

Apuntes para la construcción de una teoría de la comunicación estética

Vivian Romeu Aldaya*

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE LA CIUDAD DE MÉXICO

Resumen: Este trabajo tiene por objetivo articular conceptualmente el campo del arte y al campo de la comunicación a partir de la revisión del concepto de diálogo. Dicho concepto se aborda desde lo comunicativo como condición ontológica de la comunicación, y gnoseológicamente desde un enfoque comunicológico; para el arte el abordaje al diálogo se realiza desde el concepto de práctica artística en tanto suceso creativo y el concepto de experiencia estética. La propuesta teórica y conceptual resultante de estas reflexiones estará aunada también en consecuencia a una propuesta metodológica para el análisis de los procesos de recepción estética.

Palabras clave: comunicación estética, diálogo, experiencia estética, arte, práctica artística

Abstract: This work seeks to conceptually articulate the field of the art with to the field of the communication from the revision of the dialogue concept. This concept is approached from the communicative as an ontological condition for communication, and epistemologically, form a communicological unto perspective. For art, the dialogue will be approached from the concept of artistic practice, as a creative event, and from the concept of aesthetic experience. The theoretical and conceptual proposal resulting from these of these reflections will be, consequently, added to a methodological proposal for analysing the processes of aesthetic reception.

* Vivian Romeu Aldaya. Universidad Autónoma de la Ciudad de México, Academia de Comunicación y Cultura. Correo electrónico: vromeu1@prodigy.net.mx

Keywords: *aesthetic communication, dialog, aesthetic experience, art, artistic practice.*

INTRODUCIENDO LA RELACIÓN ENTRE LA ESFERA DEL ARTE Y LOS ESTUDIOS DE COMUNICACIÓN

Arte y cultura son dos conceptos secularmente imbricados en el sentido de que desde una perspectiva elitista de la cultura como sinónimo de cultivo en áreas como la filosofía y el arte en general ha llevado a muchos a desconocer el hecho de que el arte como fenómeno social es también y justo por ello un fenómeno cultural. Recientemente, han fructificado los esfuerzos que desde las Vanguardias se vienen gestando por instituir una relación entre arte y cultura más allá de esta visión reducida de una y otra parte, concretamente han sido importante las reflexiones gestadas en el seno de los llamados Estudios Visuales, y desde el campo de la Estética contemporánea.

Como se puede ver, han sido los campos del arte y de la estética los pioneros en promover una relación estrecha con la cultura, e incluso, como se verá más adelante con la comunicación. Sin embargo, estas iniciativas aún no logran dar un vuelco radical ni a la teoría estética, ni a la teoría de la cultura. Donde quizá se ha afianzado con mayor solidez ha sido en el campo de la teoría del arte, sobre todo a partir de las aportaciones de la semiótica postestructuralista, la teoría literaria postformalista y últimamente con los enfoques teóricos de los denominados estudios sobre estética de la recepción.

La cultura, entendida como el entramado de prácticas y significaciones en torno a lo social, dista mucho de presentarse como un cúmulo de saberes intelectualmente válidos para dar paso a una concepción menos objetualista, y sobre todo, menos divorciada de la realidad cotidiana, es decir, del hacer cotidiano cuya trascendencia precisamente se halla enmarcada en los procesos de producción y reproducción cultural, que son a fin de cuentas procesos de producción y reproducción del sentido a nivel social, cuya naturaleza es eminentemente comunicativa.

En ese escenario, tanto el estudio del arte como el estudio de la cultura no pueden ignorar el bagaje teórico, conceptual y metodológico que el campo de estudios de la comunicación puede aportar al esclarecimiento, explicación y análisis de los fenómenos y procesos que se dan constantemente en la matriz de lo social-cultural. De hecho, no lo hace. Pero curiosamente, si bien la relación entre los estudios de

la comunicación y los estudios de la cultura llevan ya tres décadas de reflexión y trabajo empírico, la comunicación —ni en tanto campo de estudios ni como campo académico— aún no da cuenta de todas las posibilidades heurísticas que acentúa su relación con el arte.

El vínculo existente entre el campo del arte y el campo de la comunicación ha formado parte del cuerpo de preocupaciones de la teoría estética desde Baumgarten en el siglo XVIII, pasando por la estética italiana (Croce, Pareysson) y francesa (Bayer) de la primera mitad del siglo XX hasta llegar a los años sesenta, setenta y ochenta al análisis formal de los estudios literarios (Propp), así como a las reflexiones teórico-metodológicas de la Escuela de Constanza (Jauss, Iser, Gumbrecht), y al abordaje semiótico de la cultura por parte de la Escuela de Tartu (Lotman), respectivamente. En los finales del siglo XX comienza a hablarse concretamente de comunicación artística (Everaert) y para el comienzo del XXI ya hay autores que se refieren desde la estética y la filosofía a la razón comunicativa del arte (Vilar). Entre unos y otros, sin embargo, se hallan un sinnúmero de trabajos y reflexiones que de manera aislada aunque sostenida constituyen también el conjunto de antecedentes en el abordaje y tratamiento de las relaciones entre el arte y la comunicación. Ejemplo de ello es la obra de Omar Calabrese, Nelson Goodman, Umberto Eco, por sólo mencionar algunos. Además, podemos situar también algunas reflexiones en el campo de la filosofía y la sociología con Martin Heidegger, Friederich Nietzsche, Theodoro Adorno y Hebert Marcuse.

El estudio de la obra de estos autores, y otros muchos que no han sido mencionados, indica que los antecedentes de las relaciones entre arte y comunicación tienen su origen mayormente en la conceptualización del arte como lenguaje, pero no han dado a la luz lamentablemente modelos de análisis más allá de los enfoques semiótico-comunicativos de Umberto Eco y Nicole Everaert, y de cierta manera el cúmulo de propuestas del grupo de trabajo sobre Estética de la Recepción en Europa (Romeu, 2008).

Esta evidente carencia se debe en nuestra opinión al hecho, por una parte, de la obcecada fijación de los estudios en comunicación en los medios, y por la otra en que la teoría estética estuvo mezclada con la teoría del arte hasta principios del siglo XX. Es justamente a partir de su separación que la teoría estética recupera el lugar del sujeto en la experiencia estética y con ello la recolocación de su experiencia en el centro de la discusión sobre el arte, circunstancia que a nuestro juicio, sitúa al arte como hecho y práctica en una dimensión humana, es decir, en un pensar y hacer propio y distintivo de lo humano, y en tanto obra humana, como parte también de lo social-humano.

Pero no se puede hablar de lo social-humano sin tener en cuenta que lo comunicativo juega un papel constitutivo en el hecho humano mismo. El rechazo y negación de estas aseveraciones ha impedido hasta hoy el abordaje del arte, por ejemplo, desde perspectivas comunicativas y ha circunscrito la relación entre el arte y la comunicación en términos netamente campales, es decir, restrictivo a las circunstancias de la relación entre ambos campos por demás escasas e insuficientes hasta la actualidad. No obstante lo anterior hay que señalar que desde la aparición de la semiótica como herramienta para la apreciación artística y para el análisis estructural, crítico y pragmático de las obras de arte, el vínculo entre el arte y la comunicación se ha radicalizado enfocándose en el valor de significación de las obras, mismo que a su vez ha sido pensado como materia prima de la comunicación.

Sin embargo, la idea de que la significación de la obra sea el soporte de la relación entre comunicación y arte resulta ser —en nuestra opinión— una fallida expectativa que la gran mayoría de los estudiosos y críticos del arte dan por establecida a partir de la falsa idea de que el hecho de que la obra de arte comunique se debe a que produce y transmite información significativa, es decir, información que está “vertida” en símbolos. Esto último, sin embargo, si bien resulta plausible la conclusión de que por ello comunique no lo es. Hjelmslev, en *Prolegómenos para una teoría del lenguaje* (1971) señala que la forma es expresión y contenido, por lo que si bien en términos del lingüista de Copenhague, la forma se supedita al contenido (a la sustancia), éste es ontológicamente especulativo. Esta conclusión es justamente lo que marca la pauta para pensar el atributo comunicativo de la obra de arte a partir de una perspectiva relacional que necesariamente debe incluir al otro, y en ese sentido fundarse como postura pragmática e interactiva.

Esta nueva orientación de lo comunicativo, también llamado o conocido por enfoque comunicológico desarrollado en México por GUCOM (Grupo de trabajo Hacia una comunicología posible), preside pautas epistémicas distintas a las que hasta ahora han dado cuenta del fenómeno de la comunicación ya que tradicionalmente la comunicación se ha ocupado de los textos, los mensajes, la producción y la recepción que son objetos y ámbitos de estudio que han soslayado de una forma u otra la interacción que es donde a nuestro entender se encuentra la forma de pensar la comunicación en tanto red configuradora de las relaciones sociales, y donde el arte sin dudas se coloca como una pieza más.

El abordaje del arte como producto y práctica esencialmente comunicativos se le debe a la tradición interpretativa de los estudios de la comunicación que abreva directamente de la hermenéutica y la fenomenología con la aparición del paradigma del receptor activo, el papel de las mediaciones en los procesos de recepción y el concepto de democracia interpretativa ya que todos estos factores consolidan la mirada sobre la indivisibilidad entre los fenómenos de la cultura, los fenómenos sociales y los fenómenos comunicativos. A pesar de ello, sin embargo, el arte continúa siendo hoy en la primera década del siglo XXI, un enorme pendiente en la investigación sobre comunicación.

A favor de este argumento podemos decir que la tradición interpretativa no ha logrado salirse del abordaje del arte desde un punto de vista metodológico (mayormente semiológico) y ha hecho bastante poco por vehicular un anclaje epistémico que configure incluso el escenario teórico de dicha tradición. Sin embargo, aunque el Interaccionismo se ha constituido en el campo más fértil en esta empresa, la matriz sociológica y psicológica de estos acercamientos ha impuesto, mayormente, en contra de toda expectativa passeroniana y bourdiana, una concepción predominantemente multidisciplinar que no posibilita la fusión entre disciplinas, y en consecuencia obstaculiza la construcción de conocimiento nuevo. La ausencia del arte en los ámbitos de estudio de la comunicación constituye en ese sentido más un problema epistémico que un mero “lapsus” campal.

A nuestro juicio, se hace necesario y urgente lograr una articulación coherente entre las diferentes ciencias particulares del campo de las ciencias sociales para ampliar y pluralizar los marcos explicativos de cada una de ellas en lo específico y del hecho social como objeto de estudio de las ciencias sociales en lo general. Con ello la concepción epistémica de la comunicación cobraría vitalidad en los estudios del campo y la relación con el arte pasaría a entenderse como una de las tantas formas en que la comunicación humana se manifiesta. El arte en ese sentido, como el resto de las relaciones sociales, tiene también lugar al interior de los procesos humanos de comunicación mismos en los que el intercambio de significados entre sujetos aparece necesariamente mediado por la interacción. Como se puede notar, la interacción no sólo resulta clave para comprender la relación entre lo comunicativo y lo social, y entre lo social y lo humano, sino también la relación entre el arte y la comunicación.

Es evidente que la raíz sistémica de este planteamiento tiende a dominar nuestra reflexión toda vez que la sistémica como paradigma enfocado en los procesos de relación, conduce necesariamente a entender dichos procesos como la base de la existencia y el funcionamiento de los fenómenos no sólo físicos, sino también simbólicos. Es en estos últimos en los que el arte tiene cabida ya que el intercambio de información significativa que ocurre entre artistas y públicos mediante la obra de arte, no sólo se constituye en una de las formas en las que también se funda lo social, sino que responde de alguna manera a la configuración misma de su existencia.

EL ARTE COMO PRÁCTICA COMUNICATIVA

Para desarrollar este apartado es necesario afianzar el hecho, antes mencionado, de que la comunicación debe ser conceptualizada desde lo transdisciplinar, multidimensional y complejo, a partir de su concepción como configuradora y articuladora de las relaciones sociales; de esa manera, la relación que pueda tener la comunicación con la cultura como campo, y con los hechos y fenómenos de la cultura en lo general, no pueden concebirse desde ninguna perspectiva como expresión de meras articulaciones circunstanciales, sino como el despliegue de redes de estructuración social donde lo comunicativo deviene precisamente factor organizador e incluso regulador de las mismas.

Es así que partiendo justamente de lo anterior, el arte puede ser pensado coherentemente como producto y práctica al interior del campo de lo comunicativo, en tanto constituye red estructurada y estructurante —como dijera Bourdieu (1990; 1995)— de las relaciones sociales, ya se trate de grupos, individuos o colectividades.

El arte al ser actividad simbólica por excelencia —producida por agentes sociales concretos (los artistas) e inserta en tanto quehacer humano en la vida social— se halla sometido como cualquier otra práctica productiva y de consumo a las reglas que hacen posible su reconocimiento, reproducción simbólicas e inserción campal, pues dichas reglas son configuradas por y desde las prácticas productivas de los artistas, mismos que junto con los críticos, las instituciones del arte, los públicos, etcétera, conforman el tejido social que permite que el campo del arte geste relaciones tanto estables como coyunturales con otros campos y otros agentes pertenecientes también a otros sistemas, de cuya interrelación depende la organización misma del sistema social.

Es por ello que, inserto en la vida social donde despliega su simbolicidad, el arte es producido por los artistas mediante la práctica artística que es la práctica propia del campo del arte (Bourdieu, 1995), lo que conduce a afirmar que la producción artística está sometida a las reglas discursivas y propiedades simbólicas que se configuran mediante la acción e interacción interna de los agentes del campo artístico y de estos mismos agentes con otros del campo social. Dichas reglas, al decir de Bourdieu, no sólo regulan al campo en cuestión, sino que, reiteramos, permite configurar y regular las relaciones con el resto de los campos y sus agentes.

Y es que por ser justamente lo social un tejido heterogéneo, pero configurado en un orden específico, lo social alberga en su conformación campos y agentes cuyas productos y prácticas legitiman, en su interrelación con las prácticas y productos de otros agentes y campos el orden social donde se insertan y se definen por lo que representan a través de la producción de los significados simbólicos que posibilitan la conformación del sistema social. Los significados simbólicos constituyen así el lugar desde el que se despliega lo comunicativo en todos sus niveles, de ahí que los miembros de una interacción comunicativa cualquiera tengan que construir sus propias relaciones a partir de la posición que ocupan dentro de dicha interacción ya que ésta no es más que la mezcla de información proveniente de la circunstancia concreta del presente en la que la interacción se da y el cúmulo histórico de su genealogía. En ese sentido, las relaciones simbólicas, en tanto fruto de las relaciones configuradas al interior de lo social, no pueden existir fuera del contexto sociocultural en donde se gestan ni tampoco del sentido histórico que las ha configurado.

Justo ello es lo que pasa con el arte. Los artistas son productores de obras de arte y por ello adquieren en lo social un lugar diferente al de los críticos, museos y los públicos; pero su posición no sólo delimita un territorio físico (el museo, las galerías, los talleres y las escuelas de arte), sino que demarca y distingue un espacio simbólico otro, la mayoría de las veces inaccesible y elitista del que por ejemplo, los públicos en su gran mayoría, quedan excluidos. Es así que el arte como práctica comunicativa, y también como producto en cierto modo, cobra sentido.

Esa es la razón que nos permite afirmar que el arte como proceso necesariamente interactivo deviene tanto práctica cultural como práctica comunicativa. Como práctica cultural es síntoma o condición cultural de una época, pero también red de interacciones socioculturales que se tejen al interior de una organización social determinada, a partir de las

prácticas de cada uno de los agentes sociales que cohabitan dicha red. Como práctica comunicativa es intercambio de información y significación entre los artistas que hacen la obra y los públicos que la consumen.

EL PRODUCTO DEL ARTE Y EL DIÁLOGO

Junto con Bourdieu, en el apartado anterior entendimos al arte como práctica comunicativa en tanto acciones propias de los agentes-artistas del campo artístico, el arte entendido como producto va a definirse como obra de arte cuyas características al decir del sociólogo francés se resumen en dos: difícil lectura o acceso e innovación permanente. En este apartado partiendo de lo expresado por Bourdieu, (1995) pero en constante conversación con la tradición interpretativa y fenomenológica de los estudios de comunicación, daremos paso a reflexionar sobre la naturaleza de la obra de arte, y en específico su condición dialógica.

La condición dialógica de la obra de arte se puede observar a través del análisis de la relación de recepción que establece el lector con ella. La tradición interpretativa en los estudios de comunicación ha posibilitado el posicionamiento conceptual para abordar este proceso; de ahí que en el arte, lo comunicológico, que no es más que lo comunicativo entendido a través de los procesos de relación, permita entender la relación constitutiva entre dos sistemas de información distintos: obra y lector. Ambos sistemas se hallan vinculados entre sí mediante la circunstancia de la recepción que es al mismo tiempo una instancia de interacción donde el intercambio de información entre uno y otro sistema constituye no sólo el fin de la interacción misma, sino la constitución del sistema de información y comunicación por medio del cual dicha interacción es posible. El intercambio se torna así la acción fundamental del diálogo, es decir, su posibilidad; y lo comunicológico estatuto constitutivo del mismo.

Por su parte, el diálogo es un concepto eminentemente pragmático porque pone en relación dialógica al menos dos instancias que intercambian información significativa, por ello es intrínsecamente comunicativo. Pero ¿en qué sentido dicho concepto se “muestra” en el arte?, ¿podríamos afirmar que el arte es portador de diálogo? Partiremos de considerar que el arte es portador de diálogo y poseedor de dialogicidad porque es inteligible, y lo inteligible no sólo es condición para el diálogo sino dialogicidad intrínseca, como dijera Vilar (2005), comunicabilidad. Veamos.

Con anterioridad comentamos que el producto (obra de arte) de la práctica artística desplegada por los agentes (artistas) del campo del arte

tiene ciertas propiedades “especiales” que marcan la distancia de las obras de arte de otros productos simbólicos con los que coexiste en el escenario de la cultura. La “especialidad” de las obras de arte ha sido conceptualizada por la mayoría de los teóricos del arte, como “simbolismo”, pero algunos más osados la han nombrado “poética”. Sin embargo, para evitar caer en trascendentalismos extremos debemos señalar que lo simbólico o poético no puede pensarse como propiedad física o simbólica de los objetos, textos o eventos artísticos como tal; o sea, lo poético no puede ser entendido como propiedad ontológica del arte, sino como propiedad netamente relacional, es decir, dada a través de la experiencia estética del sujeto a través de sus procesos de recepción y consumo.

Como dijera Nelson Goodman, la experiencia estética es una experiencia del conocimiento sensible (Goodman: 1990) y propia de la actividad humana (Schaeffer: 2005); es ante todo una experiencia cognitiva del sujeto que involucra lo sensorial y lo placentero, y ocurre a partir de la puesta en relación de los objetos, textos y/o eventos del arte por una parte, y el público que los recibe y consume por la otra. La experiencia estética constituye el mismísimo lugar del diálogo y presupone actividad (en tanto relación, vinculación) de parte de los públicos hacia estos objetos, textos y/o eventos del arte. Se trata de una experiencia singular en la que el lector participa volitivamente.

LO ESTÉTICO Y EL DIÁLOGO

Como hemos mencionado, los objetos del arte son objetos, textos y/o eventos “especiales”, que poseen propiedades simbólicas a través de las cuales recrean una realidad ficcionada que está a su vez signada por un principio de inteligibilidad, aun y cuando dicha realidad sólo pueda ser accesible a la mente humana a través de la imaginación. Como no refieren directa ni objetivamente a la realidad, el arte suele resultar altamente opaco a la interpretación toda vez que se halla normalmente estructurado desde núcleos de indeterminación del sentido, mismos que se configuran a partir de la presencia de vacíos o lagunas de información y significación que se corresponden con la forma fragmentada, contradictoria, incluso sugerida o “absurda” en la que aparecen algunos elementos, en su relación con otro, al interior de la organización estructural de las obras de arte.

La opacidad, cuya función es complicar el entendimiento o hacerlo poco transparente (o como dijera Lotman (1994), dificultar su transposición lineal), es intrínseca de lo estético en el arte en tanto

funga como condición para determinar su grado de accesibilidad (a mayor opacidad, mayor accesibilidad por la vía de la imaginación y la hipótesis). La opacidad, así entendida, resulta una propiedad de lo estético, y lo estético a su vez una propiedad de aquellos textos y/o acontecimientos que desplieguen estructuralmente elementos fragmentados, contradictorios, sugeridos o “absurdos” que compliquen a su vez el entendimiento y dificulten su aprehensión lógica. Sin embargo, se debe aclarar que el hecho de que compliquen y dificulten el entendimiento no significa que lo anulen.

Paul Ricoeur (1977), en su conceptualización de la metáfora, plantea que la metáfora es el lugar de conflicto desde el que se gesta conocimiento nuevo. Para el filósofo francés, la metáfora es un fenómeno del discurso que al desplegar la tensión conflictiva entre las significaciones precisa de destruir el sentido literal de las mismas para dar paso a un sentido nuevo que surge de la aproximación interpretativa de las significaciones en tensión. Sin embargo, es importante señalar que se trata de un sentido emergente, inconcluso, pues la aproximación interpretativa nunca llega a agotarlo.

Una complicación en el entendimiento es, a la luz de la teoría de la metáfora de Ricoeur, pretexto para construir un nuevo sentido, siempre y cuando dicha complicación provenga de la tensión conflictiva de las significaciones en un discurso; de ahí que la opacidad o falta de transparencia en los textos estéticos que constituyen las obras de arte implique en el algún sentido presencia metafórica.

Dado lo anterior podemos afirmar que lo opaco, lejos de impedir la construcción de nueva información, lo posibilita, es decir, lo hace literalmente “posible”. Y nos referimos a lo posible como posibilidad y no como hecho en tanto la presencia de la metáfora configura y despliega las condiciones estructurales para que se dé el diálogo entre obra de arte y lector. Pero lo posible es sólo posibilidad: como dijera Peirce (1987) lo posible no guarda relación con nada porque no existe propiamente, expresa una idea inapresable en sí misma en tanto no es idea alguna aún. Por ello, la posibilidad se configura múltiple, es decir, puede tomar una forma u otra, o lo que es lo mismo, se puede concretar de múltiples maneras, incluso puede no concretarse en absoluto.

En los textos y eventos estéticos, como sucede con algunas obras de arte, la no concreción de lo posible produce indeterminaciones (Iser: 1997) o lo que es lo mismo “vacíos” de sentido que son lagunas de información que deja el autor —consciente o inconscientemente— para que el lector las complete. Para Iser, un texto deviene obra cuando el lector participa de su proceso de concreción (Iser: 1997) puesto que

con la participación del lector el texto al completarse, existe. La concreción es un acto de completamiento del sentido (Iser: 1987, 1997) donde no se restituye el sentido original del texto, sino que se promueve un sentido nuevo a partir de un proceso de interpretación que en la medida en que propone lecturas nuevas, las verifica en el texto, completándolo.

Así, durante el proceso de lectura, el lector sostiene una especie de diálogo con la obra en el que configuran sentidos nuevos a partir tanto de la participación del lector como de la presencia de indeterminaciones, vacíos de información o inconsistencias semánticas al interior del enunciado poético. Lo anterior supone que el autor del texto deba dejar cosas sin decir pues sólo así el lector podrá completar con su interpretación esos vacíos de información. Dichos vacíos son el germen de lo estético que, como ya se ha abordado, da cuenta de lo dialógico. En ese sentido, lo dialógico viene dado de forma inmanente por la indeterminación, y la indeterminación por el conflicto tensional entre las significaciones, lo que provoca los vacíos de información que gestan la opacidad propia de los textos y eventos estéticos.

Una alta dosis de indeterminación supone un alto grado de conflicto tensional en las significaciones, y ello a su vez conmina al lector a participar en el proceso de completamiento del sentido. De ahí que consideremos que lo dialógico, desde su inmanencia, es además de comunicativo, intrínsecamente pragmático.

LECTOR Y LECTURA

Como sostuvimos con anterioridad, lo posible no está determinado a priori, sino sólo por la contingencia del acto de interpretación. Es la interpretación lo que permite al sujeto entrar en relación con lo otro, es decir, gestar y construir diálogo. La naturaleza dialógica del texto estético, al igual que el concepto mismo de diálogo, se presupone crucial y constitutivo de toda experiencia estética. Pero para que ello sea posible, tanto el texto como el lector necesitan intervenir (Schaeffer: 2005; Romeu: 2006). En cuanto al texto, su intervención se manifiesta asegurada, como vimos en el apartado anterior, a través de la presencia de la metáfora, cuya concreción se da justamente a partir de lo dialógico. La metáfora posibilita el despliegue de lo dialógico en la obra de arte porque resulta ser lo no formulado o lo formulado de forma diferente. En cualquiera de ambos casos, el lector siempre debe recurrir a una dinámica de configuración del sentido desconocida

o inexistente hasta ese momento para lo cual resulta imprescindible que el lector esté dispuesto a dialogar, es decir, desee disponer sus facultades reflexivas a favor de la interpretación pues así se constituye éste en diálogo.

A propósito de lo anterior, Karl Maurer (en Mayoral, 1997) señala que los deseos, intereses o motivaciones del receptor para establecer un intercambio de información dialógico con la obra requiere atravesar los escabrosos caminos de la identificación, la orientación y la verosimilitud, por lo que la dialogicidad de la obra se halla justamente en el hecho de generar "pistas" (Everaert, 2005) que puedan ser apreciadas por éste en algunas o todas las fases mencionadas por Maurer, además de contener indeterminaciones que posibiliten la dinámica del diálogo. En la medida en que el texto y/o los eventos estéticos se abren al lector como posibilidad y el lector a su vez "juega" a buscar su sentido abierto, este proceso de intercambio y relación constituye la instancia de participación del lector que transforma un simple escenario de recepción e interpretación en una actividad dialógica.

La actividad dialógica no se realiza de manera lineal y unívoca, sino a través de un proceso multidimensional y complejo del que da cuenta Wolfgang Iser para quien la continua modificación de las estructuras interpretativas del texto por parte del lector impide que las expectativas del lector se cumplan del todo (Iser, 1997). Según Iser, ante cada idea imaginada se producen rupturas (pues no siempre lo imaginado coincide con la información textual siguiente) y el lector debe re-significar la obra de arte cada vez que sus expectativas se ven decepcionadas, revelando así la multiplicidad de conexiones potenciales entre los elementos de la obra y su imaginación.

En ocasiones, plantea Iser, (1997) estas re-significaciones desorientan al lector y lo hacen desistir, lo que resulta un verdadero problema en el proceso de concreción de la obra porque para este autor una lectura no sólo es activa y creativa cuando compromete la imaginación del lector, sino también cuando es placentera. Pero la "ilusión" de un lector, que es el cuerpo de creencias y expectativas que posee un lector con respecto a la obra de arte figura más bien, ante la polisemia de lo estético, como agente obstaculizador de la actuación comprensiva del lector, es decir, de su interpretación, por lo que se puede decir que restringe la libertad con que puede abordar las indeterminaciones presentes en ella. En nuestra opinión, entonces, el papel del lector se torna relevante en tanto se articula como "disposición" para dejar a un lado el mayor número de sus "ilusiones" y "darse" a una experiencia interpretativa diferente.

Como ya hemos comentado con anterioridad, el arte es creación humana y no puede estar inscrito fuera de contexto, no sólo del contexto lingüístico, sino también del histórico, el social, el cultural, el político, etcétera, de ahí que la relación ontológica entre el arte y la obra de arte que lo representa, esté mediada por su inteligibilidad, es decir, por su razón comunicativa (Vilar, 2005). Esto lleva a concluir que la obra de arte no sólo es histórica y socialmente situada, sino que al emplear parte del material discursivo que le antecede (material que no sobra advertir, está conformado por el lenguaje siempre intersubjetivo) contiene dentro de sí tanto la “comunicabilidad” de la que hemos hablado más arriba como los modos o modalidades intelectivas en que dicha comunicabilidad se legitima, o sea, se hace visible (Lendhart, 1990); en ambos casos nos referimos a su propiedad inteligible.

METODOLOGÍA PARA EL ANÁLISIS DE LOS PROCESOS DE RECEPCIÓN EN EL ARTE COMO PROCESOS DE RECEPCIÓN ESTÉTICA

No hay cultura humana sin práctica artística, por ello su raíz social y cultural —léase colectiva, compartida— no puede soslayarse. El arte es una práctica humana inscrita en la cultura, y es desde ahí justamente donde el acto creativo, si bien individual, muestra su comunión con la Historia. El artista que hace arte no puede eludir inscribirlo en el universo simbólico que le precede pues la dificultad para evadir esto radica en la inserción misma del artista y su obra en una comunidad de sentidos y de lenguajes compartidos, o sea, de modos de interlocución con el mundo, lo que si bien no excluye la novedad impide la innovación total.

Umberto Eco, en sus reflexiones sobre la interpretación (1992, 1995) defiende la tesis de que los procesos interpretativos no pueden, bajo ninguna circunstancia, dar cuenta de interpretaciones que no observen mínimamente la orientación que el propio objeto a interpretar ofrezca. En ese sentido, la tesis de Eco argumenta que no puede haber interpretación propiamente dicha si es independiente del texto que se interprete, con lo que el autor afirma la posibilidad de establecer una especie de comunión mínima entre los participantes en el proceso interpretativo (en este caso obra de arte y lector), y la posibilidad de sentar las bases que permiten construir las premisas para el diálogo.

El diálogo suscitado a partir del lector hacia la obra en ningún caso puede restituir (ni lo pretende) el sentido original de la obra de arte en cuestión porque el trabajo de interpretación se sostiene en un proceso en el que se involucran tanto la selección de aspectos pertinentes para

la interpretación, la interpretación misma como proceso de reconstitución del relato presente en el texto a partir de las cualidades y competencias específicas de cada lector, y la reconstrucción final, mas no única, del relato con fines de apropiación y autorreflexión. En ese sentido, nos distanciamos de Jauss cuando afirma que los procesos de interpretación terminan cuando se reconoce el horizonte de expectativas de la obra y se funde éste con el horizonte de expectativas del lector (Jauss: 2002); y nos distanciamos de Iser cuando afirma que el lector puede configurar los sentidos indeterminados de las obras estéticas e interpretarlos a su modo (Iser: 1997).

La interpretación tal y como Jauss la entiende resulta pobre ya que plantea que para que haya recepción estética basta con que el lector identifique o reconozca en el texto elementos propios de la historia del arte, como el género por ejemplo, mientras que en el enfoque de Iser centrado en el completamiento de las indeterminaciones presentes en la obra a través de la interpretación del lector, podemos observar un fundamento democrático de profundas urdimbres libertarias con el que no podemos estar de acuerdo. Si la comunicación es relación, vinculación, diálogo, resulta imposible soslayar “el decir” del otro, que en este caso es el decir de la obra.

Como se puede apreciar de lo anteriormente dicho, la necesidad de fusionar ambos postulados se da en nuestra opinión porque a Iser carece de pericia para comprender que la información de contexto, como bien afirma Jauss, “dispone” las preguntas que el lector le hace al texto para poder entenderlo, pero al mismo tiempo a Jauss falta comprender que el sólo reconocimiento y/o identificación de una obra de arte dentro del torrente histórico del arte no puede resultar suficiente para entenderlo.

Dado todo lo anterior, coincidimos con (1992, 1995) Eco cuando señala que para interpretar adecuadamente un texto se hace necesario conocer su naturaleza a través del análisis de su *intentio operis*, que es la intención que tiene el propio texto una vez construido al margen de la intención de su autor o de su lector. Para Eco (1995) existe una diferencia entre la *intentio operis* y la *intentio actoris* ya que para este autor, una cosa es que el emisor pueda tener una intención previa que es con la que crea el mensaje, y otra que el productor del mensaje sea lo suficientemente hábil y competente para crear un texto fiel a la idea previamente determinada como intención; de hecho éstas pueden modificarse en el transcurso de la enunciación. La *intentio operis* se define entonces como la estrategia textual por la que el texto, en relación estrecha con el lector, “produce” un determinado sentido,

aunque la interpretación del lector está sujeta a determinados límites que son por un lado, la gama de opciones conjeturales que el lector puede proponerse para abordar el texto (intención de lector), y por el otro la malla de sentidos que el texto “aprueba” para sí, dejando al autor fuera del juego interpretativo. Para mayor información al respecto se recomienda consultar las obras de Umberto Eco referidas en la bibliografía al final de este trabajo.

Si el análisis de la *intentio operis* a través del análisis de su organización estructural, no permite revelar su sentido, al menos podrá el lector saber con cierta certeza cuál es definitivamente el sentido que no autoriza el texto en cuestión. Para las obras de arte, tal y como hemos apuntado a lo largo de este trabajo, la presencia de metáforas e indeterminaciones complica este ejercicio, pero al ser arte lenguaje, y en tanto tal, inteligible en algún sentido al fin y al cabo, la tarea interpretativa —después de todo— no es ni puede ser entera ni absolutamente imposible.

REFLEXIONES EN TORNO A UNA PROPUESTA TEÓRICA SOBRE LA COMUNICACIÓN ESTÉTICA

La teoría de la comunicación estética que aquí se apunta como propuesta comunicológica del arte tiende a explicar los procesos de intercambio de información y significación dialógica que tienen lugar durante la experiencia estética del lector cuando se expone y dispone al diálogo con la obra de arte. Se trata, como ya hemos comentado, de un proceso dialógico donde la interpretación del sujeto se instala como la actividad relacional misma ya que en la interpretación, más allá de la adquisición de significaciones para el completamiento textual se construyen las relaciones sociales de las instancias en acción, el artista —y por medio él, la obra— y el lector.

Desde esa perspectiva, una teoría de la comunicación estética explicaría también la manera en que se configuran y construyen socialmente las posiciones simbólicas de los agentes e instituciones sociales, al tiempo que posibilitaría además la explicación sobre la forma en que dichas configuraciones inciden en los procesos de lectura y consumo de los textos y/o eventos del arte. Nótese que en tanto se ha comprendido aquí a la Estética como disciplina que se ocupa de los fenómenos y prácticas artísticas en la cultura, las formas de organización social y las formas de experiencia perceptiva y cognitiva, no aludimos para nada a la Estética Tradicional —centrada en la belleza como supuesto axiológico del arte y negada consecuentemente a aceptar el carácter

estimativo y discursivo de lo bello y los vínculos que dicho criterio establece con lo cultural—, y tampoco necesariamente a una teoría de la comunicación artística.

La teoría de la comunicación estética que aquí se propone se ocuparía de los objetos y fenómenos estéticos que ya abordamos como objetos, textos y/o eventos con propiedades simbólicas o poéticas, sean concebidos o no como obras de arte, con lo que se extiende el concepto de esteticidad a instancias diferentes a la artística propiamente dicha. Una teoría de la comunicación estética como la que esbozamos podría dar cuenta de los procesos de interrelación comunicativa entre sujetos por medio de los procesos de percepción sensible, y en ese sentido, guardaría relación también con los procesos de construcción de la subjetividad, los procesos cognitivos, la ética y la política.

Por otra parte, y en lo que respecta al arte, una teoría de la comunicación estética permitiría explicar las formas dialógicas que adquiere la interpretación tanto en los procesos de creación como en los de recepción, lectura y consumo de los fenómenos y prácticas artísticas. Los conceptos a través de los cuales se explicaría se resumen a continuación:

- El concepto de diálogo: actividad cognitiva creativa y placentera que permite “poner” en relación vinculante, a partir del intercambio de información y significación, a dos o más instancias en situación de comunicación. Toda actividad dialógica es actividad interpretativa.
- El concepto de metáfora: fenómeno del discurso estético que aparece cuando existe conflicto tensional en las significaciones. La metáfora convoca a la construcción de sentido nuevo a través de la “destrucción” de las significaciones en tensión (Ricoeur, 1977).
- El concepto de indeterminación: fenómeno del discurso que produce vacíos o lagunas del sentido, cuya función es conminar al lector a completarlas (Iser, 1987, 1997).
- El concepto de esteticidad: propiedad inmanente a los objetos y fenómenos estéticos que permite gestar gracias a la presencia de elementos indeterminados y metafóricos, la posibilidad de diálogo.

Como se puede apreciar, una teoría de la comunicación estética puede explicar en términos generales el papel de la interpretación como diálogo, tanto a partir de la manera en que constituyen configuraciones metafóricas desde las cuales se producen indeterminaciones del sentido, como a partir de las formas en que la esteticidad presente en ellos convocan la participación activa y creativa del lector ya que a mayor número de indeterminaciones, mayor esteticidad, y por lo tanto mayor convocatoria

al diálogo entre lector y obra. Asimismo, a mayor conflicto entre las significaciones (sean o no creadas éstas por indeterminaciones) mayor posibilidad de crear conocimiento nuevo a través de la participación del lector. En cualquiera de estos casos, como se puede notar, los textos metafóricos o indeterminados configuran esteticidad, y la esteticidad diálogo. Por ello podemos decir que una teoría de la comunicación estética es ante todo, una teoría del diálogo desde un punto de vista comunicativo, donde lo estético se constituye simultáneamente en el elemento principal de la reflexión de lo que hemos llamado en otros textos “dimensión comunicológica del arte” y en concepto clave para desarrollar una teoría de la comunicación estética.

Las premisas metodológicas para esta teoría podemos hallarlas, como ya explicamos en el apartado anterior, en el modelo de la interpretación propuesto por Eco (1992, 1996), específicamente en los conceptos de “naturaleza textual” e “interpretación” ya que esta última resulta ser la actividad que despliega el lector cuando trata de entender la naturaleza textual de tal manera que una actividad diferente no sería interpretación en absoluto (Eco, 1996). Con esta aseveración el semiólogo italiano se asegura desechar como interpretación cualquier otra actividad en el proceso de lectura que, por ejemplo, pretenda “entender” o “leer” lo que el texto de ningún modo dice. Como se puede observar, en la construcción metodológica de una teoría de la comunicación estética reconocer los derechos del texto como elementos orientadores del diálogo interpretativo del lector con respecto a la obra, es reconocer también a la actividad dialógica como actividad que privilegia la presencia de lo inteligible.

Dicho de otra manera, el modelo de Eco plantea la observancia de una necesidad “comunicológica” en la teoría de la comunicación estética (por eso sólo el enfoque comunicológico es el único viable para ella) que consiste en establecer relaciones interpretativas de tipo dialógicas entre obra y lector ya que, coincidentemente con Eco, en la comprensión de un texto cualquiera sea estético o no hay derecho a evadir la responsabilidad que nos supone escuchar la voz del otro, es decir, la voz del texto en cuestión.

Si bien todo ejercicio analítico, como la interpretación misma de la que se pretende dar cuenta, es aproximativo, el de una teoría de la comunicación estética también lo es; ello no impide, sin embargo, se puede describir, explicar, analizar y evaluar mediante ella los procesos de relación significativa entre texto y lector circunscritos a la relación dialógica en sí misma. En resumen: una teoría de la comunicación estética daría cuenta también de una teoría sobre la creación artística (valorando

el desarrollo de lo intrapersonal expresado mediante la relación creador, obra creada y proceso de creación) y de una teoría de la recepción estética a la manera de una comunicación gestada también a nivel intrapersonal (Romeu, 2010). En ambos casos, la matriz comunicológica evidenciaría también los vínculos pendientes de la comunicación con la psicología y el cognitismo —aunque ese planteamiento ya se escapa de los límites de este trabajo.

FUENTES REFERENCIALES

- Bourdieu, Pierre (1990). *Sociología y cultura*. México: FCE.
- ____ (1995). *Las reglas del arte: génesis y estructura del campo literario*. Barcelona: Anagrama.
- Eco, Umberto (1992). *Los límites de la interpretación*. Barcelona: Lumen.
- ____ (1995). *Interpretación y sobreinterpretación*. Londres: Cambridge University Press.
- Everaert-Desmendt, Nicole (2005). La comunicación artística: una interpretación peirciana. *Signos en rotación*. Año III Núm. 18, 2005. Recuperado en enero de 2010 de <http://www.unav.es/gep/Articulos/SRotacion2.html>
- Goodman, Nelson (1990). *Maneras de hacer mundo*. Madrid: Visor.
- Hjelmslev, Louis (1971). *Prolegómenos a una teoría del lenguaje*. Madrid: Gredos.
- Iser, Wolfgang (1997). El proceso de lectura: enfoque fenomenológico. En José Antonio Mayoral, *Estética de la recepción*. Madrid: Arcos, pp. 215-243.
- ____ (1987). *El acto de leer*. Madrid: Taurus.
- Jauss, Hans Robert (2002). *Pequeña apología de la experiencia estética*. Barcelona: Paidós.
- Leendhart, J. (1990). El “saber leer, o modalidades sociohistóricas de la lectura. En revista *Criterios*, Núm. 25-28, La Habana, enero-diciembre, pp. 54-65.
- Lotman, Luri (1994). Para la construcción de una teoría de la interacción de las culturas (el aspecto semiótico). En revista *Criterios*, Núm. 32, cuarta época, julio-diciembre, pp. 117-130.
- Maurer, Karl (1997). Formas de leer, en José Antonio Mayoral, *Estética de la recepción*. Madrid: Arcos, pp. 245-280.
- Ricoeur, Paul (1977) *La metáfora viva*. Buenos Aires: Megalópolis.
- Romeu, Vivian (2006). El arte como objeto cultural elitista. Apuntes para una reflexión sobre las gramáticas de recepción estéticas y los procesos de interacción humana que se desprenden a partir de ellas. En revista

- Andamios*, Núm. 4, junio, Revista del Colegio de Ciencias Sociales y Humanidades de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, pp. 239-260.
- Romeu, Vivian (2008). La dimensión comunicativa del arte. Apuntes para un estado de la cuestión. En *XV Anuario CONEICC*. México, pp. 123-140.
- ____ (2010). El concepto de comunicación estética. Apuntes para reflexionar sobre la comunicación intrapersonal. En revista *Nuevas Propuestas*, Núm. 46, Universidad del Estero, Argentina, diciembre 2010, pp. 115-132.
- Schaeffer, Jean Marie. (2005) *Adiós a la estética*. Madrid: Móstoles.
- Vilar, Gerard (2005). *Las razones del arte*. Barcelona: La balsa de la Medusa.