

Empeñados en la lucha contra la tradición humanista, los artistas de la primera vanguardia encontraron en la máquina la representación más sencilla y material: el móvil técnico. Supremos detractores del arte aurático, vieron también en ella el golpe de gracia contra el éxtasis del arte; hartos de una cultura basada en el hombre y la razón, creyeron descubrir en la máquina el surgimiento vivificante de una nueva animalidad, sustraída a los imperios de la lógica racional. Pero, sobre todo, ansiosos por una prospección que no embriagó, sin embargo, por igual a todo movimiento de vanguardia, quisieron percibir en la técnica maquinista el signo del futuro. Tanto fue así que podíamos muy bien preguntarnos si no resultaba a la postre inevitable que unos movimientos que se situaban en el límite de la modernidad, en la caída definitiva del proyecto iluminista, pudieran ser examinados por su actitud respecto a la técnica.

Y, si así lo hacemos, descubriremos sin más tardanza que la técnica revistió destinos muy diversos. En Marinetti, por ejemplo, sólo era en el fondo, un fenómeno estético invertido, caballo de batalla para desarticular al arte aurático, pero incapaz de vertebrar una manifestación más acorde con los tiempos que corrían. Inevitablemente, las declaraciones de los futuristas italianos se precipitaban al vacío, servían para sentenciar un final o para acabar con el pasado, pero de poco más. En otros casos, sin embargo, sí hubo una elaboración de la técnica durante los años veinte en el sentido más logrado. Para que ésta fructificara era necesario invertir por completo los planteamientos futuristas italianos, es decir, construir un discurso (artístico o no es otra cuestión) con esta máquina, desprenderse de ella en cuanto objeto de denegación del pasado y dar entrada a sus mecanismos significantes. Sólo introduciendo la máquina en el universo del lenguaje, convirtiéndola no sólo en significativa, sino haciéndola capaz de discurso, producto de un trabajo, los cineastas soviéticos ejercieron la más valiosa prospección de la vanguardia.

Pero ello requería salir al encuentro de aquel mecanismo que, por una parte, tuviera hincadas sus raíces en la técnica, procediera incluso de la organización industrial, pero, por otra, fuera capaz de regir la sintaxis de un discurso. Tal mecanismo fue, sin asomo de dudas, el montaje. Heredero de la ingeniería y la arquitectura, diseñador de la forma de organización de la moderna empresa, el montaje fue también aquello que ponía de relieve en la obra su heterogeneidad. Y, en este sentido, pudo, muy a pesar de su génesis técnica, invadir campos artísticos distintos a la máquina, incluso algunos de ellos presos en los soportes del arte burgués. Este contagio es fácil de hallar en los *collages* pictóricos cubistas o superrealistas, en las enseñanzas de la Bauhaus, en el perspectivismo, en el mo-



saico de citas literario, etc...

Ahora bien, en su manifestación más ejemplar y audaz, dio carta de naturaleza a una nueva máquina que había aparecido poco tiempo atrás: el cinematógrafo. Era pues, el cinematógrafo el encuentro de la inevitable técnica con la fascinación maquinista, de la pérdida del aura artística con la sustitución del artista por el especialista. Y todo ello se producía, quizá por vez primera en la historia, en un ámbito de discurso, con materia de lenguaje y con la adicional característica de dirigirse a una innumerable masa de espectadores. Las razones por las cuales el cine dominante puso todo su empeño en huir de estas herencias representa un curioso motivo en el que se debía de primar lo mitológico en detrimento de lo técnico, lo que tenía que ver con la fascinación de la linterna mágica respecto a lo que apuntaba al montaje. Pero esto es harina de otro costal.

Y bien, es necesario reconocerlo: esta constelación que une técnica, maquinismo, vanguardia y montaje ya no es la nuestra. Por mucho que los publicistas se empeñen en justificar sus spots por el montaje de las atracciones eisensteiniano, por mucho que algunos candorosos críticos encuentren semejanzas formales entre el superrealismo y el video-arte, el dadaísmo y las *performances*, es imprescindible subrayar que nuestro universo ha cambiado sustancialmente. Y, tal vez,

la confusión esté alimentada por el hecho de que nuestro mundo es comprensivo con sus antepasados, precisamente porque, en el fondo, los ignora. Los deja convivir marginalmente, puesto que la coexistencia es nuestra consigna, siempre —eso sí— que se muestre complementaria de otra: la *ghettización*. Así pues, fórmulas de la constelación anterior, si bien desprovistas de la capacidad directiva, serán fáciles de reconocer, pues su nominación —inscribirse en la tradición, historizarse— acaso sea la única baza que permita distinguir hoy al arte de la comunicación de masas.

DISEÑO Y FRAGMENTACIÓN

La primera constatación que toca hacer es que nuestro universo de satélites, de guerra nuclear, de informática, etc., es un universo limpio, incontaminado. Pero también un universo distante, en el que el hombre se ha puesto a resguardo de las cosas, las ha exorcizado, tanto como lo hacía el primitivo con sus temores por medio del ritual. Y en este proceso ha evitado también, y consecuentemente, la rugosidad del maquinismo vanguardista en lo que éste implica de trabajo en su sentido más llano, de rozamiento incluso. No otra es la diferencia que puede oponer la imagen actual de la tecnología a esa constelación de que venía rodeada la técnica antaño. Y es así como la tecnología ha edificado también un mito espectacular en torno a sí misma, ha cuidado su representación y, ha

obligado a que todas sus hijas la coloquen en un lugar mítico. Pero a fin de que este mito se encarne, se convierta, quizá, en pseudomito ha sido necesario un aspecto unificador: el diseño.

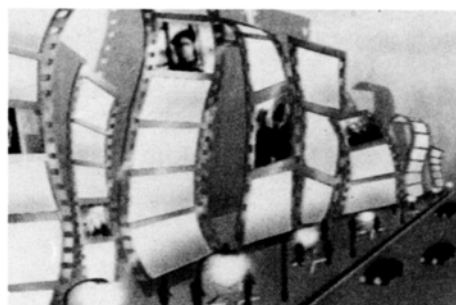
¿Qué es el diseño en las formaciones publicitarias, por ejemplo, sino el recurso mediante el cual es posible conseguir una unificación satisfactoria de todos los elementos que aparecen fracturados en su sucesión? Y exactamente del mismo modo la tecnología trabaja su diseño a partir de los microchips, de su miniaturización. Tal vez el lector recuerde todavía un spot publicitario inusual que circuló por la pequeña pantalla de TVE durante el año 1989. Se trataba de un anuncio realmente modélico de la casa Sanyo en la medida en que se daban cita un conjunto extremadamente abundante de los objetos tecnológicos abiertos al mercado y en duración atípica. Y en tal arrebatadora dispersión encontrábamos aquellos elementos capaces de abrochar la indispensable unidad: la visión y conversión de estos objetos (micro-ondas, pantallas de televisión, compact-discs, ordenadores) en los edificios de una gran ciudad desierta. Lo curioso era que esta gran ciudad, identificada con la Nueva York de los ochenta, se viera sometida, acto seguido, a una nueva transformación que la convertía en un desierto. Es como si el adjetivo *ciudad desierta*, metáfora e hipérbole de los objetos tecnológicos, se hubiera substantivizado dando paso a la expresión desnuda y nuclear: el desierto. Y, así, el conjunto de los elementos geológicos, naturales, contribuía a eternizar el símbolo neoyorkino de la moda postmoderna.

Si reflexionamos un poco, no nos costará demasiado reconocer que tales fenómenos distan mucho de la particularidad. Antes bien, es fácil reconocer en este spot una plasmación excesiva de algunas constantes de la constelación metafórica por las que se publicitan los objetos tecnológicos: depurada línea, limpieza de esti-

lo, preferencia por espacios vacíos, desérticos, asemejados a paisajes naturales o postnucleares, y que recuerdan vagamente la desolación de algunas telas de Giorgio de Chirico. Y en este panorama estilístico se interpone como cortocircuito una sorprendente ausencia: el hombre.

¿Qué hay del hombre en el diseño tecnológico? El hombre fue pieza determinante en la definición del punto de vista en el arte occidental desde el Renacimiento y todos los juegos ópticos del Manierismo o del Barroco se convertían en *trompe-l'oeil* respecto a dicho punto de vista; pero también fue un atributo del hombre —el trabajo— el que fundó el universo técnico vanguardista. Y bien: todo el artificio tecnológico tiende precisamente a suprimirlo y a dotar, paralelamente, de vida a los objetos. Cerrar, pues, a la presencia humana es un rasgo altamente emblemático. Pero mucho más todavía lo son las metamorfosis que lo humano adopta en estos casos. Es curioso, entonces, advertir hasta que punto esta presencia humana se encuentra doblegada, más que contagiada, de lo maquinal, de lo automático. ¡Cuántos spots nos presentan las cadencias regulares, perfectas de estos hombres convertidos en autómatas, desprovistos del mínimo gesto de vida! Y con todo, no nos llamemos a error; nada queda del maquinismo vanguardista, porque el mismo diseño de las líneas —los vestidos, los contornos— ha ahogado o, mejor incluso, abstraído cualquier emergencia de lo humano, lo ha supeditado a la limpieza de los objetos.

He aquí, por tanto, algunas metáforas que han salido al paso al hablar del universo recreado por la tecnología, por la imagen que ésta presenta de sí misma: metáfora hiperbólica, reducción paisajística del universo a la naturaleza primitiva, automatismo de lo humano, primacía del diseño... No carece esto de interés ni repercusiones si tenemos en cuen-



ta que aquí se procede a la transformación radical de la relación con la naturaleza: si el Renacimiento construye el paisaje, la naturaleza, a escala humana, la torna reconocible y habitable, y, sólo por ello, perceptible y “amena”; si el Romanticismo, en una valerosa empresa de disolución, logra desantropomorfizar el paisaje y si las mismas vanguardias nos hablan constantemente de una naturaleza tecnificada, sometida al trabajo, ¿carece acaso de importancia este decisivo gesto?

Pero también la tecnología hace algo más que publicitarse con miras míticas. Su mito, en otras palabras, no es un engaño, porque esta coherentemente construido, porque obedece a un sistema ordenado y bien estratificado. No obstante, para confirmarlo es conveniente mirar hacia otro lugar en el cual la tecnología no es objeto de publicidad de un modo directo. Sean dos ejemplos los que nos sirvan para ello. El primero se refiere al virtuosismo de las pantallas, a los constantes efectos de trucaje, a los despliegues de reflexividad en la representación de que hacen gala particularmente los anuncios de *qualité* o multitud de video-clips musicales. En ellos la tecnología juega un papel demostrativo. El segundo, el alcance de una moda *high-tech* que invade series de televisión y se dispara desde la moda hasta el pastiche: *Miami Vice* fue un buen ejemplo de ello.

Y a pesar de todo, es tal vez en los tiem-

pos muertos televisivos —esos que, en verdad, no existen— en los instantes de relleno, donde mejor podemos advertir el espacio que la tecnología se atribuye a sí misma, donde despliega a sus anchas, porque no existen constricciones, su ejercicio narcicista; las cabeceras de los programas, las segmentaciones de los mismos. En todos estos casos, cada vez más abundantes y caprichosos, la tecnología apunta a algo que entra en franca contradicción con su utilidad científica y desvela su rostro oculto: el afán por gestar una estética de sabor mítico. Movimientos mecánicos emprendidos por figuras abstractas y siempre inciertas que evocan, en marcos asimismo indeterminados, la imagen de astros girando sin cesar. He aquí, en esta metáfora astronómica, el complemento de la operación anterior; el impulso hacia lo inmenso y telúrico, la confinación de todo el universo no sólo visible, sino también —y esto es lo importante— imposible de ver en los reducidos límites de una pantallita. He aquí un máximo ejercicio de abstracción y narcisismo, precisamente porque, con ello, la tecnología se exhibe, se muestra en su grado puro; aparentando no decir nada sobre sí misma, ocupando las modestas separaciones entre los programas televisivos, la tecnología expresa su titánico gesto, sentencia que la imagen del hombre nada puede significar en el universo sideral del que ella araña su metáfora.