



Revista Sociedad y Economía

ISSN: 1657-6357

revistasye@univalle.edu.co

Universidad del Valle

Colombia

Hernández Romero, Yissel  
Persistencia del pasado a través de los objetos del presente  
Revista Sociedad y Economía, núm. 23, 2012, pp. 99-121  
Universidad del Valle  
Cali, Colombia

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=99625425006>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

# Persistencia del pasado a través de los objetos del presente<sup>1</sup>

*Persistence of the Past Through the Objects from the Present*

*Persistência do passado através dos objetos do presente*

**Yissel Hernández Romero**

Candidata a Maestra del Posgrado de Diseño Industrial de la Universidad Nacional Autónoma de México, Ciudad de México-México  
tallarica9@hotmail.com

**Recibido:**12.07.12

**Aprobado:** 10.10.12

---

<sup>1</sup> Proyecto de investigación del cual se deriva el artículo: "Diseño retro y objeto antiguo: Construcción social de valores alrededor del pasado".

**Resumen:** El transitar del hombre por el tiempo es un movimiento cuya evidencia solo queda en memoria, evidencia que se diluye lentamente hasta que en algunos casos llega a desaparecer y que sucede tanto en lo individual como en lo colectivo; las huellas, consideradas como evidencias sensibles, superan la intangibilidad y lo efímero de las imágenes mentales al tomar forma escrita, gráfica o material. Socialmente valorado, el pasado puede preservarse, retomarse e incluso reinterpretarse. Este artículo analiza las manifestaciones del pasado a través de la cultura material, la construcción de significados y su persistencia en el presente a través del objeto antiguo, el revival y el diseño retro.

**Palabras clave:** Pasado, Presente, Cultura Material, Significado, Memoria.

**Abstract:** The journey of humankind through time is a movement whose evidence persists only in memory; this evidence wears away until disappearing, and it happens both individually and collectively. Considered as sensitive evidences, traces exceed the intangible and ephemeral conditions of mental images, revealing themselves in written, graphic and material forms. Socially valued, the past may be preserved, taken up again, and even re-interpreted. This article analyzes the expression of the past in material culture, the construction of meaning and its persistence in the present by means of old objects, revival and retro design.

**Key Words:** Past, Present, Material Culture, Meaning, Memory.

### **Resumo**

O decorrer do homem pelo tempo é um movimento cuja evidência só fica na memória; evidência que às vezes se dilui até desaparecer, e que acontece tanto individual como coletivamente. As pegadas, consideradas como evidências sensíveis, superam a intangibilidade e o efêmero das imagens mentais, quando tomam forma escrita, gráfica ou material socialmente. Pode-se valorar o passado, retomar-se e preservar-se. Este artigo analisa as manifestações do passado através da cultura material, a construção de significados e sua persistência no presente, mediante o objeto antigo, o *revival* e o desenho retrô.

**Palavras-chave:** Passado, Presente, Cultura Material, Significado, Memória.

## Introducción

La presencia de medios tangibles e intangibles que evocan el pasado es una realidad constante en nuestro presente; la mitificación e idealización de tiempos y personas se ha revelado en aquello que sin ser ajeno a la transitoriedad puede ser mantenido por mucho tiempo más: lo material. La preservación de objetos por su “valor histórico”, a nivel individual y colectivo, es una práctica permanente en la sociedad occidental; sin embargo, ha sido en las últimas décadas cuando estas manifestaciones han resurgido y se han vuelto referentes importantes en la configuración de la cultura material actual.

En una sociedad que protesta cada vez más por la presencia de objetos superfluos y carentes de significado, se vuelve pertinente entender los mecanismos a través de los cuales el objeto —como depositario de memorias— es valorado, preservado, exhibido e incluso reinterpretado; de estos argumentos de valor es posible construir el diálogo entre historia y aspiraciones. Concebido desde esta perspectiva, el diseño puede cumplir un rol importante en el proceso de transición entre lo históricamente valorado y el futuro, repercutiendo también en la construcción de identidades.

El presente artículo tiene como objetivo analizar la naturaleza de manifestaciones como el diseño retro y el objeto antiguo en un momento histórico en el que la pérdida de fe en el futuro parece cristalizarse en la recuperación de lo ya probado y cuya explicación —y explotación— dentro del ámbito del diseño ha sido limitada a la nostalgia, un término que, si bien explica parte del fenómeno, no lo revela en su totalidad. Esta insuficiente explicación se convirtió en uno de los principales factores que motivó este trabajo, además de la posibilidad de encontrar en este fenómeno, tan recurrente hoy en día, elementos que contribuyan a la conceptualización de objetos mucho más significativos colectiva e individualmente.

Para abordar el problema se partió de la consideración de este como un fenómeno social en el cual la construcción de significados y valor es parte de un proceso dinámico que se da en presencia del sujeto y es permeado por condiciones de tiempo y espacio. La investigación se basó fundamentalmente en una revisión bibliográfica tanto del área de diseño como de la teoría social, lo cual permitió delimitar la organización y presentación de la misma.

Para explicar el fenómeno de una manera completa, se analizan referentes conceptuales que permiten entender mejor la relación histórica de los hombres con el pasado a través de los objetos, así como el papel que estos últimos han tenido en la preservación —consciente o inconsciente— de recuerdos que despiertan y cobran vida en la materialidad, dando sentido a la identidad y representando los valores del sujeto o la comunidad en cuestión. En la parte final se discuten tres manifestaciones particulares del pasado, cuya relevancia en la actualidad los sitúa como objetos de estudio fundamentales en esta investigación: el objeto antiguo, el revival y el diseño retro.

### 1. El valor del pasado o el pasado como valor

Asumiendo que el pasado no existe *per se*, sino en la presencia y el pensamiento del sujeto, es preciso definir el medio a través del cual este puede ser conte-

nido y exteriorizado: la memoria.<sup>2</sup> Desde una perspectiva filosófica (Abbagnano 1992), la memoria se refiere a la posibilidad de disponer de los conocimientos del pasado, entendidos como modos cualesquiera en que quedan disponibles y no simplemente como conocimientos del pasado; en este sentido, la memoria puede actuar bajo dos condiciones:

1. La conservación o persistencia, en determinada forma, de los conocimientos pasados, que por ser pasados deben quedar abstraídos de la vista (retentiva).
2. La posibilidad de reclamar, al necesitarlo, el conocimiento pasado, y de hacerlo actual o presente, lo que constituye precisamente el recuerdo.

Estas dos posibilidades de la memoria sugieren diferentes niveles de participación del sujeto. En el primero, la conservación, existe un interés consciente por *mantener* determinados conocimientos: aquellos que se consideran valiosos y que de alguna manera se juzga que continuarán siéndolo. Por su parte, el recuerdo, como la propia definición lo indica, es una posibilidad, una decisión del sujeto de hacer *resurgir*. Estas dos posibilidades, si bien obedecen a circunstancias distintas, no son excluyentes entre sí, sobre todo cuando el elemento común a ellas es de naturaleza material.

Los tipos de memoria mencionados se pueden explicar mediante los objetos *kitsch* —fenómeno que, de acuerdo con Celeste Olalquiaga (2007), es la representación de una existencia que ya no es, pero que como recuerdo nunca dejará existir; es decir, de algo que fue pero que no hemos dejado morir—. El *kitsch* es un fenómeno característico de la cultura de masas de finales del siglo XIX, en el cual “un objeto o agrupación de objetos se convierten en el foco de un consumo tan obsesivo y de tal calado, que a pesar de su mundanidad y de su multiplicidad, son experimentados como algo íntimamente personal” (Olalquiaga 2007, 15).

Las emociones provocadas por los objetos *kitsch* se han llegado a comparar con las experimentadas con las reliquias;<sup>3</sup> sin embargo, mientras estas últimas

---

2 En la Grecia clásica, la memoria era considerada por Platón como un medio de “conservación de acción” y “reminiscencia”; Aristóteles, por su parte, explicaba el proceso de la memoria como algo totalmente físico, donde la retención y la producción de la impresión están confiadas a un movimiento, y lo que produce el recuerdo es un movimiento. Pero el recuerdo, a diferencia de la retención, es una especie de deducción ya que “el que recuerda” deduce que ya ha escuchado o percibido lo que recuerda, y esta es una especie de búsqueda. En este sentido puede considerarse que el recuerdo responde a una acción de carácter electivo.

Bergson, por otra parte, acordaba con la postura de que la memoria no consiste en la regresión desde el presente al pasado, sino, por el contrario, en el progreso del pasado al presente; partiendo de un estado virtual que se conduce mediante planos diversos de conciencia hasta el término en el cual se materializa en una apercepción actual, resultando en un estado presente (Abbagnano 1992).

3 Una reliquia puede definirse como un objeto material que relata un evento particular y los lugares asociados a este, y está típicamente relacionada con partes del cuerpo (cabello, cráneo, uñas, sangre y dientes); o bien como posesiones que estuvieron en contacto directo con el personaje en cuestión. Se consideran manifestaciones materiales de actos de remembranza; subliman, cristalizan y perpetúan la memoria ligando el pasado con el presente de un modo concreto y palpable. “Un tipo de cordón umbilical que conecta lo vivo con lo celebradamente muerto”. Una reliquia se considera diferente de una representación o imagen, pues no solo es un símbolo o indicativo de presencia divina; es de hecho considerada la materialización de esta, donde cada

permanecen distantes como parte de su mitificación —expuestas detrás de una vitrina— los objetos *kitsch* pueden tocarse, dado que son parte de la cotidianidad y de la vida misma. De acuerdo con Olalquiaga, la dialéctica del *kitsch* oscila entre un pasado irrecuperable y su presente fragmentario, y su naturaleza puede ser explicada en relación con los dos tipos de memoria anteriormente mencionados:

- a. Consciente o reminiscencia (*kitsch* nostálgico). Los acontecimientos son percibidos como parte de una continuidad. Los objetos se consideran como fósiles culturales (requieren de la legitimación social para ser reconocidos como tales, por ejemplo, los museos) y representan la idealización de una experiencia. La añoranza es nostálgica, nunca abandona realmente el pasado. Este tipo puede ser asociado con el mecanismo de conservación de la memoria.
- b. Inconsciente o remembranza (*kitsch* melancólico). Se centra en la intensidad del momento vivido, se vuelve la mitificación de algo. Una característica importante es que necesita estar anclada en el presente para experimentar la pérdida, de modo que existe un deseo inconsciente por lo que ha desaparecido (por ejemplo, el *souvenir*). Cuanto mayor es el impacto de los hechos vividos más real parece el acontecimiento recordado, lo cual acrecienta su potencial como memoria mítica, pues su intensidad misma desarraiga la experiencia de un contexto signifiante. Este aspecto puede ser relacionado con el mecanismo del recuerdo.

De estas dos posibilidades de la memoria, la conservación es la que mayor interés representa para esta investigación, por ser el mecanismo que involucra un proceso de valoración consciente que juzga, evalúa y determina aquello que debe ser “extraído” de su evolución natural y su degradación temporal para ser colocado en un espacio diferente, en el cual su existencia será prolongada para que sirva a propósitos diferentes para los cuales fue concebido.

¿Cómo ha sido el proceso histórico de conservación? ¿Qué valores han definido el tipo de objetos a conservar? ¿Qué sucede cuando los valores cambian? Para dar respuesta a estas preguntas es preciso analizar el proceso de conservación en diferentes momentos históricos, entendiendo estos últimos no en relación con periodos cronológicamente definidos, sino con esquemas de valor social construidos alrededor de los objetos. Esta manera de abordar la historia ofrece cierta flexibilidad espacio-temporal, pues las ideas y su posterior conversión en ideologías y valores no se han dado de manera simultánea en todo el mundo.<sup>4</sup>

---

partícula del objeto encapsula la esencia de la persona (en religiones como el budismo, algunas partes del cuerpo son consideradas como contenedoras de la esencia personal). La durabilidad y resistencia al deterioro son elementos que la definen, así como la transportabilidad y movilidad, pues se consideran objetos para transportar en el espacio y en el tiempo. De igual forma, la cualidad de autorreproducción permite su replicación (Walsham 2010).

4 Daniel Bell señala dos dificultades al analizar un proceso histórico: la distorsión del tiempo histórico y la visión monolítica de la sociedad. Sobre este último aspecto dice: “fundamental en la imaginación del siglo XIX era la concepción de la sociedad como un tejido (y en las alucinaciones literarias, una telaraña). O en el espíritu filosófico más abstracto, tal y como lo elaboró Hegel, cada cultura, cada “periodo” de la historia, y —correspondientemente— cada sociedad, era una totalidad estructuralmente entrelazada, unificada por un principio interno. Para Hegel, era el

En este sentido se analiza el proceso de conservación en diferentes etapas de la historia occidental, que para efectos de organización se han establecido de la siguiente manera: premodernidad, modernidad y posmodernidad.

## 2. El pasado como constante en el presente histórico

La relación usuario-objeto ha pasado por momentos peculiares, en los que el contexto sociocultural y económico ha determinado el papel y el valor de lo artificial en la vida cotidiana, desde objetos dotados de poderes místicos/religiosos<sup>5</sup> hasta símbolos de identidad e ideologías. En un sentido contemporáneo, Georg Simmel, quien investigó y analizó históricamente la relación social entre sujetos y objetos, concluyó que esta se puede clasificar en dos tipos básicos: la tradicional y la moderna (Lash y Urry 1998). La relación con los objetos en las sociedades tradicionales es definida por una duración extensa, difusa y uniforme (con otros, pocos y similares); mientras que la segunda —resultado directo del proceso de modernización— implica relaciones pasajeras, intensas y diversas (muchos y muy diferentes), características que se verán exageradas durante el posmodernismo.

La interpretación de la realidad es un factor importante en los roles sociales y las estructuras que los determinan. De acuerdo con César González (2007), todo sistema social tiende a su propia perpetuación, para lo cual se vale de construcciones artificiales que lo legitimen y permitan su continuación, siendo la cultura material una de las aportaciones más importantes en dicha construcción.

Las sociedades tradicionales, entendidas como aquellas anteriores al cambio de pensamiento científico de la Edad Moderna, se caracterizan por el carácter mítico y religioso que dominaba la mayoría de las esferas sociales, siendo los fetiches, amuletos, talismanes<sup>6</sup> y reliquias los objetos juzgados con valor suficiente para ser conservados. Los objetos de este tipo adquirirían un valor simbólico por lo que representaban, invocaban o lograban evitar; siendo los alcances sobrenaturales los que mejor definían su valor. Si bien pueden considerarse prácticas muy antiguas, desde el aspecto mítico/religioso aún podemos encontrar múltiples objetos que se conservan hasta nuestros días y cuyo valor simbólico

---

Geist, o espíritu interior. Para Marx, era el modo de producción que determinaba las relaciones sociales” (Bell 1977, 21).

- 5 Es posible, como punto de partida, considerar el animismo como una de las primeras relaciones “complejas” entre el hombre y el objeto, es decir, más allá de la funcionalidad y resultados inmediatos. Los grupos primitivos otorgaban el carácter de “animado” a aquellos objetos que tenían cualidades inusuales o que se comportaban de forma impredecible y misteriosa. El surgimiento de mitos puede relacionarse con esta interpretación subjetiva de la realidad, resultado de la ilusión psicológica y de inferencias lógicas erradas que surgían a partir de una confusión de la realidad subjetiva y objetiva, de lo real y lo ideal (Martín 2002).
- 6 Es importante mencionar que los fetiches no son representaciones o símbolos de los dioses, más bien se encuentran en estrecha relación con ellos, son lugares de concentración de su fuerza, y por eso representan un componente elemental de entender la vida y la naturaleza; participan en la solución de problemas graves, son objetos de esperanza y optimismo. Los fetiches tienen personalidades que deben ser invocadas de alguna manera para que puedan trabajar; los amuletos son investidos de un poder basado en materiales y de inscripciones que trabajarán de manera automática, mientras que los talismanes trabajarán solamente si fueron creados bajo una práctica ritual específica.

se ha visto complementado por el histórico, por lo que son objetos no solo de veneración sino también de estudio.

Por otro lado, encontramos la relación del hombre con los objetos de uso cotidiano, aquellos cuya razón de ser obedecía en primera instancia a cualidades de funcionalidad definidas por la propia organización social, y cuyo desarrollo —o evolución— descansaba principalmente sobre la tradición; esta última se entendía y se vivía como “la única e incuestionable” forma de proceder. Olalquiaga señala que en esta etapa los fenómenos sociales eran percibidos como naturales, comparables al *fluir orgánico* y exentos de cuestionamientos. Por otro lado, Gilles Lipovetsky (1990) sugiere que las bases de la legitimidad en la sociedad tradicional se encuentran en el valor de la antigüedad y la continuidad del pasado, y que son estos conceptos los que reflejan la relación que los individuos mantienen con los objetos.

Las formas de producción, los materiales, los tiempos y las habilidades para transformar elementos de la naturaleza en “objetos” eran en sí mismas características que dotaban de valor: “tradicionalmente, el lujo estaba representado por la excelente o elaborada factura y el uso de materiales caros. La dificultad implicaba escasez y una inversión en tiempo y esfuerzo” (Sudjic 2009, 104). Diseñados para durar tanto como fuera posible, los objetos se convertían en una especie de inversión que estaría presente en generaciones venideras, por lo que la conceptualización de los mismos tenía como finalidad lograr un valor de uso prolongado al cual se sumarían —consciente o inconscientemente— valores simbólicos e históricos.

El debilitamiento de las estructuras religiosas/simbólicas durante la Edad Moderna significó un cambio en la configuración del universo social, en el modo de asumir la realidad, y por ende en la forma como se vivía. El pensamiento científico y la racionalidad ligada a este revolucionaron los hábitos materiales, lo cual se manifestó en nuevos conceptos para los objetos, su consumo y la vinculación con los sujetos; “para Nietzsche, lo que había sucedido era que la tradición, el “medio inconsciente e indiscutido para obtener caracteres homogéneos y perdurables durante largas generaciones” había sido destruido” (Bell 1977, 18).

La transición de la sociedad tradicional a la moderna supuso cambios culturales importantes, los cuales, por un lado, anhelaban y depositaban las esperanzas de la sociedad en un futuro prometedor (idea promovida alrededor de *la máquina*), y por otro, se aferraban a la seguridad de lo ya conocido, a la regularidad de las acciones y acontecimientos. Una manifestación que puede servir como ejemplo para ilustrar este cambio fue la importancia que tuvieron las colecciones, específicamente las llamadas “cámaras (o cuartos) de maravillas”, espacios en los cuales convergían de manera más o menos armónica la ciencia y la naturaleza, lo moderno y lo tradicional (ver Figura 1). Para Geoffrey Lewis, autor de *The History of Museums* (s.f.), la colección de objetos puede obedecer a la atribución de valores religiosos, mágicos, económicos, estéticos, históricos o bien simples curiosidades consideradas tanto a nivel grupal como individual.

La historia de las colecciones tiene antecedentes bastante antiguos;<sup>7</sup> sin embargo, es a partir del siglo XVI que se dio un auge de las colecciones privadas

---

7 Las pruebas más antiguas nos remiten a las colecciones de objetos en tumbas paleolíticas, donde



debido al naciente interés por la naturaleza y a la creciente posibilidad de viajar alrededor del mundo. Es importante mencionar que para el siglo XVII en Europa, las colecciones de objetos raros comenzaron a ser exhibidas en espacios denominados como museos; sin embargo, este concepto entendido como institución dedicada a establecer, preservar y mostrar una colección al público fue bien establecido solamente en el siglo XVIII.

**Figura 1.** Cuarto de maravillas del pintor holandés Rembrandt (1606-1669)\*



\*En este espacio se muestra una amplia colección de objetos históricos griegos y romanos, así como de especímenes naturales.

**Foto:** Yissel Hernández Romero.

Una de las principales tendencias en las colecciones durante la transición hacia la Edad Moderna fue la preservación de ejemplares naturales gracias a medios ofrecidos por la ciencia y la tecnología del momento; este aspecto puede ser considerado irónico, ya que de manera insulsa se pretendía conservar aquello que la misma tecnología y la ciencia estaban desplazando. La dualidad de pensamiento que sobresale en este periodo de transición es ejemplificada por Olalquiaga, de acuerdo con los criterios de organización de las colecciones:

1. Basada en el misticismo. Las piezas se ordenaban espacialmente, no importaba la vida sino el caparazón. Entre más extraña y fantástica fuera la historia de la pieza mayor era su importancia y por tanto su ubicación en el espacio. La historia es más importante que el objeto.
2. Basada en la ciencia. El orden se vuelve lógico, la naturaleza deja de ser experiencia para transformarse en memoria. Muchos lo consideran la era del desencanto. El objeto es más importante que la historia.

Este cambio del pensamiento místico al moderno generó cambios destacables en la relación con los objetos: “al reemplazar la experiencia por el símbolo material se obtiene una conexión moderna y su resultante inmediata: el fetichismo de

---

la evidencia de indagación en el ambiente y la comunicación de los hallazgos pueden observarse en el arte mobiliario del mismo periodo.

las mercancías, mientras que por otro lado, al reemplazar el símbolo material por experiencia se obtienen rituales religiosos y mágicos” (Olalquiaga 2007, 178).

La noción del aparato moderno trajo consigo la novedad, la creencia de que lo nuevo —manifestado en ideas, mecanismos, sistemas y objetos en general— era una garantía de progreso que guiaba hacia una utopía recién descubierta. La fascinación por todo aquello que fuera producto del nuevo pensamiento se vio reflejado con el aumento de las aplicaciones tecnológicas (mecanización principalmente), la admiración que giraba en torno a estas y la creciente tendencia de “olvidar” el pasado; el futuro se convirtió en un ideal que solamente podía ser alcanzado con los productos de la ciencia y la tecnología.<sup>8</sup>

La evolución del librepensamiento y el avance de la ciencia implicaron una fractura con el simbolismo —principalmente con el religioso— atribuido a los objetos, por lo que surgió la posibilidad de que estos dejaran de ser un elemento de diferenciación social, pues como resultado de los adelantos tecnológicos alcanzados durante la Revolución Industrial fue posible “copiar” estilos considerados hasta entonces exclusivos. Mediante la simulación de materiales el costo se reducía y los objetos se volvían accesibles para las mayorías; sin embargo, es preciso señalar que el diseño —como factor de distinción— se volvió fundamental para definir y diferenciar clases sociales. Ahora bien, ¿esto cómo afectó la vinculación de los usuarios con los objetos? Si el futuro era la panacea del pensamiento moderno, ¿qué sentido tenía conservar el pasado?

Olalquiaga encuentra un vacío en la entonces novedosa repetición de la producción en masa —un fenómeno de vacío referencial causado por las copias—, que aumenta a medida que se van perdiendo los originales. En este punto comienza a cobrar interés el aspecto de la singularidad entendida como un sentimiento o percepción que puede ser provocado por un número considerable de experiencias incluyendo la de autenticidad (dialéctica entre el original y la copia). Esta experiencia no es intrínseca al objeto, pues se da a partir de la interacción histórica entre el sujeto y la experiencia asociada al valor de uso.

Del concepto anterior surgen los llamados “objetos aureáticos”, aquellos que conservaban las huellas de las manos que les dieron vida —y que el mundo preindustrial del siglo XIX lentamente añoraba y aniquilaba—. En este periodo las llamadas reliquias adquieren la categoría de “cadáveres culturales”, objetos de reverencia dignos de ser contemplados y admirados a cierta distancia, haciéndose necesaria la construcción de espacios exclusivos para su exhibición pública (museos) o privada (vitrinas).

Baudrillard, en *El sistema de los objetos*, analiza el valor de los objetos aureáticos (por él denominados “únicos”) en dos dimensiones: como valor de cambio (mercancía, es decir, deseada por más de uno) y como valor personal (solo importante para el sujeto) (ver Figura 2):

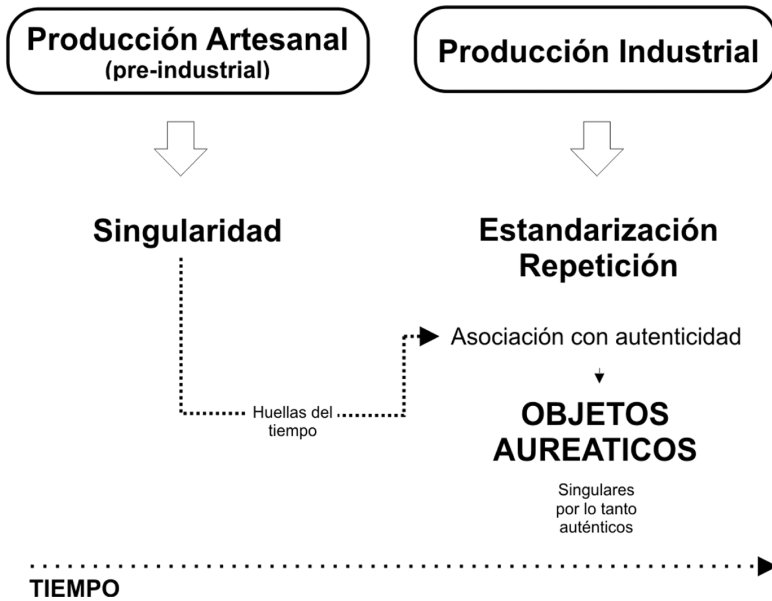
La posesión del objeto “raro”, “único”, es evidentemente el fin ideal de la apropiación; pero, por una parte, la prueba de que tal objeto es único jamás se llevará a cabo

---

8 En relación con la cultura material, el punto culminante del pensamiento moderno nos remite a la Bauhaus, escuela de arquitectura y diseño alemana que se distinguió por romper con los esquemas de enseñanza tradicionales que separaban lo artístico de la producción industrial, y que buscó a través de la estandarización y optimización industrial eliminar distinciones y diseños exclusivistas.

en un mundo real y por otra parte la subjetividad se las arregla muy bien sin esto. La calidad específica del objeto, su valor de cambio, pertenece al dominio cultural y social, su singularidad absoluta, por el contrario, es algo que tiene como campo el ser poseído por mí; lo cual me permite reconocerme como ser absolutamente singular (Baudrillard 1963, 103).

**Figura 2.** Contextualización temporal de las características que definen a los objetos aureáticos



**Fuente:** elaboración propia con base en Olalquiaga (2007).

Para Anthony Giddens, la modernización se convirtió en un proceso de distanciamiento espacio-temporal, donde tiempo y espacio se vacían, se hacen más abstractos, mientras que las personas se desarraigan de un espacio y un tiempo concretos, lo cual tiene influencia directa en la manera como se perciben, se viven y se relacionan con el exterior (Lash y Urry 1998). Por su parte, César González comenta al respecto: “(Del objeto estándar) Ya no podrá ser contemplado o gozado por su carácter singular, por la habilidad del artista o artesano, o por aquella parte de la historia humana que se relaciona con la historia de su formación. Solo podrá ser usado con el racionalismo y la precisión funcional que el mismo con su forma impone” (González 2007, 46).

Como puede notarse, la ruptura con el pasado no se llevó a cabo de manera instantánea, pues se dieron fenómenos que permitieron un tránsito más pausado entre vivir en la tradición y la negación de esta, de lo mítico a lo racional. En este sentido, se dio, por un lado, desde la estructura socioeconómica, un mecanismo que favorecía y se favorecía del creciente desarraigo “simbólico-tradicional” y, por otro, la creciente búsqueda de símbolos que suplieran dicho vacío: la moda. “La moda como formación socio-histórica se convirtió en un dispositivo social caracterizado por una temporalidad particularmente breve,

cuyas características principales son el cambio en apariencia y la descalificación del pasado... cuya función es otorgar connotación a los rangos y reinscribir las diferencias sociales en una época igualitaria que destruye las jerarquías de nacimiento” (Lipovetsky 1990, 192).

En el modelo económico del mundo occidental basado en el consumo, la moda cumple un papel esencial en el intercambio de objetos al volver dominantes los signos y símbolos ligados a estos, muchas veces por encima del valor de uso. De acuerdo con Olalquiaga, este mecanismo de la modernidad puede observarse en lo siguiente:

1. La idea de la novedad, la reproducción constante, la desacreditación de lo anterior y de la cultura de la preservación (en cuanto a bienes de consumo).
2. En la glorificación de lo dejado *por otros*, en la llamada Edad de Oro, los objetos aureáticos reciben el poder cultural otorgado por el contacto directo entre el productor y el producto. A diferencia de lo conceptual, que no es afectado por las pruebas mortales del tiempo y el espacio manifestado por el desgaste y la erosión, los objetos aureáticos llevan y manifiestan el paso del tiempo. En palabras de otros autores, las marcas de uso son un medio para acceder al pasado de manera inmediata e íntima (Dermody y Breathnach 2010).

Considerado como una fase tardía del Modernismo, o bien una etapa que obedece a mecanismos diferentes<sup>9</sup> —aspectos que no pretenden discutirse en este artículo— el posmodernismo nos permite analizar otra perspectiva de la relación con el pasado y el proceso de conservación al integrar un nuevo elemento en el proceso de vinculación: los medios de comunicación.

Los medios de comunicación a la par del sistema económico, pueden ser considerados el eje rector de la transformación cultural y social durante el posmodernismo, cuyas expresiones derivaron principalmente en la construcción de imágenes. Estas últimas se volvieron objeto de contemplación, a tal punto que pasaron de la ficción a la realidad para la mayoría de la sociedad, remplazando el mundo perceptible por un conjunto de representaciones que se volvieron superiores a dicho mundo y fueron impuestas como perceptibles (lo que Guy Debord denomina bienes fetichísticos, que convierten al sujeto en un simple consumidor de ilusiones). En este sistema de imágenes e ilusiones, cada producto es ofrecido como singular no obstante ser lanzado de manera masiva; en este punto nos hallamos ante la manipulación de la realidad. Las necesidades básicas —si bien no cambian— son presentadas de forma tal (deseos) que incitan al sujeto a la búsqueda de nuevos satisfactores. “Entre más se contempla menos

---

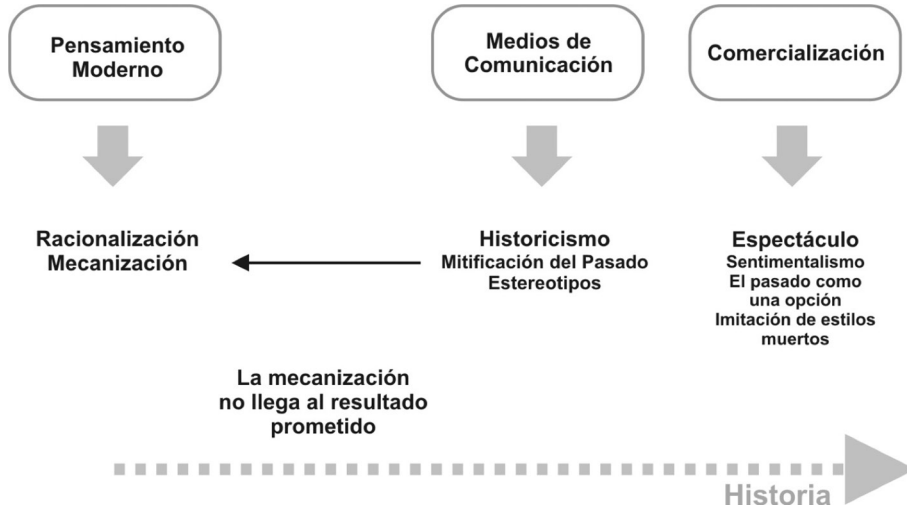
9 Los inicios del posmodernismo, considerado más como una dominante cultural que como un fenómeno histórico, se ubican a finales de los años cincuenta y principios de los sesenta. Si bien su temporalidad no puede constreñirse a fechas específicas, sus principales características pueden reconocerse en las diferentes denominaciones que la definen: sociedad posindustrial, mediática, de la información o electrónica. De acuerdo con Daniel Bell, el posmodernismo no obedece a las leyes clásicas del capitalismo ni a la lucha de clases; sin embargo, para otros, como Ernest Mandel, el posmodernismo no es más que una etapa tardía del capitalismo, considerada incluso como la más “pura” (Jameson 1989).

se vive, entre más rápido reconozca sus propias necesidades en las imágenes de **necesidad propuestas** por el sistema dominante, menos entenderá su propia existencia y sus propios deseos” (Debord 1994, 10).

A pesar de que las necesidades de los sujetos pueden verse manipuladas e influenciadas por los valores promovidos a través de la moda y los medios de comunicación, Frederick Jameson (1989) considera que los productos culturales –no los de consumo diario- de la era posmoderna no están totalmente desprovistos de sentimientos, sino que, considerados más bien como intensidades, se vuelven impersonales y flotantes, tendientes a estar dominados por un tipo peculiar de euforia, y por tanto el pasado es objeto de especial interés y sentimentalismo.

El interés por el pasado durante el posmodernismo —expresado en el diseño retro y en tendencias retrofuturistas— ha sido explicado desde diversas posturas. Al ser considerado como el resultado del derrumbe de la ideología moderna, basada en lo peculiar e inconfundible, el pasado se vuelve una opción para los productores de la cultura, siendo la imitación de los estilos muertos el discurso de todas las máscaras y las voces almacenadas en el museo imaginario de una cultura considerada global,<sup>10</sup> donde la relación con el pasado se encuentra basada más en el historicismo que en la historia (Jameson 1989). Henri Lefebvre, citado por Jameson, lo considera la primacía de lo neo, donde el apetito por lo original de parte de los consumidores se encuentra transformado en imágenes, pseudoacontecimientos y espectáculos (ver Figura 3).

**Figura 3.** Elementos de la posmodernidad que influyen en la percepción del pasado



**Fuente:** elaboración propia.

10 Sobre este aspecto, G. Debord afirma que, históricamente, el hombre ha vivido por ciclos. La historia universal se volvió una realidad en el momento en que el mundo fue conducido a través del progreso de dicho tiempo, en el momento en que el mundo global se convirtió en el mundo del espectáculo (Debord 1994).

Dos conceptos prevalentes en el discurso del pasado, presentes en el posmodernismo, son la melancolía y la nostalgia. Baudrillard (s.f.) sostiene que la pérdida de referentes históricos es una razón para resucitar periodos donde al menos había historia, siendo la melancolía la brutal insatisfacción que caracteriza nuestros sistemas saturados. Por otro lado, Jameson (1989) considera que la moda de la nostalgia es producida, en parte, por el auge del cine, en el cual se representan idealidades imaginarias y estereotípicas,<sup>11</sup> donde la historia de los estilos estéticos desplaza a la verdadera historia. Para este autor, las películas nostálgicas proyectan a un nivel colectivo y social un intento desesperado por capturar un pasado ausente a través del cambio de las modas y la ideología emergente del concepto de generación.

En términos prácticos, la convivencia del pasado con el presente —más allá de la visión romántica— ha generado conflictos y contradicciones; en urbanismo y arquitectura, por ejemplo, la preservación de sitios antiguos implica conservar condiciones que ya no corresponden a la nueva dinámica social. Debord ejemplificó dicha contradicción con la reconfiguración de las ciudades norteamericanas a partir de las necesidades derivadas del desplazamiento de los automóviles; por el lado racional se recomendaba eliminar los viejos espacios para optimizar la movilización, mientras que desde el lado espectacular de la ciudad existía un gran potencial para convertir dichos espacios en museos. El pasado —preservado de manera congelada— se convierte entonces en una forma de espectáculo para ser contemplado (Debord 1994); en otras palabras, el pasado se asume como una mercancía y como tal es presentado.

Podemos decir, en términos generales, que la modernidad —entendida en términos de la producción industrial de objetos— no logró aportar atributos trascendentales, lo cual tampoco era su objetivo. De manera “reaccionaria” —e incluso “dialéctica”—, la búsqueda de sentido se centró en aquellas áreas que por efectos de la modernización estaban desapareciendo: la naturaleza, las tradiciones seculares y lo mítico, entre otras; dicha disipación derivó en el “culto al pasado” y se manifestó en los llamados *revivals*. De manera paralela, los sistemas dominados por la estructura económica y el consumo encontraron en el pasado un camino exitoso en la construcción y reinterpretación de significados: *el retro*.

### 3. Manifestaciones del pasado en la actualidad

El pasado y su manifestación material en objetos y productos de uso cotidiano han sido una constante histórica; los valores cambian y con ellos la percepción que se tiene del mundo tangible e intangible. La revisión de la literatura (Debord 1994, Guffey 2006, Hine 2007, Lipovetsky 1990, Olalquiaga 2007, Sudjic 2009, Zampa 2004) ha demostrado el actuar dialéctico de la historia, donde “los

---

11 La popularidad de los estilos del pasado puede verse alimentada por un apego emocional y por el consecuente aporte del sistema económico para alimentarlo, el cual sobrepasa muchas veces la realidad histórica por una construcción idealizada. En ese sentido, algunos historiadores reconocen a la década de los cincuenta como un fenómeno cultural y mercadológico, más que histórico. Idealizada por los medios (principalmente por los cinematográficos), dicha época es catalogada como “los años felices”; sin embargo, y de forma irónica, tal concepción parece no ser compartida por quienes realmente vivieron en aquella época (Guffey 2006).

nuevos modos niegan al anterior y preparan el camino para el siguiente” (Bell 1977, 22). Este comportamiento cíclico ha dejado de ser un mero acto contemplativo para convertirse en un acto provocado e incluso predecible; las tendencias de moda son planificadas con años de antelación (por ejemplo, la industria automotriz), lo cual permite un control más preciso<sup>12</sup> sobre el tipo de productos por lanzar y los contenidos mediáticos que los sustentarán.

Las relaciones materiales con el pasado analizadas en este artículo obedecen a las siguientes condiciones: 1) que fueran relevantes en la actualidad, aunque no exclusivos de esta, y 2) que la relación se diera de forma colectiva, es decir, que exista un valor de intercambio que denote la importancia y relevancia simbólica del objeto. En este sentido se definieron tres categorías de objetos: antiguos, revival y retro.

En gran parte de la literatura consultada se encontró un término asociado a los tres grupos anteriormente mencionados: la nostalgia (Cenna 2009, Brown 1999, Dermody y Breathnach 2010). Social y mercadológicamente se ha encontrado en ese estado o sentimiento el momento empáticamente idóneo para relacionarnos con el pasado y lo que de este se deriva; sin embargo, de acuerdo con la historiadora Elizabeth Guffey, la nostalgia parece ser una respuesta demasiado fácil para explicar fenómenos tan complejos —especialmente el retro.

Originalmente, la nostalgia era concebida como la manifestación física de una enfermedad padecida por aquellos que se encontraban lejos de casa, y si bien el avance científico se encargaría de desmentir esto, el concepto original permanece.<sup>13</sup> La nostalgia se considera una emoción compleja, que representa algunas veces el pasado con tristeza rodeada a su vez con una pequeña porción de placer; su manifestación puede ser privada —proporcionando una fuente de identidad— o colectiva —dando sentido de pertenencia a una comunidad—. De acuerdo con Guffey, en este estado la asociación con el pasado está empáticamente ganada.

### 3.1 El revival y el objeto antiguo

Este tipo de objetos se encuentran ligados a efectos nostálgicos que comprenden expresiones asociadas a un momento específico del pasado que es visto como un punto culminante de la evolución del conocimiento (idealización no solo del objeto sino de los valores que representa); la seriedad y el respeto son conceptos asociados a esta interpretación. Ejemplos de este tipo de manifestación son frecuentes en el arte. El Neoclasicismo y el Renacimiento glorificaban el pasado y con solemnidad lo volvieron parte de su presente. En la historia del diseño industrial, se considera a William Morris el primer representante del revival al mirar hacia el pasado con una clara nostalgia hacia el prerrafaelismo<sup>14</sup> en la búsqueda de inspiración para crear objetos significativos (Sudjic 2009).

---

12 Con esta afirmación no se asume una postura determinista de las estructuras, ya que se reconoce el papel que cumple la subjetividad en la toma final de decisiones. Sin embargo, también se admite la influencia de los medios electrónicos en la conformación de dicha subjetividad.

13 Nostalgia. Sentimiento de placer, y algunas veces de ligera tristeza al mismo tiempo, cuando se piensa en cosas (momentos, objetos o personas) que sucedieron en el pasado (Cambridge 2005, 859).

14 Movimiento fundado en 1849 con el objetivo de revitalizar las artes. Aunque nunca se publicó un manifiesto, sus obras y memorias muestran que, tras haber leído el elogio de Ruskin al artista,



Los objetos categorizados como antiguos se pueden encontrar a lo largo de la historia, preservados por su valor histórico y simbólico. En años recientes se ha sumado con fuerza el valor de cambio en objetos permeados principalmente por la mitificación mediática.<sup>15</sup> La característica esencial de este tipo de objetos es que las cualidades funcionales han dejado de ser un parámetro a considerar en la evaluación de los mismos; en algunos casos el aspecto funcional desaparece, se vuelve obsoleto o simplemente se ignora, mientras que de manera inversa las cualidades simbólicas se incrementan. Se analizan a continuación los factores que favorecen este cambio de roles.

Olalquiaga considera que la modernidad tuvo que apelar a lo que había descartado para definir su “identidad secreta” —aquella que no supieron brindarle ni los descubrimientos científicos, ni las elucubraciones filosóficas—, y luego convertirla en objeto de consumo. Cita además una comparación en la construcción cultural de significados: “Es en las ‘ruinas históricas’ donde la naturaleza borra las marcas de la cultura enfatizando su subordinación final a las fuerzas del tiempo; en las ruinas orgánicas, en cambio, la cultura proporciona vida figurativa a la materia inerte de las rocas y formaciones de coral” (Olalquiaga 2007, 125).

Un objeto antiguo, para ser considerado como tal, requiere ciertos elementos que lo definan. El polvo, por ejemplo, se considera una especie de “patina” que legitima el tránsito y la supervivencia de un objeto en el tiempo. Las muestras de vejez, por su parte, conectan las experiencias de antaño con el presente a través de lo artificial. La adquisición de significado implica la integración del componente cultural que lo legitime; una piedra, por ejemplo, elemento natural sin mayor valor que el relativo a sus propiedades físicas, es utilizada para edificar un monumento, con lo cual su apreciación cambia, pues forma parte de un todo identificable. Si ese monumento se convierte en una ruina, su valor vuelve a cambiar, haciendo de esa primera piedra ordinaria un objeto de deseo (Olalquiaga 2007).

Baudrillard (1963) analiza también al objeto antiguo y la necesidad de conservarlo; nos habla de un ser definitivo, un ser consumado, que de no servir para nada sirve profundamente para algo. En este sentido, el vínculo se ve reforzado por la historia de la que fue parte el objeto, y de alguna manera sigue presente en este, lo que lleva al usuario a conservarlo y en algunos casos a fetichizarlo, como en el caso de las subastas millonarias de artículos pertenecientes a estrellas del espectáculo, en las que se toman como puntos esenciales en el proceso de vinculación la autenticidad y el papel de objeto único. A este respecto, Alexander Calder considera: “en el Movimiento Moderno todos los objetos en serie son iguales... los objetos solo se vuelven diferentes a medida que envejecen” (Sudjic 2009, 63).

---

considerándolo un profeta, tenían la esperanza de crear un tipo de arte adecuado para la edad moderna (Landow s.f).

15 Pueden mencionarse algunos programas de televisión estadounidenses estrenados en los últimos tres años en televisión por suscripción y que continúan a la fecha al aire con altos índices de audiencia. Su temática se centra en objetos antiguos: su adquisición, historia, preservación, restauración y comercialización. Algunos de los programas: *El precio de la historia*, 2009; *Los Restauradores*, 2010; *Storage Wars*, 2010; *Cazadores de tesoros*, 2010; *En busca de los tesoros*, 2010; *Coleccionistas de chatarra*, 2011; y el primer programa latinoamericano: *Locos del remate*, 2012.



Fernando Broncano, especialista en filosofía de la tecnología, refiriéndose a aquellos objetos que han sobrevivido a su tiempo de uso, los define de la siguiente manera:

Un artefacto es por definición un sistema físico que puede ser usado. Persiste en el tiempo el mismo intervalo que permite su estructura física. Persiste en el tiempo en tanto que artefacto utilizable mientras persista en la memoria de uso; cuando ésta desaparece, el artefacto se convierte en un objeto cultural cuyo valor es independiente de su estructura funcional, digno, si lo es, para conservarse como **objeto estético o curiosidad** pero no como objeto de nuestro conocimiento técnico (Broncano 2000, 294).

De acuerdo con este autor, los objetos se encuentran sometidos a un proceso de evolución, donde los más aptos logran traspasar el tiempo de vida comercial para el cual fueron diseñados, adaptándose al nuevo contexto, ya sea funcional o estéticamente —y aquí la *memoria* es un concepto vital en su supervivencia—. Son objetos que no se olvidan, que de alguna u otra manera son considerados parte de la historia del usuario, un recordatorio de sus orígenes.

Por otro lado, el origen del revival puede remontarse a épocas tan lejanas como el Renacimiento; sin embargo, como un antecedente más contemporáneo y ligado al campo del diseño, se considera la categorización hecha por Owen Jones en *Grammar of Ornament* en 1856, en la cual presentaba una gran cantidad de estilos ornamentales del pasado a disposición de los fabricantes para su producción y reproducción (Dermody y Breathnach 2010).

Un grupo importante en este tipo de manifestaciones fueron los románticos ingleses August Ruskin, John Pugin y William Morris. El primero de ellos se manifestaba abiertamente por el retorno del estilo gótico medieval, no solo por la cuestión estética sino por todo el sistema social de la cual emergía. De igual forma, y ante la pérdida de calidad de los primeros productos industriales en Inglaterra, Morris promovió los procesos del Medioevo por las mejores condiciones que proporcionaban a los trabajadores y por el uso reformado de la decoración (Dermody y Breathnach 2010). Mientras que el valor del objeto antiguo está centrado principalmente en el aspecto material del mismo, el concepto de revival trasciende dicha formalidad hasta llegar a las relaciones sociales.<sup>16</sup>

### 3.2 Retro

Teóricamente existen muy pocas explicaciones que justifiquen la creciente popularidad de los productos de diseño retro y su permanencia en el gusto de los usuarios; la mayoría de los trabajos son descripciones hechas desde el punto de vista social (Baudrillard 1963, Broncano 2000, Guffey 2006), mientras que otros limitan su explicación a la creciente nostalgia, enfocándose más bien en los beneficios comerciales que se pueden desprender de esta “nueva moda” (Cenna 2009; Brown 1999; Brown, Kozinets y Sherry 2003).

---

<sup>16</sup> En este sentido podemos citar el ejemplo de Mumford sobre el Obispo Grundtvig de Dinamarca, quien no solo “revivió” las viejas baladas sino que encontró en ellas el movimiento de agricultura cooperativa como base de un regionalismo dinámico (Mumford 1963, 293).

Un examen empírico adecuado de situaciones particulares, eventualmente proveerá una discusión más profunda y detallada del diseño retro. A menos que entendamos situaciones particulares de revival de una forma más completa ¿cómo podremos opinar de una manera significativa acerca de la totalidad de este campo? (Dermody y Breathnach 2010, 18)

El fenómeno retro fue reconocido en Estados Unidos durante los años setenta (Dermody y Breathnach 2010), representando una forma artística subversiva de lo que existía entonces, lo cual provocó fuertes críticas dentro del círculo intelectual, que lo consideraba una forma explotadora de reciclaje del pasado. Baudrillard en ese momento lo definió como una serie de representaciones vacías que simulaban realidades tempranas y pérdidas —haciendo alusión al papel que tenía el cine de presentar algo imaginario, un momento de la vida que se había ido—. Raphael Samuel, por su parte, lo encontró como un fenómeno popular<sup>17</sup> cuya sensatez eludía la cuenta histórica y cuestionaba la cronología y el contexto;<sup>18</sup> se abandonaba la evolución lineal de la historia, al hacer del pasado una parte más del presente (Guffey 2006).

Como sustantivo, el término retro abarca conceptos muy diversos y ambiguos que incluyen aspectos tan variados como la relación del término con un gusto estético particular, una predisposición cultural, objetos antiguos, objetos reinterpretados, la cultura material americana de los años cincuenta, el vintage<sup>19</sup> reciente, la tecnología obsoleta, e incluso una actitud política.

Ante la ambigüedad del término “retro”, se precisó una búsqueda más específica en los usos que este ha tenido en relación con la cultura material. En *Retro Design: Truth or Fiction*, John Treby (2002) hace patente la flexibilidad del término, al recopilar algunas de sus principales acepciones:

Neilg Bingham, curador del Instituto Real de Arquitectos Británicos en Londres, y Andrew Weaving, decorador de interiores: “El retro moderno deleita con la combinación de piezas auténticas con re-ediciones de los trabajos de maestros clásicos del siglo XX y objetos hechos por los mejores diseñadores de hoy en día” (2).

Guy Julier: “Retro es un término usado frecuentemente para describir la re-edición de diseños populares victorianos, del arts & crafts, art nouveau y estilos contemporáneos de principios de los años 60” (2).

17 Existió un desagrado entre los intelectuales por el “nuevo uso” que se le estaba dando al pasado, dado que la nostalgia se asociaba comúnmente con el mal gusto (Dermody y Breathnach 2010); sin embargo, en la población en general esta reinterpretación fue tan bien recibida que propició su crecimiento y éxito comercial, lo que se convirtió en otro punto de crítica por parte de los intelectuales que consideraban lo popular como presuntuoso y carente de buen gusto.

18 En 1974, la era dorada de la nostalgia en Estados Unidos, el poeta Archibald Mac Leish afirmaba que la gente estaba desilusionada por lo que sucedía en esos momentos, y que (ellos) buscaban en el pasado histórico ideas que los sacaran de ese desastre. Dicho en otras palabras, la gente buscaba otro momento en el cual vivir (Guffey 2006).

19 El *vintage* puede ser considerado como el grupo de cosas que fueron producidas, o como un grupo de gente que estuvo activa durante el mismo periodo particular; como algo de alta calidad y valor estimado, que muestra lo mejor y las características típicas de un tipo particular de objetos; como un automóvil producido entre 1919 y 1930 (Cambridge 2005, 1443), o bien como todo objeto material, especialmente aplicado a la moda, que tiene más de veinte años de antigüedad pero menos de una centuria; con más de cien años se consideran antigüedades (*What is steam-punk?* s.f.).

Oliver Bennet: "Retro es un estilo indeterminado que puede moverse de los años 20 a los 50 en un solo paso estilístico" (2).

Roland Barthes, reinterpretado por Treby: "El término retro funciona como un signo cultural importante que lleva consigo su propio significado o significancia. El retro representa un evento importante del siglo veinte; es parte de una búsqueda de significado" (4).

Un elemento común en la literatura revisada (Brown 1999; Brown, Kozinets y Sherry 2003; Cenna 2009; Guffey 2006; Hine 2007; Jameson 1989) es la mención constante a la cultura popular como medio en el cual se adopta, desarrolla y legitima el fenómeno retro. Hebdige, citado por Treby, considera que la cultura popular es la fuente generadora de iconografía, símbolos, objetos y artefactos que pueden ser ensamblados y desensamblados por grupos diferentes, sustraídos de su contexto histórico y su cultura; es decir, tiene la capacidad de adaptarse espacial y temporalmente. Se puede considerar entonces que la llamada "baja cultura" demuestra, mediante el consumo, su vinculación con la historia representada y capturada materialmente.

Si bien para los teóricos y críticos de arte comprender la raíz del retro requiere analizar y contextualizar valores culturales y simbólicos, en la práctica parece ser que es el efecto lo que realmente importa. En palabras de Judith Brauner, ejecutiva de marketing de Vitra: "hemos notado que entre más grande es la incertidumbre acerca de los diseños actuales, más gente mira hacia atrás, hacia lo conocido y probado, porque esto les brinda seguridad" (Treby 2002, 9). El gusto por lo retro puede indicar una "simple nostalgia o quizá una búsqueda más compleja de autenticidad en el proceso creativo, el cual es asociado al conocimiento derivado del trabajo manual" (Dermody y Breathnach 2010, 15).

El fenómeno retro implica mirar hacia los valores del pasado (y sus manifestaciones materiales y culturales) para adoptarlos y adaptarlos a los valores del presente, pues si bien se retoma la "esencia", el traslado temporal exige un cambio en la percepción original, pues se trata de dos contextos diferentes. Por otra parte, "el significado puede permanecer inalterable solo en la medida en que los objetos adquieren categorías sentimentales, de culto o bien ser considerados íconos" (Treby 2002, 8). Un medio para llegar a esto último es el ritual de posesión, donde el consumidor como individuo colecciona, compara y muestra sus posesiones, personalizando su objeto, y convirtiéndolo en un medio para transferir el significado del mundo individual al exterior.

Si bien el fenómeno retro se ha venido repitiendo a lo largo de los siglos XX y XXI, es posible identificar periodos particularmente favorecidos. La mítica década de los cincuenta, por ejemplo, es considerada un momento de especial importancia en el campo del diseño industrial. Durante la posguerra la tecnología se había convertido en una especie de alfombra mágica, lista para transportar a la humanidad hacia un mundo mejor. De manera similar, el retomar épocas particulares del pasado como fuente de inspiración ha dado pie al surgimiento de tendencias con características y valores muy bien definidos.

El retro, como una mezcla de tiempos (pasado, presente y futuro), puede ser entendido desde dos perspectivas fundamentales: el futuro visto desde la visión del pasado, o el pasado visto desde el futuro (retrofuturismo). La primera perspectiva es un rescate de las visiones de escritores, artistas y cineastas, principalmente,

sobre el futuro con la tecnología de aquel momento. Dichas visiones, actualizadas en el presente, ofrecen una imagen nostálgica de lo que el futuro podría haber sido. En este sentido, Jameson, en *Can We Imagine the Future?*, sostiene que los objetos del futuro imaginado en el pasado necesitan ser entendidos como artefactos históricos sobre viejas ideologías acerca del progreso humano, y su removilización en el presente puede ser usada como un medio de reflexión sobre el fracaso de dichos sueños para convertirse en realidad. Dichas imágenes pueden servir como vehículos de conciencia histórica y sentar las bases para la crítica (Jenkins 2007). “Algunas veces hacen referencia a visiones ingenuas de pasados que nunca fueron, de deseos más o menos colectivos que fueron truncados por explicaciones históricas o tautológicas, tratando de capturar la sensibilidad tecnocientífica de épocas pretéritas” (*What is steampunk?* s.f.).

La segunda perspectiva toma la apariencia de los viejos estilos en arte, ropa, u otros ámbitos, y los mezcla con la tecnología moderna o futura. Este tipo particular de retro tiene influencia tecnológica, científica y social en el presente (lo cual sugiere que hay aceptación de valores actuales), por lo que las creaciones no son simples copias sino que, por el contrario, adquieren significados nuevos.

De acuerdo con la época de la cual se retoman conceptos estilísticos y a partir de la mezcla con elementos actuales, se tienen las siguientes tendencias:

- a) *Clockpunk*: ejercicio de imaginación de un pasado renacentista más tecnológico, manierista y repleto de máquinas de Da Vinci. El clockpunk se interesa en la historia de la mecánica y en cómo se utilizaron máquinas tan simples como palancas, ruedas, balanzas, poleas, cuñas y tornillos para generar teorías y principios. Algunos de los personajes sobre los cuales centran su atención son: Ibn Ismail Ibn al-Razzaz Al-Jazari, Wolfgang von Kempelen, Francesco di Giorgio Martini, Jacques de Vaucanson y, por supuesto, Leonardo da Vinci.
- b) *Steampunk* o neovictorianismo: idealización del mundo victoriano (1830-1890) y eduardiano (1900-1910) con máquinas de vapor súper desarrolladas y tecnología mecánica perfeccionada. El término fue acuñado para representar la ciencia ficción construida sobre la tecnología y la sociedad victoriana, además de inspirarse en referentes como las representaciones de los trabajos de Julio Verne y H. G. Wells, así como cualquier artefacto producido durante las últimas décadas del siglo XIX y principios del XX. Este género es un mundo alternativo tan avanzado como el nuestro, cuya única diferencia es que su tecnología ha quedado anclada en la estructura de hierro, el vapor y el carbón. La tendencia *steampunk* surgió en la década de los ochenta.
- c) *Dieselpunk*: tendencia que retoma conceptos estilísticos de la época de entreguerras (1920-1940), definida por el movimiento y la revolución: jazz, arte moderno, guerras mundiales, tecnología aerodinámica y la evolución de la entonces menospreciada era victoriana.
- d) *Atomicpunk*: prolongación del dieselpunk donde la energía eléctrica y de combustión interna es substituida por la atómica. Se retoman elementos formales de objetos desarrollados en esta época y derivados del uso e idealización de este tipo de energía en particular (1950-1970).
- e) *Raygun Gothic*: tendencia que combina elementos estéticos del art deco, el aerodinamismo y *googie*.

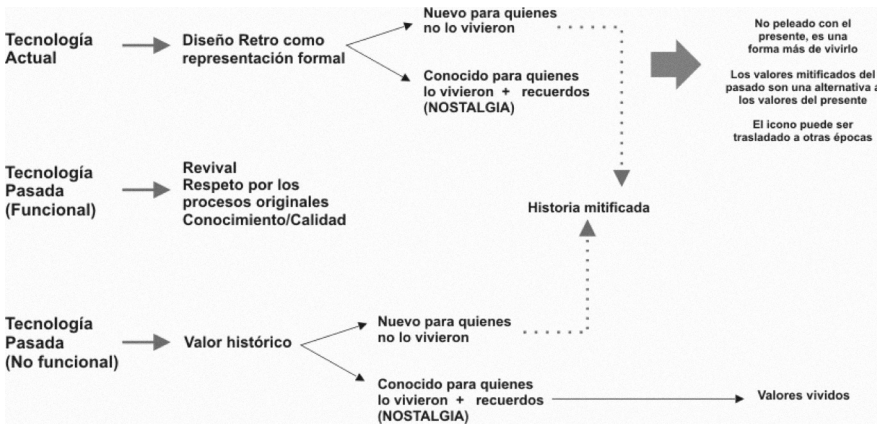
En un sentido ideológico, el fenómeno retro ratifica metas sociales utópicas que parecen haber desaparecido (la nostalgia no tanto por lo que fue sino por lo que pudo haber sido, por la idea de futuro que llevaban consigo). Para Guffey, lo retro está reducido a un nivel emocional, donde la circunstancia es olvidada, el estilo es un fin en sí mismo y las ideas se reducen a un estilo con un mero sentido comercial.

#### 4. Discusión final

Nuestra existencia no solo está rodeada de objetos, sino que muchas veces se define a partir de estos. Conocer la historia del hombre no hubiera sido posible sin las evidencias físicas dejadas por este; de manera análoga, nuestra historia personal se construye a partir de los objetos que elegimos conservar: fotografías, trofeos, documentos, etc., elementos que en cierto sentido mantienen los recuerdos latentes mediante la materialización de lo efímero en un intento por conservarlo hasta la eternidad. Cualquier historia, individual y colectiva, se construye a partir de hechos enmarcados en una red de relaciones sociales cuya dinámica se define (mas no se determina) a partir de factores estructurales como la economía, la cultura o la política. Es por ello que la vida en sociedad, y todo lo que esta implica, determina el tipo de evidencias físicas que se adquieren, mantienen o desechan para construir narrativas, o bien discursos —y el diseño industrial es un aportador indiscutible de estas narrativas.

La vinculación con el pasado es un hecho innegable de la condición humana. El reconocimiento y la conciencia de la singularidad (individual y colectiva) nos ubica en un proceso de significación permanente de lo que somos, lo que hemos sido y lo que queremos ser —condiciones que permiten distinguirnos, separarnos y reconocernos diferentes ante los demás—. Ahora bien, el “querer ser” (factor de aspiración) implica el logro de ideales socialmente establecidos en función de los valores imperantes cuya naturaleza cambiante puede obedecer a los medios económicos de producción (Marx) o bien a un asunto de conciencia (Hegel) (ver Figura 4).

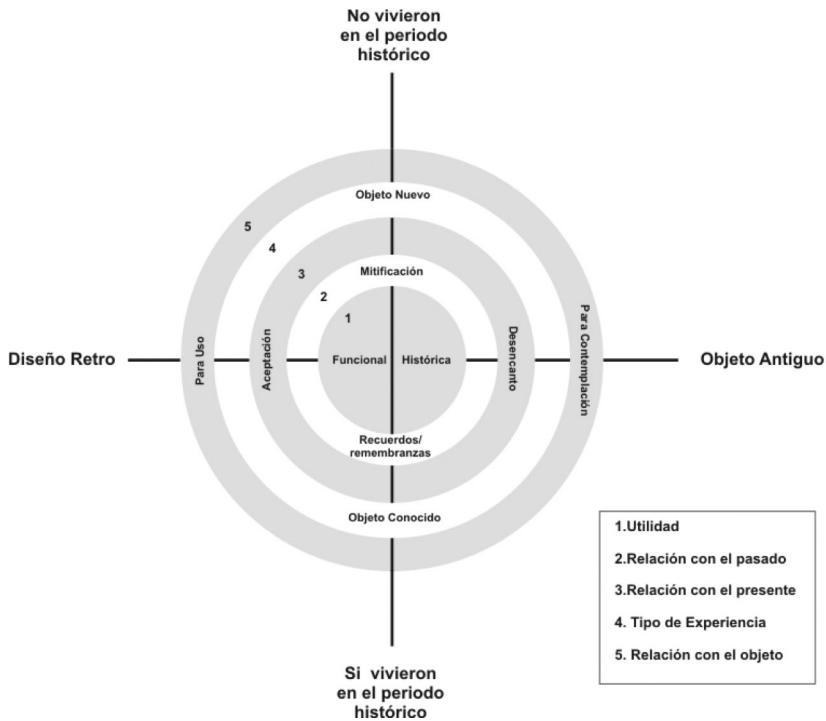
Figura 4. Modelo conceptual



Fuente: elaboración propia.

La gestación y aparición de estas manifestaciones materiales del pasado en momentos históricos específicos puede y debe ser leída en función de los valores que representan para quienes deciden voluntariamente vincularse con ellos y del contexto espacio-temporal en donde se dé dicha relación. Según esto, es posible identificar diferentes variables de acuerdo con el tipo de escenario creado en relación con el tipo de objetos (retro o antiguo) y el tipo de actores involucrados con ellos (aquellos que “vivieron” o no en la época a la cual hace referencia el objeto) (ver Figura 5).

**Figura 5.** Modelo conceptual de los posibles escenarios de acuerdo al tipo de objetos y actores involucrados



**Fuente:** elaboración propia.

En cuanto al modelo, podemos decir que el valor del diseño retro reside en la continuidad o lógica que mantenga con las demandas de la realidad social del presente, expresada principalmente en el aspecto tecnológico. Lo formal (aspecto antiguo) se vuelve una característica más de diferenciación, ofrecida como cualquier otra opción del mercado. En el caso del objeto antiguo, el valor se incrementa en relación con la originalidad del mismo, es decir, con la intensidad de la evocación de un momento en particular; en este tipo de objetos se destacan dos opciones: el objeto restaurado, valorado en relación con una época en particular (por ejemplo, los refrigeradores de Coca-Cola de la década de los cincuenta), o bien con las huellas de uso, donde se valora la relación con un per-



sonaje de importancia (como las armas de la Segunda Guerra Mundial, en tanto objetos autografiados).

La vinculación con el pasado, en cualquiera de sus manifestaciones (diseño retro/objeto antiguo; colectiva/personal), conlleva un proceso de significación inherente al ser humano. Lo material se convierte en un detonante de historias que define lo que somos en relación con lo que hemos hecho, las decisiones tomadas y los valores que fungieron como guías en lo anterior. Como seres individuales y colectivos, tenemos momentos “gloriosos” o “heroicos” que consideramos valiosos en la proyección de lo que somos, y por tanto la evidencia que lo confirme será exhibida con orgullo; lo contrario ocurre con momentos que preferimos olvidar y enterrar con ellos todo aquello que nos los recuerde o que se asocie con ellos. De manera análoga sucede en la historia colectiva, en la cual los museos se convierten en los altares para recordar aquello que merece la pena ser recordado.

## Referencias bibliográficas

- Abbagnano, Nicola. *Diccionario de Filosofía*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica, 1992.
- Baudrillard, Jean. *El sistema de los objetos*. México: Paidós, 1963.
- \_\_\_\_\_. *Simulacra and simulation*. Traducido por Sheila Glaser. Michigan: s.f.
- Bell, Daniel. *Las contradicciones culturales del capitalismo*. Ciudad de México: Alianza Editorial Mexicana, 1977.
- Broncano, Fernando. *Mundos artificiales. Filosofía del cambio tecnológico*. México: Paídos, 2000.
- Brown, Stephen. «Retro-Marketing: yesterday’s tomorrows, today!» *Journal of Marketing Intelligence & Planning* 7, No. 17, 1999: 363-376.
- \_\_\_\_\_, Robert Kozinets y John Sherry. «Sell me the old, old story: retromarketing management and the art of brand revival.» *Journal of Customer Behaviour*, June, No. 2, 2003: 85-98.
- Cambridge. *Cambridge Advanced Learner’s Dictionary*. United Kingdom: Cambridge University Press, 2005.
- Cenna, Allison. «DDB Network.» *Everything Old is New Again: Staging Successful Retro Revivals*. 13 de Julio de 2009. [http://www.brandchannel.com/images/papers/487\\_Retrobrands\\_DDB.pdf](http://www.brandchannel.com/images/papers/487_Retrobrands_DDB.pdf) (último acceso: 5 de Noviembre de 2010).
- Debord, Guy. *The Society of the Spectacle*. New York: Zone Books, 1994.
- Dermody, Brenda, y Teresa Breathnach. *New Retro. Classic Graphics, Today’s designs*. London: Thames & Hudson, 2010.
- González, César. *El significado del diseño y la construcción del entorno*. México: Designio, 2007.
- Guffey, Elizabeth. *Retro. The culture of revival*. Gran Bretaña: Reaktion Books, 2006.
- Hine, Thomas. *Populuxe*. New York: Overlook Press, 2007.
- Jameson, Fredric. *Ensayos sobre el Posmodernismo*. Traducido por Esther Pérez, Christian Ferrer y Sonia Mazzco. Buenos Aires: Libros Tauro, 1989.
- Jenkins, Henry. «The Tomorrow that never was: retrofuturism in the comic of Dean Matter.» *Steampunk*. 18 de Junio de 2007. <http://www.steampunk.com> (último acceso: 19 de Junio de 2012).

- Landow, George. *The Victorian Web. La literatura, la historia y la cultura en la era de la Victoria*. s.f. <http://www.victorianweb.org/espanol/pintura/prb/1.html> (último acceso: 15 de Junio de 2012).
- Lash, Scott, y John Urry. *Economías del signo y del espacio. Sobre el capitalismo de la posorganización*. Buenos Aires: Amorrortu Editores, 1998.
- Lewis, Geoffry. «The history of museums.» *Encyclopaedia Britannica*. s.f. [http://www.muuseum.ee/uploads/files/g.\\_lewis\\_the\\_history\\_of\\_museums.pdf](http://www.muuseum.ee/uploads/files/g._lewis_the_history_of_museums.pdf) (último acceso: 10 de Noviembre de 2010).
- Lipovetsky, Gilles. *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*. Barcelona: Anagrama, 1990.
- Martín, Fernando. *Contribuciones para una antropología del diseño*. España: Gedisa, 2002.
- Mumford, Lewis. *Technics and Civilizations*. USA: A Harvest Book, 1963.
- Olalquiaga, Celeste. *El reino artificial. Sobre la experiencia kitsch*. Barcelona: GG, 2007.
- Sudjic, Deyan. *El lenguaje de las cosas*. Madrid: Turner Noema, 2009.
- Treby, John. *Retro Phenomena: Truth or Fiction?. An investigation of retro design*. University of Hertfordshire: Submitted to the University of Hertfordshire in Partial fulfilment of the requirements for the Degree of Bachelor of Art (Honours), 2002.
- Walsham, Alexandra. «Introduction: Relics and Remains.» *Journal Past and Present* (Oxford Journals) 206, No. 5, september, 2010: 9-36.
- What is steampunk?* s.f. <http://www.steampunk.com/what-is-steampunk/> (último acceso: 19 de Junio de 2012).
- Zampa, Daniel. «De la producción a la personalización: una reflexión sobre la industria, el diseño y las personas.» *Temas de disseny* (Elsiava), No. 21, 2004: 43-53.