

# COMUNICACIÓN ESTÉTICA

Cuando oigo hablar del color de las ideas, de la voz del silencio, de la acción del texto, del sentido de las imágenes, de la historia de los objetos, me instalo en una perspectiva que no es la comunicación tradicional. ¿Pero con qué seguridad afirmar tal cosa? En el ámbito escénico, donde están la escena y la sala, la experiencia me informa que existe una comunicación posible que se entrelaza en el sentido de que algo nuevo ocurre en mí, espectadora, que viene de la escena y de mí misma, por la iniciativa que esa representación despierta o evoca.

Esa espectadora, yo misma, me transformo en el sostén de la historia que transcurre en la escena, porque tejo un entramado que depende de mí. Pero soy a la vez quien rehace la historia general, la de la sociedad en la que vivo. Es una complejísima tela de relaciones de ignorancia y de sabiduría.

Así comencé y nombré —con pocas certidumbres— comunicación estética a esta investigación, porque es la apertura a una comunicación más plena que tiene que ver con los medios y con las artes. Aunque las relaciones entre los seres humanos y entre ellos y los discursos que producen se sujetan a normas que también rompen. Muchos índices hacen pensar que entramos en la era de la estética. El acceso a fuentes tecnológicas nuevas y la disponibilidad que ellas liberan, lo mismo que la democratización de los vehículos artísticos —festivales, conciertos populares, la cabledifusión, las revistas, el video— que ocupa (según Frederic Jameson) una posición única en la jerarquía o el sistema de bellas artes de hoy, porque ha sido estructurado en esta época que muchos llaman posmoderna, con una utilización universal de

los medios, y que ha marcado una ruptura radical con los sistemas culturales del pasado. Ruptura que implica más que la sola introducción de artes nuevas y más específicamente tecnológicas, para esa reproducción mecánica de la que ha hablado Benjamin, y la enseñanza de las artes desde las primeras clases estimula esta función que los filósofos tenían la costumbre de tratar al final de su sistema. Para rematar los asuntos epistemológicos y éticos.

I. La comunicación, dijo Susana Becerra, no es propiedad de nadie; es obra de todos. Sin embargo, se trata de normar la comunicación, de reducir los espacios de la creatividad para dejar en las sombras al destinatario, al espectador. Oportuno es reconocer en los esquemas que se utilizan la cara de una normatividad hueca, de escasa eficacia analítica; así sucede con la muy citada relación entre emisor y receptor a través de un mensaje. ¿De qué se trata? ¿Existe esta relación bilateral o es un modo de salir del paso para reseñar una complejísima actividad del lenguaje?

Cuando surge la comunicación es cuando hay una lengua natural; antes se trata de una práctica que no comunica, es un ejercicio. La comunicación lingüística, la del mensaje lingüístico y la cadena de frases como expresión y contenido, es el dominio del enunciado.

Pero hay un aparato formal del acto comunicacional, en el cual las frases se actualizan en el sentido en que son recibidas o asumidas por un locutor en una relación comunicacional particular y en circunstancias especiales y temporales precisas. Éste es el dominio de la enunciación.

En este momento es fácil detectar va-

rios niveles que tienen que ordenarse desde el fenómeno fónico, físico, de la emisión, el psicolingüístico de la recepción y otro que es el del sentido dado a la recepción global del enunciado, que es lo que le pasa al enunciado por causa de la enunciación.

La situación de la enunciación, del acto de la enunciación, está acompañada o producida por un código. ¿De qué otra manera? Tiempo, espacio y sentido del emisor y el destinatario están al servicio de esta enunciación. Si existe la comunicación, es decir, si es posible realizar un intercambio de ideas, de sentimientos, porque se encontró algún código común, esta herramienta está teñida por la afectividad y por un lenguaje inventado con ese fin.

Cuando tenemos acceso a esta fórmula, caemos en la cuenta de que hemos operado una selección de términos, y escogido modos de, y desechado las características que entorpecían. Todo este arsenal está presente en el llamado lenguaje poético.

Lenguaje poético, lenguaje figurado, lenguaje de la poesía, son modos de decir lo mismo pero tienen sus particularidades. El lenguaje del arte es a la vez un símbolo comunicativo.

Dos vertientes se entrecruzan para abordar el tema general de la comunicación estética.

1. Por un lado la lengua es ella misma una obra de arte y como tal la usamos en la lengua mediática; por otro,
2. la obra de arte al lado de su función de signo autónomo, tiene otra función que es un lenguaje que se quiere comunicativo, de la única manera que puede serlo, es decir, siendo significativo.

Cito a propósito un texto de Roland Barthes: "Hoy lo escrito y la imagen for-

man un texto único de igual sustancia como se ve en los montajes fotográficos de los periódicos o en los manuales ilustrados, el arte mismo ha presentado esta fusión, introduciendo palabras en la pintura como collage o transformando un cuerpo de leyes escritas en un cuadro pictórico, en el arte conceptual" (*Diccionario de Einaudi*, Italia, 1978).

La función de la comunicación no es una propiedad de un objeto llamado lengua sino un punto de vista relacional, donde se reestructuran de manera variable, fija y arbitraria las tres dimensiones.

¿Hay algún lenguaje que no sea significativo? Si la respuesta fuera afirmativa, ¿a qué lenguaje nos estaremos refiriendo? Lo que se ha llamado lenguaje normativo, lenguaje científico, asienta su valor en el respeto a la ley, equivalencia significativa que le pertenece.

Hay otra distinción y relación entre lenguaje estándar y lenguaje artístico o poético. Mukarovsky, el pionero del estudio del signo como hecho estético, dijo en los años 30 que ambas formaciones del lenguaje difieren. Pero que esto no excluye la posibilidad de aprovechar la poesía como material en la descripción científica de la norma del lenguaje estándar, ni tampoco el hecho de que la evolución de la norma del lenguaje estándar no transcurra sin ser influida por la poesía.

La deformación de la norma del lenguaje estándar pertenece a la esencia misma de la poesía en cuanto ella es desautomatizadora; por ello es incorrecto, dice Mukarovsky (yo diría: es no pertinente), que el lenguaje poético se subordine a dicha norma.

En resumen: hay la influencia del lenguaje poético sobre la evolución de la norma del lenguaje estándar.

Pero la actualización poética de los fenómenos lingüísticos, cuyo objetivo es ella misma, no puede tener como finalidad la creación de nuevos medios de comunicación. Si una palabra pasa del lenguaje poético al lenguaje estándar, esta adopción no difiere de otras provenientes de cualquier otro ambiente lingüístico; incluso la motivación puede ser la misma.

También la adopción proveniente del lenguaje poético puede tener razones extraestéticas, es decir, comunicativas; y, al contrario, la motivación de las adopciones provenientes de otros lenguajes funcionales, por ejemplo de la jerga, puede

ser estética. La valorización estética es un factor en la creación de la norma del lenguaje estándar: 1) porque el cuidado consciente del lenguaje no es posible. Lo vemos en el modo en que se multiplica y renueva el lenguaje estándar, y 2) sobre todo porque la evolución del lenguaje estándar es determinada en parte por dicha valorización.

La vinculación de las artes con la lengua se conoce en el cine, cuando se reproducen temas de la literatura y ésta a su vez adopta técnicas del cine en su estructura de guión-dialogado. Sin embargo, hay convergencias que soslaya el lenguaje de la comunicación de los medios cuando podrían ser tema de observación y se debe a las diferencias de funciones: por ejemplo, la función estética compete con la cognoscitiva y ésta con la expresiva o la de propaganda, la que tiene matices diferentes en la tendencia político-social, religiosa, etcétera. El acento o el matiz que señala Roman Jakobson para diferenciar la comunicación, deslinda funciones que el sujeto ejerce y que hoy la realidad comunicativa desmiente, porque la primacía de cada una de ellas está vehiculizada justamente por lo que se ha llamado función expresiva, y él denomina la función estética empeñada en hacer viable la significación.

¿Qué diferencia las funciones de los dos lenguajes? Cuando decimos actualización de la manifestación lingüística es lo contrario de la automatización. Actualizar en el lenguaje estándar del lenguaje periodístico, y más aún en el ensayo, está subordinado a la comunicación porque pretende atraer más la atención del lector o del oyente a la cosa expresada por los medios lingüísticos autorizados. El lenguaje estándar, cuya finalidad es formular, evita la actualización; así, por ejemplo, una expresión nueva, actualizada gracias a su carácter inhabitual, se automatiza inmediatamente en un tratado científico definiéndose con precisión su significado.

También el lenguaje poético es consecutivo pero en el modo de la transformación y la desautomatización de la significación y se efectúa en una obra mediante una selección continuada del léxico. Dice Mukarovsky que el material de una obra poética está entretreído por relaciones recíprocas múltiples, así por ejemplo la relación de la entonación respecto a la de la significación, la sintaxis,

el orden de las palabras, está siempre potencialmente presente, incluso en el lenguaje comunicativo. La unidad significativa se encuentra siempre en relación determinada respecto a la construcción fonética, a la elección léxica realizada en el texto o en las palabras contiguas de la misma frase en tanto que unidades significativas.

En definitiva, la comunicación estética se produce en los medios cuando la figura poética avanza sobre la de la cotidianidad. Esto quiere decir que se produce una nueva transparencia.

**I.1.** Jakobson encontró la explicación de lo que sucedía en la lengua en las lecturas sobre el arte. (Un todo no escindido arbitrariamente en partes, como en la física moderna, en la teoría pictórica y el ejemplo práctico del cubismo, en el cual todo "se basa en la relación", la interacción de las partes y los todos, entre el color y la forma, entre la representación y lo representado y, como Braque decía, "yo no creo en las cosas, creo solamente en las relaciones que existen entre ellas".)

Lyotard menciona que Mallarmé hurta radicalmente el lenguaje articulado a su función prosaica de comunicación, revela en él un poder que lo excede, el poder de ser "visto" y no sólo leído u oído, el poder de figurar y no sólo de significar.

A este punto quería llegar. ¿Cómo no atender la función poética en el uso de los medios o de la lengua mediática, cuando un discurso, que no es más que una cinta grabada o manchas sobre un papel, engendra "algo más" construido por un orador-autor y reconstruido por un auditor-lector?

Este algo más no es sólo lo que manifiesta o encubre el deseo, es también lo que es el objeto del deseo. El discurso no es simplemente lo que traduce las luchas o los sistemas de dominación sino aquello por lo que y por medio de lo cual se lucha, "aquel poder del que quiere adueñarse" (según Foucault en *El orden del discurso*, Tusquets Editores, Barcelona, 1980, p. 12).

Este discurso a que me refiero está en el juego de los mecanismos culturales-institucionales y como tal participa de las notas de un objeto estético: desde las más próximas del gusto a las más distantes del arte conceptual.

I.2. Me voy a referir a la comunicación figurativa y plástica. Jean-Marie Floch estudia un anuncio de cigarrillos para señalar la dimensión plástica y cómo se articula ésta con la dimensión figurativa, por una parte, y con el enunciado lingüístico que comporta el anuncio, por otra.

El análisis del anuncio se realiza por descomposición y acercamiento sucesivos, y la significación del mismo reposa sobre la pareja de la oposición entre la expresión y el contenido que es característico de la producción poética. En este sentido, como la poesía manifiesta lingüísticamente, el anuncio juega: a) con el reconocimiento de articulaciones paralelas y correlativas que comprometen los dos planos del discurso: expresión y contenido, y b) la puesta en sistema del enunciado

Esto le haría decir a Roman Jakobson que es la proyección del eje paradigmático sobre el eje sintagmático propio de la poesía. El privilegio que se da a la dimensión visual y a la explotación de su figuratividad para comunicar un mensaje abstracto, ideológico, hace de este anuncio un enunciado muy próximo a los enunciados míticos o sagrados, que usando el mismo tipo de discurso, a la vez sintácticamente abstracto y semánticamente figurativo, producen un efecto de sentido de verdad.

El tratamiento gráfico y cromático, el dibujo y el color de una imagen, operan a menudo una suprasegmentación que rearticula los signos figurativos lexicalizables más a menudo, y dota de formas al discurso profundo.

Esta investigación sobre el anuncio conduce a pensar que tal libertad, siempre conservada por el artista a pesar de las presiones de una figuratividad impuesta a menudo por su inserción en un proceso de comunicación, podría ejercerse de la misma manera en los medios. La atención a este costado plástico como deseo de exaltar el poder creativo de fotógrafos y dibujantes, redactores y poetas siempre libres en última instancia para enriquecer o subvertir el material figurativo, o aun retórico que se les propone o impone.

II. De resultas de lo dicho llego a postularme candidata a ingresar a una corriente teórica llamada de la pragmática estética, según un ensayo de Louise Poissant (en la *Revue d'Esthétique*,

21/92, Editions Jean Michel Place, Paris).

La pragmática a que me refiero tiene su lugar en el pensamiento de Morris. Ella rehabilita el interés por el espectador, en los últimos veinte años, que había sido abandonado en favor de la esencia del objeto estético y del creador. Esta corriente proporciona un cuadro teórico que permite una mirada diferente sobre la comunicación que se produce en la experiencia estética, porque es lo que sucede al espectador, pero también se ocupa de otros asuntos.

La pragmática ha aparecido en un contexto en el que los formalismos y las aproximaciones psicoanalíticas tenían sus escuelas respectivas de pensamiento crítico, así como las redes de influencia sobre las prácticas. Además, había ganado adeptos en filosofía y en lingüística luego de las discusiones que en los años setenta realizaron sobre los textos de Pierce, Morris y Wittgenstein.

El predominio del papel del destinatario y el paradigma de la comunicabilidad pedidos a Wittgenstein, y sin duda antes a Kant, son comunes a tres aproximaciones pragmáticas que presentan un interés por el estudio de los fenómenos artísticos y estéticos.

Lo copiado a la pragmática general encuentra su legitimación en el hecho de que una teoría equivalente falta en el dominio del arte y, sobre todo, los fenómenos artísticos se dejan aprehender muy bien con algunas sustituciones por los conceptos que han sido actualizados por el análisis de la comunicación y del lenguaje ordinario.

Por otra parte, puede parecer reductor o impertinente analizar con un mismo aparato teórico los papeles del oyente y del espectador y tratarlos como destinatarios de un intercambio pensado como una línea.

La pragmática ha prohibido en una de sus tesis este tejemaneje o circulación, asignando una importancia determinante al contexto de la percepción y al contexto de la enunciación. Por esto, resulta doblemente interesante ocuparse de la comunicación en ámbitos diferentes de los asignados tradicionalmente a su estudio.

Las aplicaciones de la pragmática al dominio de la estética son directas pero "a condición que se reconozca en el arte un modo de comunicación".

Muchas aproximaciones relacionadas

con la pragmática, la estética de la recepción, la cooperación interpretativa, la retórica, la estética de la comunicación, se inscriben en esta línea de pensamiento. Por estas razones me parece ciertamente eficaz seguir un itinerario que libera al esquema comunicativo de su marca de origen y lo presenta como un amplio espacio donde aparecen nuevas condiciones del sujeto en el contexto social comunicativo.

Las objeciones a esta perspectiva de los mismos pragmatistas son del orden siguiente: el arte no está para representar y transmitir mensajes, sino para ejercer una función expresiva, para afirmar su propia materialidad.

Y esto es así porque el arte se opone a la invariabilidad y a la razón, no comunica nada a nadie y el efecto del arte es lo que interrumpe la trasmisión de todo mensaje. En el momento en que se administran las tecnologías comunicacionales la dificultad se duplica; estas tecnologías permitirían una infiltración en el modo lúdico de los medios y de la racionalidad propias del poder, aun haciendo de la adquisición de informaciones la finalidad del arte.

Le Bot cree que el arte comunica no en el sentido ideológico y restringido, sino para establecer lazos entre los individuos, o bien es una anticipación de lazos con un destinatario virtual; la recepción que le será reservada no puede más que ser determinante en la constitución de la significación.

Esta significación no se limita por cierto a esa relación de la obra con su referente como el signo lingüístico compuesto de significante y significado. La significación en juego aquí no excluye la función referencial, es decir, su relación con el objeto, pero la encuadra en la dinámica del cambio puntual que se establece entre la obra y el espectador.

Si en una primera versión la pragmática permite comprender el proceso según el cual se constituye el sentido de una obra de arte o el sentido de toda actividad artística, en una segunda versión, la pragmática permite medir los efectos de la obra de arte sobre el espectador y poner en relieve el principio activo del fenómeno artístico.

Con esta posibilidad se puede entrever que los pragmáticos, en la medida en que se liberan de la perspectiva del individuo como ser inefable, son herederos del pensamiento de Kant que se ren-

cuentra con lo universal. Actuar sobre los individuos es la misión del arte y de los medios, y hacerles tomar conciencia de su condición para orientar la historia.

Hay una expresión que usó Wittgenstein en la publicación póstuma de las **Investigaciones lógicas**: "juego de lenguaje", que hace pensar en una actividad como forma de vida. Jugar es uno de los modos de vivir.

Esta noción tuvo éxito en la obra de los teóricos Austin y Searle y sus diversas concepciones demostraron la ruptura con Saussure y el desplazamiento hacia el estudio de los fenómenos de la comunicación. Basta recordar que los performativos agregan una dimensión a la enunciación, que está muy lúcida-mente desarrollada en la teoría de Oswald Ducrot. La dimensión performativa del lenguaje por la cual el decir es constitutivo de lo dicho y no solamente productor de lo dicho, emigró hacia la estética. Las obras son portadoras de sentido y el espectador participa en la elaboración de ese sentido, que ejerce un efecto sobre el público.

Este camino que señalo puede continuar a través de las obras "chocantes" que se presentaron al público en los comienzos del siglo, que resumían una necesidad de "chocar", la que no fue despreciada por el público sino más bien aprovechada para gustar de la novedad.

En resumen, cuántos efectos es po-

sible ejercer, sea con la novedad, con el arte comprometido o religioso o sociológico o feminista. Cada aproximación que utilice al arte con el fin de perseguir una causa o un ideal que trascienda al arte, podría encontrarse en esta categoría.

Una pragmática del tercer registro analiza el papel del espectador en la producción artística. Para los seguidores de esta teoría, toda relación con el mundo establecida en una experiencia comunicacional tiene un doble carácter mediático: transita por el lenguaje y se inscribe al sujeto en una comunidad de lenguaje.

Los trabajos de Karl Appel, Jurgen Habermas y otros más desbordan las preocupaciones de los filósofos del lenguaje y los reubican en el contexto más general de la comunicación de las posiciones sociales. Esta forma de pragmática que aborda el lenguaje en un contexto más vasto de actitudes comunicacionales, permite considerar que la palabra y la acción de transformación de sí y del entorno se condicionan mutuamente y dan esperanza al retoño humano.

Hay versiones pesimistas y optimistas de estos análisis. Todas invaden las áreas del lenguaje, la literatura y el arte, y han dado lugar a corrientes que se aplicaron exclusivamente a objetos particulares.

Mi reflexión parte del espectador, del lector, del escucha que no es dependiente del texto, de la obra, del espec-

táculo. Porque no me interesa cómo se constituye un sentido, sino lo que está en juego en la creación de un texto, de una obra, de un espectáculo.

El espectador es considerado de dos maneras: una, en la creación de las obras, y otra, en la actividad de recepción que determina el destino real de las obras. Esto es así, porque de lo único que podemos hablar es de lo que nos sucede a cada uno de nosotros en el acto de comunicación. Hecho particular e histórico a la vez, porque se trata de nuestra historia. **plural**

#### BIBLIOGRAFÍA

Jan Mukarovsky, *Escritos de estética y semiótica del arte*, edición crítica de Jordi Llovet, Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 1977.

Marc Le Bot, "L'expérience artistique" en «Pourquoi l'esthétique?», *Revue d'Esthétique*, CNRS, Paris, 1992.

Jean-Marie Floch, *Sémiotique plastique et langage, publicitaire*, Institut de Langue Française, Paris, 1981.

Gérard Genette, "L'état conceptuel", en «Pourquoi l'esthétique?», *Revue d'Esthétique*, CNRS, Paris, 1992.

#### Ana Goutman

Argentina. Ensayista, crítica, catedrática en las facultades de Filosofía y Letras y de Ciencias Políticas de la UNAM. Libros editados: *El hombre y la historia. Estudio de un diálogo, Método y métodos. No teoría de los métodos, Teatro y liberación*. Ha publicado varios artículos en la *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*.

