



7 00464

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

**DIVISION DE ESTUDIOS DE POSGRADO
FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES**

**MEDIACIONES SOCIALES EN LA RECEPCION
ESTETICA**

T E S I S
QUE PARA OPTAR POR EL GRADO DE
MAESTRO EN SOCIOLOGIA
P R E S E N T A
JESUS DANIEL GONZALEZ MARIN

DIRECTORA DE TESIS

DRA. LOURDES QUINTANILLA OBREGON

MEXICO, D.F.

2002



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

*A mis padres, Gloria y Daniel, cuyas bondades y belleza superan a la más perfecta de las obras de arte. Nada mejor podría haberme ocurrido en la vida que tenerlos a ustedes.
Gracias por todo.*

*A Lourdes, Lupita y Ana, solidarias desde el principio de los tiempos,
guardianas y poseedoras de todas las virtudes. Las adoro.*

*A Ana Laura, Alfonso y Sofía, mis interlocutores más preciados.
Gracias por darme nuevas claves para descifrar el universo.*

ÍNDICE

AGRADECIMIENTOS	5
INTRODUCCIÓN	7
1. LA RECEPCIÓN CIRCUNSCRITA	20
1.1. Del acto al proceso	22
1.1.1. <i>La dinámica de la recepción</i>	26
1.2. El receptor	32
1.2.1. <i>Las atenuantes individuales</i>	32
1.2.2. <i>La dimensión colectiva</i>	39
1.3. Las mediaciones en el proceso de recepción	45
1.3.1. <i>Tipos de mediación</i>	51
2. LA OBRA DE ARTE, EL JUICIO ESTÉTICO Y LA PRÁCTICA SOCIAL	58
2.1. Delimitación del objeto estético	61
2.1.1. <i>La perspectiva semiótica</i>	62
2.1.2. <i>Los niveles de información del mensaje estético</i>	67
2.2. La Crítica del Juicio	72
2.2.1. <i>La lógica del juicio de gusto</i>	75
2.2.2. <i>El sentido común estético</i>	79
2.3. Las prácticas sociales: El ejecutante y el testigo	85
2.3.1. <i>Entre la forma y el juicio</i>	89
2.3.2. <i>Entre la estructura y las prácticas</i>	92
3. EL ARTE COMO EXPERIENCIA	99
3.1. El ámbito significativo de la experiencia	101
3.1.1. <i>Experimentar estéticamente, experiencia estética y experiencia en estética</i>	103
3.2. Las coordenadas sociales en el mundo de la experiencia estética	112
3.2.1. <i>La función, la norma y el valor estético como hechos sociales</i>	115
3.3. La praxis estética	125
3.3.1. <i>Los primeros trazos del análisis</i>	128
3.3.2. <i>La Escuela de Constanza y la teoría de la recepción estética</i>	130
4. EL PAPEL DE LA INTERPRETACIÓN EN LA EXPERIENCIA ESTÉTICA	143
4.1. La cooperación interpretativa	148
4.1.1. <i>Las zonas de indeterminación</i>	156
4.2. El establecimiento del canon	164
4.2.1. <i>La formación estética</i>	169
4.3. Las prácticas hermenéuticas	176
4.3.1. <i>El consumo cultural</i>	179
4.3.2. <i>El museo como mediación</i>	183
CONCLUSIONES	197
FUENTES DE CONSULTA	209

AGRADECIMIENTOS

Bien sabido es que nada puede surgir desde el territorio agreste de una mirada solitaria. La medida, la distancia y la precisión que todo requiere para nacer, involucra siempre y necesariamente a otros. El tiempo que me llevó redactar este trabajo no corresponde con la duración que supuso estudiar, repensar y transfigurar cada uno de los conceptos aquí vertidos. En el transcurrir de palabras, dudas, interrogaciones y metamorfosis de los últimos años, me acompañaron, me han acompañado, varias personas a quienes debo la mayor de las gratitudes, mucho mayor que la del acto, demasiado básico, de citar sus nombres en estas páginas.

En primer lugar, agradezco a la doctora Lourdes Quintanilla Obregón, quien me ha iluminado de múltiples formas desde que tengo el privilegio de conocerla y cuya comunicación es un puente seguro con lo que la belleza tiene de inenarrable.

Este trabajo no hubiera llegado a puerto sin la ayuda incondicional, en momentos particularmente difíciles, de amigos queridísimos que me prestaron mucho más que su inteligencia y sensibilidad para dar forma definitiva a este documento. Gracias infinitas a mi cómplice y más amada amiga Griselda Sánchez, lo mismo que a su esposo Mauricio Ángeles; a Doraldina Reyes y Fernando Román; y a Octavio Nava. Nunca sabré cómo agradecerles su auxilio.

Mil gracias también a la doctora Gabriela Ortega Pierres y a los maestros Juan Felipe López Aymes, Diego Lizarazo Arias y Fernando Ayala Blanco por sus valiosos comentarios y estímulo, así como a las doctoras Gilda Waldman y Gina Zabudovsky, las lectoras del proyecto de investigación que cristaliza ahora en una tesis, producto, a su vez, de los estudios financiados por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología y la Dirección de Estudios de Posgrado de la Universidad Nacional Autónoma de México, instancias con las que estoy igualmente agradecido.

El caudal de amigos entrañables que fue siempre un aliciente para concluir la tesis, recorrió cada uno de los minutos vividos desde el comienzo de la maestría, me inundó con sus historias y su sabiduría. Muchas gracias a Adriana Amezcua, Eugenia Macías, Ángeles D'Gyves, Mariana Pérez, Silvia Medina, Anahí

Dresser y Carmen Arce, al igual que a mis queridísimos hermanos *Jean Phillippe* López, *Serguei* López, Juan Pardinás, Luis Téllez y Alfonso Manjarrez.

Estoy en deuda, a la vez, con mis amigos habitantes de otras tierras, siempre en tránsito, que desde la distancia proyectan su resplandeciente luz con nitidez asombrosa. Gracias mil Guillermo Mendoza, Aleida Ferreyra, Daniel Goldaracena, Juan Pablo Soriano y a las preciosas tarjetas electrónicas de Óscar Mata, quien invisible y sin proponérselo, abatió con su dulce gesto las tensiones de una época particularmente agitada.

Imposible no mencionar a las personas que en momentos aciagos fueron un pilar inquebrantable: Juan Carlos Meyer, Minerva Ramírez, Perla Olivia Rodríguez, Gloria Luz Alejandre, Carlos Castro y, en especial, la señora Julieta Badillo, quien con generosidad sin par se dio a la tarea de descifrar mi escritura cuneiforme para transcribir parte de este trabajo. Estoy particularmente agradecido con el don de gentes y la exquisita relación profesional mantenida con Edna Jaime, así como con Ariel Rosales, un jefe excepcional, admirable, inteligentísimo y con un sentido del humor como ya no hay en este planeta.

Dejo para el final, que no al último, la manifestación de mi inmensa gratitud para tres personas cuyo contacto en los años recientes ha sido providencial. Estos tiempos han sido para mí lo más cercano a una revolución. Hay procesos conducidos por estelas y veo en ellos tres brújulas extraordinarias, tres certidumbres que, en su momento, contrarrestaron la pérdida de rumbo. Una buena parte de mis acciones y pensamientos está atravesada, en forma indeleble, por sus pláticas maravillosas e historias, siempre sus historias. Si algo valioso puede encontrarse en este trabajo, sin duda se los debo a ustedes y a sus inteligencias tan diferentes y prodigiosas, situadas más allá del bien y del mal.

Gracias Luis Robles, por el descubrimiento y las emociones depositadas en libros, sonidos e imágenes.

Gracias Gustavo Sanders, por la vitalidad, la imaginación desbordante, la magia y la alegría del movimiento.

Gracias Perseo Villanueva, por la libertad, la transgresión y la capacidad de liquidar el precario mundo de las apariencias.

Gracias a los tres porque los encontré justo cuando corría, por vez primera, el peligro de entregarme a lo abstracto. Les aprecio infinito.

INTRODUCCIÓN

“Lo individual opuesto a lo colectivo, el sujeto a lo social, la interioridad a la exterioridad, lo innato a lo adquirido, el don natural al aprendizaje cultural: el arte es, por excelencia, el terreno en que se afirman los valores contra los cuales se constituyó la sociología” (Heinich, 2001: 13). En efecto, como señalara también Pierre Bourdieu, arte y sociología forman una pareja extraña, en especial por la recíproca mirada hostil que se dedican. “La irrupción del sociólogo, que quiere comprender, explicar y dar razón, causa escándalo. Es desilusión, reduccionismo, en una palabra, grosería o, lo que viene a ser lo mismo, sacrilegio: el sociólogo es aquel que, al igual que Voltaire expulsó a los reyes de la historia, quiere expulsar a los artistas de la historia del arte” (Bourdieu, 1990: 225).

Hablamos de una relación problemática, crítica, que sin embargo parece inevitable. Como lo han demostrado la arqueología y la antropología,¹ al parecer no existe cultura del pasado o el presente que no haya practicado alguna forma de actividad artística, reconocida incluso así por hombres y mujeres de tiempos y lugares distintos. Sin embargo, aunque los grupos sociales han dotado de cierta autonomía a las obras de arte, además de circunscribirlas con el objeto de establecer diferencias en relación con otros objetos de uso cultural, el arte nunca ha existido en estado de pureza, ajeno a otras formas de expresión u horizontes de la vida social. Por otro lado, si la experiencia estética es connatural o no, es un tema que rebasa los propósitos de esta investigación.

Lo cierto es que reflexiones sobre la función social del arte existen desde la antigüedad. Ya Platón se había referido en *La República* al influjo pernicioso de los artistas en el Estado ideal. Desde entonces, los comentarios se han multiplicado y representan hoy ya un inabarcable y vasto panorama sobre el papel del arte en la sociedad.

¹ Al respecto consúltese el ilustrativo libro de Maquet (1999), quien repasa los enfoques y aproximaciones a la experiencia estética desde estas especialidades.

Esta larga cadena de aportaciones, no obstante, se da de manera dispersa y desde ámbitos contrastantes que no remiten en sentido estricto al discurso académico. Será hasta fines del siglo XIX cuando comience a delinearse una mirada sistemática y rigurosa sobre las relaciones entre arte, historia y sociedad. Así, en las postrimerías de aquella centuria, destacan los trabajos de Jakob Burckhardt e Hippolyte Taine, que sin ser historiadores del arte a la manera que hoy conocemos, estudiaron el trabajo artístico al lado del medio histórico, social y cultural que lo hacía posible.²

La piedra de toque de las investigaciones mencionadas fue comprender el trabajo artístico en función de otras variables. Así, encontramos desde los vínculos de la obra de arte con la ética y el misticismo (Jonh Ruskin y William Morris), hasta su consideración como termómetro moral de una sociedad (Proudhon), inseparable de la vida (Jean-Marie Guyau) o con la vocación social de hacerlo comprensible para todos (Lev Tólstoi).

En la medida que los enfoques se multiplicaron y las fronteras disciplinarias se radicalizaron, la posibilidad de entender el fenómeno artístico en sus múltiples componentes se diluyó.

Tres ámbitos se disputaron entonces, ya entrado el siglo XXI, la autoridad en la materia: la llamada historia social del arte, la estética sociológica y la sociología del arte. Vicenç Furió (2000), Vera Zolberg (1990) y Omar Calabrese (1995) aceptan la división y proponen diferencias metodológicas para comprenderla.

Aunque distintas, en el trabajo concreto de cada una de estas áreas aparece siempre la aportación, subyacente o manifiesta, de alguno de los otros campos, por lo que resulta difícil encontrar a un sociólogo que ignore

² Por supuesto, antes que Burckhardt y Taine, conviene anotar, los paradigmas en lo que concierne, muy concretamente, a la historia del arte se remontan a Plinio el Viejo, Cicerón y Quintiliano, quienes sentaron las bases de lo desarrollado después por Petrarca, Ghiberti, Vasari, Winckelman, Morelli y Hegel, quien ejerció una poderosa influencia en el enfoque dominante de buena parte de la estética del siglo XX. Para una exposición abundante sobre el particular, véase Fernie (1995) y Jauss (1987).

los datos históricos, como a un filósofo ajeno a consideraciones políticas, sociales, económicas o jurídicas.

La historia social del arte no se distingue demasiado de una historia general de las artes mas que en el énfasis de las condiciones socioculturales que hacen posible e influyen en la producción artística. Es el caso de la muy citada obra de Arnold Hauser *Historia social de la literatura y el arte* (1978).

La estética sociológica es un desprendimiento del pensamiento filosófico, donde las discusiones se plantean en términos de la influencia de los factores sociales en los temas de reflexión que le son propios: el concepto de belleza, la naturaleza y las funciones del arte o los problemas relacionados con la experiencia estética (entre quienes destacan Kant, Lukács, Adorno y Dewey, por mencionar sólo algunos).

Por último, la sociología del arte persigue comprender los fenómenos artísticos a partir de sus conexiones con otros aspectos de la realidad social (económicos, políticos, culturales). El interés estriba en las condiciones sociales de producción, difusión y recepción de las obras de arte. La sociología del arte ha echado mano de la historia y la estética. De hecho hay obras modélicas, desde otras aproximaciones, que cambiaron el rumbo de las herramientas sociológicas. Es el caso del libro de Erwin Panofsky (1986) sobre la influencia del pensamiento escolástico en la arquitectura gótica o el de Michael Baxandall (1978) sobre pintura y vida cotidiana en el Renacimiento, cuyas aportaciones no se limitaron al campo filosófico o historiográfico.

Las relaciones entre arte y sociedad son dinámicas, complejas y variables histórica y socialmente. El arte, bajo este punto de vista, es una particular interpretación de la realidad.

Los marcos teóricos de la historia, la estética y la sociología del arte, a menudo se entrecruzan y se sobreponen. Así, resultan igualmente importantes las aportaciones de los teóricos marxistas (Plejanov, Lukács, Della Volpe y Morawsky), la Escuela de Frankfurt (Adorno y Benjamin), la

Escuela de Praga (Mukarovsky), la semiología (Charles Morris, Roman Jakobson y Umberto Eco) y la teoría institucional (George Dickie), que la de historiadores como Hauser, Panofsky, Baxandall —ya mencionados—, Hadjinicolau, Antal, Meiss, Schapiro, Duby, Gombrich, Haskell, Burke, Crow, Freedberg y Read. Son demasiados antecedentes como para suponer que la sociología del arte podía, en un positivismo ingenuo, marcar un punto de inicio desprovisto de influencias.

No es sino hasta mediados de la década de los cincuenta cuando la institucionalización de la sociología del arte comienza a perfilarse. Es cierto que las referencias al texto inconcluso de Max Weber *Los fundamentos racionales y sociológicos de la música* (1964), así como los ensayos sobre Miguel Angel, Rodin y Rembrandt escritos por Georg Simmel (1986), se citan a menudo como marcos originarios dentro de la sociología del arte, pero mientras el primer documento fue apenas un esbozo sobre el que la extracción de conclusiones, por decir lo menos, es aventurera, a pesar de expresarse en sus líneas la sutil inteligencia de Weber; en las reflexiones de Simmel aparece más el teórico, el crítico y el filósofo que propiamente el sociólogo.

El panorama pintado por Furió, Zolberg, Calabrese y Silbermann demuestra falta de consenso y existencia de multiplicidad de métodos, presupuestos teóricos y marcos conceptuales presentes en la sociología del arte actual, que va desde los escritos que siguen las tesis del materialismo histórico (Sorokin y Kavolis) hasta el neopositivismo (Silbermann), el análisis institucional (Williams), la teoría de la información (Escarpit y Moles), el interaccionismo simbólico (Becker) y la sociología reflexiva (Bourdieu, Heinich). La variedad parece corresponderse con rasgos inherentes a las propias estructuras sociales. Como apunta Furió:

El contexto social no es un todo homogéneo, sino que está constituido por realidades de diferente naturaleza. No es lo mismo la estructura económica de una sociedad que la acción política de sus

dirigentes como tampoco es igual hablar de las creencias religiosas que del pensamiento científico o bien de las ideas sobre el arte. Y esta heterogeneidad de la sociedad también la hemos de considerar en relación a la estructura social, especialmente en lo que respecta a los diferentes sectores sociales que participan de diferente manera del hecho artístico (Furió, 2000: 26).

¿Cómo ubicar en este contexto la sociología de la recepción estética en la que se inscribe esta tesis?, ¿en qué consiste?, ¿cuáles son sus fundamentos? Alphonse Silbermann ya había señalado la necesidad de estudiar los procesos sociales y las formas artísticas como interdependientes. Una tarea central de la sociología se impone en la obligada distinción entre el mero reconocimiento de una obra y su efecto.

Si se admite que lo social no puede existir en sí y por sí sino en reacciones de comunicación expresiva, la comunicación aparece como el fundamento de la obra de arte y no ya como un simple elemento accesorio, una especie de depósito sedimentario: no se puede separar y considerar aisladamente el arte y el esfuerzo, el arte y la naturaleza, y menos aún el arte y toda vivencia normal (Silbermann, 1971: 22-23).

En este sentido, la sociología de la recepción estética es un cuerpo teórico subyacente a la sociología del arte, que toma por materia de reflexión específica las variaciones estéticas y culturales del sentido otorgado a la obra de arte y del placer que obtienen quienes las contemplan.³

La variación, según épocas y culturas, del aprecio otorgado a las obras de arte y a la fruición que brindan, es una obviedad que pocos pondrían en duda. ¿Cómo disponer de una teoría que vaya más allá del

³ Para una revisión teórico-metodológica sobre la aplicación de estos conceptos en el caso particular de la recepción estética de la pintura, véase Passeron (1998).

lugar común o del discurso construido por los receptores cuando verbalizan su propia experiencia estética?

Es necesario, primero, analizar la recepción de las obras de arte bajo la luz de actos particulares de forma que pueda vincularse la estructura singular de un mensaje con efectos concretos. Como señala Passeron (1998: 15), "la recepción artística es por definición: percepción e interpretación de un mensaje identificado en la individualidad insustituible de sus significantes". Ello no autoriza olvidar que el sujeto, todo individuo, tiene una localización cultural e interpreta y construye el mundo a partir de sus marcos de referencias, de su repertorio de experiencias y conocimientos.

La sociología de la recepción estética se concibe como un proceso de valorización de los mensajes. Por tal razón no puede ser sino

[...] una sociología comparativa de la variación de los valores artísticos diversamente constituidos según los públicos y las épocas, está ligada al proyecto teórico de *dosificar*, de manera diferente según sea el caso, los componentes de la experiencia artística a fin de explicar las fluctuaciones de sus preferencias e intensidades. Sólo una sociología de la recepción, que se sujete a describir los efectos reales de las obras en los diferentes públicos, puede estar en condición de no presuponer el sentido empírico del arte a partir del sentido que lo designa y que circunscribe estrechamente al público legítimo de las obras. Le basta con proporcionarse los medios para ampliar la gama de formas bajo las cuales se manifiesta la experiencia estética en toda su diversidad sociocultural (*ibid.*: 20).

Entendemos que sólo a través de los actos del individuo o del grupo que objetiva con su discurso, al decir o al hacer algo, la experiencia estética, una teoría como la aquí esbozada cumple su propósito.

Los sentidos nunca son, ni han sido, inocentes, y siempre despliegan esquemas de interpretación que iluminan aspectos de las culturas

atravesadas por las barreras lingüísticas y sociales. Así como el universo de la producción artística “posee sus propias tradiciones, sus propias leyes de financiamiento y de reclutamiento, y por ende su propia historia” (Bourdieu, 1990: 226), es indispensable comprender lo específico de la recepción estética y su articulación con el universo de sentido que representa todos los elementos constitutivos de la comunicación estética. La recepción es un sistema históricamente construido y fundado en la realidad social. La clasificación de las obras de arte, su elección, su apropiación y los juicios que también construimos sobre ellas tienen historia, una historia transindividual que introyectamos por medio de nuestros vínculos con grupos e instituciones sociales que ponen a nuestro alcance mediaciones (tanto materiales como simbólicas) para la comprensión de los mensajes.

La sociología de la recepción estética no busca “decir *si* una obra es bella; sin embargo dirá *cómo* y *por qué* esa obra puede querer producir un efecto que consista en la posibilidad de que alguien le diga ‘bella’. Tampoco interesa ‘qué quería decir el artista’ sino ‘cómo la obra dice aquello que dice’” (Calabrese, 1995: 15).

Este trabajo se propone elucidar los elementos implicados en una teoría sociológica de la recepción artística a partir del estudio de las mediaciones sociales. Más que un *corpus* terminal y definitivo, pretendemos aportar elementos para una teoría, pues el término ‘elemento’ expresa, a nuestro juicio, el carácter aún embrionario de esta parte de la sociología del arte. ‘Elemento’ proviene de la voz latina *elementum*, que significa conocimientos rudimentarios, es decir, los principios constitutivos de un campo en formación y, como tal, en curso de establecer sus nociones básicas, que no otra cosa son los rudimentos.

Por eso, antes que afirmaciones categóricas, se trazan reflexiones de talante multidisciplinario pero que requieren, como es lo propio de toda vocación sociológica, una constatación de carácter empírico. Esta característica del trabajo nos ha llevado a adoptar el estilo más dúctil del

ensayo que, como escribió Clifford Geertz (1995: 10-21), permite moverse en varios niveles, “hace posible explorar en distintas direcciones, rectificar el itinerario si algo no marcha, sin la necesidad de detenerse durante cien páginas de exposición previa, como en una monografía o tratado”. Geertz aclara la naturaleza del ensayo sociológico, que se diferencia del literario o filosófico al basarse, como en nuestro caso, en investigaciones empíricas desarrolladas por otros autores en una tesitura que somete en lo posible las interpretaciones a un manejo controlado de los datos.

¿Por qué teoría? Anthony Giddens señala que “la teoría social tiene el propósito de iluminar, interpretar y explicar aspectos sustantivos de una conducta humana. La tarea de definir y validar generalizaciones —no diré ‘leyes’— es sólo una prioridad entre varias otras prioridades o entre diversos propósitos de la teoría social” (Giddens, 1995: 17).

Aunque el estado de la teoría social contemporánea semeja un tapiz con hilos de diferentes texturas y colores, resaltan dos características comunes en medio de la variedad; rasgos, además, que tienen una repercusión especial en el tema del que nos ocupamos en este escrito, a saber: el carácter activo y reflexivo del comportamiento humano y el papel central que juega el lenguaje y la comprensión del sentido en el esclarecimiento de la vida social (véase *ibid.*: 19).

Georg Simmel había visto con claridad lo que para la fenomenología en el campo de las ciencias sociales terminó por ser un derrotero teórico nuclear para el enfoque adoptado por este trabajo:

El individuo está inmerso en la sociedad y al mismo tiempo confrontado a ella. Es a la vez eslabón en el organismo social y un todo orgánico autónomo; existe para la sociedad y para sí mismo [...] Su existencia, si analizamos su contenido, es en parte social, y en parte individual, pero pertenece asimismo a la categoría fundamental, decisiva e irreductible de una unidad que sólo podemos designar como la síntesis o simultaneidad de dos características humanas lógicamente

contradictorias —la característica que se base en su función como miembro, como producto y contenido de la sociedad; y la característica opuesta que se basa en sus funciones como un ser autónomo que considera su vida desde su propio centro y según sus propios objetivos (Simmel, 1968: 350-351).

La teoría que se desprende de un estudio sobre las mediaciones sociales en la recepción estética concibe al receptor en forma semejante. En los cuatro capítulos que conforman esta tesis se hablará de “proposiciones explicativas de tipo generalizador” (véase Giddens, 1995: 20) antes que de generalizaciones, esquemas conceptuales o conjunto de leyes o generalizaciones en una cadena deductiva.

En consecuencia, la teoría se entiende como un cuerpo de proposiciones (todavía no interrelacionadas) que sirven para descubrir el área de un problema. Las proposiciones permiten clasificar los fenómenos, analizarlos, incluirlos en unidades relevantes para indicar sus conexiones mutuas, definir reglas de procedimiento y esquemas de interpretación. La palabra teoría, en este caso, equivale a un marco lógico (véase Bottomore, 1989: 38).

Las observaciones aquí desarrolladas no son producto de una investigación empírica personal, pero se nutren de las indagaciones hechas por otros autores, que en el contexto se resignifican y reconstruyen a la luz de nuestro objetivo principal: comprender las variables sociológicas implicadas en los procesos de recepción estética y esclarecer cómo se articula nuestra experiencia estética en esferas extraartísticas, de forma tal que la vivencia estética comparte una base socio-cultural y, por lo tanto, no está sujeta únicamente a su manifestación bajo el efecto de las obras de arte canónicas. No son los efectos, en sentido estricto, nuestro centro de atención sino las circunstancias de uso, apropiación e interacción generadas por las relaciones entre mensaje estético y receptor, es decir, las mediaciones sociales.

Los autores sociales usan escenarios de manera consuetudinaria — y, en buena medida, tácita— para dar sustento a un sentido en actos comunicativos [...] Existe un vaivén de comprensión mutua entre la ciencia social y aquellos cuyas actividades constituyen su objeto [...] Las teorías y los descubrimientos de las ciencias sociales no se pueden mantener enteramente aislados del universo de sentido y de acción sobre el que versan. Ahora bien, por su parte, los actores son teóricos sociales cuyas teorías concurren a formar las actividades e instituciones que constituyen el objeto de estudio de observadores sociales especializados o científicos sociales (Giddens, 1995: 21, 33).

¿Qué “teorías” esbozan para su acción los actores sociales cuando interactúan con las obras de arte? Dividimos el trabajo en cuatro apartados para responder a esta pregunta.

El primer capítulo se ocupa de la definición del término ‘recibir’ y sus implicaciones sociológicas. Aquí se propone diferenciar entre el acto neurofisiológico de la percepción y el proceso socio-cultural de la recepción. Sin embargo, la diferencia cumple, sobre todo, fines analíticos, pues en los hechos concretos se superponen los aspectos biológicos, semánticos, culturales, psicológicos y sociales de la recepción.

A partir de las proposiciones teóricas del interaccionismo simbólico y la fenomenología (en particular los planteamientos de Schutz, Berger y Luckmann), se explican los puentes entre atenuantes individuales y factores sociales en la recepción.

Este capítulo no hace aún consideraciones programáticas sobre la recepción estética, aunque usa con frecuencia ejemplos directamente relacionados con el arte, sino que esbozan los rasgos sociológicos de nuestros procesos receptivos en sentido amplio, que, finalmente, terminan por ser el marco de entendimiento sobre las peculiaridades que introduce en la recepción el trabajo artístico. El capítulo concluye con el examen

sobre la naturaleza y los distintos tipos de mediaciones sociales que se interponen entre nosotros como sujetos receptores y el mundo de la experiencia más cercana, y los objetos y acontecimientos del mundo difundidos a través de las instituciones sociales.

El segundo capítulo aborda la otra parte del proceso por analizar: la obra de arte. Para ello incorporamos los conceptos de la socio-semiología acerca de la estructura del mensaje estético, sus códigos, sus niveles de información y la multifuncionalidad del objeto estético formulados por Jakobson, Morris, Bense, Eco y Moles, principalmente.

Posteriormente, en este mismo apartado, se exponen los rasgos de nuestros juicios estéticos a través del comentario a la *Crítica del Juicio* kantiana y el contraste de estas elaboraciones introspectivas con las prácticas sociales específicas que estructuran y estratifican el gusto. Aquí se distinguen dos niveles, el que parte del juicio para explicar nuestra recepción de las formas figurativas (Francastel) y el que parte del juicio para dar cuenta de actividades concretas (Bourdieu).

El tercer capítulo incorpora los planteamientos de los dos primeros apartados bajo la luz de la experiencia estética. Aquí concurren planteamientos que van desde la idea de una posible base antropológica de la recepción artística (Gadamer y Dewey) al trazo de una propuesta programática para fundamentar una teoría de la recepción estética (la Escuela de Constanza encabezada por Hans Robert Jauss, misma que se levanta en oposición a la teoría estética de Adorno). El apartado cierra con una definición de la *praxis* estética, así como de la función, la norma y el valor estéticos desde el punto de visto sociológico, aportaciones debidas a Jan Mukarovsky.

La tesis cierra con una serie de consideraciones y referencias empíricas a prácticas de consumo estético particulares (con especial énfasis en la experiencia museográfica, que ha arrojado datos de interés para comprender la dinámica de la recepción estética), pero todo ello se traduce a través del código movilizador de la experiencia estética: la

interpretación. Desde el acto biológico de la percepción hasta los actos intencionales que definen nuestras preferencias en materia de gusto, se despliegan esquemas de interpretación que trasladados al ámbito de los historiadores, teóricos y críticos de arte, nos permiten descubrir, antes que juicios objetivos, recepciones específicas condicionadas por múltiples variables de carácter histórico cultural. Queda pendiente la redacción de una historia del arte desde el punto de vista de los receptores, a la que la sociología de la recepción estética tendría mucho que aportar.

Zolberg (1990: 10) señala que el diálogo de sordos entre historiadores, filósofos y sociólogos del arte se funda en malos entendidos. Para los filósofos, el gran arte habla para todos los tiempos y toda la humanidad. Por esta razón critican el análisis social que —afirman— reduce el arte a meras reflexiones de los procesos económicos, políticos o sociales. Pero un análisis puramente estético no es potencialmente menos reduccionista que el reduccionismo imputado a muchos sociólogos.

Cada mirada, es cierto, tiene una carta de naturaleza que no puede cegarse con un plumazo. Pero el arte, tal vez más problemático y resistente que otros tópicos, obliga a transitar libremente entre los infranqueables muros del saber disciplinario.

Atender, además, a la parte más rebelde y escurridiza de la comunicación estética (la recepción) es, tal vez, un acto temerario, aunque precisamente por eso, por su propia complejidad, más fértil para tender puentes interdisciplinarios.

En el hermoso libro de Denis Donoghue, *The Arts Without Mystery*, el autor concibe las artes como revelaciones milagrosas, no objetos para el análisis. “Yo quiero hablar sobre las artes en relación con el misterio que las rodea, no como un problema que deba ser clarificado, sino como la verdadera condición en que ellas aparecen de forma absoluta. En este sentido, el misterio existe para ser reconocido, no resuelto o despejado” (Donoghue, 1983: 11).

La naturaleza problemática del arte afecta la manera como es estudiada. A contracorriente de lo formulado por Donoghue, las siguientes páginas son una reflexión que apunta a desvelar algunos misterios imbricados en el arte, en nuestra vivencia del arte.

1. LA RECEPCIÓN CIRCUNSCRITA

De acuerdo a la monumental y autorizada *Enciclopedia del idioma* de Martín Alonso (1988: 3533), el vocablo “recibir” significa, desde el siglo XIII, “tomar uno lo que le dan o envían”, de tal suerte que “recepción”, la acción y el efecto de recibir, supone una participación manifiesta en aquello que uno recobra a través de los sentidos.

El concepto es problemático, pues abarca una serie de procesos que van desde los soportes neurofisiológicos de la percepción hasta las mediaciones institucionales que configuran, estabilizan y prolongan el complejo mecanismo de la recepción humana.

Que los psicólogos¹ se ocuparan de este fenómeno en forma temprana, no fue un obstáculo para que la sociología dotara de nuevas posibilidades al término. Y digo psicología, porque si recibir implica un acto voluntario de *tomar* lo que a uno se le ofrece, es indispensable concebir a un sujeto de conocimiento detrás de toda recepción.

La recepción no tiene lugar en el vacío social ni cultural; por lo contrario, sólo puede tomarse aquello que se da o envía en virtud de un proceso donde se movilizan el cuerpo y la conciencia. Todo recibir es también pensar, todo razonamiento es también intuición, toda observación es también invención.

Incorporar el término “recepción” en el terreno de la sociología de las artes parecería, en un primer vistazo, un hecho natural, pero lo cierto es que no fue así. El interés se colocó, antes que en los receptores de lo que canónicamente llamamos arte, en el contexto socio-cultural donde se produjo la obra estética o en las condiciones políticas, sociales y

¹ Véase al respecto los textos de Arnheim (1986), Black (1983) y, especialmente, el artículo de Dempster (1985).

económicas que rodeaban la vida del artista.² Rudolf Arnheim escribe al respecto:

La pertinencia de estas ideas para la teoría y la práctica de las artes es evidente. Ya no podemos ver lo que hace el artista una actividad autónoma, misteriosamente inspirada desde lo alto, irrelacionada e irrelacionable con otras actividades humanas. En lugar de eso reconocemos, en la clase de visión exaltada que conduce a la creación de arte superior, un desarrollo de la actividad más humilde y común de los ojos en la vida cotidiana. Lo mismo que la prosaica búsqueda de información es “artística” porque lleva consigo dar y encontrar forma y sentido, así también el acto de concepción del artista es un instrumento de la vida, una manera refinada de entender quiénes somos y dónde estamos (Arnheim,1994: 18).

Así, es evidente que “recibir” cualquier mensaje requiere de un juego recíproco entre las propiedades aportadas por el objeto y la naturaleza del sujeto observador, o, parafraseando a Roland Barthes, podemos afirmar que la recepción combina tres materias: la informativa (la recepción señala), la relacional (la recepción se intercambia) y la posesiva (con la recepción toco, consigo, sujeto, soy sujetado) (véase Barthes,1992: 302).

Los sentidos, el marco desde donde la recepción se articula, tienen un carácter doble: están siempre en acción y poseen un espíritu preocupado. Además, los sentidos provocan sinestesia, es decir, el fenómeno según el cual una percepción sensorial (por ejemplo, el olfato) desencadena otras modalidades sensoriales (al aspirar el olor del incienso, “veo” una iglesia). “Todos los sentidos pueden, por tanto, mirar, e, inversamente, la mirada puede oír, escuchar, probar. La mirada implica ‘todo’ un *yo* y explica ‘todo’ un *mundo*” (*ibid.*: 302-303).

² Es el caso paradigmático de las investigaciones de Arnold Hauser, quien durante mucho tiempo representó la referencia obligada en la sociología del arte. Véase en particular su *Historia social de la literatura y el arte en tres volúmenes* (1978).

En este capítulo circunscribiremos semánticamente el término “recepción”, así como exploraremos sus características, las razones por las que es más pertinente hablar de él en términos de un proceso en lugar de un acto, la descripción de las mediaciones que le involucran y el perfil, los rasgos sociales e individuales del receptor en sentido amplio.

1.1. Del acto al proceso

La pura exposición a los objetos y acontecimientos del mundo ocurre dentro de dinámicas que transportan consigo la movilidad y niegan toda forma de estatismo. Ver, oler, probar, tocar no son actos espontáneos y aislados, sino que al experimentarlos repetimos algunas pautas que no nos son exclusivas. Al compartir representaciones de sus actos perceptivos, los sujetos afirman el carácter colectivo de dichas pautas.

A primera vista, los vínculos con lo circundante (las obras de arte, por ejemplo) son más complejos de lo que parecen, puesto que la recepción antecede y prosigue nuestras modalidades de interacción. Esto significa que nuestra decodificación de los mensajes se sitúa en medio de condicionantes previas, que, además, se hacen también sentir mientras transcurre la comunicación e incluso después que el contacto se interrumpe.

Recibir es, pues, un proceso sociocultural aprendido, fundamental para todos nuestros procesos psicológicos y sociales. Gracias a ella (que hace posible el conjunto de nuestras relaciones humanas, objetuales y simbólicas) desarrollamos esquemas introspectivos a la vez que configuramos un horizonte social.

Es por medio de la recepción que se entrelazan actividades sociales con síntesis internas, pero ¿cómo estudiarla? De Fleur y Ball-Rokeach (1987: 161-162) proponen cinco modalidades de análisis:

a) La recepción es un proceso *neurobiológico*. Los significados para símbolos particulares quedan registrados en las funciones de la memoria de cada individuo. El sistema nervioso central desempeña un papel

decisivo en el almacenamiento y la recuperación de las experiencias sobre aquellos significados.

b) La recepción es un proceso *semántico*. Es decir, permite la generación de significados y reglas que han sido convenidos arbitrariamente por una comunidad de lenguaje.

c) La recepción es un proceso *psicológico*. Los significados de las palabras o de otros símbolos para un individuo dado, son adquiridos mediante un aprendizaje. Estos significados desempeñan un papel central en la percepción del mundo y en su respuesta ante él.

d) La recepción es un proceso *cultural*. El lenguaje es un conjunto de convenciones culturales, posturas, gestos y símbolos. La disposición entre todos ellos induce interpretaciones compartidas o convenidas.

e) La recepción es un proceso *social*. Es el medio principal con el que los seres humanos son capaces de interactuar en formas significativas. Así, mediante un intercambio simbólico, los seres humanos pueden desempeñar papeles, comprender normas de un grupo, aplicar sanciones sociales y valorar las acciones ajenas dentro de un sistema de valores compartidos.

Aunque esta última perspectiva ocupa un lugar central en el enfoque adoptado por este trabajo, lo cierto es que un proceso tan multiforme y heteróclito como la recepción, requiere de un abordaje interdisciplinario. Ninguna de las orientaciones anteriores tiene más jerarquía que las otras; cada una de ellas contribuye a arrojar luz sobre el problema.

¿Por qué insistir en la palabra proceso? Porque la recepción es un fenómeno que se encuentra antes y después del acto de ver, escuchar, oler, tocar o degustar. La misma determinación de aproximarse a cualquier ámbito de la vida social, es producto y no causa del tipo de relación que se establece con el exterior.

Los ámbitos sociales, por lo demás, son fundamentalmente significativos, esto es "conjuntos de valores en los cuales los mensajes que recibimos adquieren su sentido y de los cuales surgen

prescripciones. Potencialmente todo mensaje tiene diferentes significados, pero solamente una interpretación satisfará su correcta valoración. Cada posible interpretación responde a una pregunta diferente" (Orozco,1991:46).³

La recepción en este sentido, nos dice *qué* hay y *dónde* en el espacio que nos rodea; para eso es necesario comprender la relación existente entre algo que hay en el objeto de mi recepción y alguna propiedad del mundo exterior.

No sería posible recibir sin entender. A menudo se utilizan indiscriminadamente los términos percepción y recepción, que aun cuando se implican el uno al otro, representan modalidades de acción distintas. La percepción, en teoría y sociología del arte, se usa para designar las condiciones materiales y fisiológicas en que tiene lugar la recepción; mientras esta última es un proceso bio-psico-social por el cual distintos tipos de estímulos sensoriales son modificados hasta constituir experiencias cognitivas y culturalmente definidas. Si la percepción se asocia más con lo biológico, la recepción lo es con el espacio y el tiempo, es decir, con lo social (véase Lameiras; Galindo,1994).⁴

³ Un ejemplo clásico dado por Alan Garfinkel en *Form of Explanation: Rethinking the Question in Social Theory* (1981) sobre las distintas interpretaciones que un ladrón y un sacerdote hacen sobre un mismo hecho, puede ilustrar mejor el concepto. A la pregunta ¿por qué el ladrón roba bancos?, la respuesta que da quien delinque es que en las instituciones bancarias está el dinero, es decir que el ladrón decidió robar bancos en vez de iglesias o cualquier otro lugar. Lo que es problemático para el ladrón, no lo es de la misma manera para el sacerdote, a quien no le interesa saber por qué el ladrón roba bancos en vez de iglesias, sino por qué roba simplemente. La respuesta que da el ladrón, evidentemente no corresponde con lo que desea averiguar el sacerdote con su pregunta.

⁴ Arnheim es claro en este sentido: "Para algunos el término tiene una significación muy estrecha y describe sólo lo que los sentidos reciben en el momento en que el medio exterior los estimula. Esta definición es excesivamente estrecha para las finalidades de este libro, pues excluye las imágenes presentes cuando una persona con los ojos cerrados o desatenta, piensa en lo que es o podría ser. Otros amplían el término para incluir en él toda clase de conocimiento ostensible sobre algún objeto del mundo exterior. Por ejemplo, la cacofónica frase 'percepción de personas' (*person perception*) puede entenderse en el sentido que abarca todos los procesos complejos por los cuales una persona llega a conocer a otra, vale decir, no sólo lo que ve, oye, huele, etcétera, sino también lo que logra averiguar sobre los hábitos, las posesiones, los hábitos y las acciones de las personas por medio de las inferencias que les permiten las pruebas circunstanciales" (Arnheim, 1986: 29-30).

Horace Barlow (1994: 16) afirma que recibir es:

Una cuestión de comprender una serie de relaciones. Entendemos una novela cuando comprendemos las interacciones entre los personajes y sus relaciones con los acontecimientos en la trama. Algo parecido ocurre con un cuadro: lo entendemos si podemos asociar su superficie plana con una escena tridimensional, y luego podemos relacionar esta escena con personajes míticos o reales y con unos acontecimientos tal como el artista pretendía.

Desde el momento en que la recepción se concibe como un proceso activo que concierne a la globalidad de la persona, no puede dejarse de lado la estrecha proximidad entre las estructuras cognoscitivas formuladas por el sujeto y el marco en que éstas se ejercen. Porque en todo proceso de conocimiento existe un sujeto receptor en tanto que ser histórico y cultural. Presente y pasado, futuro como proyecto, deseos e intenciones inconscientes, todo viene a configurar lo que Santos Zunzunegni llama el “plan receptivo” (1992: 43).

La recepción, pues, no es un mero registro de estímulos sino la aprehensión de estructuras significativas. No recibimos solamente con vistas a una posterior utilización de los mensajes conforme a las necesidades de nuestro yo, sino que la recepción ocurre ya *desde* y *en* un contexto. Percibimos significados, no datos insignificantes dispuestos para un uso cualquiera. Con razón, Berger y Luckman escriben que la conciencia es siempre intencional, siempre apunta o se dirige a objetos.

Nunca podemos aprehender tal o cual substrato supuesto de conciencia en cuanto tal, sino sólo la conciencia de esto o aquello. Esto es lo que ocurre, ya sea que el objeto de la conciencia se experimente como parte de un mundo físico exterior o se aprehenda como elemento de una realidad subjetiva interior (Berger y Luckmann, 1999: 38).

En toda recepción hay, pues, al mismo tiempo y en el mismo acto, una infraestructura instintiva —que muy frecuentemente es la primera motivación—, una serie de superestructuras añadidas —pero fundidas y organizadas con y desde las sensaciones— que proceden de la actividad del sujeto y su intencionalidad.

Arnheim afirma que la recepción significa, en alguna medida, recibir en relación, y las relaciones, que de hecho están presentes ya en los objetos recibidos, no son simples. El teórico cita un ejemplo sugerente:

Hay un cuadro de Matisse, *Tabac Royal*, en cuyo extremo izquierdo se muestra una mujer sentada en una posición más bien angular sobre una silla angular, y a la derecha, una mandolina con forma de pera sobre una silla curvada. Este ingenioso paralelo resulta tan esencial para la composición formal como para la expresión y el significado de la pintura. El observador es llevado a conectar los dos factores porque dominan el cuadro y están situados en lugares que se corresponden simétricamente. Pero en una obra de arte como ésta hay otras semejanzas que, si el observador les otorga un predominio similar, quebrarían la estructura del conjunto por la emergencia de falsas conexiones [...] Dada la infinidad de relaciones posibles dentro de una pauta visual compleja, la tarea cognoscitiva de asignarle a un detalle particular su propio lugar en la jerarquía de la estructura total, es sumamente delicada (Arnheim, 1986: 69).

1.1.1. La dinámica de la recepción

Marco Gennari ha visto con claridad que la producción y la recepción de los mensajes en la vida social, se corresponden con un modelo comunicativo complejo donde múltiples variables (económicas, políticas, culturales) concurren. En el caso del arte, por ejemplo, el texto estético no puede deslindarse en la vida moderna del mercado. Aquí, como en la mayor parte de los procesos receptivos, la

[...] sucesión producción-consumo se produce por la riqueza del establecimiento *generativo* y por el sistema de *recepción* con el que el texto se percibe, se lee y se conoce. La resolución de cualquier práctica textual de tipo generativo o receptivo es la función de la corrección *interpretativa* con la que el individuo se enfrenta al texto. Quien lo genera “interpreta” su propio proyecto o una intuición estética personal. Quien lo recibe, a su vez, “interpreta” todo lo que ese texto ha podido significarle y transmitirle (Gennari, 1997: 282).

No sólo en el caso de las representaciones de cualquier índole, en las relaciones sociales siempre hay un sustrato simbólico. Desde el momento mismo que lo impreso por nuestros sentidos es comparado con nuestro repertorio de conocimientos y experiencias anteriores, toda forma de interacción opera en virtud de parámetros que trascienden el acto físico del contacto.

Ernst Gombrich⁵ ha insistido a lo largo de sus escritos fundamentales sobre teoría del arte, que la recepción siempre está necesitada de universales. No podríamos percibir y reconocer a nuestros semejantes si no pudiéramos aprehender lo esencial y separarlo de lo accidental, sea cual fuere el lenguaje en el que se quiera formular esta distinción.

El célebre historiador ilustra este fenómeno con la experiencia del reconocimiento fisonómico.

Lógicamente, como es natural, puede decirse que no importa qué se parece a otra cosa por algún concepto, y se puede afirmar que cualquier niño se asemeja más a otro que no a un anciano, por lo que puede argüirse que una fotografía se parece más a otra que cualquier persona viva. Pero estas sutilezas sólo son útiles si sirven para hacernos

⁵ Véase el artículo “La máscara y la cara: la percepción del parecido fisonómico en la vida y en el arte” en Gombrich (1983).

conscientes de la distancia que separa el discurso lógico de la experiencia receptiva" (Gombrich, 1983: 22-23).

De esta forma, racionalmente tenemos libertad para clasificar las cosas y ordenarlas de acuerdo a cualquier cualidad que tengan en común: peso, color, tamaño, función o forma. Además, en esta actividad de ordenación siempre podemos especificar cuál es el aspecto en que una cosa se asemeja a otra.

Sin embargo, podemos igualmente ser capaces de captar la diferencia, la desviación con respecto a la norma que sobresale y se graba en la mente. Este mecanismo es útil cuando transitamos en contextos familiares y advertimos las mínimas pero fundamentales diferencias que distinguen a un individuo de otro. Pero tan pronto surge un rasgo distintivo e inesperado, el mecanismo enfrenta dificultades.

La recepción, por lo demás, se dinamiza a partir de un observatorio que oscila entre lo sensorial, lo cognitivo y lo intencional. Ese punto de observación será fundamental. "Las formas y extensiones están, por lo general, determinadas en mayor medida por el contexto en el que aparecen que por la imagen que presentan al ojo" (Hochberg, 1986: 78). Por eso, las formas visibles de las fachadas de los edificios no permanecen inalteradas pues el armazón estructural desempeña un papel importante en la recepción de la forma y de las dimensiones. Si, por ejemplo, observamos oblicuamente la fachada cuadrada de un edificio pintado, continuará "pareciendo cuadrada", pero su inclinación aparente hacia el observador varía. Gombrich observa que las partes de una escena pintada parecen moverse y deformarse en sus relaciones espaciales a medida que el observador se mueve con respecto a un cuadro, si el observador presta mucha atención a estos detalles (*ibid.*: 79).

Respecto al ámbito sensorial de procesos receptivos como el de la comunicación estética, la atención suele colocarse en la estructura del mensaje (texturas, sonidos, formas, colores), que ha sido configurada

justamente con ese propósito. Aunque nos ocuparemos en detalle de este aspecto en el siguiente capítulo, lo cierto es que en la recepción estética la propia fisicalidad de los objetos se nos ofrecen a los sentidos como ya significados: la cantidad del papel y el color de la línea son tan importantes como lo que el dibujo representa.

Axel Aubrun (1999: 211) confirma la proposición anterior con una cita de Henri Matisse, quien afirmaba que la composición global de su pintura era expresiva. El lugar ocupado por figuras u objetos, los espacios vacíos entre ellos, las proporciones, todo jugaba un papel.

Una parte importante de los estudios de recepción se orientan hacia el aspecto sensorial⁶ y en ellos, además, la visión ocupa un lugar protagónico. Las etapas iniciales del proceso receptivo se explican porque la luz incide en nuestra retina; en cada ojo, un millón de neuronas envía sus propias señales al cerebro, donde procesan la información los mil millones de neuronas del sistema visual que analizan sus componentes, las agrupan y las relacionan con lo que hemos visto anteriormente. Asimismo, desde 1928 se desarrollan investigaciones orientadas a demostrar clínicamente que los movimientos receptivos de todo tipo (hablar, oír y ver) provocan notables alteraciones en el caudal sanguíneo del cerebro, con lo que se establece un vínculo entre éste y la actividad neuronal interna (véase Raichle, 1994: 52).

Aunque insuficiente, lo cierto es que las hipótesis neurológicas sobre la dinámica de la recepción no son siempre reduccionistas y en algunos casos incluyen consideraciones que transgreden el orden de lo biológico.

Así como para algunos autores,⁷ tipos de recepción como el estético trascienden las fronteras del yo, Mario Gennari afirma que toda luz, o bien toda mirada, nos modifica incluso biológicamente, ya que las neuronas que han participado del proceso también han sufrido cambios. Y puesto

⁶ Véase la compilación de diversos artículos sobre el particular en Barlow, Blakemore y Weston Smith (1994).

⁷ Mikel Dufrenne (1982), por ejemplo.

que la retina forma ya parte del cerebro, nosotros mismos nos transformamos con esa mirada. Por tanto, la retina y el ojo no actúan simplemente como una cámara fotográfica, ni mucho menos se consideran como un cuarto oscuro. La visión, la recepción, se concibe como una transformación del *bios* al *logos*, y no como el simple análisis objetivo de un dato (Gennari, *op. cit.*:19 y ss.).

La recepción no es un mero acto de contemplación fisiológico; quien recibe no sólo capta el mundo con sus sentidos, también divisa, escruta, examina, admira, guiña, contempla, examina, avista, custodia, vigila, defiende, vaticina, ensaya y valora. En suma, conoce y reconoce.

La segunda orientación a la que nos referíamos es cognitiva, pues la recepción no es jamás pasiva sino activa; discrimina y compara. Una teoría sobre el particular debe establecer un equilibrio entre recepción y generación, dos principios que no pueden ni deben desvincularse. Tanto en la práctica generativa como en la actividad de recepción, el ingrediente creativo y de invención constituye el verdadero motor de la interpretación, sobre la que hablaremos con más extensión en el último capítulo de esta tesis.

Incluso en la recepción más básica y elemental, si es que la hubiera, vestigios de creatividad se encuentran presentes. El reconocimiento de una forma, la diferenciación entre dos combinaciones cromáticas, la percepción de una sombra en la luz, necesitan siempre una pequeña dosis de creatividad elaborada por el sujeto que ejecuta la discriminación visual.

El pensamiento creativo establece mundos y, por tanto; posee lenguajes propios. En el conjunto de procesos y funciones que constituye la visión humana, la creatividad, a causa de su carga interna de interpretatividad, se configura como una de las constantes de la reflexión mental. (Gennari, *op. cit.*: 60-61).

Arnheim afirma que el receptor aplica sencillamente al presente lo que aprendió acerca de las cosas del pasado o recibe las cosas como las recibe debido al aspecto que espera tengan. La recepción no puede limitarse a lo que los sentidos registran del mundo exterior. Un proceso de recepción no se da nunca aislado y es sólo la fase más inmediata de un caudal de innumerables procedimientos llevados a cabo en el pasado y que perviven en la memoria. De modo semejante, las experiencias del presente, almacenadas y amalgamadas con el producto del pasado, condicionan las recepciones del futuro.

Por último, la recepción remite a la esfera intencional. Julian Hochberg se ha ocupado del tema como una forma de señalar un aspecto poco considerado por las perspectivas sensorial y cognitiva. Para el teórico, toda recepción, o buena parte de ella, implica comportamientos secuenciales intencionados altamente especializados (Hochberg, 1973: 86). Por lo tanto, el modo en que una persona recibe el mundo, depende tanto de su conocimiento de él como de sus objetivos, es decir, de la información que busca. Así, propiedades como atención e intención subyacen a todos los procesos receptivos.

Las actividades intencionadas especializadas se ejercen según planos organizados, y su proceder ha de ser verificado en momentos precisos. Es decir que aunque estos actos pudieran consistir inicialmente en meras respuestas particulares, más o menos simples a situaciones-estímulo particulares, con la práctica continuada aparece un tipo de comportamiento bastante diferente: se realizan con facilidad *secuencias* enteras de acciones sin precisar para nada de un estímulo externo que inicie cada acto. Además, estas secuencias no son "meras" cadenas en las que cada respuesta se convierte en el estímulo o el "detonador" que desencadena la respuesta siguiente: cuando tocamos el piano, escribimos a máquina o hablamos, las respuestas se realizan con tal rapidez, y el intervalo entre dos respuestas es tan corto, que no hay tiempo suficiente para permitir el impulso nervioso, producto de la respuesta (*ibíd.*: 88).

Cabe destacar que estas secuencias de las que habla Hochberg tienen *objetivos*, es decir, circunstancias presentes en el mundo que se ven desencadenadas por estas acciones. Estos programas de recepción son selectivos, en el sentido de que sólo ciertos aspectos específicos del ambiente son pertinentes para el programa (así llamado por el autor) y, además, están dirigidos a un objetivo, puesto que los programas se realizan únicamente con el propósito de lograr una determinada circunstancia o estado del mundo.

1.2. El receptor

Aunque obvio, es evidente que toda consideración sobre las dinámicas receptoras obliga a reflexionar sobre el sujeto que recibe. ¿Cómo y cuáles son los rasgos del receptor? ¿Qué cualidades lo ubican en esta categoría? ¿Qué dimensiones, individuales y colectivas, sostienen sus vínculos con “el mundo de la vida”, en la expresión usada por Alfred Schütz?

El sujeto receptor no recoge las impresiones que deja en él el mundo con la mente en blanco, sino que trae a ella una serie de actitudes, ideas y valores o bagaje cultural que pone en juego con los repertorios propios propuestos por aquello a lo que se ha expuesto. Se entiende también que el receptor no “toma” lo que le dan o envían irremediablemente, sino que conduce este arsenal de significados a otras instancias sociales (grupos de amigos, vecinos, compañeros de trabajo, familiares). Incluso un tipo de recepción tan peculiar como el estético, no acontece en solitario sino que cobra sentido gracias a la comunicabilidad de los juicios en el sentido otorgado por Kant (véase *infra*: 79-85).

1.2.1 Las atenuantes individuales

La recepción es, entre otras cosas, un proceso introspectivo. Esto significa que nadie puede suplantarme en el acto de recibir. Dado que exige, como ya veíamos, una esfera sensorial, un espacio cognitivo y un ámbito

intencional, sólo el individuo es capaz de cobrar conciencia, prestar atención y seleccionar lo que se le da o envía. Ingresamos así en el reino del sujeto intransferible, único e irreductible.

Si bien los valores, reglas, normas, ideología y cosmovisión que en apariencia, y sólo en apariencia, parecen propios, vistos en su conjunto son resultado de la interacción social. La regularidad de mi acción y su proximidad con las acciones de los otros (en especial mis grupos sociales de referencia), no ocultan la dosis de originalidad que la combinatoria de todos los elementos que me constituyen, y comparto con otros, se manifieste.

De acuerdo a Denis McQuail (1985: 38-39), la recepción de los sujetos debe observarse en virtud de cinco factores mutuamente implicados: las condiciones de contenido, distribución y uso de lo recibido; los marcos político-jurídicos que regulan mi movilidad en el espacio social; los valores sociales y culturales supuestos; las relaciones sociales; y, por último, el contexto organizativo en que tiene lugar el proceso.

Si consideramos la recepción como una parte del proceso general de prestar atención, deberemos explicar cómo usan los individuos aquello que reciben. Los individuos (y en último término los grupos o categorías) tienen una localización social y un espacio vital circundante. En general, podemos contar con que se preste atención a lo que es próximo, conocido, positivo, no amenazador, igual o inferior en poder social, y en consecuencia se suele evitar aquello que produce disonancias en la esfera cognitiva de los individuos.⁸ Esto se debe a que la atención suele concentrarse en aquellos acontecimientos vinculados con el espacio vital, que son justamente los que construyen una estructura de prestar atención adecuada a su localización social.

Es importante destacar que aún cuando un individuo pertenece a un grupo o comunidad, entre los sujetos siempre existirán diferencias en el

⁸ Tanto McQuail como De Fleur fundan estas observaciones en investigaciones empíricas que arrojan tendencias generales, nunca absolutas ni abarcadoras de todos los casos.

interés, la atención, la recepción y el efecto, que se corresponden con las diferencias sociales.

A partir de los postulados de la psicología cognitiva, De Fleur y Ball-Rokeach (*op. cit.*: 49) ponen énfasis en la estructura personal de los receptores. Así, los miembros individuales de una sociedad pueden ser concebidos como receptores activos portadores de un esquema sensorial, cuyas respuestas se elaboran a partir de procesos mentales internos (cognitivos).

En segundo término, los procesos cognitivos permiten que el individuo transforme su aporte sensorial de diversas formas: lo codifica, lo almacena, lo interpreta selectivamente, lo distorsiona y lo recoge para su uso posterior en decisiones de conducta.

En tercer lugar, los procesos cognitivos que desempeñan papeles primordiales para modelar la conducta de un individuo, incluyen la recepción, las imágenes, los sistemas de creencias, las actitudes, los valores, las tendencias al equilibrio en tales factores, más el recuerdo, el pensamiento y otras numerosas actividades mentales.

Por último, los componentes cognitivos de la organización mental de un sujeto determinado, son producto de sus experiencias previas de aprendizaje, que pudieran haber sido deliberadas, accidentales, sociales o solitarias.

Dentro de la teoría social, el paradigma del interaccionismo simbólico⁹ consiguió generar explicaciones que articularan lo individual con lo social y, sobre todo, entender esta simbiosis por medio de la forma como los individuos sintetizan sus conocimientos gracias a su condición de receptores.

Autores como Cooley, Mead (1993) y Dewey (de quien hablaremos más extensamente en el capítulo tres), fundamentales para la vertiente

⁹ Para una visión crítica de las consecuencias de este importante paradigma en la teoría social, véase Hans Joas (1991: 112-154); León H. Mayhew (1997: 35); De Fleur y Ball Rokeach (*op. cit.*: 44-45) y, por supuesto, al propio Mead (1993).

pragmática de la sociología norteamericana, buscaron de manera recurrente un tratamiento integrado de la sociedad y del individuo.

Para el interaccionismo simbólico, el ser humano adquiere una personalidad social según aprende a comunicarse de manera simbólica. Al aprender a adoptar las perspectivas de los demás respecto a él mismo, consigue regular simbólicamente su propia actividad mediante la definición de él y de sus actos.

Es a través de la participación en ese complejo de papeles diferenciados e interrelacionados, que los interaccionistas llaman "sociedad", como se desarrolla la capacidad receptiva específicamente humana. Es con la adopción de papeles sociales, representándolos e incluso imaginándolos, como los individuos gestan su personalidad social y su peculiaridad como receptores.

Gracias a esa capacidad humana de control simbólico y de comprensión simpática de la acción de los demás, es posible que los hombres realicen innovaciones, aprecien esas innovaciones y las incorporen a las complejas tramas de actividad simbólicamente regulada.

Como crítica al conductismo que veía al sujeto receptor como un mero receptáculo de estímulos, el interaccionismo simbólico interpreta todas las operaciones y procesos psíquicos (la recepción en un nivel relevante) desde el punto de vista de su funcionalidad con respecto a la resolución de los problemas que los sujetos encuentran en el curso de su conducta.

La acción determina qué estímulos son relevantes dentro de su propio contexto. La transformación de fases de la acción en signos gestuales, posibilita que un receptor reaccione ante sus propias acciones, permitiéndole por lo tanto representar con éstas las de otros, así como que las reacciones virtuales de otros influyan anticipadamente sobre sus propias acciones.

Así, dentro del marco de las normas de la comunidad, las consecuencias de la acción se perciben, interpretan, evalúan y se tienen en cuenta para la preparación de futuras acciones.

Como lo subrayan De Fleur y Ball-Rokeach (*ibid.*: 45), las creencias subjetivas que los receptores tengan de otros y de sí mismos son los hechos más importantes de la vida social.

No hay realidad social o física que no sea una construcción de significado ya definida. Como consecuencia de la participación de los receptores, individual y colectivamente, en la interacción simbólica, sus interpretaciones de la realidad pasan a ser socialmente convenidas e individualmente internalizadas.

Pero cómo es ese mundo del que el receptor toma sus materiales para configurar sus juicios y respuestas. A partir de los planteamientos fenomenológicos de Husserl y Merleau-Ponty, Alfred Schutz atrae para la sociología la formulación de una realidad social *construida* por el individuo.

Entiendo por "realidad social" la suma total de los objetos y acontecimientos del mundo cultural social, tal como los experimenta el pensamiento de sentido común de hombres que viven sus vidas consuetudinarias entre sus semejantes, conectados con ellos en múltiples relaciones de interacción. Es el mundo de los objetos culturales y de las instituciones sociales donde todos nacemos, en cuyo interior debemos encontrar nuestra subsistencia, y con el que debemos entendernos. Desde el principio, los actores del escenario social experimentamos el mundo en que vivimos como un mundo de naturaleza y de cultura, no como un mundo privado sino como un mundo intersubjetivo, es decir, como un mundo común a todos nosotros, en efecto dado o potencialmente accesible a todos y esto involucra la intercomunicación y el lenguaje (Schutz citado por Bernstein, 1983: 179).

El interés dominante en la obra de Schutz se verifica en la noción de "mundo vital", que define como un universo intersubjetivo que experimenta todo hombre en su conciencia despierta y en el que participa durante su vida diaria.

La alternativa fenomenológica representada por Schutz en el campo de la sociología, es de especial interés para los fines de este trabajo, sobre todo porque el receptor, en términos semejantes a los explicados por el filósofo, ordena, clasifica e interpreta sus experiencias actuales de acuerdo con diversos esquemas interpretativos. Pero en nuestra vida diaria estos esquemas son en sí mismos sociales e intersubjetivos. La intersubjetividad se encuentra en la base misma de la subjetividad humana.

A Schutz le interesa comprender la recepción en su modalidad hermenéutica. Toda interpretación de este mundo parte de un acervo de experiencias previas que son nuestras o nos han sido transmitidas por padres o maestros. Sin embargo, el mundo de la vida cotidiana no es un mundo privado sino un mundo cultural intersubjetivo.

Es intersubjetivo porque vivimos en él como hombres entre otros hombres, con quienes nos vinculan influencias y labores comunes, comprendiendo a los demás y siendo comprendidos por ellos [...] Todos los objetos culturales —herramientas, símbolos, sistemas de lenguaje, obras de arte, instituciones sociales, etc.— señalan en su mismo origen y significado las actividades de sujetos humanos (Schutz, 1995: 41).

De ahí que sea imposible comprender un objeto cultural sin referirlo a la actividad humana en la cual se origina. No otra es la inquietud de Anthony Giddens reflejada en su teoría de la estructuración.

Un núcleo temático caro al sociólogo británico es el carácter activo, reflexivo, de la conducta humana (Giddens, 1991: 17). Por eso rechaza la opinión que ve la conducta humana como resultado de fuerzas que los receptores ni gobiernan ni comprenden.

Dos conceptos, particularmente, nos servirán para esclarecer la forma en como entendemos al sujeto receptor en su dimensión individual: la conciencia práctica y lo que Giddens denomina “postura”. Ambos términos, además, tienen provechosas implicaciones cuando pensamos en la relación que los sujetos establecen con las obras de arte.

La noción de conciencia práctica la toma Giddens de Goffman y es un concepto íntimamente ligado con las ideas de reflexividad y rutinización. Los agentes humanos o actores —así llamados por la teoría de la estructuración— tienen como un aspecto intrínseco de lo que hacen, la aptitud de comprender lo que hacen en tanto lo hacen. Las aptitudes reflexivas del actor humano se incluyen en general de una manera continua en el flujo de la conducta cotidiana en los contextos de una actividad social. Pero la reflexividad opera sólo en parte en un nivel discursivo. Lo que los agentes saben sobre lo que hacen y sobre las razones de su hacer —su entendimiento como *agentes*— es transportado en buena parte por una conciencia práctica.

Una conciencia práctica consiste en todas las cosas que los actores saben tácitamente sobre el modelo de “ser con” en contextos de vida social sin ser capaces de darles una expresión discursiva directa. La significación de la conciencia práctica [...] se la debe distinguir tanto de la conciencia (la conciencia discursiva) como de lo inconsciente (*ibid.*: 24).

Desde un punto de vista estrictamente filosófico, podría objetarse quizá la inclusión de la experiencia estética dentro de la esfera rutinaria de las actividades regulares. Sin embargo, como abundaremos en el tercer capítulo, la dimensión estética de la vida social no es un reino exclusivo de las obras de arte canónicas. Por lo contrario, gracias a que lo estético está presente en la vida cotidiana a través de los códigos de cortesía, los hábitos culinarios, las expresiones de la cultura popular y “el formalismo” imperante en algunos mensajes transmitidos por los medios de

comunicación, es que reconocemos los rasgos de belleza, gusto y placer que parecen monopolio del trabajo artístico, al menos en su versión, diríamos, más sublime.

La rutina, afirma Giddens, es un elemento básico de la actividad social cotidiana. La repetición de actividades que se realizan de manera semejante día tras día, es fundamento material de la así llamada por el sociólogo "naturaleza recursiva de la vida social".

Finalmente, la teoría de la estructuración da un peso central al concepto de "postura" del cuerpo en encuentros sociales (y los procesos de recepción no son otra cosa). "El cuerpo adopta una postura en las circunstancias inmediatas de copresencia en relación con otros" (*ibíd.*: 25).

Postura, sí, asociada con el trabajo facial, los gestos y el gobierno reflexivo del movimiento del cuerpo, pero también como aquello referido a la serialidad de encuentros espacio-tiempo. "Cada individuo adopta de manera inmediata una postura en el fluir de la vida cotidiana; en el lapso de vida que es la duración de su existencia; y en la duración del tiempo institucional, la estructuración supra-individual de las instituciones sociales" (*ibídem*). Con ello ingresamos al terreno de mayor interés para una sociología de la experiencia estética, es decir, las dimensiones colectivas que intervienen en el proceso de recepción vividas por los individuos y, mucho más, las formas de estructurar socialmente lo recibido.

1.2.2. La dimensión colectiva

Aunque el acto de la recepción es, como mencionábamos, intransferible e individual, éste se dinamiza sólo en la interacción con otros. Quien recibe lo hace también adoptando papeles colectivos que comparte con otros individuos.

Zemelman y Valencia, en un artículo por lo demás sugerente (1997: 89-104), afirman que la realidad social es una síntesis del pasado y posibilidades del futuro en el presente: como *lo dado* que contiene *lo por*

venir. Por lo tanto, según ellos, los sujetos deben ser vistos, en su proceso de constitución, como condensadores de historicidad. Historicidad entendida como fruto del pasado y como presente que contiene las posibilidades del futuro.

El interés se coloca, bajo este enfoque, en lo que los autores llaman subjetividades sociales. Estudiar a los sujetos sociales obliga a concebir la realidad como movimiento, como proceso multidimensional y como síntesis de procesos temporales diversos (*ibíd.*: 91-92).

El receptor, más que una organización unificada, se expresa en una cierta identidad colectiva. Esto supone la elaboración compartida de un horizonte histórico común y la definición de lo propio —el nosotros— en oposición a lo que se reconoce como ajeno —los otros.

El colectivo, lejos de ser un agregado de individuos, se convierte en un espacio de reconocimiento común que trasciende a cada uno de ellos. Pero los individuos que se reconocen en esa identidad mayor, participan previamente en una compleja red de relaciones e interacciones —familiares, vecinales, sociales, políticas, etcétera—, las cuales no son ajenas a la constitución de una subjetividad compartida (*ibíd.*: 96).

Así, lo individual, lo familiar, lo comunitario, lo regional, etcétera, son ámbitos de cohesión no excluyentes que dan cuenta de la múltiple dimensionalidad del proceso de constitución de lo colectivo.

No sería posible aproximarse a un entendimiento del papel jugado por el sujeto en que están inmersos los procesos de recepción sin considerar el universo colectivo de los individuos, que no es una realidad dada y definida en términos de una estructura social y/o valorativa, sino más bien se constituye reconociendo sus propias posibilidades de realidad objetiva en su articulación con los diferentes planos (familia, grupo de familias, amigos, productores, etcétera).

A los niveles individual y colectivo, Zemelman y Valencia suman tres horizontes que revelan su utilidad para el estudio empírico de los procesos de recepción (véase *ibtd.*: 93-95).

El primero lo denominan "necesidad". Se refiere al sustrato más elemental de articulación entre lo objetivo —la carencia, la escasez— y lo subjetivo —la percepción de las necesidades y la forma de solucionarlas—, remite a la subsistencia y a la reproducción social. La necesidad, como noción que permite reconstruir lo dado y lo indeterminado en una situación estructurada, abre el rescate hacia las determinaciones —económicas, políticas, sociales, psicoculturales y estéticas— pero también hacia las rupturas con esas determinaciones.

En segundo término se encuentra la utopía entendida como una expresión de la subjetividad social que incorpora la dimensión futura como la potencialidad del presente. Es aquí en donde el imaginario social se despliega, formulando y reformulando la relación entre lo vivido y lo posible, entre el presente y el futuro. La utopía transforma el presente en horizonte histórico, mas no garantiza la construcción de nuevas realidades.

Por último, los autores consideran la noción de experiencia como el plano en el que se despliegan las prácticas colectivas; da cuenta de la objetivación del potencial, de la transformación de lo deseable en posible. El reconocimiento de opciones, la formulación de estrategias, las alianzas e iniciativas de los colectivos, su acción organizada, supone transformar las utopías compartidas en proyectos encaminados a dar una direccionalidad al presente.

Es preciso aclarar que precisamente por el entramado de horizontes explicado por Zemelman y Valencia, entendemos la interacción de receptores con los acontecimientos del mundo como colectiva antes que individual, o al menos nuestro interés está en lo que de social hay en la recepción.

La apreciación del significado de lo ofrecido al receptor no es un rasgo meramente individual sino socio-cultural. Por esta razón la propia categoría de "receptores" no habla de sujetos aislados aunque respondan individualmente al objeto de su recepción, sino de miembros de segmentos de público, agrupados según ciertas características socioeconómicas, culturales, de edad, de sexo, etnia y geográficas que los delimitan como tales.

Así como el significado específico de un mensaje responde a la intencionalidad de quien lo produjo, las apropiaciones individuales y colectivas de los receptores también corresponden a posiciones socioculturales. Aquí, por supuesto, y sobre todo en el caso del consumo de obras artísticas, no se habla de determinismo cultural sino de una serie de actos creativos que no obstante serlo, están situados dentro de lo socioculturalmente posible.

Dado que la realidad se construye socioculturalmente,¹⁰ desde el punto de vista del receptor la participación en los procesos que designa puede tener una cantidad de consecuencias importantes. De Fleur y Ball Rokeach (*op. cit.*: 187-195) intentan clasificar dichos efectos en función, primero, del establecimiento de significados para símbolos y metasímbolos que no hubieran sido previamente entendidos; por ejemplo, en la adquisición del lenguaje que realizan los niños.

Segundo, los significados pueden asimismo ser ampliados, es decir, pueden agregarse nuevas señales a las configuraciones de significados existentes para símbolos determinados.

Por otro lado, a través de la recepción se sustituyen nuevas configuraciones de señales para los significados previamente aprendidos. En general, la sustitución se refiere al enlace entre nuevas configuraciones de señales y un símbolo dado, eliminando así hábitos más antiguos de significado.

¹⁰ Véase Berger y Luckman (*op. cit.*).

Finalmente, la estabilización de significados es una importante consecuencia de la recepción humana. El uso repetido de palabras específicas y la consiguiente y repetida activación de sus respectivas configuraciones de señales, pueden reforzar los vínculos convencionalizados entre símbolos y sus referentes.

Establecer, ampliar, sustituir y estabilizar significados es probablemente la consecuencia principal de los procesos de recepción, ya que sin estas dimensiones sería difícil analizar el fenómeno sociológicamente.

Los significados específicos que se asocian con símbolos y metasímbolos particulares, como respuestas culturalmente definidas, dependen desde luego de la cultura particular en la que han sido socializados los receptores. Los significados que las personas asignan a ciertos aspectos particulares del mundo físico o social no son inventados por ellas, sino que son construcciones de la realidad aprendidas en la socialización dentro de cierta comunidad de lenguaje (*ibid.*: 188).

De ahí la importancia de ocuparse del receptor, en sus rasgos colectivos, a partir del vínculo entre significados personales, construcciones sociales de la realidad y conducta conformada en virtud de esas construcciones.

Un tema relevante del que no hemos hablado explícitamente es la conformación de los receptores como público. ¿Cuál es la estructura interna de un grupo de sujetos que se engloba como tal en la dinámica de la recepción mediante el reconocimiento de identidades?

En la vida social, los sujetos interactúan alrededor de mensajes que provienen de distintas fuentes de conocimiento. La significación dada a éstos puede favorecer determinados grados y clases de relaciones entre los receptores. McQuail (*op. cit.*: 30) habla de tres aspectos por los cuales los receptores pueden constituirse como un público. El primero tiene que ver con las condiciones de uso, donde puede fortalecerse el factor individual o

la orientación hacia lo social; segundo, el grado de participación y adhesión entre los receptores, que puede ser fuerte o débil; y tercero, las vivencias de los receptores tienden a una localización en la colectividad que corresponde con un determinado nivel de experiencia y vida social.

En suma, la recepción puede coincidir o no coincidir con la experiencia en el contexto del barrio, la comunidad local, la región o el país, y eso será determinante en la conformación de los grupos.

El receptor forma, por lo regular, tácita o materialmente, parte de un público amplio, comparte la experiencia con otros y responde a partir de sus determinaciones vitales y socioculturales. La constitución de grupos de receptores, empero, no excluye los factores de diferenciación social. Siempre habrá variedades en el interés, la atención, la percepción y el efecto que se corresponden con las diferencias sociales.

Llegados a este tema, cabe formularse una pregunta que, si bien será respondida en el capítulo tres, es pertinente hacerla ahora: ¿cuánto contenido y de qué clase se envía y de qué clase se recibe y por quién? Para responder necesitamos descripciones del contenido (por ejemplo, los mensajes con función estética) que sean al mismo tiempo descripciones de los receptores, puesto que éstos suelen definirse por aquello a lo que atienden.

Esto es relevante porque desde el punto de vista de la representación, aquello que recibimos puede ofrecernos una descripción del mundo centrada en los receptores o en el objeto aludido. En su estudio sobre los códigos gráficos del dibujo, John Willats (1994: 169-190) se ocupa del problema.

Ciertos sistemas de dibujo, por ejemplo la perspectiva, muestran la disposición de las aristas o de otros elementos tal como aparecen en nuestro campo visual (centrados en el receptor), mientras que algunos sistemas de dibujo describen la dirección de las aristas en el espacio real, independientemente de cualquier punto de vista concreto (centrados en el objeto). Entre los sistemas de denotación, algunos como el impresionismo,

muestran el color y la intensidad de los rayos de luz tal como nos llegan a los ojos (centrados en el receptor); otros, como los que emplean los dibujantes técnicos, usan líneas para representar rasgos objetivos, como cantos y esquinas (centrados en el objeto) (*ibíd.*: 189-190).

Willats aclara que pocas imágenes ofrecen representaciones del mundo puramente centradas en el receptor o en el objeto. La mayor parte de las imágenes (visuales, táctiles, olfativas, gustativas, auditivas) se encuentran en un término medio, y entre ellas están lo que podría llamarse “híbridos”: imágenes en las que, por ejemplo, la posición de las marcas viene determinada por un dibujo centrado en el receptor, como la perspectiva, mientras que los rasgos propios de la representación describen propiedades objetivas reales. Por el contrario, hay otros híbridos en los que el sistema de dibujo describe la situación de los elementos según marcos de referencia objetivos, mientras que las marcas describen efectos transitorios como reflejos de luz y sombras.

Y esto ocurre por la intervención de mediaciones (materiales, simbólicas, institucionales), que son las que se interponen entre los receptores y aquello que reciben.

1.3. Las mediaciones en el proceso de recepción

Nuestra exposición como receptores a los mensajes que circulan en la vida social no se reduce al momento que dura nuestro contacto con ellos, sino que transcurre a lo largo de un proceso mediado. Proceso dentro de otro proceso, toda forma de recepción está condicionada y a la vez influida (a esto nos referimos con mediación) por diversos elementos provenientes del receptor, las diversas instituciones sociales donde interactúa y las características propias de los mensajes en tanto realidad material y cultural productora de sentidos y significados.

De acuerdo a Orozco, la mediación es el “conjunto de influencias que estructuran el proceso de aprendizaje y sus resultados, mismas que

proviene tanto de la mente del sujeto como de su contexto sociocultural” (*op. cit.*: 43).

La relación con el mundo, por lo tanto, está necesariamente mediada. Si pensamos tan sólo en la interacción social, veremos que toda actividad se elabora con relación específica al comportamiento de otros. Hay recurrencias en la conducta que resultan exclusivamente del contacto directo entre personas. La interacción constituye así no sólo una de las primeras formas de mediación en la vida social, sino un pivote entre actividades, un complejo de regularidades normalmente manifestado en las opiniones y gustos así como en los valores y creencias grupales.

Lameiras y Galindo Cáceres (1994: 35) oponen el término mediación al de medio, pues la importancia está en las relaciones sociales antes que en los canales que las hacen posibles.

Las mediaciones sociales recuperan el campo de la comunicación pero asumiendo el campo de la vida social en su conjunto. La sociedad es un cuerpo de relaciones de sentido donde unos mensajes tienen efecto por la condición de otros. Y no sólo eso, todas las acciones de intención comunicativa, de participación de significados, de efectos discursivos, están dependiendo unas de otras (*ibidem*).

El universo de la mediación es esa condición previa y simultánea para que se lleve a cabo toda recepción. El sistema social que la rodea y le da sentido, como cualquier sistema, se caracteriza por la interdependencia de sus elementos. Un sistema es una totalidad en la cual el cambio en una parte afecta a todos los demás componentes.

Los procesos sociales ocurren gracias a la presencia de sistemas mediadores. “La mediación equivale al sistema de reglas y de operaciones aplicadas a cualquier conjunto de hechos o de cosas pertenecientes a planos heterogéneos de la realidad” (Serrano, 1978: 49).

Todas las instituciones normativas (culturales, políticas, científicas, profesionales) son mediadoras en los procesos sociales. La mediación introduce el sentido en el acontecer social e impone límites a lo que puede ser dicho y a las maneras de decirlo.

A su vez, los modelos de mediación ofrecen al sujeto receptor códigos, es decir, reglas de correspondencia entre significantes y significados que hacen posible la comprensión de los mensajes. En otras palabras:

Se puede hablar de mediación solamente cuando determinados significantes deben asumir determinados significados, y cuando para atribuir los segundos a los primeros, existe un código mediador. O cuando objetos del medio humano (materiales o inmateriales) van a ser relacionados con ciertos objetivos, a través de un proceso de interpretación de la realidad que dirige los comportamientos y las acciones, mediando siempre un proceso cognitivo. La determinación de los códigos mediadores ha constituido, y constituye, uno de los objetos más importantes de las ciencias sociales (*ibíd.*: 80).

Las mediaciones pueden tener un soporte material e incidir en la representación interna que nos hagamos de los objetos. Gombrich (1983) ha ilustrado con claridad cómo ciertas mediaciones que tienen que ver con la realidad material de un objeto determinan nuestra recepción del mismo. Por ejemplo, con la aparición de la instantánea fotográfica, el retrato se transformó, pues el problema del parecido de forma fue mucho más claro a como lo habían formulado las épocas anteriores. Con este desarrollo tecnológico, se atrajo la atención sobre la paradoja que representa apresar la vida en una imagen inmóvil o congelar el juego de los rasgos en un instante inmóvil del que nunca hubiéramos sido conscientes en el flujo de los acontecimientos.

Gombrich afirma que gracias a los avances en el campo de la percepción, somos más conscientes del papel decisivo que el flujo continuo de información desempeña en todo nuestro comercio con el mundo visible. "Así comprenderemos mejor en qué consiste lo que podríamos denominar la artificialidad del arte o, en otras palabras, el confinamiento de la información en indicios simultáneos" (*ibíd.*: 33). A lo que Gombrich se refiere es que si el primer objeto registrador del rostro humano hubiera sido la cámara cinematográfica y no el cincel, el pincel, o incluso la placa fotográfica, el problema que la sabiduría del lenguaje denomina "captar el parecido" nunca se habría impuesto a nuestra conciencia en tal medida.

Indudablemente, el artista o aun el fotógrafo no podrían superar nunca el letargo de la efigie estática si no fuera por esa característica de la percepción que en *Arte e Ilusión* describí como la "contrapartida del observador". Tendemos a proyectar vida y expresión en la imagen estática y a añadir, a partir de nuestra experiencia, lo que falta en realidad (*ibíd.*: 34).

Los mensajes que recibimos provienen de fuentes diversas que producen, reproducen y distribuyen conocimientos, en el sentido más amplio de conjuntos de símbolos que remiten significativamente al mundo de la experiencia. Estos conocimientos nos permiten dar sentido al mundo, conforman nuestra percepción de él y se suman al fondo de conocimientos anteriores lo mismo que a la continuidad de nuestra actual comprensión.

McQuail (*op. cit.*: 59-67) ofrece un esquema donde ilustra metafóricamente los sistemas de mediación que inciden en la experiencia de los receptores. Distintos universos se interponen *entre* nosotros y el objeto de nuestra recepción, pero también *entre* las demás personas con quienes compartimos la inmediatez espacio-temporal o más allá. Todos nuestros actos comunicativos están mediados y basta pensar en el

lenguaje como una forma metamediadora que filtra nuestros conocimientos y vivencias.

Una de las principales funciones de la vida social es aportar instrumentos de mediación que, como veíamos con Martín Serrano, son también espacios de decodificación. Entre los papeles que pueden jugar los sistemas mediadores, McQuail destaca algunos que amerita discutir con detalle.

No existe mediación inocente o desprovista de sentido, la que fuera representa una puesta en práctica de valores. Las mediaciones pueden ser una ventana abierta a la experiencia, ampliar nuestras posibilidades de visión del mundo material y social, o bien aportar una plataforma que haga posible la transmisión de opiniones y voces autorizadas.

Las mediaciones son vínculos interactivos que nos conectan con los demás y con la experiencia. Otras posibles formas de mediación, además de la de ventana abierta y plataforma, son las de control, señalización, filtros o pantalla o barrera. Esto significa que nuestro acceso a la experiencia no es nunca directo sino mediado.

La expresión gráfica que sirve a McQuail para dar cuenta metafóricamente de la mediación (*ibíd.*: 63) es la de un espacio rodeado por un arco: en uno de sus extremos se encuentra lo que es más lejano y poderoso y en el otro lo que está cerca y a la mano, en el sentido de cosas, vivencias y personas. En el primer extremo se localizan las grandes instituciones y los centros de poder de la sociedad y, más allá de éstos, el mundo que queda relativamente oculto o bien inaccesible.

En el segundo extremo se colocan los receptores como miembros de familias, asociaciones, organizaciones laborales y colectividades que presencian y viven las consecuencias de las actividades de las instituciones y de los cambios ambientales.

Son las instituciones sociales las encargadas de manejar los acontecimientos y las eventualidades de la realidad más alejada. El contenido difundido por ellas es el material que contienen y del que se

sirven los procesos de recepción. Las regulaciones a que son sujetas pueden ser formales o informales y se manifiestan a través de la política, la economía, el derecho, la educación, la familia, la religión y la cultura.

Los receptores se estructuran como públicos en función de los grupos y categorías sociales y esta estructuración puede explicarse por diversas influencias. Una de ellas son los grados distintos de interés, significación y accesibilidad con respecto a las igualmente diversas clases de contenido recibidos, de tal modo que la selección de los mensajes opera en virtud de la variedad de gustos, ciclos vitales, educación y marcos culturales en general. En segundo lugar, hay influencias económicas sobre la estructura de los receptores, que surgen de los distintos costos que los sistemas sociales tienen para el sujeto (por ejemplo, las diferencias entre procurarse una tarde en la ópera o en un concierto gratuito al aire libre, porque se dispone de la estructura financiera para ello). En tercer lugar, hay distinciones dentro de las estructuras sociales vinculadas con el lugar de residencia, la clase o la religión, entre otras, que explican pautas de acceso y uso de los mensajes recibidos.

En la práctica, las diferencias de gusto cultural (relevantes para comprender mejor la recepción estética) y de situación económica y social, están tan estrechamente interrelacionadas que no es posible esclarecer con nitidez los efectos de cada una de ellas.

Existe un contacto tanto directo como mediato entre nosotros como receptores y las instituciones de la sociedad, por fragmentario e incompleto que sea. También nosotros tenemos a veces vivencias personales sobre acontecimientos y cosas lejanas y poco accesibles, sea por azar o a propósito (*ibid.*: 67).

Esta última consideración de McQuail es nuclear porque, no obstante la importancia que en la tesis damos a las mediaciones institucionales, nuestras posibilidades de adquirir conocimientos y experiencias no están monopolizadas por las instituciones sociales, de las cuales nos ocuparemos con más detalle en la parte final de este capítulo.

El saber es resultado de procesos mediadores y la recepción es factible comprenderla como *intermediaria* y *mediadora*. Es *intermediaria* en varios sentidos: con frecuencia se interpone entre nosotros (los receptores) y el mundo de la experiencia situado más allá de la percepción y el contacto directos; a veces se sitúa entre nosotros y las instituciones con las que nos relacionamos (iglesia, Estado, justicia, industria, medios de comunicación, etcétera); y otras ocasiones proporcionan un puente entre esas mismas instituciones. Por otro lado, es *mediadora* cuando cumple las veces de un canal para que otros contacten con nosotros e incluso para que nosotros contactemos con otros, dado que nuestras relaciones con personas, objetos, organizaciones y acontecimientos están conformados por los conocimientos que adquirimos a través, precisamente, de la recepción.

Y aunque hasta este momento hemos señalado algunos rasgos y modalidades muy generales, es importante ahora ofrecer una posible tipología que dé cuenta con mayor formalidad y sistematización de las diversas formas de mediación en los procesos receptivos.

1.3.1. Tipos de mediación

Además de las características ya descritas, recurriré a la tipología propuesta por Orozco (*op. cit.*: 30-35) para clasificar las distintas formas de mediación y que considero particularmente útil para el caso de la recepción estética, a menudo referida sólo al orden sensorial.

Orozco habla de cinco grandes tipos de mediación, que adaptados a un análisis de carácter sociológico, se agrupan en materiales, cognoscitivos, culturales, situacionales o de referencia y estructurales o institucionales.

Las mediaciones materiales se refieren al marco concreto donde opera la recepción, esto es, al tipo de relación natural que se establece entre el sujeto y aquello que incorpora. Así, hay una mediación de carácter material distinta si veo un fresco en las bóvedas de una iglesia a si lo hago

a través de una reproducción impresa o digital; del mismo modo que acudir a un concierto o leer una partitura suponen dos formas no equivalentes de mediación.

Las mediaciones cognoscitivas “son aquellas que inciden en el proceso del conocimiento. Este proceso incluye tanto el procesamiento lógico de la información como la generación de creencias y su valoración afectiva” (*ibíd.*: 30). Por consiguiente, la adquisición del conocimiento no es meramente racional, como a menudo se considera, sino también emotiva y valorativa. Se conoce no sólo por una motivación intelectual, sino también y principalmente por una afectiva.

Orozco afirma que algunas teorías recientes de la inteligencia muestran cómo lo afectivo, lo racional y lo valorativo son inseparables en el proceso de conocimiento, pues la ausencia de uno de ellos impide que operen ciertos procedimientos intelectuales de asociación de ideas y comprensión de significados.

La cantidad y la calidad de la información, los conocimientos y las valoraciones que un sujeto receptor experimenta, median su recepción del mensaje en tanto que influyen, primero, en aquellos aspectos que son percibidos en general; segundo, en aquellos otros que son percibidos como relevantes; y, tercero, en las asociaciones posibles que resulten de lo percibido con lo anteriormente asimilado por el sujeto.

Si concebimos cultura como la

[...] estructuración de un macrosistema de elementos que interactúan dinámicamente y se organizan funcionalmente de acuerdo a fines — conscientes o no—, se supone que la interacción, el intercambio, la relación de los elementos del sistema, al mismo tiempo limitados y relacionados (sistema socio-cultural, sistema económico-político, sistema tecnológico-comunicativo, etcétera), indica una red de comunicaciones que implica códigos conducentes a la acción y a su interpretación

mediante indicadores, señales, signos y símbolos (Lameiras, Galindo, *op. cit.*: 22).

Esto significa que el proceso cognoscitivo no es sólo una combinación mecánica de los tres elementos arriba mencionados para el procesamiento de información nueva, sino que está a su vez mediado por la cultura.

La cultura determina el desarrollo específico de destrezas cognoscitivas particulares (capacidad analítica, deductiva, inductiva, etcétera), pues da prioridad al ejercicio de una sobre el resto, orienta el proceso global de conocimiento, sanciona lo que es apropiado y relevante conocer e indica las formas adecuadas de interpretación.

La relevancia de las preguntas que guían la curiosidad cognoscitiva del sujeto, así como el sentido de sus respuestas, en buena medida son condicionadas por la cultura o la subcultura concreta a la que pertenece. Esto es debido a que la relevancia de lo que se conoce no es una cualidad intrínseca de la información sino el producto de una asociación del sujeto cognoscente entre aquello que lo constituye como tal y su entorno. (Orozco, *op. cit.*: 31)

Orozco añade que, en lo concerniente a las mediaciones culturales, todavía resta contestar qué tanto es la cultura como tal o la subcultura específica en la que se desenvuelve el sujeto u otro tipo de mediaciones, lo que más directamente determina el proceso de recepción. Es una pregunta abierta a la investigación empírica. Basta por ahora no perder de vista que todo receptor es producto y miembro de una cultura y que ella está presente en sus interacciones sociales.

Las mediaciones de referencia tienen que ver con las diversas identidades del receptor: cultural, sexual, étnica, socioeconómica y hasta su procedencia geográfica. Todas ellas inciden diferencialmente en la interacción que el sujeto establece con cualquier mensaje.

Ser hombre o mujer tiene implicaciones específicas en el proceso de recepción en general. Los estudios de género tienen mucho que aportar a una sociología de la recepción desde este ámbito.¹¹

La pertenencia a una minoría étnica constituye otra mediación de referencia. Pertenecer a una cultura originaria no significa estar genéticamente condicionado para recibir de una u otra forma, pero la recepción *desde* una identidad específica tiene implicaciones en las concepciones y los juicios que sobre ello se forman los sujetos involucrados. En forma semejante, el estrato socioeconómico actúa como una mediación importante en los procesos receptivos.

Orozco (*ibid.*: 34) destaca que la ubicación y procedencia geográfica participan también como mediadoras. Basta pensar en las implicaciones culturales que tiene provenir del norte o del sur, pertenecer a un ambiente urbano o rural, ser de centro o periferia.

Por último, las mediaciones institucionales apuntan al papel jugado por el receptor en cuanto miembro de una familia, parte de un vecindario o de un grupo de trabajo. Asimismo como ya lo subrayamos por vía de McQuail, la educación formal y la confesión religiosa dan una dirección determinada a la manera como un sujeto interactúa, recibe, intercambia y produce sentidos y significados, en suma, se comunica.

Los mensajes de cada institución social son interrelacionados por el sujeto debido a su simultánea pertenencia a varias instituciones [...] Cada institución social tiene un espacio propio y es productora de sentidos y significados. Por decirlo en forma simple, la familia es el espacio del afecto y la cercanía; la escuela es un espacio académico y de disciplina, el trabajo es un espacio de producción; la iglesia es un espacio de meditación y reflexión (*ibid.*: 35).

¹¹ Al respecto puede consultarse la antología preparada por Flynn y Schweickart (1992) sobre la relación género-lectura en el caso de la recepción literaria.

Como acota Orozco, la coincidencia cognitiva entre las distintas instituciones sociales donde el sujeto participa no es común, en parte porque cada una tiene peculiaridades específicas y en parte porque son resultado de distintas evoluciones históricas, a la vez que objetos de variadas presiones políticas y económicas. Además, cada una persigue objetivos distintos. La no coincidencia puede tornarse, ocasionalmente, en franca competitividad por hacer valer los sentidos y los significados de una institución frente a otras.

La influencia de las instituciones sociales constituye entonces una mediación de los procesos receptivos, tanto como estos mismos procesos median en la interacción del sujeto con otras formas de vinculación y momentos. Las diversas mediaciones institucionales pueden ser anteriores, simultáneas o posteriores a la duración de un proceso receptivo particular.

Las instituciones sociales son productoras de sentidos y significados debido a que la realidad no es inteligible por sí misma. No es significativa *per se*, por lo que es necesario darle un "código" para poder aprehenderla. Son precisamente estas significaciones de la realidad en donde se aprecian las diferencias entre las distintas instituciones, a la vez que constituyen un ámbito de identificación del sujeto.

Cada institución social usa diferentes mecanismos para "significar" y para "hacer valer" sus propias significaciones. Por ejemplo, la familia apela al cariño y a la autoridad moral para influir sobre sus miembros. Los vecinos y el grupo de amigos emplean el recurso de la amistad, la fidelidad y la cohesión de grupo para reforzar sus propias significaciones. La escuela o el trabajo recurren al prestigio, la disciplina o la autoridad. La religión apela a la fe, al castigo, al premio, etcétera (*ibíd.*: 36).

La importancia del análisis institucional en la sociología, especialmente la norteamericana, está fuera de toda duda, pues ha

permitido el descubrimiento de hallazgos como los ahora comentados (véase sobre el particular a Mayhew, 1977: 31-38; Reiss, 1977: 70-88).

Nuestro interés en el enfoque institucional es porque, de acuerdo a la hipótesis de este trabajo, se pretende demostrar que la recepción estética no es un hecho natural y que buena parte de nuestras concepciones sobre “la perfección de la forma”, “lo sublime”, “la belleza”, “el placer” o “el sentimiento inefable” son producto de mediaciones institucionales.

Fieles a Schutz y su idea de que nacemos en un mundo ya interpretado, Berger y Luckmann amplían el significado que hasta ahora hemos atribuido a las mediaciones institucionales y nos sirve para comprender mejor la recepción estética.

Un mundo institucional, pues, se experimenta como realidad objetiva, tiene una historia que antecede al nacimiento del individuo y no es accesible a su memoria biográfica. Ya existía antes de que él naciera y existirá después de su muerte. Esta historia de por sí, como tradición de las instituciones existentes, tiene un carácter de objetividad. La biografía del individuo se aprehende como un episodio ubicado dentro de la historia objetiva de la sociedad. Las instituciones en cuanto facticidades históricas y objetivas, se enfrentan al individuo como hechos innegables. Las instituciones están ahí, fuera de él, persistentes en realidad, quíeralo o no: no puede hacerlas desaparecer a voluntad. (Berger; Luckmann, *op. cit.*: 82)

En este horizonte bordeamos ya el terreno filosófico. Hablar de recepción implica, como hemos visto, ocuparse de fenómenos comunicativos y de la naturaleza de los mensajes que se reciben. El siguiente capítulo intentará esclarecer la manera en como la sociología define el arte, que para nuestros fines es entendido como una función peculiar dentro de un tipo de mensajes igualmente singular en el terreno de la experiencia y el consumo.

Introducir un medio en los procesos receptivos tiene consecuencias importantes. Cuando se trata de la comunicación estética, las consecuencias son aún más relevantes porque el medio material forma parte de aquello que se enuncia.

El estudio del campo estético nos coloca en el peldaño enigmático de la recepción, sobre todo si pretendemos explicarlo sociológicamente, pues ¿cómo se puede estar seguro de la naturaleza de las experiencias receptivas de *cualquier* sujeto excepto de las de uno mismo?

La *naturaleza* de la experiencia receptiva es una cuestión filosófica por derecho propio. Los filósofos tienen la razón al interesarse por enigmas clásicos como “cuando digo que veo el color rojo y me dices que ves el color rojo, ¿tenemos la misma experiencia?” o “¿es el dolor una propiedad de unos estímulos negativos o una creación de la mente consciente?” Pero los *mecanismos* mediante los que los seres interpretan el mundo que los rodea (es decir, reaccionan adecuadamente ante cosas y acontecimientos) es, con toda seguridad, un tema abierto a la investigación empírica y no propiedad exclusiva de la estética (Blakemore, 1994: 101).

2. LA OBRA DE ARTE, EL JUICIO ESTÉTICO Y LA PRÁCTICA SOCIAL

En *Breviario de estética*, Benedetto Croce asentó su doctrina de la cosmicidad del arte. El interés del filósofo italiano era por trazar la idea de una representación artística donde se respirara la vida del universo todo; en lo más pequeño y singular se albergaría lo más grande y genérico, así como en la totalidad tendrían cabida las vidas más diminutas.

Cada representación artística es, en sí misma, el universo, el universo en aquella forma individual, aquella forma individual como el universo. En cada acento del poeta, en cada creación de su fantasía, está todo el destino humano, todas las esperanzas, todas las ilusiones, los dolores, las alegrías, las grandezas y las miserias humanas; todo el drama de lo real es perpetuo devenir, sufriendo y gozando (Croce, citado por Eco, 1989: 137).

De esta forma, el arte se revela como un medio fundamental de orientación, nacido de la necesidad que el hombre tiene de comprenderse a sí mismo y al mundo en el que habita. Es probable que muchos de los otros fines que sirven al arte dependen, en gran medida, de esta función cognoscitiva básica.

No es propósito de este capítulo revisar las distintas corrientes teóricas y filosóficas sobre el concepto 'arte'; ese esfuerzo hercúleo escapa a nuestros objetivos. Sólo se abordarán las líneas de reflexión explícitamente relacionadas con la recepción estética. En el lenguaje académico, la palabra 'receptores' apunta hacia fenómenos de comunicación. En un esquema muy simple suele hablarse de emisores, mensajes, receptores, medios y canales. Dado que en este trabajo el énfasis se coloca en el receptor, importan, sobre todo, el objeto que "se da o envía" y los procesos (referidos al pensar y al hacer) que apelan a quien recibe.

El arte, las obras de arte más concretamente, constituye un universo simbólico que ordena la historia y ubica todos los acontecimientos colectivos dentro de una unidad coherente que incluye el pasado, el presente y el futuro. Con respecto al pasado establece una “memoria” estética (materializada en los trabajos canónicos, por ejemplo) que comparten todos los individuos socializados dentro de la colectividad. Con respecto al futuro, establece un marco de referencia común para la proyección de las acciones individuales. De esta manera, el universo simbólico vincula a los hombres con sus antecesores y sucesores en una totalidad significativa, que sirve para trascender la finitud de la existencia individual y es capaz de adjudicar sentido a la muerte del individuo.

Como han visto Berger y Luckmann (*op. cit.*: 133), los universos simbólicos proporcionan una amplia integración de los procesos institucionales aislados.

Toda la realidad social es precaria; todas las sociedades son construcciones que enfrentan el caos. La constante posibilidad del terror anómico se actualiza cada vez que las legitimaciones que oscurecen la precariedad están amenazadas o se desploman. El temor que acompaña a la muerte de un rey, especialmente si acaece con violencia repentina, expresa este terror (ibid.: 134).

El arte ocupa un lugar privilegiado dentro de estos procesos de simbolización, pues nos salva de la inmediatez y nos vincula con distintas esferas de la experiencia. La palabra ‘arte’, sin embargo, tiene una amplia variedad de significados.¹ Si nos conformamos con decir que arte es todo aquello ante lo cual reaccionamos estéticamente, estamos obligados a dar cuenta y fundamento de esa nominación adjetiva.

¹ Véase para una revisión exhaustiva Fernie (1995), Furió (2000), Calabrese (1995), Zolberg (1990) y Gennari (*op. cit.*).

Los problemas de orden teórico y metodológico para una definición son diversos, pero no lo son menos los de carácter histórico, porque lo que el presente denomina hoy 'arte', no es o no era necesariamente considerado así en otras culturas y en otros tiempos. De hecho uno puede ir más allá y afirmar que el contenido de dicha palabra en las postrimerías del siglo XX, o en los albores de este nuevo milenio, representa una visión minoritaria entre las culturas humanas. Por ejemplo, mientras un retablo italiano del siglo XV puede en parte haber sido valorado por razones similares a las que es exhibido en una galería actualmente, también fue en aquel entonces un objeto práctico que cumplía una función social concreta.²

Este segundo capítulo se divide en tres subapartados. El primero está orientado a definir el mensaje estético desde una perspectiva estructural, adecuada para nuestros fines pues se funda, además de en la naturaleza de los códigos formales de las obras, en aquello percibido —o mejor, recibido— por el sujeto. Las líneas de reflexión parten de las consideraciones de Roman Jakobson, Charles Morris, Umberto Eco y Abraham Moles.

Posteriormente abordamos las características de los juicios que emanados de los receptores, los llevan a afirmar que una obra es bella o les causa placer.³ En este terreno, la autoridad de la *Crítica del Juicio* de Kant está fuera de toda duda. La fuerza arquetípica de este libro para estetas, historiadores y sociólogos es central, ya sea en la aserción o en el rechazo.

Finalmente, del juicio transitamos a la práctica social. Cruzar este umbral nos lleva a investigaciones que, desde el terreno de la sociología, se

² Para mayor profundidad sobre este tema consúltese Belting (1987; 1994) y Wollheim (1972).

³ Concepto problemático por antonomasia, la dificultad de definir términos como 'belleza' y 'perfección', tan ligados a la experiencia estética, se debe a que su referente suele perderse, lo mismo que su localización social. 'Belleza' puede connotar simplicidad austera en un tiempo y lugar, y exhuberancia ornamental en otra. 'Perfección', un atributo no necesariamente relacionado con belleza, representa también significados antitéticos: fidelidad mimética a la naturaleza, por una parte, y artificialidad, por el otro.

oponen a la tradición kantiana pero finalmente lo hacen en abierto diálogo con ella. Aunque nos referiremos a autores diversos, la columna vertebral de este apartado recae en las aportaciones de Pierre Bourdieu al campo, en especial el libro *La distinción*.⁴

Si en el primer capítulo nos avocamos a desentrañar las líneas generales de los procesos receptivos, en esta parte pretendemos hacer lo propio pero en el caso de la definición concreta de uno entre los múltiples objetos de recepción de la vida social: la obra de arte.

2.1. Delimitación del objeto estético

En su célebre libro sobre la experiencia estética, Mikel Dufrenne compara el carácter estético de una obra de arte con la firma de un individuo: “De la misma forma como nosotros identificamos a un sujeto por un cierto aire que su firma tiene, que además no puede determinar exactamente otro signo, así la obra de arte irradia una cierta cualidad por la cual es animada en forma absoluta, aun si nosotros no podemos delimitar esta cualidad con exactitud” (Dufrenne, 1982: 326-327).

En otro contexto, Harold Osborne (1986: 331) plantea que un objeto estético es cualquier cosa hacia la cual la atención estética es dirigida, o bien cualquier cosa que esté especialmente bien adaptada para evocar y sostener el interés estético. Bajo la primera definición, pero no bajo la segunda, cualquier cosa puede tener la ocasión de ser un objeto estético, desde el aroma de una rosa al repulsivo sonido de la última gota de agua que cae de la llave.

Ahora bien, si la obra de arte es cualquier artefacto que se adapta para evocar y sostener la atención estética o cualquier artefacto producido con la intención de generar la capacidad para evocar y sostener la atención

⁴ Por supuesto, Bourdieu, no obstante su innegable originalidad, escatimador de una tradición junto con Georg Simmel, considera el arte como un aspecto de las relaciones sociales interpersonales, como una forma de las relaciones entre los individuos y los modelos de comunicación que mantienen, estructuran y reestructuran esas relaciones. Véase al respecto Sibermann (1971: 20).

estética, una bella teoría científica o matemática es una obra de arte bajo la primera definición pero no bajo la segunda. Ello significa, de acuerdo a la primera concepción, que una experiencia es estética si (a) es preponderantemente receptiva (es decir, la capacidad de aprehender intuitiva o cognitivamente una estructura compleja como una pintura, una composición musical, una obra literaria o una teoría científica) y (b) la recepción es apartada de sus funciones prácticas y teoréticas habituales y es ejercida para su propio fin.

Este último punto es justo el importante para la teoría estructuralista representada por Morris y Jakobson, quienes se preguntan qué hay en un sistema de signos que me induce al placer estético.

2.1.1. La perspectiva semiótica

Uno de los pioneros en ocuparse, desde un enfoque semiológico, de las estructuras que sostienen el valor estético de una obra fue Charles Morris (1939). Para él, como después para Jakobson, el signo estético depende de la materia que lo constituye. Sin embargo, la obra de arte no es únicamente el objeto, no se agota en él, sino que es el producto de una interpretación.

Morris utiliza el término 'obra de arte' en dos sentidos: uno, refiriéndose al vehículo material; y dos, al designar la función representativa de este vehículo, que está condicionada por la interpretación. "La obra de arte en estricto sentido (por ejemplo, el signo estético) existe solamente en un proceso de interpretación que puede ser llamado recepción estética" (*ibíd.*: 132).

Como han visto Calabrese (*op. cit.*: 78-82) y Romano (1982: 39-44), Morris distingue, respecto al mensaje artístico, entre los signos icónicos y los signos no icónicos: los primeros son semejantes, tienen propiedades en común con lo que significan; los segundos no las tienen. Por lo tanto, son signos icónicos las fotografías, los modelos, las representaciones, pero también las descripciones verbales que evocan una imagen, mientras que

no lo son los signos lingüísticos que sirven para indicar las cosas y las cifras que indican cantidades.

Cada signo cumple la función de transmitir alguna cosa y de referirse a alguna otra: tiene, pues, *designata* y *denotata*. El signo estético se caracteriza por tener *designata* y no *denotata*, y el objeto artístico por poseer signos icónicos que significan propiedades de valor.

Esta posición es polémica pues cuando Morris afirma que la obra de arte está constituida por signos icónicos, habría que analizar si se refiere al hecho de que la obra represente (y denote) alguna cosa desde el punto de vista de la referencia a objetos del mundo real. El mismo Morris niega tanto que la obra se refiera a algo que no sean los valores, como que sea una mezcla de signos (suma de referencias a objetos). Así, la obra de arte es globalmente un signo (un signo estético) que nos transmite un valor.

En este caso, el concepto 'ícono' es más bien metafórico y se refiere a que cualquier discurso estético es icónico en la medida que siempre crea "imágenes" y no enunciados declarativos o asertivos.

Finalmente, Morris (1974) propone una distinción entre discurso estético, o sea, el discurso que instauro la obra de arte misma, que es capaz de comunicar, si bien en una forma diferente que los otros objetos; y el discurso de la estética o de la crítica. Este último no es, de ninguna manera, un discurso estético, porque se subdivide en análisis estético (discurso sobre la obra y sobre su lenguaje, intentando definir qué es la obra o qué quiere decir la obra), o en juicio estético (es decir, un discurso evaluativo sobre la obra en relación a cómo el público la disfruta o cómo el público la lee).

Las últimas dos partes de la crítica estética difieren del discurso estético precisamente porque son códigos muy diferentes: el análisis estético es un "discurso científico" (Morris, 1985: 37); es decir, un discurso que pone en evidencia las relaciones entre los signos y los objetos indicados. El juicio estético, en cambio, es un discurso tecnológico, un discurso que subraya la eficacia de los signos en el uso práctico de quien

los utiliza. De esta forma, Morris ubica tres formas discursivas diferentes del signo estético: el arte como un discurso estético; el análisis estético como discurso científico y el juicio estético como discurso tecnológico, o en sus propios términos: semántica, sintaxis y pragmática (Morris, 1963: 74).

Roman Jakobson (1988: 32-39), por su parte, se propuso definir las funciones del lenguaje y, más particularmente, las de los mensajes comunicativos, entre las cuales ubicó la función poética o estética. A saber, señaló las siguientes: referencial, emotiva, imperativa, fáctica, metalingüística y estética. Esta última tiene lugar cuando un mensaje se estructura de manera ambigua y se presenta como autorreflexivo, es decir, cuando pretende atraer la atención sobre la propia forma.⁵

Jakobson aclara que en un mensaje pueden manifestarse todas las funciones, pero cuando la función estética ocupa un lugar predominante y organizador de la estructura, hablaremos de obras de arte propiamente dichas.

La palabra función, tal y como aquí se emplea, no remite al universo de los efectos sino al de las modalidades ¿Qué produce en tal o cuál caso el mensaje estético?, ¿cuáles son sus rasgos característicos?, ¿cómo se articula formalmente?, ¿qué relaciones establecen entre sí las partes constituyentes de los códigos para generar un mensaje con función poética? El modelo de análisis propuesto por Jakobson para responder a estar interrogantes es la Poética.

El término 'poética' remite a una serie de preocupaciones presentes en el pensamiento europeo desde Aristóteles, quien así tituló el libro en el que formula una teoría relativa a las propiedades de ciertos tipos de discurso literario. Este punto de partida sufre un giro fundamental en 1958 con la célebre conferencia *Linguistics and Poetics*, dictada por

⁵ Ambigüedad porque todo mensaje estético es extremadamente informativo y prepara para numerosas selecciones alternativas, mismas por las cuales despierta la atención sobre como está hecho, es decir, exige un esfuerzo interpretativo. Autorreflexividad porque cada juego de diferencias y oposiciones en el nivel de la forma se corresponde con el nivel de los significados y las ideas evocadas.

Jakobson en el marco de un congreso convocado por la Universidad de Indiana para tratar el concepto de estilo en distintas disciplinas.

La Poética contemporánea así vista, dejó de ser un conjunto de reglas, de convenciones o de preceptos, concernientes a la composición de los poemas líricos y dramáticos, o bien a la construcción de versos, para constituirse en una disciplina que no tiene por objeto la literatura, sino "la literariedad, es decir, lo que hace de una obra dada una obra literaria [...] cómo el lenguaje de la comunicación ordinaria se transforma en arte verbal" (Todorov, 1975: 20), excluyendo toda consideración de orden biográfico, genético o valorativo. El objetivo principal de la Poética es, entonces, responder a la pregunta "¿qué es lo que hace que un mensaje verbal se convierta en una obra de arte?" (Jakobson, *op. cit.*: 28).

La aspiración de Jakobson era, sin embargo, extender sus hallazgos a otros campos que no fueran los lingüísticos. La Poética se convertiría en el modelo de investigación para toda clase de signos, es decir, "un estudio semiótico de la comunicación con función estética" (Eco, 1989: 152).

Así, un mensaje estético es aquel que se estructura de manera ambigua, teniendo en cuenta el sistema de relaciones que el código representa. En otras palabras, el mensaje artístico exalta sus características estructurales y formales al exhibir la técnica de su constitución. El meticuloso cuidado sobre la forma, la atención a los ritmos y a las recurrencias son rasgos del régimen poético.

La postura inaugurada por Jakobson supuso una ruptura con las tradiciones esencialistas e impresionistas de la obra de arte. Como afirmara Arnheim (1986: 267), "la creación de belleza plantea problemas de selección y organización". Perceptualmente, una obra madura refleja un sentido de la forma altamente diferenciado, capaz de organizar los varios componentes de la imagen en un orden compositivo comprensible. Pero la inteligencia del artista se manifiesta no sólo en la estructura de la configuración formal, sino igualmente en la profundidad de la significación transmitida por esa configuración.

En *Cristo de Emmaus* de Rembrandt, la sustancia religiosa simbolizada por la historia bíblica se presenta por medio de la interacción de dos agrupamientos compositivos. Uno de ellos se centra en la figura de Cristo, que se sitúa simétricamente entre los dos discípulos. Esta disposición triangular queda subrayada por la arquitectura igualmente simétrica del fondo y por la luz que irradia desde el centro. Muestra la jerarquía tradicional de los cuadros religiosos que culmina en la figura divina. Sin embargo, el artista no ha permitido que esta configuración ocupara el centro de la tela. El grupo de figuras se desvía un tanto hacia la izquierda, dando lugar a un segundo ápice creado por la cabeza del joven sirviente. El segundo triángulo es más agudo y también más dramático por su falta de simetría. La cabeza de Cristo ya no domina, sino que se ubica del lado descendente. El pensamiento de Rembrandt adopta asombrosamente, en la forma básica de la pintura, la versión protestante del Nuevo Testamento. La humildad del Hijo de Dios se expresa en la composición no sólo en la ligera desviación de la cabeza a partir del eje central de la pirámide, por lo demás simétrica, que constituye el cuerpo; Cristo aparece además subordinado a otra jerarquía que tiene su más alto punto en la figura más humilde del grupo, esto es, la del sirviente (*ibíd.*: 281-282).

El análisis ejemplar de Arnheim sirve para ilustrar la correspondencia entre significativo y significado de los mensajes estéticos. En las obras de arte, de acuerdo al estructuralismo jakobsoniano, la forma ya es contenido, el significativo es significado. En el caso de la pintura de Rembrandt, el esquema compositivo básico, a menudo considerado un recurso puramente formal para lograr una disposición placentera, es de hecho el portador del tema central. Presenta el pensamiento subyacente mediante una geometría altamente abstracta, sin la cual la historia contada con realismo no hubiera pasado de una mera anécdota. "La obra de arte constituye un juego mutuo entre visión y pensamiento. La

individualidad de la existencia particular y la generalidad de los tipos se unen en una imagen. Percepto y concepto, animándose y esclareciéndose entre sí, se revelan como dos aspectos de una única y misma experiencia" (*ibíd.*: 286).

2.1.2. Los niveles de información del mensaje estético

A partir de Jakobson, Umberto Eco (*op. cit.*: 137-155) acuña el término de *idiolecto* como una forma más rica de comprender la complejidad de los mensajes estéticos. Si la función poética "actúa como violación a la norma (y la estructuración ambigua respecto al código no es otra cosa) todos los niveles la violan siguiendo la misma regla. Esta regla (este código de la obra) es un *idiolecto* por derecho propio (definiendo el *idiolecto* como el código privado e individual del hablante)" (*ibíd.*: 144).

Los niveles de los que habla Eco se refieren a los distintos tipos de información que el mensaje estético puede ofrecernos: el nivel de los soportes físicos, el nivel de los elementos diferenciales del eje de selección, el nivel de las relaciones sintagmáticas, el nivel de los significados denotados, el nivel de los significados connotados y, por último, el nivel de las expectativas ideológicas. Todos los niveles son definibles en relación a un solo código que los estructura a todos: el *idiolecto*.

Cada *significante*, añade Eco, se carga de numerosos significados, más o menos precisos, no a la vista del código de base (que en realidad es *infringido*), sino a la luz del *idiolecto* que organiza el contexto, y a la luz de otros *significantes* que reaccionan uno con otro, como para buscar el apoyo que el código violado ya no ofrece. De esta manera, la obra "transforma continuamente sus propias denotaciones en connotaciones, y sus propios significados en *significantes* de otros significados" (*ibídem*).

¿Qué significa afirmar que los mensajes estéticos llaman la atención del espectador sobre cómo están hechos? En opinión de Eco, hablamos de mensajes que nos mantienen en vilo entre información y redundancia, que me impulsan a preguntarme qué quieren decir, mientras, entre las brumas

de la ambigüedad, entreveo algo que, en su origen, dirige la descodificación; así comienzo a examinar cómo está hecho.

Por eso los significantes, en un mensaje estético, adquieren significados adecuados solamente en la interacción contextual. Si alteramos un elemento del contexto, los demás elementos pierden su valor. Igualmente, "la materia de que están hechos los significantes no es arbitraria respecto a sus significados y a su relación contextual: en el mensaje estético incluso la substancia de la expresión tiene una forma" (*ibíd.*: 140).

Como puede apreciarse, la naturaleza primordial del idiolecto es su singularidad e irrepetibilidad. En términos de Aubrun (1999: 218), un poema que puede ser parafraseado con exactitud pierde algo de su derecho para ser poesía, y en la medida que el estilo de un pintor o un compositor es reducido a una fórmula, el carácter estético de los mismos también disminuye.

La obra estética cuestiona el código de base, pero también lo potencia. Al "poner de manifiesto repliegues insospechados, sutilezas ignoradas" (Eco, *op. cit.*: 153), la obra de arte nos obliga a pensar en el código que ya ha sido reestructurado e integrado al mensaje. De ahí la extrañeza que nos motiva la lectura, la visión, el sonido o el movimiento de un poema en el más amplio sentido de la palabra.

Sin embargo se revela una paradoja: primero, pareciera imposible reconocer estructuras formalizables en ese intrincado juego de reenvíos y combinaciones entre todos los niveles de codificación que pone en marcha la obra de arte; segundo, la función poética no es reducible a una medida cuantitativa; y tercero, los mensajes de este tipo presentan un elevado índice de connotación.⁶

⁶ Algo semejante, aunque desde una perspectiva distinta, admite Adorno en su *Teoría estética* (1983: 14): "El arte niega las notas categoriales que conforman lo empírico, sin embargo, oculta un ser empírico en su propia sustancia. Aunque se opone a lo empírico en virtud del momento de la forma y la mediación de la forma —y el contenido no se puede captar sin hacer su diferenciación— con todo hay que buscar de alguna manera la mediación en el hecho de que la forma estética es un contenido sedimentado."

¿Callejón sin salida? Eco responde que negarse a una aproximación rigurosa para entender la lógica de los mensajes estéticos, sería una renuncia al conocimiento digna de mejor causa. Si las obras de arte no comunicaran, como es evidente que sí lo hacen, resultaría imposible reconocer cualquier tipo de estructura semántica que organizara, regulara y vinculara sus formas y contenidos; además, el receptor tendría que no reconocer nada en absoluto si la obra de arte conservara un código hermético inaccesible para cualquiera. Por lo tanto, aunque el poema disloca las estructuras de los códigos de uso, ello no significa su anulación o desaparición. La obra estética crea conexiones inexistentes y, al hacerlo, enriquece las posibilidades del código.

Esto es incluso verificable en los casos del arte abstracto o la música serial, que pueden llevar al incauto a los límites de lo soportable al reclamar de él una intensa cooperación interpretativa. Pero hasta en las obras de vanguardia hay un nivel de representación que tiene origen en códigos de uso, aunque éstos sean transgredidos.

Como demostrara Gombrich en *Arte e ilusión* (1982: 104), la representación pictórica nunca es, ni en los casos de "realismo" más aparente, una adecuación a las cosas sino una ilusión. Uno de los ejemplos más famosos es la demostración de cómo los cuadros de Constable, que hoy son vistos como "naturalistas", en la época de su realización eran, en realidad, incomprensibles (es famosa la anécdota de Napoleón III que, tras visitar una exposición del artista, agredió contra una no más definida que "cosa verde"). La llamada representación pictórica está determinada por convenciones, por normas que organizan la percepción haciéndola pertinente y luego transfiriéndola técnicamente en un lenguaje.

Por su parte, Moles (1976), a través de los fundamentos de la teoría de la información, afirma que todo mensaje está constituido por una secuencia de elementos que transportan una información medible en proporción a la originalidad del mensaje y al nivel de imprevisión.

Para ser inteligible, un mensaje también debe estar estructurado en forma redundante,⁷ de modo que en el repertorio de elementos que están a mi disposición, no puedan introducirse elementos que no forman parte del mensaje y que, por lo tanto, no son significativos.

La información, entonces, está reducida por la redundancia, por los elementos de orden impuestos a la misma probabilidad general del repertorio a disposición y por la codificación. Si frente a un mensaje el receptor tuviera que encontrarse en condiciones de conocer precedentemente la estructura de dicho mensaje, la información sería igual a cero (*ibid.*: 210-211).

¿Qué sentido tiene, entonces, hablar de información y de originalidad en el caso de una obra de arte que ya se ha oído o visto? O en palabras del propio Moles, “¿por qué merece la pena ver una y mil veces la *Gioconda* en copia o en original?, ¿cuál es, pues, la información que nos proporciona el mensaje ‘conocido’ previamente?, ¿cómo puede provocar reacciones si ya se lo conoce?” (*ibid.*: 212).

Por eso el autor diferencia dos tipos de información (*ibid.*: 215-218): semántica y estética; la primera rigurosamente utilitaria y preparatoria de la acción; la segunda antiutilitaria, no intencional, no traducible a otros canales y preparatoria de estados de ánimo. Pero ambas modalidades están siempre juntas, aunque su proporción sea variable e inversa. Es sobre esta base que Moles redefine el concepto de originalidad y comprensibilidad de la obra.

El teórico propone incluso un modelo (*ibid.*: 236-237) en el que grafica las diferentes relaciones que intervienen en las estructuras de los mensajes sonoros corrientes: el fonético y el musical.

⁷ Es singular la coincidencia de Moles en este tema con Gadamer, quien siempre se manifestó opuesto a las aproximaciones de orden cuantitativo. En *La actualidad de lo bello* (1991: 48), Gadamer afirma: “El arte es ‘posible’ porque, en su hacer figurativo, la naturaleza deja todavía algo por configurar, le cede al espíritu humano un vacío de configuraciones para que lo rellene.” Véanse también Lotman (1978; 1990) y Bense (1960; 1972).

El objetivo ontológico que persigue la obra de arte consiste precisamente en dar al receptor “un poco demasiado” de información y “un poco demasiado” de originalidad, lo que se llama la riqueza perceptiva de la obra de arte, pero ese “demasiado” ha de configurarse de manera cuantitativamente moderada (*ibíd.*: 265).

Finalmente, Moles coincide con la mayoría de los autores estructuralistas en afirmar que la obra de arte trasciende toda codificación memorizable debido a la extensión misma del campo de libertad de la información estética: si bien es admisible que la información semántica de la obra pueda extraerse hasta el agotamiento y eventualmente memorizarse, parece que lo peculiar de la obra de arte consiste en trascender, gracias a su riqueza, la capacidad de percepción del individuo.

Una sinfonía, una obra pictórica, una película o un dibujo animado, son mensajes de riqueza informativa prácticamente ilimitada ante la dotación perceptiva del ser humano, “quien ha de recurrir a la recepción repetida para reducir la originalidad y asimilar una parte notable de la información que contienen estas obras, y en cualquier caso para concentrarla de tal modo que pueda asimilar su percepción” (*ibíd.*: 274).

No pocas críticas se han generado en torno al paradigma estructural, calificado de inmanente y ajeno a la pragmática de la recepción. En el tercer apartado de este capítulo nos ocuparemos de algunas concepciones de la obra de arte desde el horizonte de las prácticas sociales. Por lo pronto cabe recordar la opinión al respecto de Silbermann (*op. cit.*: 28), quien reconoce las aportaciones de la psicología, el psicoanálisis, la estadística y “una estética sociológica fundada sobre la antropología estructural creada por Claude Lévi-Strauss, que ha efectuado investigaciones con detenimiento y gracias a su rigor científico ha dado seguramente resultados notables, pero que siguen estando centradas esencialmente en el productor, la producción y sus procesos.”

Sin embargo, antes de acceder a los enfoques más apreciados por Silbermann, es preciso adentrarse en los laberintos internos del sujeto e indagar sobre los principios del juicio estético.

2.2. La *Crítica del Juicio*

Jauss lamenta, en *Experiencia estética y hermenéutica literaria* (1992: 14), que ni Aristóteles ni Kant hayan fundado una tradición en la teoría filosófica-estética dentro del pensamiento occidental de la misma forma a como lo hicieron Platón y Hegel. Sin embargo, la *Crítica del Juicio* kantiana ha sido la principal fuente de inspiración para la filosofía de la recepción estética y, en consecuencia, una buena parte de sus planteamientos interesan a la sociología del arte, con la que el libro de Kant mantiene una relación a veces silenciosa y otras polémica.

La *Crítica del juicio* —la tercera de las *Críticas* de Kant— trata precisamente de la vida sentimental. Kant la escribe entre 1789 y 1790. Han pasado veinticinco años desde la publicación de sus apuntes reunidos en *Observaciones sobre el sentimiento de lo bello y lo sublime*, donde refleja su visión juvenil sobre el tema.

Las páginas de su *Crítica del Juicio* representan un decidido retorno hacia las concepciones propias del siglo XVIII. La belleza como armonía y orden tal como la describe Shaftesbury, la belleza como perfección tal como la define Leibnitz, y la misma *perfectio perfectionis sensitiva* que Baumgarten expone en su obra, constituyen tres definiciones en las que la belleza se considera una condición objetiva del mundo que se percibe por medio de la razón humana. (Gennari, *op. cit.*: 119)

En efecto, Gennari sitúa el libro de Kant como parte de las consideraciones histórico-críticas que desde el siglo XVIII y hasta nuestros días, postulan el término 'gusto' como una facultad humana concreta, la de juzgar el sentimiento. El gusto, concebido como criterio aseverativo del juicio estético, opera para el siglo XVIII en el interior de los "objetos" del

sentimiento, de los que se posee una percepción obtenida por absorción de todo el contexto social. "Shaftesbury hablará de *sensus communis*. Kant aludirá a una especie de participación sensitiva, a una 'satisfacción' que une a todos los individuos" (*ibid.*: 95).

En palabras de Cassirer (1993: 361), la investigación kantiana no trata de abstraer la regla partiendo de cualesquiera objetos dados —es decir, en este caso, de ejemplos y modelos dados—, sino que investiga las leyes originarias de la conciencia sobre las que necesariamente descansa toda *concepción* estética, toda calificación de un contenido de la naturaleza o del arte como 'bello' o como 'feo'.

No es mi pretensión discutir las implicaciones filosóficas de la obra kantiana (impulso que rebasa mi formación, posibilidades y, sobre todo, los objetivos de esta tesis), sino simplemente exponer aquellos tópicos de la *Crítica del Juicio* relevantes y pertinentes para la sociología de la recepción estética que aquí esbozamos.

Lucy Carrillo (1999: 99) hace una lectura fascinante del texto kantiano, en el que subraya un hallazgo poco explorado. Si, como quiere Kant, hay belleza únicamente para un *animal rationis capax*, es algo que permite explicar que el sentido común estético no sea otra cosa que la disposición en los humanos para la cultura.

Lo que gana precisamente Kant en la *Crítica de la facultad de juzgar* es hacer ver y legitimar otra manera de ser de la racionalidad humana; nos hace volver la vista hacia otro aspecto de lo que constituye la racionalidad de nuestra condición humana, lo que destaca a cada cual en su ser humano y permite comprender por qué el ser humano es el fundamento propio y el objeto de la filosofía (*ibid.*: 105).

Las condiciones que Kant considera decisivas para la explicitación del sentido peculiar que constituye un juicio de gusto son: la complacencia desinteresada, la pretensión de universalidad, la forma estética como

conformidad subjetiva con un fin determinado y la exigencia condicionada de esa complacencia a cada cual.

La búsqueda es por encontrar la validez de los juicios de gusto. Juicios tales como “este acto valeroso me conmueve”, “este plato es sabroso”, “esta melodía es hermosa”, son juicios estéticos que, en cuanto tales, predicen un modo de sentir algo o de sentirse a uno mismo respecto de algo. Un juicio de la forma “este *x* es bello” expresa, a través de ese predicado de belleza, una peculiar complacencia que debe cumplir, para Kant, ciertas condiciones de universalidad y necesidad también peculiares. “No se trata aquí de universalidad y necesidad que puede tener una proposición referida al conocimiento o a la moralidad, sino de la que debe concernir a una complacencia que es comunicable y que es válida para cada cual” (*ibid.*: 102).

Por otro lado, según Kant, lo distintivo del juicio de gusto es su carácter reflexivo. Se trata de que mi complacencia en lo bello sea complacencia en el acto de enjuiciar —en el juego libre de mis facultades—, y no placer en el objeto mismo. La importancia decisiva que Kant piensa como “clave de la crítica del gusto” (Kant, 1991: 218), consiste en el análisis que lleva a cabo del carácter reflexivo de los juicios de gusto. Decisivo, entonces, no sólo para el concepto de belleza natural del que se sirve Kant como ejemplo prototípico de lo bello, sino también para el arte: “La universal comunicabilidad de un placer lleva ya consigo, en su concepto, la condición de que no debe ser un placer del goce nacido de la mera sensación, sino de la reflexión, y así, el arte estético, como arte bello, es de tal índole, que tiene por medida el juicio reflexionante y no la sensación de los sentidos” (*ibid.*: 278).

Así, si para Kant nuestras concepciones de lo bello descansan en una estructura interna, de alguna manera independiente del objeto que juzgamos estéticamente, se impone como tarea dar cuenta de la lógica de esa facultad del entendimiento lo mismo que de la imaginación.

2.2.1 La lógica del juicio de gusto

Lo que se exige en un juicio de gusto es la libre complacencia. La complacencia en lo bello se funda únicamente desde el principio de la conformidad subjetiva con un fin (*ibíd.*: 220-231). Puede comprenderse, añadirá más adelante Kant, que esa complacencia tenga un cierto carácter de necesidad (*ibíd.*: 231-236), que es condicionada, por los demás: no es que yo deba esforzarme y sentirme obligado a considerar bello el *Cuarteto para el fin de los tiempos* de Messiaen; es que lo encuentro bello, y sólo porque se me ofrece en su belleza, afirmo: "tú también deberías encontrarlo bello". Estos dos apartados contenidos en la *Análítica de la Crítica del Juicio*, esclarecen las características lógicas del juicio del gusto y permiten comprender por qué se dirigen las reflexiones de Kant hacia el importante concepto de sentido común estético, que abordaremos más adelante.

Pero, ¿qué es el gusto? Kant lo define como la facultad para discernir lo bello mediante un juicio. Mientras lo bello es cierto placer desinteresado que los objetos representados suscitan en el sujeto (*ibíd.*: 209-213).⁸

Aunque Kant no lo expresa en esos términos, es posible hacer una lectura sociológica del planteamiento anterior a la manera de Berger y Luckmann (*op. cit.*: 148-149): todos los universos construidos socialmente cambian porque son productos históricos de la actividad humana, y el cambio es producido por las acciones concretas de los seres humanos. Si nos sumergimos en las complejidades de los mecanismos conceptuales por los que se mantiene cualquier universo específico, tal vez olvidemos este hecho sociológico fundamental. "La realidad se define socialmente, pero las

⁸ En este tema resulta ilustrativa la influencia silenciosa de Kant en autores que pensaríamos muy alejados del gran filósofo. Por ejemplo, Moles escribe: "Partiremos de la observación de que la *atención* en sí misma corresponde a un estado global del individuo y no se encuentra ligada a ningún canal sensorial particular: no existe una atención auditiva ni una atención visual, sino una atención por parte del receptor dirigida a los mensajes sensoriales del mundo exterior, que es susceptible de ser orientada y difundida en todos ellos o en uno de ellos solamente en detrimento de los demás" (*op. cit.*: 312).

definiciones siempre se *encarnan*, vale decir, los individuos y grupos de individuos concretos sirven como definidores de la realidad" (*ibídem*).

En términos estrictamente kantianos, Geuss (1996: 164) afirma acerca de la lógica de los juicios estéticos:

Un juicio estético en particular, presuntamente, no es como un juicio descriptivo o ético. Ambos, tanto los juicios descriptivo como el ético, para algunos limitan y quizá de diferentes formas demandan mi aquiescencia y un juicio de gusto antes que invitar mi consentimiento. Esto es esencial para nuestra noción de un juicio estético, es decir que nosotros pensamos que un juicio semejante puede ser comunicado a otros y así compartido con ellos, pero el consentimiento de los otros debe ser completamente libre y basado en su propia inmediata experiencia. Cuando decimos que algo es 'bello', nosotros afirmamos tácitamente que ese juicio nuestro sería el objeto de un acuerdo libre y universal. El arte es un reino de subjetividad compartida y autorregulante.

Es aquí donde se desvela la empresa kantiana en toda su magnitud. La fundación de la estética a la luz de la *Crítica del Juicio* sólo tiene lugar hasta el momento en que se descubre y se prueba que en el arte, de parecida manera a la ciencia y la moralidad, existen principios *a priori*; esto es, principios que sólo rigen en el mundo de la experiencia, pero que no son extraídos inductivamente de este mundo.

La complacencia desinteresada, como condición de posibilidad de los juicios de gusto, es a la vez la condición de posibilidad de los objetos que se juzgan estéticamente. En otras palabras, lo que hace de mi juicio un juicio de gusto es su referencia a esa complacencia desinteresada: complacencia que, a su vez, hace explicable el hecho que exista lo bello y lo artístico. No habría belleza para los seres humanos si no hubiese la complacencia a través de lo cual lo bello se muestra.

La facultad de juzgar estética tiene únicamente pretensión de autonomía (Kant, *op. cit.*: 262-263) y sólo por eso Kant la llama 'gusto'.

Poder saber lo que sea deleitoso y sabroso, no puede depender de la opinión, ni de los más expertos *chefs* de cocina, ni del juicio de algún exquisito *gourmet*; tal saber supone que sea yo misma quien pruebe y saboree una receta con mi propio paladar y lengua, pueda formar mi propio parecer y enunciar el juicio de si me gusta o no. El juicio de gusto es estético porque la representación es referida al sentimiento de placer y dolor. Lo que sea placer o dolor es algo comprendido por cada cual. Uno a veces se siente alegre y en otros momentos acongojado. Pero, ¿qué es un sentimiento? Puede aducirse que una disposición de nuestro ánimo; una determinada proporción de nuestras facultades, a través de la cual tenemos conciencia de 'cómo nos sentimos' (Carrillo, *op. cit.*: 105).

Placer es entonces satisfacción en el cumplimiento de una expectativa, mientras que dolor es la ausencia o fracaso de ese cumplimiento y por eso un estado anímico de malestar. Lo que se siente como placer es la satisfacción de haber alcanzado lo que uno buscaba. La satisfacción en lo logrado se refiere al modo como lo logrado se conforma a mis fines, que son en este caso prácticos, porque me han puesto en la tarea de alcanzarlos.

Sentirse a uno mismo es obtener información sobre uno mismo; es un modo de autoconocimiento que le aclara a uno el entorno en el que existe, no como ser aislado, sino siempre y de una u otra manera en relación con otros. Sentimiento es a la vez sentimiento del propio cuerpo (Kant, *op. cit.*: 256). Por eso, sentir algo y a través de ello sentirse uno mismo, es saberse constantemente referido a algo y solicitado por ello en la adopción de una postura, un conducirse respecto a él. Es importante comprender esa referencia inmediata del sentimiento a algo que le ocasiona, porque esto indica el modo primario (podría decirse originario) en que para Kant la existencia humana está referida al mundo.

Por eso lo bello no puede ser sinónimo de agradable. Apunta Kant:

Sería ridículo que alguien, que se preciase un tanto de gusto, pensara justificarlo con estas palabras: "Ese objeto (el edificio que vemos, el traje que aquel lleva, el concierto que oímos, la poesía que se ofrece a nuestro juicio) es bello *para mí*." Pues no debe llamarlo bello si sólo a él le place. Muchas cosas pueden tener para él encanto y agrado, que eso a nadie le importa; pero, al estimar una cosa como bella, exige a los otros exactamente la misma satisfacción, juzga, no sólo para sí, sino para cada cual, y habla entonces de la belleza como si fuera una propiedad de las cosas. Por lo tanto, dice: La *cosa* es bella y, en su juicio de la satisfacción no cuenta con la aprobación de otros porque los haya encontrado a menudo de acuerdo con su juicio, sino que la *exige* de ellos. Los censura si juzgan de otro modo y les niega el gusto, deseando, sin embargo, que lo tengan. Por lo tanto, no puede decirse: Cada uno tiene su gusto particular. Esto significaría tanto como decir que no hay justo alguno, o sea que no hay juicio estético que pueda pretender, legítimamente a la aprobación de todos (*ibíd.*: 215).

Si revisamos los planteamientos de Cassirer (*op. cit.*: 344) o Moles (*op. cit.*: 292-293), advertiremos que la discusión acerca de la naturaleza del placer estético, herencia kantiana, sentará sus reales en la reflexión teórica del siglo XX. El primero, siguiendo a Kant, afirma que "la función estética es la única que no se preocupa de saber qué es ni cómo actúa el objeto, sino qué cosa es para mí la representación de él", mientras en Moles se sabe, gracias a la teoría general de los organismos, que cualquiera sea la naturaleza psicológica del placer, "siempre es función de una cierta asimilación del mensaje propuesto, aplicado a los diferentes planos en que capta la atención. Esta asimilación está unida a la medida universal de las formas percibidas, que constituye su *complejidad*."

Si la complejidad es demasiado escasa, si el mensaje es desmesuradamente simple, en el plano examinado, resultará trivial en ese nivel, desprovisto de interés, nuestra atención no se fijará en él y su valor estético será nulo. Si la complejidad es mayor, si la información es

demasiado rica, el mensaje sumergirá nuestra atención, ahogará nuestra sensibilidad a causa de su excesiva originalidad y nos desinteresaremos de él para intentar acercarnos espontáneamente a un nivel de signos inteligibles con mayor soltura.

En realidad se puede concebir, sin embarazo, que el placer estético se encuentra ligado a la relación entre el flujo de originalidad y la capacidad de aceptación de ella por parte del individuo, en cada uno de los múltiples planos en que se puede captar el mensaje (*ibid.*: 293).

Volviendo a Kant, por eso la facultad de sentir placer y dolor es una capacidad autónoma frente a la facultad de los conocimientos teóricos y la facultad de las decisiones morales. La facultad de juzgar estética es por antonomasia la facultad de juzgar reflexionante. Por eso, desde la introducción misma de la obra (Kant, *op. cit.*: 198, 206), queda claro el carácter deducido de la teleología, que sólo puede servirse del principio de la conformidad con fines de la naturaleza para un enjuiciamiento lógico de la naturaleza que ciertamente enriquece el conocimiento de la misma y abre perspectivas ventajosas para la moralidad. Así, la estética kantiana es indiscernible de su ética.

2.2.2. *El sentido común estético*

Ya con Gombrich (1983: 17) habíamos hablado que la percepción siempre está necesitada de universales. No podríamos percibir y reconocer a nuestros semejantes si no pudiéramos aprehender lo esencial y separarlo de lo accidental, sea cual fuere el lenguaje en el que se quiere formular esta distinción. Pero, ¿cuál es la necesidad y el fundamento de estos universales?, ¿por qué pueden ser así?

Como observa Gadamer, el gran logro de Kant fue primero reconocer una pregunta propiamente filosófica en la experiencia del arte y de lo bello. Él buscaba una respuesta a la pregunta sobre qué es lo que debe ser vinculante en la experiencia de lo bello cuando “encontramos que algo es bello” para que no exprese una mera reacción subjetiva del gusto.

Ya citábamos al propio Kant (véase *supra*: 78) cuando afirmaba que si yo encuentro algo bello, entonces quiero decir que es bello. Exijo, entonces, la aprobación universal. Esta exigencia de aprobación a todo el mundo no significa precisamente que pueda convencerle arengándole con un discurso. No es ésa la forma en que puede llegar a ser universal un buen gusto. Antes bien, el sentido de cada individuo para lo bello tiene que ser cultivado hasta que pueda llegar a distinguir lo más bello de lo menos bello.

La "crítica"; es decir, el diferenciar lo bello de lo menos bello, no es propiamente, un juicio posterior, un juicio que subsuma científicamente lo bello bajo conceptos, o que haga apreciaciones comparativas sobre la calidad: la crítica es la experiencia misma de lo bello.

Resulta muy significativo que el juicio del gusto, esto es, el encontrar bello algo visto en el fenómeno y exigido a todos como tal, fuera ilustrado primeramente por Kant mediante la belleza natural y no mediante la obra de arte (Gadamer, *op. cit.*: 58-59).

Para Kant, "la satisfacción desinteresada" ligada a nuestra recepción estética lo es porque no tiene ningún interés práctico en lo que se manifiesta o en lo representado. "Desinteresado" significa aquí tan sólo lo que caracteriza al comportamiento estético, por lo cual nadie haría con sentido la pregunta por el para qué, por la utilidad.

Todo el mundo sabe que, en la experiencia estética, el gusto representa el momento nivelador. En tanto que momento nivelador, sin embargo, se caracteriza también como "sentido común". El gusto es comunicativo, representa lo que, en mayor o menor grado, nos marca a todos. Un gusto que fuera sólo subjetivo-individual resultaría absurdo en el ámbito de la estética (*ibíd.*: 60-61).

El gran descubrimiento de Kant tiene lugar cuando se ocupa de la comunicabilidad de la complacencia de lo bello. Los juicios de gusto tienen validez para cada cual, por eso cada cual puede llegar a acuerdo con otros discutiendo. Por eso, cuando juzgo esta belleza o esta obra de arte, me atengo a lo que pienso que vale para nosotros en común (Kant, *op. cit.*: 217) y por eso meramente “postulo la posibilidad” (*ibíd.*: 218) de que podamos concordar en que esta cosa es bella o en que este artefacto es una obra de arte. Así, esa “voz universal” que me sirve de criterio para exigir el asentimiento de los otros, no es otra cosa que mi certidumbre de la posibilidad de que los otros concuerden con mi propio modo de juzgar. Porque fundo mi exigencia en esa posibilidad, pienso en algo así como una “voz universal” en tanto criterio de nuestro mutuo acuerdo. Pero esa “voz universal”, en cuanto tal, no puede ser más que una idea (*ibídem*).

Kant no pregunta si primero experimentamos una complacencia y luego juzgamos sobre ella, o si más bien sólo después de enjuiciar un objeto podemos complacernos en él. Kant mismo está sorprendido del descubrimiento que ha hecho: un principio *a priori* de una de las que llama facultades superiores está relacionado inmediatamente con el sentimiento. Ha descubierto la posibilidad de fundamentar la racionalidad del sentimiento. Por eso, ya en la introducción decía que lo extraño y lo enigmático de la facultad de juzgar estética —que no cuenta con un concepto como criterio—, reside en su potestad de juzgar “a través de un sentimiento de placer [...] que le es exigido a cada cual” (*ibíd.*: 203).⁹

⁹ Gadamer (*op. cit.*: 49-50), una vez más, verá que este concepto de lo bello nos sale al encuentro en múltiples expresiones en las que pervive algo del viejo sentido, en definitiva griego, de la palabra καλόν. “También nosotros asociamos todavía, en ciertas circunstancias, el concepto de lo ‘bello’ con algo que esté públicamente reconocido por el uso y la costumbre, o cualquier otra cosa; con algo que —como solemos decir— sea digno de verse y que esté destinado a ser visto [...] También para nosotros sigue resultando convincente la determinación de ‘lo bello’ como algo que goza del reconocimiento y de aprobación general. De ahí que para nuestra sensibilidad más natural, al concepto de ‘lo bello’ pertenezca el hecho de que no pueda preguntarse por qué gusta. Sin ninguna referencia a un fin, sin esperar utilidad alguna, lo bello se cumple en una suerte de autodeterminación y transpira el gozo de representarse a sí mismo.”

Lo bello es, entonces, la forma de lo que se muestra como conforme con sus fines inherentes que, además, se conforma con los fines de su receptor. Lo propio de lo bello es mostrarse; ese es su fin. Cuando consideramos lo bello, éste se nos muestra en nuestra propia complacencia. La complacencia de lo bello es el modo en que nos conformamos con el fin de lo bello, a la vez que lo bello se conforma con nuestros fines. En lo bello hay, pues, una conformidad con fines. Pero Kant dice que se trata de “una conformidad con fines, sin fines determinados” (*ibíd.*: 220), porque esa conformidad es sólo “formal”, es decir, no material, porque no la podemos asir o explicitar (*ibíd.*: 307).

Este hallazgo kantiano será fundamental para toda la sociología del arte posterior. Silbermann anota (*op. cit.*: 27, 28):

[...] se ha descubierto también en el arte la existencia del “individuo socializado”: un individuo que mucho antes de que la obra de arte adquiriera forma, es portador de un espíritu colectivo a través del cual se expresa y se dirige a los grupos receptores. Al considerar la obra de arte en el espejo de la estética sociológica, se ha descubierto igualmente que las evoluciones y las revoluciones artísticas no son más que síntesis de los esfuerzos aislados e independientes de numerosos antecesores [...] Los sociólogos del arte de tendencia empirista nunca tuvieron dificultad en reconocer que los consumidores de arte han formado parte en todos los tiempos —y hoy más que nunca— de la vida artística.

Ahora bien, el sentido común estético es el nombre para una proporción de las facultades en las que, referidas a una representación, resulta ser “la más propicia para ambas facultades (la imaginación y el entendimiento) de cara al conocimiento en general” (Kant, *op. cit.*: 233), donde se promueven y vivifican mutuamente. Libre del sometimiento a las reglas del entendimiento y en vigorosa actividad, la imaginación une a la representación dada de lo bello una inacabable multiplicidad de las

representaciones afines, proporcionando con ello abundancia de pensamiento al entendimiento que busca pensar bajo sus conceptos, no pudiendo hacerlo expresable con palabras. "El sentido común estético podrá ser admitido con razón [...], como la condición necesaria de la comunicabilidad universal de nuestro conocimiento, que tiene que ser presupuesta en toda lógica y en todo principio de conocimiento que no sea escéptico" (*ibídem*).

Se revela aquí el problema de la conciencia estética. En la interpretación de Cassirer (*op. cit.*: 372), esta conciencia afirma una comunicabilidad general intersubjetiva que no requiere transitar por lo conceptual-objetivo ni se expone, de este modo, a desaparecer en ello. En el fenómeno de lo bello tiene lugar lo inconcebible: todo sujeto que lo contempla permanece el mismo que es y se hunde puramente en su estado interior, a la vez que se desprende de toda fortuita particularidad y tiene la conciencia de ser el depositario de un sentimiento colectivo que no pertenece ya a "éste" ni a "aquél". Kant lo llama generalidad subjetiva, característica del juicio estético, y que es la afirmación y el postulado de una generalidad de la subjetividad misma, según Cassirer.

De aquí deriva el fundamento de la universalidad y necesidad de lo bello. Lo universal significa en el arte, el poder éste ser comunicado a los demás; lo necesario, el estar radicado en una aptitud común humana.

La "comunicabilidad general" que reivindica todo juicio estético, pone de manifiesto una concatenación general de la que forman parte los sujetos como tales, independientemente de sus diferencias individuales fortuitas, y en la que, por tanto, se plasman, no tanto el fundamento inteligible de los objetos como el fundamento inteligible de la humanidad (*ibíd.*: 388).

¿Cómo es posible que el sentido común estético sea la condición necesaria de la comunicabilidad de nuestro conocimiento en general? La deducción de los juicios estéticos ha de mostrar que el sentido común estético no es más que la posibilidad de tomar conciencia del "efecto de la

reflexión sobre el ánimo" (Kant, *op. cit.*: 271). Esto no puede significar otra cosa sino que este sentido es la facultad de "elevarnos por encima de los sentidos hacia las facultades de conocimiento más altas" (*ibíd.*: 270).

La deducción de los juicios estéticos puros "únicamente asevera que estamos autorizados a suponer universalmente las mismas condiciones subjetivas de la facultad de juzgar que hallamos en nosotros mismos" (*ibíd.*: 267) y que lo que "cada uno espera y exige de todo otro" es únicamente "que tome en consideración la comunicación general, como si se tratara de un contrato originario que hubiera sido dictado por la misma humanidad" (*ibíd.*: 272). Dicho con otras palabras, si el individuo humano es un *animal rationis capax*, como dice Kant, el sentido común estético no es otra cosa que la capacidad de reconocer en los otros las mismas capacidades que hallamos en nosotros mismos. Este sentido mismo es la mera disposición en los humanos para la cultura, en palabras de Carrillo (*op. cit.*: 122).

Las condiciones subjetivas que hallamos en nosotros —marcadas por la necesidad y la libertad de nuestra condición—, y que suponemos compartir con los otros, son puestas de manifiesto a través de la facultad de juzgar estética, por lo cual ella puede "más propiamente que el intelectual llevar el nombre de un sentido comunitario" (Kant, *op. cit.*: 270). Ese sentido comunitario es lo que hace posible que podamos concordar al hablar de un sentido de la verdad, de un sentido de la belleza, de un sentido de la decencia o de la justicia (*ibíd.*: 269). El sentido común estético como "legitimación de las condiciones subjetivas del uso de la facultad de juzgar en general" es manifestación de nuestra mera pretensión de hacernos comprender por parte de los otros, a la vez que pretensión de poder comprender a los otros, no obstante, los supuestos y los prejuicios conforme a los que cada cual juzga.

Finalmente, ¿qué es lo que pretende comunicar la complacencia en lo bello? Por un lado, la experiencia de una indecible amplitud de sentido de una representación. Pero también, por otro lado, la experiencia de una

indecible ampliación de nuestra propia subjetividad (*ibíd.*: 303). Lo que sirve de fundamento al sentido común estético no es ningún concepto de algún objeto, sino el concepto de lo que sirve de fundamento a todos los objetos de la naturaleza, que es incognoscible y que por eso ha de permanecer indeterminado; tampoco es ningún concepto psicológico, sociológico o antropológico, sino el concepto de libertad que sirve de fundamento bien determinado a nuestra humana subjetividad. El sentido común estético, por tanto, “mira por encima de lo sensible y busca en lo suprasensible el punto de unión de todas nuestras facultades” (*ibíd.*: 304).

Y justamente porque Kant toca un umbral infranqueable, es indispensable volver para ocuparse del ejercicio y la práctica de ese sentido común estético en la vida social y cultural.

2.3. Las prácticas sociales: El ejecutante y el testigo

El sentido común estético cumple las veces de una forma de sensibilidad *a priori* semejante al espacio y el tiempo, que fueron objeto de reflexión en la *Crítica de la razón pura*; pero ¿cómo entender la formulación estética kantiana en medio de las fuerzas sociales? La manifestación de este principio cuenta con evidencias empíricas, las mismas que sirvieron a Kant para su investigación.

En este apartado retomaremos las nociones de ‘gusto’ y ‘juicio estético’ pero bajo la visión sociológica, en particular las de Pierre Francastel y Pierre Bourdieu. El primero porque representa un vínculo original y sugerente entre el análisis formal y la recepción estética (con lo cual encontramos un espacio de confluencia de los dos temas abordados en los subcapítulos anteriores) y el segundo porque, además de objetar muchos planteamientos kantianos, ofrece una metodología para la indagación empírica sobre la estructuración de los juicios estéticos, tal como se revela en las dinámicas sociales y sin renunciar a la tentativa de extraer un andamiaje conceptual de particular interés para una sociología de la recepción estética.

Las relaciones entre el arte y la sociedad son dinámicas, complejas y variables histórica y socialmente. Un planteamiento determinista, simple o lineal, que no tenga la flexibilidad necesaria para incorporar hechos de orden muy diverso, cambiantes y polivalentes, o bien que ignore las diversas formas de organización artística que se pueden encontrar en la vida social, difícilmente puede adecuarse a la naturaleza de la realidad a estudiar.

Así, pues, más directas que lineales, las relaciones entre los hechos artísticos y los hechos sociales suelen ser indirectas y de tipo estructural, como ha estudiado Bourdieu. Esto quiere decir que no se trata de ver cómo un factor externo influye directamente sobre una obra o circunstancia artística concreta —cosa que también es posible— sino que habitualmente tenemos que pensar en un campo organizado y en una red de relaciones. Por ejemplo, Furió (2000: 24) ha estudiado cómo en el mercado artístico de Holanda del siglo XVII había nuevas variables socioeconómicas que influyeron en la estructura del campo artístico, en este caso limitando las formas de patronazgo tradicionales y desarrollando las bases de un sistema de mercado sometido a la ley de la oferta y la demanda. Estas condiciones serán un campo abonado para que proliferen los marchantes, provocar el desarraigo del artista, fomentar nuevas temáticas pictóricas e inducir a la especialización de los pintores.

El arte, suele decirse, es un “reflejo” de la sociedad. Sin embargo, la gran mayoría de los estudios sociológicos recientes, como han demostrado Zolberg (*op. cit.*) y Heinich (2001), señalan que reducir el arte a un simple reflejo anula o limita su autonomía —aunque sea una autonomía relativa—, al tiempo que se da una imagen falsamente homogénea del arte y la sociedad.

Si el arte sólo fuera un reflejo de la sociedad, quizá no sería necesario estudiarlo, bastaría con estudiar las fuerzas sociales. Pero la sociedad es un conjunto heterogéneo, compuesto por realidades de naturaleza diferente relacionadas también de manera distinta en cada

contexto histórico. El artista, por su parte, no se limita a reproducir pasivamente la realidad social. Y el arte tiene características específicas que le son propias, que pueden estar condicionadas por hechos extra artísticos, pero que son una realidad de orden diferente al del precio del trigo o la teoría de la relatividad.

El arte puede reforzar o criticar una determinada situación social. Se podrá decir que en ambos casos el referente es el contexto, pero igualmente debe verse que la idea del reflejo es poco útil para explicar las diferencias. O aceptamos que existen diferentes realidades sociales que el artista puede interpretar o bien que una misma realidad puede interpretarse de maneras distintas. Y como las dos opciones son posibles, aumentan las oportunidades de explicación.

Silbermann (*op. cit.*: 21) subraya la importancia del medio social en el proceso de creación y recepción de una obra de arte, pero sobre todo destaca los niveles de interdependencia que hay entre los procesos sociales y las formas artísticas.

Esta idea tiene valor evidente pues ve en el arte un fenómeno social que se manifiesta bajo la forma de una actividad social, presuponiendo así la presencia de dos colaboradores: el que da y el que recibe. Ese proceso supone la existencia, en el seno de la sociedad artística, de un grupo productor y de un grupo consumidor, y el establecimiento entre ellos de relaciones bajo la forma de contactos o de conflictos, como consecuencia de su dinámica, de sus modificaciones.

Estos fenómenos no deben ser necesariamente considerados sólo en términos de causa y efecto, sino también en términos de interdependencia, de correlación y de interacción; esta perspectiva no es sólo apta para iluminar nuevos aspectos de los grupos productores, sino sobre todo para conferir a los grupos consumidores la importancia que merecen a causa de su papel de receptores de la creación artística y de la influencia que ejercen sobre ésta.

Es necesario distinguir, siguiendo a Silbermann (*ibid.*: 31), entre funciones estéticas, que ponen en comunicación al productor y al consumidor a través de la materia artística de la forma y del contenido; y funciones sociales, que establecen las relaciones en las que también participan las funciones estéticas aunque lo hagan de manera secundaria. De esta forma, “el estudio de las ramificaciones sociales del arte no sirve para explicar la naturaleza y la esencia de las artes mismas” (*ibidem*).

Del binomio arte-sociedad, como se advierte, el término ‘arte’ es una realidad diversa y heterogénea. No puede explicarse la configuración de las obras de arte sólo por la influencia del contexto, sino que también debe tenerse en cuenta, entre muchas otras cosas, la estructura del sistema receptor de estas influencias, es decir, la naturaleza material, técnica y lingüística de las obras.

Así, la visión esencialista, romántica o moral del arte pasa a un segundo término cuando pensamos que “toda configuración visual —ya sea la de un cuadro, un edificio, un ornamento o una silla— puede considerarse una proposición que formula, con más o menos felicidad, una declaración sobre la naturaleza de la existencia humana” (Arnheim, 1986: 309). La armonía, el equilibrio, la variedad y la unidad son sólo aplicables cuando hay algo definido por expresar, ya sea conscientemente explícito o no. El manejo de la forma y el color es tanto una búsqueda de este contenido y su cristalización, como un esfuerzo por expresar el contenido con claridad y armonía, y de modo equilibrado y unitario. Toda configuración organizada porta significados, intencionados o no.

Por eso el intento

[...] de distinguir el “arte” de otras prácticas, con frecuencia íntimamente relacionadas, es un proceso histórico y social extraordinariamente importante. El intento de distinguir lo “estético” de otros tipos de atención y respuesta es, como proceso histórico y social, quizá todavía más importante. El intento de distinguir entre obras buenas, malas e

indiferentes en las prácticas específicas, cuando se hace con toda seriedad y sin presuponer la existencia de clases y hábitos privilegiados, es un elemento indispensable del proceso social central de la producción humana consciente (Williams, *op. cit.*: 117).

2.3.1. *Entre la forma y el juicio*

En palabras de Calabrese (1995: 68), con Pierre Francastel la llamada sociología del arte llega a un giro teórico. Por primera vez se pone en claro que la sociología aplicada al arte no es una disciplina homogénea y que bajo su rótulo pasan investigaciones y métodos absolutamente contrastantes. Francastel fue, bajo esta mirada, el primero que volvió al dilema entre arte como dependiente de macroestructuras sociales y arte como campo autónomo que manifiesta el cambio a través de signos, visiones del mundo expresadas a través de códigos.

Francastel considera (1963) que es el lenguaje el que, expresando una visión del mundo tal vez con la forma de una verdadera ideología, manifiesta el cambio, porque lo "dice" en forma lingüística.

Uno de los temas más afines a Francastel es el del espacio figurativo (véase del autor, 1981). El espacio representado por los pintores nunca es la imagen de una realidad objetivamente existente. Es, simplemente, un sistema de signos organizados a partir de un lenguaje construido por el artista en relación con la cultura y la sociedad a las cuales pertenece. En este sentido, la pintura y las otras artes son hechos sociales: porque son, sustancialmente, lenguajes figurativos.

En el mismo libro ya citado, Francastel demuestra (*ibid.*: 35-106) que la perspectiva del Renacimiento no es un método de reproducción pasiva de la realidad, sino un sistema convencional capaz de conjugar una serie de datos extraídos de la realidad en forma arbitraria (es decir, seleccionando el dato material desde un cierto punto de vista particular), con otros elementos pertenecientes a la tradición, a la cultura, a las reglas sociales.

No sólo el Renacimiento (*ibíd.*: 153-202) sino cualquier otra época, comprendida la de la vanguardia histórica, construye un dispositivo propio de representación del espacio que busca ser el más coherente con los otros dispositivos normativos propios de la vida social. Existen, por lo tanto, tantos grupos de representación del espacio como épocas o grupos sociales. El espacio se convierte, así, en una "figura" (véase Francastel, 1988a; 1988b) lingüística en la cual confluyen y se manifiestan ideales, mitos, conocimientos teóricos y científicos, estructuras sociales, instituciones: todos los elementos que sirven a los grupos humanos para "disponerse" en la realidad.

El arte, entonces, es un hecho social, pero no porque "dependa" en forma determinada de la sociedad, sino porque cada lenguaje es parte de la estructura social. Y como el arte es un lenguaje, es un hecho social.

Cada objeto artístico es un lugar de convergencia donde se encuentran los testimonios de un número más o menos grande, pero casi siempre considerable de puntos de vista sobre el hombre y el mundo [...] una cierta relación de los tonos o la introducción de un signo aparentemente secundario, hacen que en el sistema tomado en consideración se introduzca una posibilidad de recordar episódicamente este o aquel objeto del conocimiento sensible, o esta o aquella doctrina del conocimiento social. El uso de la parte para el todo es una regla absoluta de la figuración (Francastel, 1981: 15-16).

Para Francastel, la belleza tiene una forma y proviene, por un lado, del universo de las convenciones, y por otro de la capacidad estética. El sello de calidad de las obras de arte —afirma— consiste en el hecho de que algunas de ellas nos llevan a captar en la configuración de la obra misma rasgos que testimonian "la pertinencia de las sensaciones selectivas que han servido de punto de partida al artista, y el perfeccionamiento de las relaciones diferenciadas que éste ha registrado integrándolas en una obra

cuya unidad aparente no hace sino esconder su riqueza y su diversidad” (*ibíd.*: 28).

Una formulación de Francastel próxima al pensamiento kantiano es el concepto de la obra de arte como un dato en el campo de la experiencia humana, unido a la existencia de un tipo de objetos de la creación. Además postula que todo hombre posee la facultad de captarla e integrarla en su experiencia personal, sin recurrir a ninguna técnica particular de comprensión (*ibíd.*: 9).

Para el teórico es absolutamente falso pensar que las obras de arte, ya se trate de monumentos o de obras figurativas, tengan una realidad inmanente y puedan ser creadas sin la colaboración de un artista creador y de un cierto círculo de testigos. “La obra de arte no es un objeto natural más que agregar a la nomenclatura del creador, es un punto de encuentro de los espíritus, un signo de enlace con tanto derecho como todos los demás lenguajes” (*ibíd.*: 10).

En su esencia, la obra no expresa lo real, sino que ofrece un modelo selectivo de ordenación de las sensaciones visuales. Esto explica ese hecho sorprendente de que poseamos naturalmente la posibilidad de entrar en comunicación directa con obras de arte creadas en civilizaciones alejadas de nosotros tanto en el tiempo como en el espacio, y que esas obras puedan brindarnos un instrumento extraordinariamente rico y preciso de evaluación de conocimientos y de valores fijados en su origen por creadores aislados y adoptados luego por grupos humanos cada vez más amplios, mediante un juego de alteraciones, de mutaciones, de transferencias, sobre las cuales todo está por aprender (*ibíd.*: 34).

Esta visión que podría ser asentada sin duda por Bourdieu, carece sin embargo del establecimiento de las razones, o mejor dicho de las prácticas implícitas en la comunicación sobre las que habla Francastel. La

tarea justamente de una sociología como la de Bourdieu es trazar la forma en como el campo artístico se estructura en el espacio social.¹⁰

2.3.2. Entre la estructura y las prácticas

Aunque sólo una parte de sus investigaciones tratan cuestiones relativas al arte, Pierre Bourdieu se ha convertido en un autor imprescindible para la sociología del arte empírica. Sus principales aportaciones se refieren a la naturaleza y el funcionamiento de los campos de producción simbólica.¹¹

¹⁰ De acuerdo a Gilberto Giménez, uno de los estudiosos más constantes de la obra bourdieuana, el concepto de campo es indisociable del de habitus, ambos vinculados dialécticamente pues uno no puede funcionar en relación (recíproca) sin el otro. "Por consiguiente, es el encuentro entre habitus y campo, entre 'historia hecha cuerpo' e 'historia hecha cosa', lo que constituye el mecanismo principal de producción social. Bourdieu especifica de este modo el doble movimiento constructivista de interiorización de la exterioridad y de exteriorización de la interioridad. El habitus sería el resultado de la incorporación de las estructuras sociales mediante la 'interiorización de la exterioridad', mientras que el campo sería el producto de la 'exteriorización de la interioridad', es decir, materializaciones institucionales de un sistema de habitus efectuadas en una fase precedente del proceso histórico social [...] Para Bourdieu, el espacio social es un *sistema de posiciones sociales* que se definen las unas en relación con las otras (*u. gr.* autoridad/súbdito; jefe/subordinado; distinguido/popular, etc.) El valor de una posición se mide por la *distancia social* que la separa de otras posiciones inferiores o superiores, lo que equivale a decir que el espacio social es, en definitiva, un sistema de diferencias jerarquizadas ('la distinción!') en función de un sistema de legitimidades socialmente establecidas y reconocidas en un momento determinado. [...] En las sociedades modernas caracterizadas por un alto grado de diferenciación y complejidad, el espacio social se torna multidimensional y se presenta como un conjunto de campos relativamente autónomos, aunque articulados entre sí: campo económico, campo político, campo religioso, campo artístico, campo intelectual, etc. Un campo, por lo tanto, es una esfera de la vida social que se ha ido autonomizando progresivamente a través de la historia en torno a cierto tipo de relaciones sociales, de intereses y de recursos propios, diferentes a los de otros campos.

"Bourdieu recurre nuevamente a la metáfora de juego para dar una primera imagen intuitiva de lo que entiende por campo: éste sería un *espacio de juego* relativamente autónomo, con objetivos propios a ser logrados (*enjeu*), con jugadores compitiendo (a veces tenazmente) entre sí, empeñados en diferentes estrategias según su dotación de cartas y su capacidad de apuesta (capital), pero al mismo tiempo interesados en jugar porque 'creen' en el juego y reconocen que 'vale la pena jugar'. En cada momento las relaciones de fuerza entre los jugadores definen la estructura del campo" (Giménez, 1997: 13, 14-15).

¹¹ En Bourdieu, la especificidad de cada campo es definida por el tipo de recursos (o la combinación peculiar de tipos de recursos) que se pone en marcha y tienen curso en ese ámbito. Así, el capital simbólico "consiste en ciertas propiedades impalpables, inefables y cuasi-carismáticas que parecen inherentes a la naturaleza misma del agente. Tales propiedades suelen llamarse, por ejemplo, autoridad, prestigio, reputación, crédito, fama, notoriedad, honorabilidad, talento, don, gusto, inteligencia, etc. [y] sólo pueden existir en la medida en que sean reconocidas por los demás. Es decir, son formas de crédito otorgadas a unos agentes por otros agentes" (Giménez, *op. cit.*: 16).

Para este trabajo son del mayor interés los puntos de vista de Bourdieu acerca de los fundamentos sociológicos de la recepción y sus análisis sobre las bases sociales del gusto. Con relación a los criterios del gusto y artísticos, sus obras subrayan tanto la importancia del nivel de instrucción y educación como la del lugar que se ocupa en un espacio social jerarquizado, un espacio en el que se evidencian luchas de poder para mantener o imponer posiciones privilegiadas.

En *L'amour de l'art* (1969), Bourdieu y Darbel estudiaron el tipo de público que frecuenta los museos, y pusieron de relieve que se trataba de un sector minoritario y cultivado. Los museos, pese a su apariencia de libertad de acceso y democracia, actúan reforzando la diferenciación social y cultural existente. El concepto burgués de "amor al arte" no es tan desinteresado como parece, ya que suele camuflar una aspiración de nobleza cultural y de distinción clasista o, dicho en otras palabras, de dominación simbólica. Por lo que respecta a su aproximación al tema de la percepción artística, Bourdieu subraya que toda percepción implica el desciframiento de un código, cuyo conocimiento depende en última instancia de las posibilidades —sociales— de acceso a la cultura. Las capacidades perceptivas —y, por tanto, de interpretación de la obra de arte— no son aptitudes naturales o heredadas sino *aprendidas*, y por tanto socialmente condicionadas (Bourdieu y Darbel, *op. cit.*: 68).

Con *La distinción* (1988), Bourdieu realizó un examen sobre la variabilidad de los gustos en función del capital cultural y económico de las diferentes clases sociales y de sus fracciones. Dichos criterios desempeñan un papel en las relaciones de dominación.

Con un alud de información extraído de procedimientos empíricos (tablas de encuestas, estadísticas, entrevistas), Bourdieu se enfrenta al tema del gusto, "una de las apuestas más vitales de las luchas que tienen lugar en el campo de la clase dominante y en el campo de la producción cultural" (Bourdieu, 1988: 9). Este punto de vista, naturalmente, se opone a aquel otro que "al hacer del gusto uno de los índices más seguros de la

verdadera nobleza, no puede concebir que se relacione con cualquier otra cosa que no sea el gusto mismo" (*ibidem*).

Bourdieu elige una expresión como "gusto" porque incluye el aspecto subjetivo de las prácticas sociales. El gusto lo divide en tres tipos de acuerdo a los sujetos sociales que lo representan: "gusto legítimo", "gusto medio" y "gusto popular". Como señalara Puig (*op. cit.*: 14), una obra de arte puede no gustar a nadie pero ello no limita a la pura y estricta individualidad "puesto que el hecho del gusto es ya un hecho colectivo, cultural. Y además, para que una acción humana adquiera categoría de arte es preciso que previamente exista esta categoría y, una vez más, nos encontramos ante otra manifestación de la presencia social."

La distinción contemporánea entre "alta cultura" y "cultura de masas", por ejemplo, es inabordable sin consideraciones más profundas sobre las cambiantes estructuras de las clases sociales. La transición de categoría desde el arte de la "corte" y "campesino" hasta el arte "aristocrático" y "popular" revelan asociaciones sociales de un tipo determinado que los conceptos "alta" y "de masas" conservan parcialmente, de forma significativamente confusa (véase al respecto Williams, *op. cit.*: 118). Esta aplicación directa de las categorías sociológicas usuales puede ayudarnos mucho en estos casos que son relativamente explícitos, pero también relativamente locales y cambiantes.

De acuerdo a Bourdieu, el mercado de bienes simbólicos incluye tres modos de producción cultural: burgués, medio y popular. Cada uno de ellos se diferencian por la composición de sus públicos, por la naturaleza de las obras producidas (obras de arte/bienes y mensajes de consumo masivo) y por las ideologías político-estéticas que representan (aristocratismo esteticista/ascetismo y pretensión/pragmatismo funcional).

Por ejemplo, en el caso de los museos estudiados por Bourdieu, que responden al primer modo de producción cultural, el burgués, las obras se ordenan por tendencias según sus rasgos estilísticos, sin importar las

clasificaciones que rigen los objetos representados en el universo cotidiano: por ejemplo, la capacidad de distinguir entre tres cuadros que representan manzanas, uno impresionista, otro surrealista y otro hiperrealista, no depende del conocimiento ordinario de la fruta, sino de la información estética que permite captar los tres tipos de tratamiento plástico, la organización sensible de los signos.

El interés por los objetos artísticos es resultado de la capacidad de relacionarlos con el conjunto de obras de las que forman parte por su significado estético. Así lo revela la mayor proporción de visitantes de clase alta y educación superior, pero también la forma en que usan el museo: el tiempo destinado a la visita y la dedicación a cada obra, aumentan en aquellos que son capaces, por su nivel de instrucción, de captar mayor variedad de significados.

El juego sintáctico con los colores, las formas y los sonidos, exigen del espectador una disposición cada vez más cultivada para acceder al sentido de la producción artística. La fugacidad de las vanguardias, el experimentalismo que renueva incesantemente sus búsquedas, alejan aún más a los sectores populares de la práctica artística. "Se reformula así tanto el lugar del público como el papel de los productores, la estructura entera del campo cultural" (García Canclini, 1990: 23).

Bourdieu es muy claro en este sentido:

La disposición estética es la dimensión de una relación distante y segura con el mundo y con los otros, que a su vez supone la seguridad y la distancia objetivas: una manifestación del sistema de disposiciones que producen los condicionamientos sociales asociados con una clase particular de las condiciones de existencia [...] Pero es también una *expresión distintiva* de una posición privilegiada en el espacio social. Los gustos (esto es, las preferencias manifestadas) son la afirmación práctica de una diferencia inevitable. No es por casualidad que, cuando tienen que

justificarse, se afirman de manera enteramente negativa, por medio del rechazo de otros gustos (Bourdieu, 1988: 53).

Lo cierto es que dentro de la complejidad distintiva, Bourdieu no evade el estudio de variaciones más finas al interior de su tipología tripartita. Por ejemplo, en el caso del gusto dominante, identifica lo que denomina como gusto intelectual y gusto burgués, cada uno con prácticas contrastantes (véase *ibíd.*: 291).

Reconocer que toda obra legítima tiende en realidad a imponer las normas de su propia percepción, y que define tácitamente como único legítimo el modo de percepción que establece cierta disposición y cierta competencia, no es constituir en esencia un modo de percepción particular sucumbiendo así a la ilusión que fundamenta el reconocimiento de la legitimidad artística, sino hacer constar el hecho de que todos los agentes, lo quieran o no, tengan o no tengan los medios de acomodarse a ello, se encuentran objetivamente medidos con estas normas (*ibíd.*: 26).

Bourdieu se muestra escéptico con respecto a algunas de las consideraciones kantianas, pues afirma que no es casual el que, “cuando se realiza el esfuerzo de reconstruir la lógica de la ‘estética’ popular, ésta aparezca como el lado negativo de la estética kantiana y que el *ethos* popular oponga implícitamente a cada una de las proposiciones de la Analítica de lo Bello una tesis que lo contradiga” (*ibíd.*: 38). Por ejemplo, en cuanto al uso de la fotografía, las clases populares subordinan la función estética a la práctica, por lo que el “sentimiento desinteresado” postulado por Kant aquí se disemina (véase García Canclini, *op. cit.*: 26-27).

La última aportación conocida de Bourdieu en el ámbito de la reflexión estética, antes de su muerte, fue *Las reglas del arte* (1995), centrada en el análisis de *La educación sentimental* de Flaubert. A pesar

que el estudio de la génesis y la estructura del campo literario es aquí el tema principal, en el libro hay también referencias al campo de las artes visuales, y en cierto modo representa una síntesis de muchos de sus anteriores trabajos sobre los campos de producción cultural.

Según Bourdieu, las fuerzas sociales no actúan sobre el arte directamente sino a través de la estructura del campo artístico, el cual ejerce un efecto de reestructuración o de refracción debido a sus fuerzas y formas específicas. Así, la peste negra de 1348 provocó un cambio de orientación en los temas de la pintura, pero este cambio, nos recuerda Bourdieu (1992, *op. cit.*: 343-344), adoptó formas diferentes en Florencia y Siena por las diversas particularidades que había en el campo. Una fuerte expansión económica puede ejercer sus efectos de distinta manera, incrementando el número de productores o bien, la extensión del público de lectores o espectadores.

La visión determinista de Bourdieu no ha estado exenta de polémicas y García Canclini (*op. cit.*: 31-32, 33) da cuenta de ellas, en especial la escisión radical entre estética pragmática y funcionalista en las clases populares y la capacidad de la burguesía para instaurar un campo autónomo de lo simbólico y lo bello. En el primer caso existen múltiples ejemplos en que el cultivo de lo estético por las clases populares no se restringe a una preocupación utilitaria necesariamente; y en el segundo caso, hay manifestaciones simbólicas de la cultura popular y estéticas propias cuyo sentido desborda el pragmatismo cotidiano y conservan, como en el caso de la estética burguesa, una relativa autonomía.

Llegados a este punto nos encontramos con un tema que rebasa a la sociología comprensiva de Bourdieu, pero es una materia neurálgica para la teoría de la recepción estética: la invasión de las prácticas estéticas en horizontes extra artísticos o que no están dominados por lo que canónicamente consideramos obras de arte, es decir, la experiencia estética.

Quien lo expresa con una claridad que nos sirve de puente hacia el siguiente capítulo, es Howard Becker, el creador del concepto 'mundos de arte', esencial para la comprensión de la recepción estética bajo el enfoque del interaccionismo simbólico.

El valor estético resulta del consenso de los participantes en un mundo del arte. Los mundos del arte se componen de todas las personas cuyas actividades son necesarias para la producción de las obras particulares que ese mundo *y quizás también otros* (el subrayado es nuestro), define como arte (Becker, 1982: X).

3. EL ARTE COMO EXPERIENCIA

Una vez trazado el complejo universo de nuestros procesos receptivos, así como las estructuras evasivas de la obra de arte y los fundamentos de nuestros juicios estéticos y gustos, cabe integrar todos estos elementos para comprender la dinámica de la recepción estética. ¿Qué ocurre cuando nomino un tipo de experiencia como estética?, ¿cómo fue posible que tuviera lugar esta experiencia?, ¿qué rastros hay en la vida social que nos impulsan a experimentar estéticamente?, ¿la experiencia estética se subordina exclusivamente al reino de las obras de arte?, ¿quién establece lo que así, 'obra de arte', habrá de llamarse, cómo lo consigue?, ¿cuál es la intervención de los grupos sociales de referencia, la historia personal, la memoria e incluso lo indeterminado en la vasta *praxis* de cualquier estética privada?

Las respuestas a estas interrogantes son fundamentales para la configuración de una sociología de la experiencia estética que, por fuerza, exige una aproximación interdisciplinaria. En este capítulo expondremos desde distintos campos de reflexión lo que podríamos llamar bases sociológicas de la experiencia estética a través de tres nociones: el ámbito significativo de la experiencia, y dentro de ella el de la experiencia estética; las coordenadas sociales en el mundo de la experiencia expresadas como función, norma y valor estéticos; y las modalidades de la *praxis* estética, es decir, las actividades productiva (*poiesis*), receptiva (*aisthesis*) y comunicativa (*katharsis*), en los términos acuñados por Hans Robert Jauss (1986: 12).

Por lo pronto, y a manera de introducción de este capítulo, resulta pertinente hacer algunas consideraciones, desprendidas de la primera parte de la tesis, sobre el carácter integrador de la experiencia estética.

Al final del capítulo anterior aludimos a la definición de Howard Becker (*op. cit.*, X) acerca de los mundos del arte. El concepto se refiere al hecho de que en el campo del arte, como sucede en otras actividades,

pueden distinguirse varios grupos o colectivos de personas que cooperan en la realización de ciertos productos, y cada uno de estos mundos del arte tiene sus intereses, criterios y formas características. No sólo hay un mundo del arte, sino muchos. Cada uno designa "la red de personas cuya actividad cooperativa, organizada a través de su conocimiento conjunto de hacer las cosas, produce el tipo de obras de arte por las que este mundo del arte es reconocido" (*ibidem*).

Sin embargo, es interesante advertir que para el caso de la experiencia estética, la interacción de elementos, o cooperación como quiere Becker, se da desde la percepción misma. Como apunta Arnheim (1994: 17-18), si cada uno de doce observadores escuchase una de las doce notas de una melodía, la suma de sus experiencias no correspondería a la experiencia de quien escuchase la melodía entera, entre otras razones, porque cada escucha transporta consigo un universo de mundos de arte no equiparables.

Los teóricos de la Gestalt se dedicaron a demostrar que un aspecto de cualquier elemento depende de su lugar y función dentro de un esquema global. La persona reflexiva que lea esos estudios, es el caso de Arnheim, no podrá menos que admirar la aspiración activa a la unidad y al orden que se manifiesta en el aparentemente simple acto de contemplar un sencillo esquema de líneas. Lejos de ser un registro mecánico de elementos sensoriales, la visión resulta ser una aprehensión de la realidad únicamente creadora: imaginativa, inventiva, aguda y bella. La mente funciona siempre como un todo. "Todo percibir es también pensar, todo razonamiento es también intuición, toda observación es también invención" (*ibidem*).

Mientras el material bruto de la experiencia se tomó por aglomeración amorfa de estímulos, el observador pareció libre de manejarlo a su gusto arbitrario. Ver era una imposición de forma y sentido totalmente subjetiva a la realidad [...] Los estudiantes de la

Gestalt, sin embargo, hicieron ver que casi siempre las situaciones en que nos encontramos poseen características propias que exigen que las percibamos debidamente. Quedó patente que mirar el mundo requiere un juego recíproco entre las propiedades apartadas por el objeto y la naturaleza del sujeto observador (*ibid.*: 22).

Aunque en esta concepción se trasluce una vocación normativa, en todo alejada a la necesidad sociológica de indagar los procesos receptivos de los sujetos al margen del canon, lo cierto es que aportaciones como la de Arnheim permiten vislumbrar una base antropológica en nuestras experiencias, lo cual no excluye la peculiaridad ni la distinción. Los receptores participan activamente de aquello que incorporan en su relación con el mundo, no son meros receptáculos de datos o impresiones sensibles. La experiencia estética, quizá como ninguna otra, arroja luz sobre ese doble movimiento de aprehensión y evaluación de nuestros procesos receptivos.

Lejos de depender del orden del juicio, la apreciación estética aparece cuando uno la restituye a su génesis psicológica y social o a las condiciones de su realización. Es en la mezcla de afectos y conocimientos como tiene lugar la experiencia estética.

¿Qué es entonces?, ¿cómo se manifiesta?, ¿cuál es el *quid* de la experiencia estética?

3.1. El ámbito significativo de la experiencia

Axel Aubrun (*op. cit.*: 214) considera fundamental distinguir procesos que, si bien se implican, tienen resonancias distintas. ¿Cuál es la función de la percepción estética?, ¿qué suerte de información provee la percepción estética?, ¿qué es la experiencia estética? Las más prometedoras respuestas a estas cuestiones encuentran sentido, según el autor, en algunas bien conocidas características de la percepción estética. Primera, la percepción estética enfatiza la autenticidad; dicho de otra manera,

parece diseñada para discriminar entre objetos similares. Segunda, la percepción estética se dice que produce una casi "ilusión animista de presencia", el juicio (que contradice el conocimiento conceptual) sobre un objeto estético al que se le imprime conciencia y vida. Tercera, la percepción estética induce una experiencia de auto-trascendencia comparable a los sentimientos que distinguen al estado amoroso o de éxtasis.

Este último punto, donde la experiencia estética se confunde con otras, ha sido una de las preocupaciones centrales de Gadamer, especialmente en *Verdad y método* y *La actualidad de lo bello*. Al parecer, las fronteras de los mundos del arte con otros mundos no son tan claras en el terreno de la vivencia estética.

Como ha observado Vera Zolberg (1990: 136), la creación, las instituciones culturales y, en particular, la recepción, no son simples procesos de intercambio sino sobre todo simbólicos. El estudio de la vivencia artística debe considerar al receptor en sus estructuras sociales, sus funciones, su comportamiento, pero en especial en la dinámica de actos comunicativos que le rodean.

Como ya habíamos señalado, para Moles los niveles de información de un mensaje a menudo se mezclan y considerarlos por separado es sólo un caso límite. Todo mensaje real conlleva siempre, ligadas de manera íntima, una cierta proporción de información semántica e información estética. Si la información semántica, que se orienta hacia los aspectos universales de la estructura mental del individuo, es bastante fácil de medir y determinar objetivamente, lo que la hace más reconocible; la información estética, por lo contrario, es aleatoria, específica del receptor, puesto que varía según el repertorio de sus conocimientos y de los símbolos y de las estructuras *a priori*: por tanto, se conoce mal y es difícil de medir.

En forma semejante a lo formulado por Jakobson, esta consideración de Moles nos obliga a aceptar que las funciones estéticas

circulan en el campo de la vida social y no necesariamente como supeditadas a las obras de arte canónicas. Cuando al mundo de la experiencia se le añade el rango valor (como efecto de distinción, véase Bourdieu, 1971: 60), se abre la posibilidad de vincular la conciencia con un umbral estético.

¿Dónde empieza y termina la experiencia estética? No es visible una respuesta categórica cuando se emplea el instrumento de la semejanza. Para Steiner (1989: 143), “el encuentro con lo estético es, junto con ciertas formas de la religión y la experiencia metafísica, la más ‘ingresiva’ y transformativa rendición disponible en la experiencia humana”. En particular, la experiencia estética es responsable de lo que Steiner llama el descentramiento del Yo, que alude a la conocida frase de Rimbaud “yo soy otro”. Otra manera de interpretar este estadio asociado con la experiencia estética es a través de la autoalienación, por ejemplo al invocar el inconsciente freudiano. Steiner aduce que en el arte como experiencia y su recepción, hay una *supuesta* presencia (*ibid.*: 214) que converge directamente con la religiosa o la mística. Es decir que la experiencia estética no es una alienación del yo, sino al contrario, una conexión con algo externo al yo.

Pero ¿qué hay frente a esa experiencia acotada por Steiner que nos induce a *reconocer* una recepción de carácter estético?

3.1.1. *Experimentar estéticamente, experiencia estética y experiencia en estética*

En un hermoso artículo de Robert Ginsberg (1986: 61) se propone la distinción de los tres conceptos que dan título a este subapartado. Así, el autor ilustra el descubrimiento de formas y armonías un día cualquiera de camino al trabajo en una estación de trenes. Este acto cotidiano, en forma impredecible, hace brotar lo estético en medio de lo más mundano. El estado de ánimo previo a la experiencia nada tenía de estético: desatento, sin dirección, insensible, apático, desinteresado. No había búsqueda

explícita de la estética. Sin embargo, la apertura mostrada por el sujeto ante la posibilidad de "experimentar estéticamente" fue la causa de la conmoción.

Por otro lado, el autor prefiere designar la experiencia estética al ámbito de lo que llamamos obras de arte, que pueden o no suscitar una experiencia semejante en el espectador. Mientras que la experiencia en estética alude a la definición que desde el campo de la filosofía se hace sobre el término, es decir, las teorizaciones que han podido articularse como resultado del análisis concreto de las experiencias artísticas.

Lo que se intenta dilucidar aquí es el fondo que subyace a nuestro encuentro con los objetos o mensajes artísticos. Como estudiaremos en el siguiente apartado, nuestras formas de apreciar la belleza surgen de la vida social y se convierten en medios de orientación cuando visitamos un museo, una sala de conciertos o acudimos a un recital de poesía.

En palabras de Wollheim (1972: 131), "el arte y nuestra apreciación del arte dependen de la vida tal como la experimentamos".

Es evidente, por ejemplo, que cuando observamos una pintura o escuchamos una pieza musical, nuestra percepción se basa en la proyección y respuesta a la forma, procesos que podemos creer que están operando desde los comienzos de la conciencia. Se ha dicho, con razón, que el enigma o esencia del arte puede reconocerse en un efecto tan simple como cuando pasamos, completamente satisfechos, de una calle adoquinada al suave embaldosado de un edificio que se ha edificado en ella. Aquí, pues, encontramos la dependencia del arte de la vida (*ibid.*: 133).

Pero no sólo en la filosofía, sino en el análisis empírico, cobra cada día mayor fuerza una orientación de este tipo, donde en las prácticas de consumo (los objetos artísticos, entre ellas) se considera a la experiencia

estética al lado de los diferentes aspectos del estilo de vida vinculados con el gusto.¹

Autores como Gadamer (1991: 19) se han dado a la tarea de profundizar en lo que llaman “la experiencia antropológica del arte” a través de los conceptos de juego, símbolo y fiesta. El punto de partida es la comprensión del arte moderno a partir de experiencias primigenias.

Gadamer le inquieta saber cómo debe entenderse la ruptura con las formas a la que nos ha acostumbrado el mundo moderno, el múltiple juego con contenidos que han superado todas nuestras expectativas; o cómo interpretar lo que ciertas corrientes del arte actual denominan como el antiarte.

A partir de aquí, ¿cómo hay que entender que Duchamp presente de pronto, aislado, un objeto de uso, y produzca con él una especie de *shock* estético? No se puede decir, por las buenas: “¡Vaya una extravagancia!” Duchamp ha puesto de manifiesto algo relativo a las condiciones de la experiencia estética. Pero, a la vista del uso experimental del arte de nuestros días, ¿cómo vamos a servirnos de los medios de la estética clásica? Obviamente para ello hace falta retroceder hasta experiencias humanas más fundamentales: ¿Cuál es la base antropológica de nuestra experiencias del arte? (*ibid.*: 65).

La metáfora del juego aproxima al autor con las ideas kantianas de autonomía y desinterés preconizadas en la *Crítica del Juicio*. El carácter lúdico del arte se relaciona con ese movimiento sin fin del juego. “La libertad de movimiento de que se habla aquí implica, además, que este

¹ Zolberg (*op. cit.*: 136-161) ocupa un capítulo de su libro para dar cuenta de esta perspectiva. Los enfoques más diversos ilustran a la perfección la naturaleza llena de matices de la experiencia estética. Por ejemplo, Russell Lynes (*ibid.*: 148) integra arte con vestido, arquitectura doméstica con diseño y recreación, entretenimiento y causas filantrópicas con voluntariado. Todo ello con el objeto de asignar al consumo estético las categorías sociales de “alto perfil”, “medio perfil” y “bajo perfil”, que incorpora además a un estudio de las dimensiones temporales, coincidentes con los cambios en los valores establecidos de las formas artísticas.

movimiento ha de tener la forma de un automovimiento. El automovimiento es el carácter fundamental de lo viviente en general" (*ibid.*: 67).

Esta concepción sólo puede ser entendida cabalmente si el arte recobra su imagen de obra abierta, dinámica, en permanente construcción y reconstrucción. Así, la obra de arte nunca ha sido sino que es, en continua transición, para creadores y receptores.

El símbolo remite a una imagen griega: una tablilla que cortada en dos se compartía entre el anfitrión y el huésped. Gadamer quiere expresar que lo particular se presenta como "un fragmento de ser que promete complementar en un todo íntegro al que se corresponde con él". (*ibid.*: 94) El sentimiento de lo bello, justamente, es la evocación de un orden íntegro posible.

Por último, la fiesta se levanta como un tiempo de celebración que nos despoja del tiempo (lineal o acumulativo) y nos sugiere lo eterno en forma semejante a como *vivimos* la experiencia estética.

Con estos planteamientos asistimos a la disolución de lo estético monopolizado por el arte. Diffey (1986: 4-5), por ejemplo, insiste en la necesidad de deslindar el concepto 'experiencia estética' del de 'experiencia a través de una obra de arte', que no son idénticas. En el caso de la experiencia estética no podemos traducir la vivencia en términos de causa-efecto, pues el efecto es interno a la experiencia. En la experiencia estética, lo estético puede ser asignado a un número de categorías que no tienen una conexión especial con el arte. Por ejemplo, los filósofos de la religión acuden a la noción de experiencia estética y su percepción, aunque es independiente de la obra de arte, "está más cerca de las raíces del significado de lo estético" (*ibid.*: 6). En pocas palabras, para Diffey, la experiencia estética no requiere como objeto a las obras de arte.

La gran mayoría de los autores citados reconocen en John Dewey no sólo la inspiración sino el pionero en la formulación de un concepto que

encuentre la fuente de nuestra experiencia estética (juicios, gustos, prácticas) en la vida misma.

Dewey escribe en 1934 *El arte como experiencia* (1949), donde construye una "nueva" estética a partir de la tradición empirista anglosajona. En el prólogo a su texto afirma que (*ibíd.*: 471) "si justificamos la propuesta de una nueva teoría estética, dicha justificación debe hallarse en una nueva manera de establecer contacto con la estética".

Es notable que en su extenso libro Dewey no vea al arte como objeto primario de su trabajo sino al ser viviente. El hombre vive perdiendo y recuperando constantemente su propio equilibrio con el mundo que lo rodea; su esfuerzo por conseguir un "estadio de armonía interior" está condicionado por su relación con el ambiente, y dicha relación con el mundo es la que produce la experiencia (*ibíd.*: 52). El arte se oculta precisamente aquí: en el equilibrio entre la vitalidad del sujeto y el cumplimiento de la actividad de la experiencia.

En el acto de consagración a la experiencia, se acepta la vida y la experiencia en toda su incertidumbre, misterio, duda y semiconocimiento, y dicha experiencia se nutre de sí misma con objeto de poder profundizar e intensificar su calidad, hasta producir, a partir de ella, fantasía y arte (*ibíd.*: 44).

¿Cómo se conforma la experiencia? Dewey señala que ésta es siempre activa, dotada de unidad e intensidad propia y de cualidades cada vez diferentes. Pero todo acto práctico posee y denota caracterizaciones estéticas intrínsecas: al realizarlo, el sujeto participa de la experiencia y en caso de cumplir dicho acto con pasión, gozará de un placer estético propio y específico. Cuando lo hace apresurado e impaciente, entre el hombre y la experiencia misma no se registrará ninguna afinidad y la experiencia será definitivamente no estética (*ibíd.*: 93).

El elemento estético está contenido en el disfrute de una percepción receptiva. Para los fines de nuestra investigación, Dewey es central por esto mismo, pues los planteamientos de *El arte como experiencia* pueden leerse como una estética de la recepción que, a su vez, es una estética del contexto. Cuando entre el sujeto y el ambiente se produce una interacción positiva, surgen las condiciones para una experiencia estética; pero cuando en el sujeto prevalecen la antipatía, el cansancio y el mecanicismo repetitivo, se produce simplemente una experiencia ordinaria. Y en caso de que el contexto no admita la posibilidad de entrar en simbiosis con el sujeto e impida, como consecuencia, el placer de la afinidad, al sujeto sólo le quedará recurrir a la fantasía.

“Repudiada por la tristeza y por la indiferencia de las cosas que un ambiente desordenado nos impone, la emoción se recoge en los objetos de la imaginación y se nutre de ellos” (*ibid.*: 306).

He aquí una propuesta de gran poder sugestivo para ampliar el reino de lo que consideramos arte desde el campo de la experiencia. Para Dewey, el producto intelectual, la invención y el resultado del pensamiento fantástico son (en sus dinámicas receptoras) experiencias estéticas. Inclusive la amistad puede incluirse dentro de las experiencias estéticas. “Cualquier experiencia de amistad y de afecto intenso”, insiste, “se completa artísticamente”. (*ibid.*: 318)

En su lectura de Dewey, Germanni (*op. cit.*: 149-152) pone de relevancia el vínculo de la imaginación con la producción y la recepción de una obra. La experiencia estética deweyana es imaginación consciente. La obra de arte es el resultado de la imaginación, pero también producto que opera por medio de ella.

“Cuando Matisse pintó *Joie de vivre*, lo hace viviendo una experiencia altamente imaginativa e incita a quien mira ese cuadro a vivir una experiencia estética basada en la imaginación” (*ibid.*: 150). Este doble acto creativo, de ida y vuelta entre la recepción y la creación, queda de manifiesto desde las edades más tempranas. Trátese del dibujo de un niño

o de una obra de Rembrandt —afirma Dewey. “El individuo se crea en la creación de los objetos, creación que exige una adaptación activa a un material extremo y que implica una modificación del individuo cuyo fin es utilizar, y por tanto superar, las necesidades externas, incorporándolas a una visión y expresión individuales” (Dewey, *op. cit.*: 271).

El texto de Dewey es una muestra ejemplar de reflexión alejada tanto del idealismo como de las interpretaciones emocionales del arte. Su crítica hacia ambas es que hacen de la cualidad estética un hecho separado del resto del conocimiento. Por el contrario, Dewey busca restituir a la realidad estética un sentido más universal, no sólo restringido a las obras de arte o a los artistas.

¿Cómo surge la obra de arte? Si, como ya señalábamos, una experiencia anímica, carente de choques y disonancias, ya está dotada de una cualidad estética, aunque no tenga una finalidad artística y no se manifieste en un trabajo artístico, la obra de arte surge cuando se quiere dar expresión a una cualidad estética que se manifiesta en una experiencia. La expresión es la exteriorización de la experiencia vivida con una cualidad estética.

Pero contrariamente a la expresión normal de las emociones, la expresión a través de la obra de arte produce algo más: produce también un objeto particular que Dewey llama “emoción artística”, diferente y agregada respecto a la emoción original. En esto consiste la particularidad de la expresión artística, que está junto a las otras formas del conocimiento, pero que se transmite también a través de elementos no conceptuales. Estos elementos no conceptuales son la característica del lenguaje artístico.

Las aportaciones de Dewey permitieron recuperar el primer momento de la experiencia estética, lo que podríamos llamar las raíces de la apreciación, pues para el filósofo norteamericano el sentido está ya presente en la experiencias.

Es sintomático que un sociólogo de corte empírico como Silbermann (*op. cit.*: 22-33) reconozca las aportaciones que para la sociología tuvo *El arte como experiencia*. En su opinión, Dewey posee el mérito de apartarse de una concepción del arte que pretende que la sociedad sea capaz de reconocer los rasgos distintivos del objeto estético considerándolo en sí mismo, sin referirse a la experiencia estética anterior. Una estricta distinción entre, por un lado, simple reconocimiento y, por otro, reacciones, nos acerca al punto de vista sociológico.

Un individuo, mucho antes de que la obra de arte adquiera forma, es portador de un espíritu colectivo a través del cual se expresa y se dirige a los grupos receptores. Al considerar la obra de arte en el espejo de Dewey, se descubre igualmente que las evoluciones y las revoluciones artísticas no son más que síntesis de los esfuerzos aislados e independientes de numerosos antecesores, y que el arte no nace de la nada, por el solo efecto del genio creador.

Por último, con relación a Dewey, es pertinente comentar algunas observaciones planteadas por Harworth (1986: 79-89) sobre el tema en un artículo dedicado íntegramente a la visión deweyana de experiencia. Harworth destaca que el concepto de experiencia en el filósofo norteamericano dejó de ser un término técnico y se convirtió en una realidad conectada con la vivencia y con "lo dado".² Tres son los elementos que ve Harworth en el trabajo de Dewey dignos de comentarse.

Primero, la experiencia no consiste simplemente en "tener experiencias", pues incluye también un aspecto activo, y estos dos, tener experiencias y ser activo, están típicamente interrelacionados. Segundo, en la experiencia medios y fines forman un *continuum*. Y tercero, es necesario distinguir entre conciencia, de la cual un animal no humano carece, sentimiento y percepción involuntaria.

² Recordemos el sentido de la palabra recepción: "tomar lo que se da o envía".

La experiencia, por lo tanto, es una participación con aquello que se recibe y, para nuestro principal interés, es indisociable de la recepción, con la que incluso parece confundirse.³

Y como la experiencia conduce siempre al conocimiento, éste, en la expresión de Dewey, se convierte en una experiencia natural completa, que el hombre vive en su totalidad, sin separar a *quien conoce* de *lo que conoce*, es decir, el sujeto del objeto.

Aunque no hay rastros de Dewey en la obra de Bourdieu, sin embargo es inquietante el paralelismo de esta imagen de hombre-en-acción con algunas formulaciones que el sociólogo francés hace en sus textos menos académicos.

En el marco de una conferencia (1990: 176-180), Bourdieu toca la idea de una base antropológica de nuestra experiencia estética en forma similar a como lo hacen Gadamer y Dewey.

En su disertación sobre "El origen y la evolución de las especies de melómanos", Bourdieu afirma que las experiencias musicales tienen su raíz en la experiencia corporal más primitiva. No hay gusto alguno — exceptuando, quizá, los alimenticios— que esté más profundamente implantado en el cuerpo que el musical. Esto es lo que provoca que, como decía La Rochefoucauld, "nuestro amor propio sufre con más impaciencia la crítica de nuestros gustos que la de nuestras opiniones" (*ibid.*: 176). Y más adelante añade:

La música es una "cosa corporal", encanta, arrebatada, mueve y conmueve: no está más allá de las palabras, sino más acá, en los gestos y los movimientos de los cuerpos, los ritmos, los arrebatos y la lentitud, las tensiones y el relajamiento. La más "mística", la "más espiritual" de las artes es quizá sencillamente la más corporal (*ibid.*: 177).

³ Las derivaciones del problema inaugurado por Dewey llegan a nuestros días. Baste consultar dos artículos que vuelven sobre el mismo tema, uno con relación a los criterios de valor subsumidos en la experiencia estética (Petts, 2000: 61-72) y otro que incorpora el término participación dentro de la experiencia estética (1994: 163-174); ambos textos, sobra decirlo, deudores de *El arte como experiencia*.

Y aunque es evidente, como afirma Bourdieu, que la estructuración del gusto tanto del esteta como del aficionado responde a los modos de producción simbólica de la sociedad en que está inscrita, y a las maneras de adquisición de la cultura musical (reguladas, por supuesto, por el campo artístico), no lo es menos a las experiencias originarias de la música.

Pero ¿cómo funciona, cómo se norma y qué valores adquiere esta experiencia estética en el curso de la historia? ¿La función, la norma y el valor estético pueden ser definidos como hechos sociales en la tentativa impulsada por Mukarovsky?

3.2. Las coordenadas sociales en el mundo de la experiencia estética

En un artículo premonitorio del curso seguido por la semiótica de las artes, Jan Mukarovsky (1977: 94) escribió en 1936:

El carácter indeterminado de la relación auténtica de la obra artística está, pues, compensado por el hecho de que el individuo receptor no responde a la obra con una reacción parcial, sino con todos los aspectos de su postura frente al mundo y la realidad. Surge una pregunta: ¿la interpretación de una obra artística en tanto que signo es, entonces, únicamente individual, diferente e incomparable según cada individuo? La respuesta ha sido anticipada ya por la comprobación del hecho de que la obra artística es un *signo* y, por lo tanto, ya por su esencia, es un hecho social; la postura que el individuo adopta frente a la realidad no es una propiedad personal exclusiva.

Al igual que Dewey, Mukarovsky intenta comprender el fenómeno estético en la dinámica de los usos sociales. El artículo de marras, "Función, norma y valor estético como hechos sociales", es una aventura intelectual de alto calibre, profundamente original aún hoy, pues consigue

articular la herencia estructuralista del Círculo de Praga con el rigor de la teoría social.

En este capítulo hemos insistido en exponer las posiciones que tienen en común la postulación de una experiencia estética integradora y, por lo tanto, la de una recepción donde median múltiples condicionantes.

Ya veíamos con Bourdieu la necesidad de mostrar cómo interactúan los diversos campos de la vida social. En el caso de la música, la dificultad de la empresa radica en el hecho de que en lo referente a los bienes culturales, la producción implica una producción de consumidores, es decir, para ser más precisos, una producción del gusto por la música, de la necesidad de música, de la creencia en la música. Para explicar realmente esto, que es lo esencial, habría que analizar toda la red de las relaciones de competencia y complementariedad, de complicidad dentro de la competencia, que vincula a todos los agentes interesados, compositores e intérpretes, famosos o desconocidos, productores de discos, críticos, locutores de radio, profesores, etcétera, esto es, a todos los que tienen cierto interés por la música, ciertos intereses en la música y ciertas inversiones —en el sentido económico o psicológico— en la música, que entrañan en el juego, que se encuentran envueltos en él (1990: 180).

La posibilidad de entrecruzar variables para esbozar un mapa del funcionamiento de la experiencia estética son múltiples. Zolberg (*op. cit.*: 151) se ocupa, por ejemplo, de los trabajos de Herbert Gans, para quien el derecho al arte es un derecho fundamental. Así, el investigador se dedica a lo que él llama “culturas del gusto”, rodeadas por formas y estilos artísticos que atraviesan el estatus socioeconómico y la localización geográfica con variaciones regionales (urbano, rural y suburbano), grado de proximidad a la cultura dominante o aislamiento de ésta. En este territorio surge el interés por el análisis de las identidades a partir de los usos sociales del arte. Gans descubre variedades y diferentes prácticas entre jóvenes, negros e hispanos, por hablar sólo de algunos grupos que en

los Estados Unidos son reconocibles como unidades más o menos estables.

Pero antes que Bourdieu, Zolberg y Gans, Mukarovsky define categorías e ilustra su teoría con suficiente número de ejemplos para dar cuenta de un fenómeno tan complejo que suele resistirse a los arquetipos conceptuales.

Otro de los logros de Mukarovsky, además del mencionado, fue el rechazo al psicologismo tan en boga en su tiempo, que establecía una relación de dependencia entre la obra y las condiciones mentales del autor; y de la sociología vulgar, que concibe al arte como un simple producto o reflejo de las relaciones económicas y sociales que existen en una colectividad.

En la estética sociosemiótica de Mukarovsky —afirma Calabrese (*op. cit.*: 92)— aparece en primer plano el principio de la obra de arte como hecho semiológico y, en segundo, como inmanencia. Pero respecto a este eje fundamental, también relocaliza en el sistema estético las cuestiones extrasemióticas concernientes al autor, la sociedad y la historia.

La obra de arte no deriva de la conciencia individual sino de lo que el autor denomina "conciencia colectiva". No es posible, por tanto, identificar la obra con el estado de ánimo del autor, ya que ésta se comunica al interior de una sociedad y, por lo tanto, debe contener elementos que ella acepte; debe ser un *signo* específicamente estructurado para ser el producto de un imaginario social. En este sentido, la obra funciona como una especie de mediador, uno más, entre el autor individual y la colectividad.

Para Mukarovsky (1984: 231), el significado de la obra de arte como tal no consiste en la comunicación. El signo artístico, a diferencia del comunicativo, no es servil, es decir, no es un instrumento. No comunica cosas, pero expresa una actitud determinada hacia las cosas. Pero la obra no comunica esta actitud —por eso también el contenido de la obra de arte

es expresable con palabras— sino más bien la hace nacer directamente en el receptor.

Llama la atención que este juicio se aproxime al sentido de algunos análisis del arte contemporáneo, por ejemplo, los de Arthur Danto, para quien los términos comunicación e interacción han quedado por completo rebasados en las tendencias vanguardistas.

3.2.1. *La función, la norma y el valor estético como hechos sociales*

Mukarovsky empieza por reconocer que los conceptos de función, norma y valor estético están tan estrechamente ligados, que constituyen el triple aspecto de lo estético (1977: 44); por eso, tratar cualquiera de ellos sin tener en cuenta a los dos restantes, sería necesariamente incompleto.

El objetivo de la obra cambió conforme fue redactado. El autor lo aclara:

Nuestro interés estaba siempre centrado en el esfuerzo por descubrir los principios fundamentales de la construcción de una obra artística. Es natural que el punto de vista poético elemental —a pesar de no haber cambiado fundamentalmente y de permanecer en la inmanencia, es decir en la conformidad interna con las leyes que rigen la evolución de la estructura artística— haya ido evolucionando en el transcurso del tiempo. Si al comienzo se produjo una inclinación hacia los principios teóricos del formalismo ruso, [después fue una exigencia] tener en cuenta la correlación del arte con otras líneas evolutivas (*ibíd.*: 44, 45).

A Mukarovsky le preocupa destacar el desarrollo de la esfera general del arte, con independencia de las expresiones particulares. Pues es un hecho, ya lo era en la década de los treinta, que todas las artes se influyen recíprocamente, de modo que el desarrollo de una de ellas no puede ser plenamente comprendido sin tener en cuenta la evolución de las demás.

Por ejemplo, la influencia ejercida por el cine en el teatro y la danza y, en general, todas las artes escénicas, es una evidencia incuestionable.

Pero al filósofo le interesó sobre todo (y de hecho su obra terminará por colocar el énfasis en ello), la relación entre el arte y los fenómenos extraartísticos. Sin embargo, la esfera global de los fenómenos estéticos, sean artísticos o extraartísticos, no está aislada de todo el amplio campo de los demás fenómenos, en particular de todos los aspectos y productos de la actividad humana.

La función estética de una obra, por lo tanto, debe ser estudiada a la luz de las funciones culturales. Como si esta idea recorriera tácitamente la obra de Arnheim, en *El pensamiento visual* encontramos afirmaciones que se corresponden con el célebre artículo de Mukarovsky.

Pero las obras de arte no son todo el arte; son sólo sus raras cumbres. Para volver a obtener los beneficios indispensables del arte, nos es necesario concebir esas obras como los resultados más evidentes de un esfuerzo más universal por dar forma visible a todos los aspectos de la vida. Ya no es posible considerar la jerarquía de las artes como dominada por las bellas artes, la aristocracia de la pintura y la escultura, mientras que las llamadas artes aplicadas, la arquitectura y otras variedades del diseño, queden relegadas a la base de la pirámide como impuros compromisos con la utilidad (Arnheim, 1986: 308).

Desde el punto de vista metodológico, Mukarovsky define su empresa (1977, *op. cit.*: 46) como el intento por resolver algunos problemas de estética general desde el punto de vista sociológico, y no una crítica de los métodos de la sociología concreta del arte que entonces titubeaban entre el causalismo y el estructuralismo.

Con respecto a la función estética, el autor aclara que ésta ocupa un lugar importante en la vida de los individuos y de toda la sociedad. No obstante que el acceso a las obras de arte está limitado, unas veces por

vocación y otras por las barreras de la estratificación social, "las consecuencias de la acción del arte alcanzan también a personas que no tienen ninguna relación directa con él (por ejemplo, la influencia de la poesía sobre la evolución del sistema lingüístico)" (*ibid.*: 47).

La función estética ocupa un campo de acción mucho más amplio que el arte mismo. Cualquier objeto y cualquier acción (trátase de un proceso natural o una actividad humana) pueden llegar a ser portadores de la función estética.

El arte del siglo XX demostró que hay suficientes pruebas de que incluso cosas de las que, según la concepción tradicional, no se les atribuiría un valor estético, pueden convertirse en hechos estéticos. Es decir que, según Mukarovsky, no hay límite fijo entre la esfera estética y la extraestética.

¿Quién podría afirmar después de la fundamentación de Dewey, que una máquina, la solución de un problema matemático o la organización de un determinado grupo social escapan al adjetivo 'bello', que en estos casos sería mucho más que una expresión o frase hecha?

El caso contrario no es menos cierto: obras de arte portadoras privilegiadas de la función estética que por alguna causa fueron privadas de ella. Por ejemplo, los frescos, los esgrafitos cubiertos por una nueva capa de pintura, o el caso de obras utilizadas para otros fines sin que se tenga en cuenta su finalidad estética (la transformación de un palacio antiguo en cuartel).

Esto lleva a la primera formulación de interés para nuestro trabajo. "La aptitud activa a la función estética no es una propiedad real del objeto, aunque éste haya sido construido intencionalmente en vista de esta función, sino que se manifiesta sólo en circunstancias determinadas, es decir, en un contexto social determinado" (*ibid.*: 48). El fenómeno que fue portador privilegiado de una función estética en una época o en un país determinado, puede perder esta función en otra época u otro país.

Los límites de la esfera estética no están determinados únicamente por la realidad misma, y son muy variables. Incluso, al ser dependientes del grado de perceptibilidad estética, varían para cada cual con el cambio de edad, del estado de salud o hasta el estado de ánimo momentáneo.

Pero apenas reemplazamos el punto de vista individual por el punto de vista del contexto social, resulta que, a pesar de todos los matices individuales y fugaces, existe una localización considerablemente generalizada de la función estética en el mundo de los objetos y procesos.

Las variaciones al interior de cada campo son infinitesimales. Mientras la función estética del acto de comer en Francia puede ser más fuerte que en otros países, la función del vestir en el medio urbano es más poderosa entre las mujeres que entre los hombres, y, sin embargo, esta diferencia no es válida para los medios donde la gente usa trajes regionales. La función estética del vestido se diferencia también según el contexto social determinado; *v. gr.*, la indumentaria para el trabajo *vs.* el traje para una celebración.

Mukarovsky aprovecha para introducir un pertinente matiz:

Al delimitar la esfera estética y la esfera extraestética es, pues, necesario tomar en consideración que no se trata de esferas separadas con precisión y sin conexiones mutuas. Las dos están en una relación dinámica permanente, que se puede caracterizar como una antinomia dialéctica (*ibid.* 49).

El límite entre el arte, por un lado, y el resto de la esfera estética y los fenómenos extraestéticos, por otro, es importante no sólo para la estética sino también para la historia del arte, porque de esta frontera depende, de manera decisiva, la selección del material histórico.

El autor choca en alguna medida con el estructuralismo al que estuvo ligado cuando afirma que el criterio de caracterizar a una obra de arte por el modo como ha sido hecha es limitado, pues esto sólo es válido,

y aún con restricciones, para el contexto social al que la obra está originalmente dirigida. "Apenas tenemos delante de nosotros un producto vinculado por su origen a una sociedad que nos parece lejana en el tiempo y en el espacio, ya no podemos aplicarle nuestra propia escala de valores" (*ibídem*).

Esto significa que el rango estético de una obra depende del valor asignado a ésta por las mediaciones socioculturales. La cuestión de la valoración estética, por eso, es fundamentalmente distinta al problema de los límites del arte, puesto que precisamente respecto al arte se le valora.

¿Cómo distinguir la esfera del arte de la de lo extraestético, empresa por momentos ilusoria? Justo por la función estética, que en el caso de las obras de arte es la dominante. Sin embargo, esta hipótesis no es la fórmula para diferenciar el arte del no arte, pues existen casos de transición paulatina o de vacilación entre la esfera del arte y lo que está fuera de él. El argumento de Mukarovsky concluye con la enumeración de varios ejemplos sobre los que vale la pena detenerse (*ibíd.*: 51-57).

En la arquitectura compiten con la función estética las funciones prácticas (es el caso de la protección contra los cambios atmosféricos) o en la literatura la función comunicativa. La danza como arte está estrechamente ligada con la educación física, cuya función es higiénica. A su vez, en ciertos tipos de danza concurren, junto a la función estética, otras que pueden incluso predominar: la ritual, la religiosa, la erótica.

En el otro extremo se encuentran manifestaciones que incluyen la función estética en su ámbito sin ser este el propósito. Es el caso del culto religioso o de la belleza del entorno natural. De sobra conocido es que el culto religioso contiene en general una dosis considerable de elementos estéticos y, en algunos casos (como las liturgias ortodoxa y católica), la estetización es parte integrante.

En conclusión, Mukarovsky (*ibíd.*: 56-57) señala que la estabilización de la función estética es un asunto de la colectividad, y la función estética es un componente de la relación entre la colectividad

humana y el mundo. Por eso una extensión determinada de la función estética en el mundo de las cosas está relacionada con un conjunto social determinado.

La conciencia colectiva establece las relaciones entre las cosas, convirtiéndolas en portadoras de la función estética. La conciencia colectiva es, para Mukarovsky, un hecho social importantísimo que define "como un lugar de convergencia de los distintos sistemas de fenómenos culturales, como el idioma, la religión, la ciencia, la política, etcétera. Estos sistemas son hechos reales, aunque no sean directamente perceptibles por los sentidos: su existencia se demuestra con el hecho de que, respecto a la realidad empírica, manifiestan una fuerza normativa" (*ibíd.*: 57).

La esfera de la estética se manifiesta en la conciencia colectiva ante todo como un sistema de normas. La norma estética pretende ser una regla de validez invariable.

Desde otro punto de vista Wollheim (*op. cit.*: 153), por ejemplo, refuerza el análisis de Mukarovsky:

Sugiero que cuando busquemos ejemplos para probar cualquier hipótesis que pudiéramos formarnos sobre la actitud del espectador, sería instructivo escoger casos en que algo que es una obra de arte, y que habitualmente no ha sido considerado como tal, en un momento determinado lleguemos a verlo como tal. Obras arquitectónicas ante las que pasamos cada día despreocupadamente, nos podrían proporcionar unos buenos ejemplos de este hecho. Y es significativo el hecho de que obtendremos una concepción muy distinta de la actitud del espectador si consideramos *estos* casos en vez de aquellos que la estética normalmente nos invita a considerar: casos en que algo que no es una obra de arte, y que habitualmente no está considerada como tal, en un determinado momento llegamos a verla como si lo fuera.

La función, en tanto que fuerza viva, parece estar determinada a cambiar constantemente la extensión y la dirección de su cauce, mientras que la norma, que es una regla y una medida, parece, por su propia esencia, estática.

El carácter variable y obligatorio de la norma estética, apunta Mukarovsky (*op. cit.*: 60), no puede entenderse desde el punto de vista del hombre ni como género, ni como individuo, sino únicamente desde el punto de vista del hombre en tanto que ser social.

Para una mejor comprensión del concepto, Mukarovsky introduce el término de valor, que entiende teleológicamente como la capacidad de una cosa para lograr un objetivo determinado; es natural que la determinación del objetivo y del camino conducente a él, depende de un sujeto determinado, y que entonces cada valoración contiene un momento de subjetividad. "Sobre una norma auténtica se puede hablar sólo tratándose de objetivos generalmente reconocidos, respecto a los cuales el valor se percibe como existente independientemente de la voluntad del individuo y de su decisión subjetiva, es decir, como un hecho de la llamada conciencia colectiva" (*ibid.*: 61). Esto se refiere, entre otras cosas, a que el valor estético determina la medida del placer estético. En estos casos, el valor está estabilizado por la norma, que no es otra cosa que una regla general que debe ser aplicada a cada cosa concreta que le incumbe. El individuo puede no estar de acuerdo con la norma, o incluso tratar de negar su existencia y su obligatoriedad colectiva en los momentos en que esté valorando, aunque lo haga en contradicción con la norma.

Mukarovsky se detiene en mostrar cómo la existencia de multiplicidad de normas deriva en la coexistencia de normas en mutua competencia. Las normas, además, son hechos históricos sujetos a la variabilidad.

Lo paradójico, como ya habíamos visto en el capítulo 2 con Eco y su noción de idiolecto, es que la obra estética viola hasta cierto punto y a veces considerablemente la norma estética válida para el momento dado

del proceso. No obstante, dice Mukarovsky (*ibíd.*: 67), "aun en los casos extremos tiene que mantenerla simultáneamente: incluso hay periodos en la evolución del arte en los que el cumplimiento de la norma prevalece visiblemente sobre su violación". Pero siempre hay en una obra artística algo que la une al pasado y algo que tiende al futuro.

Una obra de arte auténtica oscila siempre entre los estados pasado y futuro de la norma estética: el presente, bajo cuyo punto de vista la percibimos, aparece como tensión entre la norma pasada y su violación, destinada a llegar a ser parte de la norma futura.

Las nuevas normas estéticas, además, penetran directamente desde el arte a la vida cotidiana, siendo a veces su escenario un taller de artesanía, a veces las habitaciones de los salones. En la esfera extraartística, estas normas adquieren valor mucho más obligatorio que en el arte que las ha creado porque en ella funcionan como criterios auténticos de los valores y no como un mero trasfondo para su propia violación.

En una misma colectividad existe, pues, simultáneamente, toda una serie de cánones estéticos. Los conocemos no sólo por la experiencia objetiva, cuyos ejemplos han sido mencionados, sino también por la experiencia subjetiva. Del mismo modo que cada uno de nosotros es capaz de hablar en varias formaciones de una misma lengua, por ejemplo en varios dialectos sociales, entendemos subjetivamente también distintos cánones estéticos, aunque por lo general sólo uno de ellos nos parece adecuado para nosotros, y forma parte de nuestro gusto personal (*ibíd.*: 72).

En forma muy semejante a la aproximación de Bourdieu para el análisis del gusto, varias décadas después, Mukarovsky insistía en que la relación entre morfología social y norma estética debía leerse a la luz de la división de la sociedad en clases, es decir, la estratificación vertical, pero

que no menos importante era incorporar la división horizontal, por ejemplo las diferencias de edad, sexo o profesión.

La conexión entre la organización social y la evolución de la norma estética es, en la óptica del pensador checo, indiscutible, igual que el esquema de paralelismo mutuo entre las dos jerarquías tiene justificación.

El modo como la norma estética se relaciona con las demás normas e incluida en su estructura social, determina así, en una medida considerable, su relación con los otros grupos sociales. Así, Mukarovsky propone (*ibid.*: 76) desarrollar una sociología de la norma estética que se refiera a la estrecha relación de la norma estética con las demás normas, así como su posición de subordinación o superioridad en el conjunto de todas ellas.

Finalmente, Mukarovsky vuelve sobre el concepto de valor estético para redondear lo expresado en el artículo. Si la función estética es la fuerza que crea el valor, mientras la norma es la regla con la que se le mide, la problemática del valor estético consistirá en la validez y el alcance de la valoración estética.

Es la sociedad la coautora de instituciones y órganos que influyen sobre el valor estético, regulando la valoración de las obras de arte. Por ejemplo, la crítica, el peritaje artístico, la restauración de bienes inmuebles, la educación artística (incluyendo en ella las escuelas artísticas y las instituciones cuyo objetivo es la instrucción de la percepción pasiva), el mercado de las obras de arte y sus medios publicitarios, las encuestas sobre las obras de más valor, las exposiciones artísticas, los museos, las bibliotecas públicas, los concursos, los premios, las academias y a veces incluso la censura (*ibid.*: 83).

Como bien ha visto Furió (*op. cit.*: 51), en esta como en muchísimas cuestiones, Mukarovsky se adelantó al análisis institucional. Así, el valor estético ha resultado ser un proceso cuyo movimiento está determinado por la evolución inmanente en la propia estructura artística y por el movimiento y los cambios de la estructura de la convivencia social.

Mukarovsky arriba al final de su artículo a una conclusión asombrosa que sin duda podría ser el epígrafe de la mayor parte de los libros de sociología del arte actuales y pasados. Con una lucidez deslumbrante afirma:

Hemos tratado del carácter semiológico de la obra artística y hemos mostrado que el arte está estrechamente vinculado con la esfera de los signos comunicativos, pero de tal manera, que resulta ser la negación de una comunicación auténtica. La comunicación auténtica se refiere a una realidad concreta, conocida por el que emite el signo y de la que debe ser informado aquel que lo recibe. Sin embargo, la realidad comunicada directamente por la obra de arte no constituye el propio portador de la relación auténtica, sino su mero intermediario. La verdadera relación con la realidad es, en este caso, múltiple, y alude a hechos conocidos por el receptor, hechos que sin embargo no están y no pueden estar pronunciados ni indicados en la obra misma, porque forman parte de la experiencia íntima del receptor (*ibid.*: 93).

La obra de arte, aun cuando no contiene juicios de valor pronunciados de manera directa o encubierta, está impregnada de valores. Los valores extraestéticos, por otro lado, forman un conjunto, pero un conjunto dinámico, no mecánicamente estabilizado.

Como criterio principal del valor estético, Mukarovsky considera generalmente la impresión de unidad que produce la obra. Sin embargo, la unidad no debe ser comprendida estáticamente, como una armonía perfecta, sino dinámicamente, como una tarea impuesta por la obra al receptor. Al lado de la construcción interna de la obra artística, y en estrecha relación con ella, se encuentra también la relación entre ésta en tanto que conjunto de valores y los valores vigentes, desde el punto de vista práctico, para la colectividad que la recibe.

Queda así entendido por qué Mukarovsky concluye con la afirmación que mediante

El valor estético, el arte actúa sobre la postura emocional y volitiva del hombre frente al mundo, interviniendo directamente como regulador básico del comportamiento y del pensamiento humano, a diferencia de la ciencia y la filosofía que influyen en el comportamiento humano mediante el proceso mental.

Lo estético, es decir, la esfera de la función, la norma y el valor estético está, pues, ampliamente extendido sobre la esfera global de la actividad humana, siendo un factor importante y multilateral de la práctica de la vida (*ibid.*: 101).

Resta abordar términos, procedimientos y naturaleza de la teoría que se dio a la tarea, nada sencilla, como veremos, de articular las intuiciones de Gadamer, Dewey y Mukarovsky.

3.3. La *praxis* estética

No obstante las valiosas aportaciones de Dewey y Mukarovsky para tener una visión más compleja de la recepción estética, faltaba el ingrediente empírico que pudiera incorporar a la teoría datos concretos acerca del funcionamiento social de la esfera artística.

Sin embargo, incluso antes de la investigación empírica, que comienza a rendir frutos en la década de los setenta,⁴ era necesario formalizar una teoría que sentara los fundamentos de un examen de la recepción estética en toda su complejidad. Era evidente que oscilar entre darle prevalencia a la obra, al contexto, al producto o, incluso aunque en menor medida, a los públicos, impedía dar cuenta de un proceso tan variado y heteróclito, podría decirse que hasta escurridizo. Pero el reto parece mayor si la pretensión es hablar de la experiencia estética desde el observatorio privilegiado del receptor o, mejor, si esta posición (la de

⁴ Véanse al respecto las precisiones de Zolberg (*op. cit.*: 29-52); Furió (*op. cit.*: 327-380); Calabrese (*op. cit.*: 66-74); Silbermann (*op. cit.*: 9-41) y Watson (1971: 177-199).

recibir) se extiende a la globalidad del fenómeno para hacerla funcionar también como una categoría para la interpretación.

Desde que el arte es asociado con múltiples significaciones (políticas, económicas, psicológicas, simbólicas), las explicaciones sobre las elecciones estéticas merecían ser examinadas. Dos conjuntos de ideas alrededor de los receptores se entremezclaban en los análisis.

La primera tomó a los públicos como actores autónomos, una variable más para los investigadores de mercado o los sociólogos acriticamente confiados en las encuestas de opinión. La segunda consideró a los receptores como ovejas manipulables de la sociedad de masas, la perspectiva de algunos teóricos de la Escuela de Frankfurt (Zolberg, *op. cit.*: 137).

Con el tiempo, ninguna de las posturas soportaría la observación empírica. Si bien es cierto que en un primer vistazo es aceptable concebir a los públicos como grupos de actores individuales, subjetivamente diferenciados, que usan el arte para su placer o como actores económicos que organizan su tiempo libre alrededor del consumo cultural, lo cierto es que sus elecciones estéticas los muestran en términos de pertenencia a grupos sociales, lo cual introduce variables que arrojan un examen más rico y complejo de los fines que llevan a un sujeto a aproximarse a las obras de arte sobre la base de códigos culturales.

En el monumental trabajo de Howard Becker (1982) ya comentado, se pone de manifiesto el interés "no en la obra de arte como objeto aislado o mero acontecimiento sino en el proceso entero a través del cual un receptor elabora y reelabora o aprecia todas las veces dicho trabajo artístico" (Becker, *op. cit.*: 214). El propio Becker constatará que en la *praxis* estética la interrelación entre recepción y producción confluye tan poderosamente que el público termina por ser indistinguible del artista.

Dentro de "los mundos del arte", los receptores están inmersos en dinámicas interpersonales tan variadas, que el consumo y la reinterpretación de las obras de arte cambia su significado con cada exposición. Así, en la dinámica de la *praxis* estética, se mezclan el arte con lo que no lo es, las obras canónicas y las artesanías, las bellas artes y el arte popular, el arte *naïf* y el profesional, tanto el regido por las convenciones como el de ruptura.

La naturaleza del arte es socialmente construida. Becker ofrece innumerables ejemplos (*ibid.*: 284-314) de artistas que trabajan cerámica (Robert Arneson, por hablar de uno en concreto) para construir objetos como teteras o máquinas de escribir absolutamente no funcionales. Del mismo modo, encuentra artistas canónicos que giran su obra hacia el trabajo artesanal o se reorientan a sí mismos hacia fines más comerciales, provocando así un cambio en la naturaleza del trabajo que ellos hacen. Los objetos, la música, los libros y los bailes no son situados dentro del universo de los objetos de arte o artesanales hasta que ellos son definidos por los actores y los grupos sociales.

Los artistas mismos son receptores y su trabajo se ve constreñido al conjunto de las mediaciones cognitivas, sociales e institucionales de las que hablamos en el primer capítulo. Por ejemplo, Charles Ives compuso música que para las convenciones de su tiempo era desagradable y parecía imposible de interpretar (aunque ahora es ejecutada); o Conlon Nancarrow, quien evitó depender de los intérpretes al componer muchas de sus obras para piano mecánico.

Como se advierte, la recepción estética es por momentos inaprensible e inabarcable. Como acota Silbermann (*op. cit.*: 28), los consumidores de arte han formado parte en todos los tiempos de la vida artística. La música, la literatura, el teatro y la pintura constituyen, con sus vivencias respectivas, un proceso social continuo que implica una interacción entre el artista y su entorno sociocultural y culmina en la

creación de una obra de uno u otro género, la que a su vez es recibida por el medio sociocultural y vuelve a actuar sobre él.

Concretamente, esto significa que la obra produce cierta impresión sobre grupos de mayores o menores dimensiones cuyas reacciones, por un lado, determinan la reputación de la obra y su lugar en el universo cultural, y por otro ejercen cierta influencia sobre el artista, condicionando y regulando en cierta medida su actividad creadora. Partiendo del sujeto para llegar al sujeto, esta concepción fundamental del proceso artístico pone en evidencia la importancia de la interacción de los individuos, de los grupos y de las instituciones.

3.3.1. Los primeros trazos del análisis

Watson (*op. cit.*) y Karbusicky (1971) se han ocupado de los primeros intentos de examen de la *praxis* estética bajo un enfoque multidimensional. No fue un problema menor acotar la definición de público de arte, que desde la década de los treinta empezó a vislumbrarse como el motor de las prácticas sociales alrededor de los mensajes estéticos.

La mayor parte de las investigaciones se centraron en las artes plásticas, con lo cual se olvidó lo que Mukarovsky y mucho tiempo Bourdieu demostrarían: las distintas prácticas artísticas funcionan en un campo y son articuladas no sólo en el ámbito institucional, sino, quizá lo más importante, desde la conciencia de los espectadores.

Así, los enfoques, en su mayoría de origen europeo, fluctuaron entre las modificaciones de estilos y valores, el perfil psicoanalítico del artista, hasta el análisis del proceso de creación (véase Watson, *op. cit.*: 177-180). En menor medida comenzaron a preguntarse (si bien bajo una perspectiva mecánica que insistía en ver al arte como reflejo de la sociedad) sobre las relaciones multívocas entre arte y estructuras sociales.

La expresión "público de arte" (*ibid.*: 177-178) tiene tres acepciones fundamentales: primero fue utilizada en singular y en sentido indefinido

para designar a todos aquellos que, de una u otra manera, entran en contacto con el arte. "Esta concepción, frecuente en los estudios sobre el arte del siglo XIX, opone al artista y el público dentro de la sociedad y presenta casi siempre a este último como un elemento hostil, incomprensivo y aun inculto."

Una segunda concepción afirma que el público de arte está formado por todos aquellos que se interesan en las obras de un artista particular, interés que los lleva a confeccionarlos. "Se puede entonces hablar de Matisse y *su* público, de Picasso y *su* público, etcétera". De este modo, público sería sinónimo de conjunto de aficionados.

Una tercera definición restringe el sentido de la expresión a las elites en materia de estética: artistas, mecenas, coleccionistas, personas de los museos y las galerías, y algunos críticos. El arte no es indispensable para muchos y una buena cantidad de personas se mantiene alejada del consumo artístico la mayor parte de su vida, o al menos así se cree. En este sentido, el público sólo comprende a quienes se interesan de manera regular y profunda en las manifestaciones artísticas, definición que generalmente da por supuesto que todos los demás constituyen una masa amorfa.

Es evidente que, como advierte Watson, cada visión no sólo es distinta sino antitética con relación a la otra. La primera, útil quizás en lo que se refiere al arte francés, en ciertas condiciones de lugar y de tiempo, no es necesariamente generalizable, pues no distingue suficientemente entre los diversos tipos de reacciones y de valores. La segunda es tal vez demasiado restrictiva. Si bien es útil determinar exactamente quiénes fueron los aficionados de las obras de un artista con el fin de comprender mejor las formas de mecenazgo y de adquisición de esas obras, así como la política seguida por los museos y galerías en materia de exposiciones, esta acepción no llega a explicar los casos en que el aficionado da muestras de eclecticismo y se compromete menos profundamente. En cuanto a la

tercera acepción, exagera un aspecto de la sociedad a costa de los demás y constituye una generalización excesiva.

En realidad, como descubre la teoría de la recepción estética, la categoría "público de arte" es una simplificación perentoria que da cuenta en escasa medida de la realidad social. Si la noción de un público de arte único es inexacta, entonces las hipótesis basadas en esta noción sobre la relación entre el arte, los artistas y la sociedad, también son inexactas, o por lo menos discutibles.

Es preciso ocuparse ya de la problematización sobre el fenómeno de la experiencia estética que revolucionó, primero, las llamadas ciencias literarias a final de la década de los setenta y cuyas formulaciones ganan cada día más terreno en otros campos de la *praxis* estética.

3.3.2. La Escuela de Constanza y la teoría de la recepción estética

El replanteamiento de la estética como estética de recepción en lugar de la tradicional estética de producción y de presentación, ha despertado mucho interés en la teoría del arte. Dietrich Rall (1981; 1987), un experto en el campo, hace un recuento de las múltiples publicaciones que desde la década de los setenta plantean el problema de la relación comunicativa entre el sujeto y la obra artística, concretamente entre el receptor y la obra literaria, e investiga la manera de cómo los lectores de diferentes clases, países, siglos, han acogido, leído, interrogado, criticado las obras literarias a través de la historia. Una empresa, por supuesto, monumental que, no obstante, refiere siempre sus interpretaciones a casos concretos.

El interés por los receptores no es nuevo,⁵ lo que sí fue novedosa fue la pregunta por la participación del lector en el acto de concretización de la

⁵ El recuento que hace Rall (1981:182-183) es interesante porque invoca a algunos clásicos de la sociología de la literatura, importantes para esta tesis. Entre otros comenta los trabajos de Levin Schücking, *El gusto literario* (1931); Jean-Paul Sartre, *¿Qué es la literatura?* (1948); Arnold Hauser, *Historia social de la literatura y del arte* (1953); Arthur Nisén, *La literatura y el lector* (1959), Robert Escarpit, *Sociología de la literatura*, (1958), además de las obras de Roland Barthes, Erich Auerbach y Félix Vodicka.

obra literaria. La interrelación autor-obra-lector se convierte en una totalidad indivisible con múltiples ramificaciones.

Los trabajos bajo este derrotero se concentraron, primero, en la Universidad de Constanza, en Alemania, donde se formularon los principios epistemológicos y metodológicos de la teoría. En un primer momento, observa Rall (1981: 183), la recepción estuvo basada en una ciencia del texto, pero hacia la década de los ochenta la balanza se inclinó hacia una teoría de la comunicación, con lo que el espectro se abrió necesariamente hacia la colaboración con otras disciplinas. En algunos casos, sobre todo en Alemania, la lingüística, la semiótica, la sociología, la antropología y la filosofía abandonaron paulatinamente el estructuralismo tan en boga durante los sesenta para avocar sus trabajos al estudio de los procesos receptivos. "Al mismo tiempo que se rehabilita en las ciencias literarias al lector, al oyente, al espectador —en una palabra al receptor— la lingüística del texto se abre hacia una pragmática de los actos verbales y hacia el análisis de la conversación" (*ibid.*: 184).

Los principales teóricos de la Escuela de Constanza, Hans Robert Jauss⁶ y Wolfgang Iser, colocaron el énfasis en los efectos provocados por la obra de arte, es decir, las modalidades de recepción. Jauss (1992), como veremos más detenidamente después, subraya la importancia de la implicación metodológica en el análisis diacrónico de la historia de los efectos que un texto puede provocar y en la investigación sincrónica de las reglas internas del mismo. "Este puente entre institución hermenéutica (idónea para determinar la importancia de las implicaciones histórico-subjetivas inherentes al texto) y sistema estructural (necesario para efectuar un reconocimiento de la objetividad del texto) permite una

⁶ Ha sido Jauss quien en forma más clara definió el programa de la Escuela de Constanza. En un texto emblemático (Jauss, 1993: 59-71) se vale del término paradigma, tal como fue acuñado por Thomas Kuhn en *La estructura de las revoluciones científicas* (1975), para situar la teoría de la recepción estética como un cuarto paradigma en la historia del arte. El primero lo ubica en la tradición humanista del Renacimiento, el segundo en el contexto del Romanticismo europeo y el tercero como parte de los análisis estilísticos y estéticos de inspiración estructuralista.

amplificación decisiva de las oportunidades interpretativas" (Gennari, *op. cit.*: 37).

La teoría se interesa por el lector pero no primordialmente en su relación con el autor, sino con la obra. Y se interesa específicamente desde un punto de vista de la historia. La interrelación entre el autor y su público, así como también la correspondencia funcional del arte con la sociedad (el arte es la reproducción de una realidad sociocultural preexistente), son temas de investigación de la sociología del arte tradicional. Sin embargo, también la estética de la recepción reivindica el carácter histórico-social de la relación obra-público:

La historicidad de la literatura no depende de la coherencia de unos "hechos literarios" que pueden verse retrospectivamente, sino del contacto vivo de la obra literaria con sus lectores. La relación establecida por el diálogo es el presupuesto de la historiografía de la literatura. El historiador tiene que adoptar continuamente la función del lector para ser capaz de comprender y clasificar una obra, es decir: fundamentar su propio juicio porque conoce su lugar dentro de la sucesión histórica de los lectores (Jauss, 1976: 10).

La teoría propuesta por Jauss permite comprender el sentido y la forma de la obra de arte por la variedad histórica de sus interpretaciones. La historicidad del arte y especialmente de sus obras maestras, se basa, según Jauss, en la experiencia de sus receptores a través de los tiempos. Las experiencias sirven de intermediario, de mediación diríamos nosotros, entre pasado y presente. Cada interpretación tiene que tomar en cuenta la constante interacción entre obra, público y autor, y las diferentes concretizaciones que dependen del horizonte de expectativas de cada lector y del público en general, siempre en un contexto histórico, cultural y social que orienta la comprensión. Jauss entiende el horizonte de expectativas del público como "aquella instancia ante la cual se realiza la articulación

de cuestiones de la práctica de la vida en el arte, así como también el cambio de la experiencia estética en una preformativa comprensión del mundo" (*ibid.*: 91).

La definición o reconstrucción del horizonte de expectativas de un público es necesaria para explicar las interpretaciones parciales o subjetivas que se deben muchas veces a la *distancia estética* entre el receptor y una obra (nueva). Por eso, "la cuestión acerca de la subjetividad de la interpretación y del gusto de diversos lectores, o sectores de lectores, sólo puede formularse de una manera lógica si antes se ha aclarado cuál es el horizonte transubjetivo del entendimiento que condiciona el efecto del texto" (*ibid.*: 172).

Iser (1987), por su parte, también insiste en la complementariedad entre texto y receptor; centra su atención en el lector, que es quien logra la realización del texto, ya que mientras éste no sea leído, no tendrá vida y tampoco podrán producirse las integraciones necesarias para su actualización. Así, la obra no concluye en sí misma y, como pensaban los clásicos, no está destinada simplemente a su disfrute. En cambio, requiere la integración de todas las interpretaciones posibles.

Los teóricos de esta corriente, como es evidente, suman antes que restar. Sin ser eclécticos, no renuncian a los enfoques antecedentes (sobre todo la historia del arte y el estructuralismo), pero sí los reformulan críticamente y al hacerlo su propuesta es mucho más que la reunión de las inconsistencias de los paradigmas previos.

En forma semejante a lo señalado por Bourdieu (1971), la recepción estética es comprendida como un acto de desciframiento, consciente o inconsciente. El acto de desciframiento se ignora como tal, pues la comprensión inmediata y adecuada sólo es posible y efectiva en el caso particular en que la cifra cultural que posibilita dicho acto, es dominada completa e inmediatamente por el receptor ("bajo la forma de competencia

o de disposición cultivada")⁷ y se confunde con la cifra cultural que ha hecho posible la obra percibida.

Puesto que las obras que constituyen el capital artístico de una sociedad dada en un momento dado exigen códigos desigualmente complejos y refinados, por lo tanto susceptibles de ser adquiridos con mayor o menor facilidad y rapidez mediante un aprendizaje institucionalizado o no institucionalizado, tales obras se caracterizan por niveles de emisión diferentes, de modo que [...] la legibilidad de una obra de arte para un individuo particular es función de la *distancia entre el nivel de emisión* definido como el grado de complejidad y de fineza intrínsecos del código exigido por la obra, y el *nivel de recepción*, definido como el grado en que ese individuo domina el código social, que puede ser más o menos adecuado al código exigido por la obra (*ibíd.*: 57).

Este interés creciente por los procesos de recepción, en el caso de Jauss, tuvo que ir a contracorriente del paradigma dominante en las décadas de los sesenta y setenta en Alemania: la Escuela de Frankfurt, en especial la *Teoría estética* de Adorno (1983).

No es ocioso dar cuenta de algunos aspectos de la polémica,⁸ sobre todo porque muchos de los términos acuñados por Adorno, Horkheimer y Benjamin sobre la industria cultural, ejercerían una poderosa influencia en las ciencias sociales y, particularmente, en la sociología del arte.

La llamada Escuela de Frankfurt tiene su origen en el Instituto de Investigación Social fundado en esa ciudad alemana en 1923, y vinculado a su universidad. En 1933 fue clausurado por los nazis y, después de formarse núcleos en París y Nueva York, fue reabierto de nuevo en Alemania en 1951. Max Horkheimer, Theodor W. Adorno, Erich Fromm,

⁷ El término es de Bourdieu (1971: 45).

⁸ Quien tenga interés en un análisis pormenorizado de ambas posturas, puede consultar un artículo de Pauline Johnson (1987) sobre el particular: "An aesthetics of negativity/An aesthetics of reception: Jauss's Dispute with Adorno".

Walter Benjamin y Herbert Marcuse son los más destacados representantes de la primera etapa de la escuela.

De los autores citados, solamente Benjamin y Adorno dejaron un trabajo importante con relación al arte y la reflexión estética. Walter Benjamin fue uno de los primeros intelectuales que reflexionó sobre los cambios y las consecuencias que la reproducción mecánica introdujo en el mundo del arte contemporáneo. En su conocido ensayo "La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica", publicado en 1936, expuso de qué manera con la fotografía y el cine la obra de arte perdía su "aura", concepto que Benjamin ilustró a partir de un ejemplo extraído del mundo natural: "Descansar en un atardecer de verano y seguir con la mirada una cordillera en el horizonte o una rama que arroja su sombra sobre el que reposa, eso es aspirar el aura de esas montañas, de esa rama" (1973: 24).

Dicho de otra manera, al hablar de aura, Benjamin se refería a la experiencia de distanciamiento que provoca la obra única, singular e irreplicable. Es esta aura de misterio lo que pierde la obra reproducida mecánicamente. En contrapartida, este avance técnico hace que la capacidad expositiva de la obra aumente extraordinariamente, y con ello se modifique la relación de las masas con el arte. "De retrógrada, frente a un Picasso por ejemplo, se transforma en progresista, por ejemplo cerca de un Chaplin" (*ibid.*: 44). Para Benjamin, al aumentar el significado social del arte debido a su mayor difusión y participación, el comportamiento del crítico y del público en general tienden a coincidir, con lo cual los nuevos medios tecnológicos cumplen una misión emancipadora del arte.

Adorno, por su parte, fue un defensor de la libertad y de la autonomía del arte y del individuo, aspectos poco respetados, a su juicio, en los grandes sistemas económicos. Esta defensa de la particularidad y de la especificidad no le impidió ver que el arte es también un hecho ideológico y social, y que únicamente considerándolo de este modo puede llegar a comprenderse su naturaleza y funcionamiento. En diversos pasajes de su *Teoría estética* destaca "el doble carácter del arte como

autónomo y como *fait social*", un doble carácter, subrayó, que "está en comunicación sin abandonar la zona de su autonomía" (*op. cit.*: 15).

El arte sólo será libre y autónomo si no se somete al sistema. La propuesta de Adorno es radical: para no dejarse integrar y manipular, el arte no tiene que ser útil socialmente, no debe ser fácilmente consumible —por tanto, no puede ser agradable— ni debe ser fácilmente descifrable. El precio a pagar es alto. El arte tiene que ser hermético e inútil para evitar ser entendido como el poder y por lo tanto susceptible de manipulación. Para Adorno, cuando el arte se opone a la sociedad, presentándose como algo difícilmente "consumible", es cuando más se acentúa su carácter social, pero su mera existencia supone una crítica al sistema.

No es sólo el modo de su procedencia, en que se concentra la dialéctica entre fuerzas y relaciones de producción, ni el origen social de la materia de sus contenidos lo que convierte el arte en hecho social. El arte es algo social, sobre todo por su oposición a la sociedad, oposición que adquiere sólo cuando se hace autónomo. Al cristalizar como algo peculiar en lugar de aceptar las normas sociales existentes y presentarse como algo "socialmente provechoso", está criticando la sociedad por su mera existencia, como algo "socialmente provechoso", está criticando la sociedad por su mera existencia, como en efecto le reprochan los puritanos de cualquier confesión (*ibid.*: 296).

Las palabras de Adorno resultaron atractivas para muchos inconformistas. Es un ejemplo ilustrativo de su posición teórica el contraste que estableció entre Schönberg y Stravinsky (Adorno, 1966). Para Adorno, la música de Stravinsky representó un "modernismo moderado", que combinó formas nuevas con otras del pasado, pero que en definitiva se integró a la ideología dominante sacrificando su autonomía. Schönberg, en cambio, fue más radical. Con el dodecafonismo, que constituyó una forma y una técnica totalmente nuevas, consiguió salvar su

autonomía y su particularidad dentro de un sistema poco inclinado a aceptar ni una cosa ni la otra.

Pero no fue una cuestión de gustos estéticos los serios cuestionamientos dirigidos por Jauss a Adorno. El propio Jauss reconoce que *Verdad y método* de Hans-Georg Gadamer y la *Teoría estética* de Adorno le dieron “el impulso definitivo para la realización de este trabajo” (1986: 22). Más adelante añade: “En Adorno he encontrado al oponente que me empujó a desempeñar la función inusual del apologista de la desacreditada experiencia estética” (*ibíd.*: 24).

Si bien es cierto que la literatura de vanguardia y el arte de los sesenta encontró fundamentos en la estética de la negatividad de Adorno, según la cual toda experiencia estética vive amenazada por los comportamientos de consumo y bajo el signo de la satisfacción manipulada de necesidades, por lo que sólo la obra de arte, en virtud de su negatividad, y el espectador, que reflexiona en solitario y que renuncia a todo placer estético, son capaces de destruir la apariencia de relación fascinadora, Jauss alega que la cruzada adorniana sobre el “carácter comercial del arte” es absolutamente “acrítica” y carente de fundamentos.

Hasta los productos de la “industria cultural” siguen siendo artículos de consumo *sui generis*, cuyo carácter artístico permanente no puede comprenderse mediante categorías como el valor de uso o la plusvalía, ni su circulación explicarse por la relación oferta-demanda. La necesidad estética sólo puede manipularse dentro de unos límites, porque, incluso bajo los condicionamientos de la sociedad industrial, la producción y reproducción artísticas no pueden determinar la recepción: la recepción del arte no es, en modo alguno, consumo pasivo, sino una actividad estética obligada a la aprobación o al rechazo y, por tanto, fuera del alcance de la planificación del mercado (*ibíd.*: 24).

El teórico de la Escuela de Constanza ve una paradoja en la crítica marxista de Adorno, que si en su origen sirvió para denunciar el conservadurismo de la “estética burguesa”, terminó ella misma, con la Escuela de Frankfurt, en un pesimismo cultural de base conservadora. La teoría adorniana sobre la maquinaria industrial que crea un efecto global anti-ilustrado, según Jauss, degeneró en el temor de una elite cultural que vio amenazado su capital cultural ante las transformaciones sociales introducidas por una industria cultural, resultantes de los cambios grupales.

La oposición entre un arte de vanguardia —sólo válido para la reflexión— y una producción de *mass media* —sólo válida para el consumo— es absolutamente inadecuada para la situación actual [...] Y tampoco se puede afirmar que la experiencia estética, tanto del arte del presente como del arte del pasado —que gracias a los nuevos *media*, no queda limitada a una clase social culturalmente más alta, sino que ha llegado a un número nunca alcanzado, de destinatarios—, tenga que degenerar, inevitablemente, en un comportamiento afirmativo de consumo (*ibíd.*: 25).

Bajo esta mirada, la teoría de Adorno no es una alternativa crítica a los métodos de la semiótica, la teoría de la información y la lingüística textual. Sin embargo, la estética debe aportar una reflexión a los procesos del arte contemporáneo que se alejen de la consigna puritana: “El arte —absteniéndose de la *praxis*— se convierte en esquema social de la *praxis* misma”.

Jauss reivindica lo que a su parecer Adorno niega: el innegable carácter comunicativo del arte. La disyuntiva entre negación o abstracción es un ardid abstracto que impide observar que el carácter transgresor del arte de vanguardia termina por ser generador de normas en la dinámica de la experiencia estética.

La función generadora de normas de la experiencia estética, además

[...] no tiene que derivar, obligatoriamente, en adecuación ideológica dirigida, llegando a afirmar, simplemente, lo establecido. Por muy irremediable que al puritanismo ideológico-crítico le parezca la situación de las artes bajo el dominio y la manipulación invisible de los nuevos *mass-media*, en el pasado de las artes ha habido siempre épocas de servidumbre mucho más adecuada a la prognosis de su decadencia que la actual (*ibíd.*: 26).

Como ejemplos para demostrarlo basta recordar la prohibición de imágenes que en distintas épocas la Iglesia promovió y, así, colocó la *praxis* estética tan en peligro como la sobreabundancia de imágenes de los modernos medios de comunicación. “Y, sin embargo, la experiencia estética ha sabido salir de todas las fases de hostilidad artística con una imagen, inesperadamente nueva, bien dando un rodeo a lo prohibido, reinterpretando el canon o descubriendo nuevos medios de expresión.

Así, Jauss responde a lo que llama “arbitrariedad subjetiva” y propone que hay una cuestión implícita en la obra de arte que es la que primero despierta nuestro interés. El trabajo artístico es, entonces, un tipo de respuesta. En el contexto presente, caracterizado por un horizonte cambiante de la experiencia estética, deja de tener importancia preguntarse cómo era un texto cuando éste era nuevo.⁹ Todo ello es posible porque los trabajos artísticos *permanecen* “hablando” al grado que ellos intentan resolver problemas de forma y contenido y así se proyectan más allá de las reliquias silenciosas del pasado. La empresa es por recuperar renovada y distintamente las obras del pasado, pero también por comprender y analizar las artes no canónicas reproducidas y publicitadas en los medios de comunicación pública y que en forma alguna niegan la experiencia estética (Jauss, 1993: 59-71).

⁹ Al respecto véase Fernie (1995: 357-358).

El replanteamiento de la Escuela de Constanza consiste en la definición de las funciones básicas de la *praxis* estética, a saber: la actividad productiva (*poiesis*, que remite a la arquitectura de la obra), la actividad receptiva (*aisthesis*, que remite al universo del sentir) y la actividad comunicativa (*katharsis*, que remite al estado de “comunidad” con lo recibido) (Jauss, 1986: 15). Es el placer estético el elemento unificador de las tres.

Y precisamente porque “la experiencia estética no se pone en marcha con el mero reconocimiento e interpretación de la significación de una obra y, menos aún, con la reconstrucción de la intención de su autor” (*ibid.*: 13), es menester reflexionar sobre las condiciones de la experiencia estética.

La tarea de esta teoría será medir el efecto actual de una obra de arte por la prehistoria de su experiencia (¿cómo se ha recibido e interpretado el texto en el pasado?) e identificar el juicio estético a partir de las instancias de efecto y recepción. Queda claro, para Jauss y sus seguidores, que el proceso de producción y recepción de una obra es dinámico.

El análisis de la experiencia de un receptor o de una comunidad de receptores exige enlazar experiencia y expectativa, además de reconocer que los horizontes de la obra y el receptor son diferentes. Si el efecto será entendido como la concretización de sentido condicionada por el mensaje estético y, por lo tanto, interno e implicado por la obra, la recepción está condicionada por el destinatario, es decir, por el entorno con toda su cauda de mediaciones.

Jauss recupera a Kant, quien, afirma, como en el caso de la poética aristotélica, no produjo una teoría de la experiencia estética amplia y capaz de generar una tradición. La idea de un juicio de gusto por sí mismo, que no postula la conformidad de cada uno, sino sólo le exige a cada uno esa conformidad, como un caso de la regla y, con respecto a esto, no espera la confirmación de conceptos sino la adhesión de otros, le sirve

al principal teórico de la Escuela de Constanza para apoyar la visión de un arte, todo arte, que presenta normas a la actuación práctica sin imponérselas, de manera que su vinculación procede sólo del consenso de los sujetos receptores. El arte, como lo habíamos ya expuesto con Eco, con Mukarovsky y ahora con Jauss, niega lo establecido y es, a la vez, generador de normas.

La experiencia estética articula una producción desde la libertad y una recepción en libertad desde el momento mismo, como Kant pensaba, que el juicio estético genera el modelo de un consenso abierto y no determinado previamente por conceptos y reglas.

El juicio estético, necesariamente plural, se pone en marcha a través de procesos interpretativos muy complejos, altamente mediados. Por eso Jauss parte de una hermenéutica para comprender la *praxis* estética. En esta frontera, la de los actos interpretativos y ya no sólo la de aserciones, rechazos o aceptaciones, se le imprime una nueva significación al consumo de las obras de arte.

No se trata ya simplemente de establecer diagramas, gráficas o cuadros estadísticos que revelen las preferencias de los públicos, sino de reelaborar las experiencias de los receptores a través de una interpretación equivalente a la que ellos ejercen cuando interactúan alrededor de los productos artísticos.

Porque los gustos tienen una estructura vinculante que no es exclusiva del arte sino que afecta a muchos niveles de nuestra vida cotidiana. ¿Cuándo y bajo qué circunstancias podemos hablar del gusto en su dimensión estética? Ese es el propósito, o debería ser, de una sociología de la recepción estética.

De hecho, las bases o criterios que explican los juicios de gusto artísticos o estéticos no son del todo independientes de las preferencias que manifestamos por muchas otras cosas, como puede ser el tipo de comida que ofrecemos a nuestros invitados, o el tipo de deporte que nos gusta o que practicamos. Todo ello ha sido estudiado por Bourdieu en *La*

distinción, donde, como ya vimos, trató de explicar los hechos (cabría decir ahora las interpretaciones) que condicionan nuestras elecciones en los campos más diversos, incluso en el de las relaciones interpersonales: “Las personas —dice Bourdieu— no pueden darse mejor prueba de la afinidad de sus gustos que el gusto que tienen la una por la otra” (Bourdieu, 1988: 240).

4. EL PAPEL DE LA INTERPRETACIÓN EN LA EXPERIENCIA ESTÉTICA

¿Qué significa la recepción estética en el mundo contemporáneo? ¿De qué manera se conjuga el pasado con nuestras dinámicas cotidianas en la "lectura" del arte canónico y popular? ¿En qué punto se unen las experiencias estéticas producidas por el arte de vanguardia y las manifestaciones comerciales? ¿Existe una base común en el universo social diferenciado que me permita equiparar la "pura" percepción estética en dos sujetos cualesquiera, independientemente de su ingreso, nivel educativo, sexo o credo religioso? ¿El patrimonio de lo bello o de la vivencia del placer estético lo posee el arte canónico?

Todas las preguntas anteriores tocan la frontera de la interpretación. Se trata en este último capítulo de integrar la práctica hermenéutica dentro de la recepción estética. La razón se desprende de lo formulado en el resto del trabajo: nuestra relación con las obras de arte se distingue de otros campos de la experiencia tanto por mis condiciones psicológicas y sociales (interacción simbólica, bases neurobiológicas, convenciones culturales, mediaciones institucionales) como por la complejidad de los mensajes estéticos (reflexividad, ambigüedad, multifuncionalidad) y el horizonte de expectativas, gustos y coordenadas socio-culturales de la recepción estética en su conjunto.

Se trata, sin embargo, no sólo de dibujar un mapa donde aparezcan las variables que definen nuestros gustos o preferencias en el campo artístico, sino sobre todo integrar la interpretación que ponemos en funcionamiento cuando afirmamos que lo visto, escuchado, palpado, degustado y aspirado "representa" una comunicación con lo bello y la fruición. Esta es la labor más compleja porque implica transitar de lo cuantitativo a lo cualitativo; generar datos empíricos pero examinarlos a la luz de las interpretaciones de los propios receptores.

En este capítulo revisaremos dos planteamientos hermenéuticos principales para la comprensión de la recepción estética: la idea de

cooperación interpretativa y las llamadas “zonas de indeterminación” de una obra que son llenadas por los receptores. Además, ilustraremos lo anterior con el papel jugado por la norma estética en el establecimiento del canon y su reproducción a través de medios formales como la educación artística. Por último, dedicaremos la parte final de este trabajo a los museos como ejemplo de mediaciones en la recepción estética de las sociedades urbanas. Los museos son importantes porque forman ya parte de una representación colectiva que asocia ciertos patrones interpretativos de lo que es arte con lo que suele exhibirse en dichos espacios, tal como una importante cantidad de estudios empíricos ha demostrado.

Los planteamientos hermenéuticos no son una novedad en las ciencias sociales¹ (e incluso han representado una alternativa a la tradición causal positivista). Los hermeneutas se proponen la “interpretación” o “comprensión” de significados ya que para ellos la acción social es una producción de sentido. Bottomore (1990) ofrece una interesante ruta de autores y temas que influyeron en el desarrollo de la hermenéutica en el pensamiento social (Schutz, entre ellos); sin embargo, me interesa rescatar una idea de primera utilidad para los planteamientos de este trabajo:

El enfoque hermenéutico es la comprensión interpretativa de los significados, en el cual se subraya la significación del lenguaje o interacción comunicativa y la realidad social consistente en reglas de gobierno, en actividad llena de significado (Bottomore, 1990, 65).

No obstante, son muchos y muy diversos los enfoques hermenéuticos, entre los que destaca la fenomenología, como ya hemos visto, indiferente a los fenómenos políticos y sociales a gran escala y más interesada en el estudio y la descripción de las relaciones sociales en “el mundo de la vida”.

¹ Véase Giddens y Tuner (1992), Bottomore (1989), Bernstein (1983) y Wallerstein (1997).

Para los impulsores de este enfoque, los hombres configuran constantemente y “crean” sus propios mundos sociales en interacción con otros, lo cual significa que el ser humano no actúa meramente *sobre* hechos o fuerzas sociales (*ibid.*: 62)

Digamos, en principio, que la relación hermenéutica entre la obra y el receptor, o entre el autor y el público, es compleja.

Todo autor, como Medusa, petrifica inexorablemente la realidad que ha estudiado. Una vez que ésta se describe, se determina y fija, asume un cuerpo nuevo, refleja concepciones del mundo, encarna órdenes cognitivos y gnoseológicos. El lector, como Perseo, intentará descubrirla observándola de lejos. Se servirá de zapatos alados, se cernirá sobre ella y la verá reflejada en la imagen catóptrica de otros libros que conoce; sustraerá los significados más obvios teniendo en cuenta *el conjunto* que da sentido a cada parte, incluso a la más recóndita (Gennari, *op. cit.*: 17).

No otra cosa afirma Alessandro Baricco en un libro provocador que, si bien alejado de toda vocación sociológica, revela con toda su riqueza e ironía el trabajo de la interpretación, que para el escritor italiano es “el contrapunto de un misterio” (Baricco, 1999: 29). No existen obras puras ni trabajos intocables, desde el momento mismo que una pintura, un filme, una coreografía, una partitura cobran forma a través de la ejecución de otros y, especialmente, de la recepción de otros, dicha obra se transforma e ingresa al reino de la *interpretancia*.

Nacemos ya en un mundo interpretado, como veía Schutz, y todos nuestros actos de recepción se encuentran mediados de una u otra forma. La obra de arte, por supuesto, no escapa a este rasgo. “Como ha enseñado la estética del siglo XX, ninguna obra de arte del pasado nos es entregada como era en su origen: a nosotros llega como un fósil con incrustaciones de sedimentos coleccionados en el tiempo. Cada época que la ha custodiado para transmitirla ha dejado su propia huella. Y ella a su vez

custodia y transmite esas huellas que se convierten en parte integrante de su esencia" (*ibid.*: 34).

Interpretar es, en alguna medida, reinventar, y la reinención se configura a partir del repertorio de experiencias y conocimientos de un receptor.

Aunque completamente rebasado por los enfoques menos ideológicos y más empíricos tanto en la historia como en la sociología de las artes, es posible encontrar en la dogmática obra de Arnold Hauser afirmaciones de gran lucidez, probablemente porque la materia de que se ocupa (el arte) rebasa el adoctrinamiento y la impostura.

Para Hauser, las obras de arte son, en alguna medida, inalcanzables. Antes que aproximarnos a ellas, damos giros a su alrededor. "Cada generación las contempla desde otra perspectiva, viéndolas con nuevos ojos, sin que ello quiera decir que el punto de vista posterior tenga que ser forzosamente el más adecuado [...] De la acumulación de las diversas interpretaciones y sólo de ella se deduce todo el sentido que una obra de arte tiene para una generación ulterior" (Hauser, 1975: 9).

La complejidad de una obra de arte se expresa no sólo en la multiplicidad de su vivencia, sino también en el hecho de que se encuentra en el punto de intersección de toda una serie de diversas motivaciones.

El propio Jauss admite que el paradigma hermenéutico es el que sustenta su teorización sobre la experiencia estética, tan fundamental para el desarrollo de la historia, la teoría y la sociología del arte, como hemos podido constatar.

La hermenéutica filosófica de Hans-Georg Gadamer me permitió entender la hermenéutica literaria como la tarea de interpretar la relación de tensión existente entre texto y presente, como un proceso en el que el diálogo entre autor, lector y nuevo autor analiza la distancia temporal, mediante el movimiento de ida y vuelta de pregunta y respuesta —de

respuesta originaria y pregunta actual—, concretizando el sentido siempre de una manera definitiva y, por tanto, más rica (Jauss, 1993: 23).

La interpretación de una obra confirma que el valor del arte no estriba exclusivamente, ni incluso primordialmente, en el productor. Está repartida a partes iguales entre el artista y los receptores. La palabra “interpretación” tiene asociaciones muy definidas que en el campo de la filosofía del arte se concibe de la siguiente forma, de acuerdo con Wollheim:

En un supuesto hay ciertos hechos; estos hechos pueden establecerse concluyentemente por referencia a la evidencia; hay también ciertas construcciones que pueden erigirse sobre estos hechos; estas construcciones, que son lo que llamamos “interpretaciones”, no están solamente determinadas por los hechos, ni existe otra forma en que puedan establecerse concluyentemente; por lo tanto, las interpretaciones se fijan por referencia a consideraciones pragmáticas, o a consideraciones de teoría, intuición, juicio, gusto, plausibilidad, etc.; comparativamente, la distinción entre hechos e interpretaciones queda claramente delimitada (Wollheim, *op. cit.*: 117-118).

La interpretación imprime de temporalidad a una obra. Puede ocurrir que grupos enteros de hechos, que previamente habían pasado desapercibidos o se habían desechado como irrelevantes, se consideren de repente como propios de la obra de arte. Estas transformaciones pueden ocurrir de muy distintas maneras, como resultado de cambios en la crítica, como resultado de cambios en la práctica del arte, o como resultado de cambios en las circunstancias intelectuales generales.

Scott Lash (1997, 137-208) ha propuesto el término “reflexividad estética” para ilustrar cómo en la modernidad los sujetos desarrollan esquemas de interpretación, léase recepción, para relacionarse con el

mundo. Esta forma de vínculo se diferencia de la llamada reflexividad cognitiva, que apela a la discursividad como una forma de conciencia acerca de los propios actos.

De acuerdo a Lash, los objetos de la vida diaria han absorbido *para sí* lo que tradicionalmente asociaríamos sólo a las obras de arte, es decir, que nuestras interpretaciones se ejercen sobre objetos que ya se nos muestran como reflexivos, como significados, y los receptores elaboran sus interpretaciones sobre las ya existentes.

No sólo compartimos espacio y tiempo, en la vida social compartimos significados y este intercambio forma lo que Lash llama comunidades hermenéuticas (*ibíd.*: 194). Los conceptos que aplicamos para interpretar las obras de arte no son ya categorías sino esquemas interpretativos en funciones equiparables a las de nuestros hábitos, predisposiciones y orientaciones.

Pero ¿cómo se construye esa cooperación; cómo se intercambian significados que puedan dar lugar a pautas de orientación en la vida social?

4.1. La cooperación interpretativa

“La interpretación [...] asume aquello que en la obra es movimiento, es tensión, es vida soterrada, es palabra no pronunciada aún: y todo llama a una reacción química con la identidad del propio tiempo” (Baricco, *op. cit.*: 37). ¿Qué hay detrás de una interpretación? ¿Qué hay delante? ¿Qué le rodea? Arthur Danto (2002: 177) afirma que interpretar una obra de arte es ofrecer una teoría sobre cuál es el tema de la obra, decir sobre qué trata.

La distinción entre interpretación y objeto no debería asimilarse automáticamente con la distinción entre contenido y forma, según Danto (*ibíd.*: 186), pero a grandes rasgos la forma de la obra podría ser como una sección manipulada del objeto que la interpretación selecciona. Sin la interpretación, la sección vuelve de nuevo al objeto, o simplemente

desaparece, ya que la interpretación es la responsable de su existencia y “ver un objeto, y ver un objeto al que la interpretación transforma en una obra, son cosas claramente distintas, por mucho que la interpretación devuelva el objeto a sí mismo al decir que la obra es el objeto” (*ibíd.*: 185).

Danto se ha dedicado a sistematizar una visión sobre el arte moderno, especialmente el estadounidense. En su opinión, el arte está actualmente constituido en virtud de las teorías artísticas, así que el uso de dichas teorías es una herramienta interpretativa fundamental.

El trastocamiento de los valores estéticos en la vida actual toca zonas de sentido que influyen en nuestra interpretación de las obras. Una buena cantidad de objetos (máscaras, armas, etcétera) han sido trasladados de los museos de antropología a los de bellas artes. Esta progresiva ampliación del campo artístico impacta en la forma como lo leemos y, así, tanto la teoría como la historia del arte son modelos de recepción tan ilustrativos de una forma de consumo estético como los juicios del ciudadano común.

El arte existe en una atmósfera de interpretación y una obra de arte es, así, un vehículo de múltiples interpretaciones. El espacio entre arte y realidad es como el espacio entre lenguaje y realidad, porque en parte el arte es un lenguaje de formas (especies o géneros), en el sentido que al menos que una obra de arte diga algo y presuponga un cuerpo de proposiciones e intérpretes, quienes definen que están en posición para interpretar un objeto son los receptores.

No hay arte sin aquellos que hablen el lenguaje del mundo (o los mundos) de arte y “quienes saben lo suficientemente la diferencia entre obras de arte y cosas reales, entenderán que llamar a una obra de arte una cosa real es una interpretación de ésta, la cual depende de su ubicación y apreciación entre el mundo del arte y el mundo real” (Danto, 1994a: 274).

Danto ofrece múltiples ejemplos sobre el trastocamiento semántico del que es objeto la obra de arte en el momento de su interpretación. Es el

caso de la famosa corbata pintada de azul de Picasso, que a su juicio no hubiera tenido lugar en el universo artístico de Cezanne. No todo puede ser una obra de arte en cada período. Un objeto idéntico a otro podría, en un contexto determinado de la historia del arte, ser una obra de arte y en otro no.

Y, en el terreno de la imitación o la falsificación, qué diferenciaría la corbata de Picasso de la de un falsificador. Danto responde: que Picasso usó la corbata para hacer una declaración, mientras el falsificador emplea la corbata para copiar lo que Picasso hizo como declaración sin hacer ninguna declaración sobre el particular (Danto, 1994b, 94). Es sintomático de las transformaciones del campo artístico, cómo ciertas formas expresivas del *ghetto* en Nueva York, después de cierto tiempo, acceden a fenómenos culturales más elitistas (los pasos de *break-dance* integrados a una función de ballet).

Pero mucho más que Danto, es Umberto Eco quien ha reunido conceptual y teóricamente las reflexiones al papel que juega la interpretación en nuestros procesos receptivos, especialmente los estéticos.

El tema de la interpretación se ha convertido en un verdadero paradigma con el que distintas disciplinas trabajan en el análisis de textos diversos. Sin embargo, también se considera ya una categoría privilegiada del conocimiento presente en las múltiples ramificaciones de las teorías de la cultura contemporánea.

El trabajo de Eco está enfocado hacia un campo de investigación específico: el de los estudios semióticos, aunque también realiza constantes incursiones en sectores diversos y lejanos —pero no desconocidos— entre sí. El hermetismo y la metáfora, la filosofía y el pensamiento alquímico, la literatura y el arte, que es lo que nos interesa.

Para el pensador italiano (Eco, 1992), la interpretación es el verdadero punto de apoyo de toda obra, porque, sobre ella, se encuentra el *texto*; los posibles y numerosos textos (verbales y no verbales) se modifican

por medio de la generación y recepción textual, proceso en el que actúa el análisis interpretativo junto con las estrategias heurísticas y las mismas necesidades teleológicas.

De acuerdo a un texto anterior de Eco (1993), el problema central de todas las teorías textuales contemporáneas, que ha aumentado con la controversia interpretativa, es el de la significación. El análisis de un fragmento de Schöenberg, de una escultura de Calder, de un pasaje de Joyce, de una página de *La Divina Comedia*, no es más que la búsqueda interpretativa de uno o más efectos de sentido. ¿Cuál sería la tarea de una teoría de la recepción estética en todo ello? Buscar el sentido y reconstruir la historia de "lectura" de una obra a través de sus concretas interpretaciones. El espacio de las interpretaciones posibles puede ampliarse o restringirse, pero existe siempre la necesidad de transformarlo en algo *verdaderamente* significante.

En *Los límites de la interpretación* (1992), Eco comienza por invocar el término de semiosis como concomitante al de interpretación. La semiosis, señala a partir de Pearce, es una acción de mutua influencia que supone la cooperación de tres sujetos (un signo, su objeto y su interpretante). Esta influencia es indivisible y no puede resolverse en términos de pares.

En cualquier caso, no excluyo, o mejor dicho, creo que hay semiosis, luego interpretación —fundada sobre la conjetura o sobre la abducción— en el mecanismo semiótico que explica no sólo nuestra relación con mensajes elaborados por otros seres humanos, sino también cualquier forma de interacción del hombre (y quizá de los animales) con el mundo circunstante. Precisamente a través de procesos de interpretación nosotros construimos cognitivamente mundos, actuales y posibles (Eco, 1992: 17).

Para Eco, la interpretación es un problema filosófico en la medida que persigue establecer las condiciones de interacción entre nosotros y algo que nos es dado y cuya construcción obedece a determinadas constricciones (es el tema que preocupa lo mismo a Peirce, Merleau-Ponty y Piaget que a Kuhn o la epistemología popperiana), lo cual no obsta para dejar de aplicarla en la comprensión de todo tipo de textos, entre ellos, sobra decirlo, los de carácter estético.

A la hermenéutica textual le interesa descubrir también qué restricciones impone cada texto a sus intérpretes, pues aunque no es tan evidente formular aquellas interpretaciones correctas (una buena cantidad de éstas pueden ser válidas), sí lo son aquéllas que pueden no serlo. Este es un tema apasionante para la sociología empírica, pues si bien su interés no sería “juzgar” la plausibilidad o no de una interpretación, sí le importaría reconocerlas para incorporar un criterio más en el análisis de la recepción estética.

Furió (*op. cit.*: 332-333) ofrece algunos ejemplos interesantes a partir de la reflexión de Eco. El hecho de que la interpretación de una obra de arte sea potencialmente ilimitada, no significa que la interpretación no pueda tener unos objetivos, y que en función de éstos no sea posible hacer interpretaciones adecuadas. Cualesquiera que sean las preguntas, hay hipótesis “económicas” o “pertinentes” y otras que no lo son, y estos términos utilizados por Eco —aclara Furió— no son muy diferentes de los que utilizan Popper y Gombrich cuando se refieren a estudiar “la lógica de la situación”, o bien a la necesidad que tiene el historiador del arte de tener una “imaginación controlada”.

Es más fácil demostrar que una interpretación es errónea que demostrar que es correcta. Como es lógico, si conocemos las intenciones expresivas del artista éstas serán una pauta principal. En la obra de Van Gogh conocida con el título de *Café nocturno*, se representa el interior de un café con las paredes pintadas de colores intensos y cálidos, y con una

mesa de billar en medio del espacio. Sobre este cuadro, Van Gogh escribió a su hermano Theo que había intentado “expresar que el café es un sitio donde uno puede arruinarse, volverse loco, cometer crímenes”, y también expresar “algo así como la potencia de las tinieblas de un matadero”. Por tanto, quien interprete que a través de ese cuadro Van Gogh quería proponernos una reflexión sobre el juego de billar a tres bandas seguro que va desencaminado (*ibidem*).

Desde el punto de vista de los efectos que puede producir una obra, independientemente de si esas respuestas son o no lo que originalmente se buscaba, existen cientos de obras de arte que consiguieron sus propósitos de representar la realidad de una manera convincente, servir de propaganda política, despertar sentimientos religiosos o simplemente la admiración de sus contemporáneos. Sin embargo, esta misma historia está llena también de reacciones contrarias o diferentes a los efectos previstos: los encargos rechazados, las obras censuradas, ignoradas o destruidas o bien aquellas que obtuvieron un éxito —o motivaron un escándalo— totalmente inesperado.

Cabe aclarar que cuando Eco habla sobre límites a la interpretación, no lo hace con relación a los derechos del autor de una obra sino a los derechos del texto.

Introducir el análisis de la interpretación en la recepción estética impacta, necesariamente, nuestra mirada sobre la historia. Eco incluso vislumbra que la historia de la estética parece reconducirse hacia una historia de las teorías de la interpretación o del efecto que la obra provoca en el destinatario. Ello nos obliga a pensar que la obra de Plinio el Viejo, Quintiliano, Petrarca, Vasari, Winckelmann, Semper, Burckhardt, Riegl, Frankl, Bari, Panofsky, Gombrich y el propio Eco² (todas ellas referencias obligadas en la historia del arte), pueden leerse también como experiencias

² Véase para una historia de los métodos de aproximación a la historia del arte, Fernie (1995).

de recepción determinadas, sujetas a las variables teóricas y metodológicas de su momento. Si son o no exactas, es algo irrelevante para una sociología de la recepción; valen como testimonio de una forma de ver la historia de las artes.

Ya en *Obra abierta* (1990), Eco se ocupó de cómo el texto, previendo un sistema de expectativas psicológicas, culturales e históricas por parte del receptor, intentaba instituir un "lector ideal". En aquel entonces y al hablar de obra abierta, al semiólogo le interesaba que ese lector ideal estuviera obligado a sufrir un "insomnio ideal" que preguntara al infinito. Sin embargo insistía que el lector debía preguntar a la obra y no a sus particulares pulsiones. En el mismo libro, Eco escribió:

La atención deberá desplazarse del mensaje en cuanto sistema objetivo de informaciones posibles, a la relación comunicativa entre mensaje y receptor: relación en la que la decisión interpretativa del receptor pasa a constituir el valor efectivo de la información posible [...] Si se quiere examinar las posibilidades de significación de una estructura comunicativa, no se puede prescindir del polo "receptor". En este sentido ocuparse del polo psicológico significa reconocer la posibilidad formal (indispensable para explicar la *estructura* y el efecto del mensaje) de una significatividad del mensaje sólo en cuanto está interpretado *por una situación dada* (una situación psicológica y, a través de ella, histórica, social, antropológica en sentido lato) (*ibid.*: 170).

Ya en *Los límites de la interpretación*, el semiólogo italiano divide la intención interpretativa en tres tipos: una interpretación como búsqueda de la *intentio auctoris*, otra como búsqueda de la *intentio operis* y una más como imposición de la *intentio lectoris* (Eco, 1992: 29). Es aquí donde distingue también la óptica receptiva semiológica de la sociología tradicional. Por ejemplo, afirma: la sociología de la literatura habitual privilegia lo que un individuo o una comunidad hacen con los textos. En este sentido prescinde de la opción entre intención del autor, de la obra o

del lector, porque, de hecho, registra los usos que la sociedad hace con los textos, sean o no correctos. En cambio, la estética de la recepción se apropia del principio hermenéutico de que la obra se enriquece a lo largo de los siglos con las interpretaciones que se dan de ella, tiene presente la relación entre efecto social de la obra y horizonte de expectativa de los destinatarios históricamente situados, pero no niega que las interpretaciones que se dan del texto deban ser proporcionadas con respecto a una hipótesis sobre la naturaleza de la *intetio* profunda del texto (veáse *ibid.*: 32).

En este punto, Eco propone una nueva distinción, referida a tipos de interpretación que para el tema de las obras de arte es de suma importancia. La primera es la interpretación semiósica o semántica, resultado del proceso por el cual el destinatario, ante la manifestación lineal del texto, la llena de significado; y la segunda es la interpretación crítica o semiótica, donde se intenta explicar por qué razones estructurales el texto puede producir esas otras interpretaciones semánticas.

Aunque todo texto sólo puede ser interpretado tanto semántica como críticamente, sólo los mensajes con función estética pueden prever ambos tipos de interpretación (*ibid.*: 36).

Y así como el texto anuncia dos tipos de interpretaciones, Eco ve también la posibilidad de dos clases de receptores o interpretantes: el receptor empírico que formula una conjetura sobre el tipo de receptor modelo postulado por el texto³ y el autor modelo, aquel que como estrategia textual tiende a producir un determinado receptor modelo. Círculo hermenéutico por excelencia —dirá Eco—, “el texto es un objeto que la interpretación construye en el intento circular de convalidarse a través de lo que la constituye” (*ibid.*: 41).

Por lo tanto, un texto debe tomarse como referencia de las propias interpretaciones (aunque cada nueva interpretación enriquezca nuestra

³ Lo que significa —escribe Eco— que “el lector empírico es aquel que intenta conjeturas, no sobre las intenciones de autor empírico, sino sobre las del autor modelo” (*ibid.*: 41).

comprensión de ese texto, o sea, aunque cada texto sea siempre la suma de la propia manifestación lineal y de las interpretaciones que de él se han dado). “Pero para tomar un texto como parámetro de las propias interpretaciones, debemos admitir, al menos por un instante, que existe un lenguaje crítico que actúa como metalenguaje y que permite la comparación entre el texto, con toda su historia, y la nueva interpretación” (*ibid.*: 42).

El uso de los textos, concluye Eco, debe contraponerse con el de su interpretación, aunque ambos invoquen al texto como pretexto. Uso e interpretación son dos modelos abstractos y cada recepción resulta siempre de una combinatoria de ambas.

Serán los teóricos de la recepción estética quienes ofrecerán una metodología para abordar esos espacios de indeterminación de un texto y que Eco tan sólo refiere.

4.1.1. *Las zonas de indeterminación*

Como ya habíamos señalado, la teoría de la recepción estética estudia ese diálogo, el juego entre obra y receptor para tratar de rescribir la historia desde el punto de vista de los receptores (véase Rall, *op. cit.*: 181).

Las historias del arte normalmente olvidan al receptor; se ocupan de las obras y de sus autores, sus amores, sus sufrimientos, su muerte. Sin embargo, la experiencia y la situación histórico-social de los receptores en general no coinciden con la perspectiva de los autores. Por eso no solamente es necesario reconstruir el sociograma de los receptores de un trabajo artístico mediante métodos empíricos —de lo cual se ha ocupado en alguna medida la sociología del arte, como ya hemos comentado—, sino también hay que describir el papel del receptor que subyace en la obra misma. Toda obra, incluso la más abstracta, conlleva la imagen de un receptor. En los términos de la teoría de la recepción, “el receptor es un personaje de la obra” (Jauss, 1933: 312).

Gennari, afirma, bajo este mismo enfoque, que así como

[..] todo gusto tiende a manifestarse dentro de su propia normatividad, cualquier intervención que constituya una lectura, interpretación o crítica del arte estará prudentemente orientada a la calidad que revele la obra. De ello se deduce que el criterio valorativo de la obra de arte resida en la misma obra. La obra puede juzgarse, como sugiere Pareyson, por su poética interna y, por tanto, por la ley intrínseca que la constituye. La forma formante de la obra representa el canal por el que se filtra y accede el gusto, cuya finalidad es la de penetrar en el texto, no la de convertirse en un juez (Gennari, *op. cit.*: 100).

Sería un craso error suponer que este planteamiento es un retorno a la inmanencia de la obra estructuralista, tan criticada por toda la Escuela de Constanza. Sí, se plantea un regreso al texto pero atados a las interpretaciones formuladas por el receptor y al propio carácter de esas interpretaciones (plausibles, menos plausibles, nada plausibles).

Dentro de los teóricos de la recepción estética, nadie como Roman Ingarden se ha preocupado por ofrecer una metodología empírica y rigurosa que dé cuenta de las llamadas “zonas de indeterminación” en la obra de arte y las relaciones de reciprocidad de los elementos constitutivos al interior de la misma.

Un concepto central de Ingarden es, como aclarábamos, los “lugares de indeterminación”, que aparece en el texto “Concretización y reconstrucción” (Ingarden, 1989: 42-70). En él se afirma que la obra de arte es un producto constituido por varias capas o niveles. Así, se encuentran contenidos (a) el nivel de la sustancia del plano de la expresión (sonidos, colores, ritmos), (b) el de las unidades significativas (por ejemplo, el sentido de las oraciones en la lengua hablada o la articulación de acordes en la música), (c) el nivel de las imágenes esquematizadas, a través de las cuales aparecen los objetos contenidos en la obra, y (d) el

llamado nivel de las objetividades representadas. Estos niveles se integran en un contexto total que constituye a la obra.

Para Ingarden, la concretización tiene lugar cuando el receptor integra y completa mediante su interpretación la estructura representativa, relativamente indeterminada, que el autor de una obra le presenta. De una obra son posibles múltiples concretizaciones. No solamente cada persona puede realizar una nueva concretización de una obra de arte, sino que la misma persona puede realizar diferentes concretizaciones, dependiendo de los diferentes estados de su desarrollo, de su instrucción creciente e, incluso, de su distinto estado de ánimo.

La misma persona pudo haber percibido ciertos aspectos en una obra cuando tenía veinte años, pero si ese receptor retoma la obra treinta años después, es casi seguro que no surgirá lo mismo de la combinación del esquema y su interpretación, dado que ésta rara vez será equiparable a la anterior.

En este sentido, la obra de arte es resultado del receptor, con todas sus experiencias anteriores, su mayor o menor conocimiento del tema, su habilidad y su capacidad imaginativa, su ideología, su clase social, etcétera, y el modelo cuasi indeterminado acuñado por el productor del mensaje. De la articulación de ambos factores nace la interpretación del signo estético y, por tanto, su concretización. "La obra de arte literaria (como también en general cualquier obra artística) debe distinguirse de sus concretizaciones, las cuales surgen en las lecturas individuales de la misma (y eventualmente también su representación en el teatro y su captación por el observador)" (Ingarden, *op. cit.*: 43).

Por tanto, la obra, a diferencia de sus concretizaciones individuales, es una estructura esquemática con "lugares de indeterminación" particularmente en los niveles de las objetividades representadas y el de las imágenes.

Estos pasajes indeterminados son total o parcialmente eliminados por el acto de la interpretación. ¿Cómo se lleva a cabo esta concretización?

¿Cómo se eliminan las indeterminaciones que caracterizan al texto literario o a la obra de arte en general? Ingarden dice que colocando en lugar de dicha indeterminación una determinación mayor o más aproximada del objeto del que se trate, y de esta manera el lugar de indeterminación es "llenado", "completado", por así decirlo.

Debe señalarse, sin embargo, que esta concretización no es la única posible, por lo cual pueden surgir diferentes versiones del relato, por lo demás, igualmente justificadas, que completan el sentido del pasaje indeterminado de distinto modo. Esto hace posible que el texto tenga una identidad propia, sea posible reproducirlo y, simultáneamente, pueda ser entendido por cada uno de manera relativamente distinta.

La definición más detallada que proporciona Ingarden sobre las zonas de indeterminación es: "un lugar indeterminado se muestra cada vez que —sobre la base de las oraciones o cualquier otro material que aparece en el texto— no puede decirse de un objeto determinado o de una situación objetiva, si posee o no una peculiar cualidad" (*ibíd.*: 44).

El autor lo ejemplifica con los *Buddenbrooks* de Thomas Mann. Si en esta obra no se mencionan los ojos de color azul del cónsul, estaríamos frente a una zona de indeterminación, aunque por el contexto, y dado que era un ser humano, sus ojos debían tener algún color; sólo cuál, esto es lo que no estaría definido.

La existencia de los lugares de indeterminación no es algo casual ni la consecuencia de una falla en la composición. En cualquier forma artística, el receptor tiene como tarea integrar el signo en diferentes partes por medio de la interpretación, llenando los espacios y completando los elementos que así lo solicitan.

La mayor parte de las veces, el procedimiento por el cual completamos el sentido de una obra no nos es conscientemente accesible. De hecho, simplemente llenamos los lugares de indeterminación con elementos que pueden integrarse al conjunto de manera lógica y significativa, sin ver los espacios vacíos como tales. Es probable que la

percepción de situaciones indeterminadas sólo pueda detectarse cuando falta un mínimo de congruencia y sentido, pero otras veces el lector puede esforzarse por dejar intactos esos huecos que la obra muestra. Empero, en la mayoría de los casos, todo receptor siempre "lee" entre líneas y completa el sentido.

Iser (1987) adopta el término de indeterminación de Ingarden para ofrecerle nuevas posibilidades. Conserva la idea de asignarle el lugar como elemento constitutivo de comunicación entre el texto y el lector. También acredita la idea de los vacíos en un texto como el factor que permite al receptor relacionar la experiencia ajena de la obra con sus propias experiencias vitales.

La aportación de Iser se perfila en virtud del catálogo de condiciones formales que generan "vacíos" en el texto. Se puede tratar de técnicas de estructuración como cortes, segmentación, montaje y pueden ser comentarios del propio narrador que descomponen la historia narrada, que le abren al lector un espectro amplio de valoraciones posibles. También la técnica puede consistir en descripciones muy precisas que generan en el receptor la necesidad de mayor concentración, de selección, de simplificación. Y finalmente existe toda una serie de técnicas de distanciamiento (Iser, *op. cit.*: 252).

Los "vacíos", estos momentos de indeterminación o ambigüedad, solamente pueden provocar el efecto apelativo cuando mantienen una relación con las experiencias que le son familiares al lector. Sin una relación equilibrada entre ambigüedad comunicativa y precisión comunicativa, no se pone en marcha una interacción entre texto y lector. En consecuencia, Iser entiende el acto de lectura como un conflicto permanente de dos tendencias: la necesidad de ilusión e identificación del lector por un lado, y la ironía del texto que pone en tela de juicio, en cada momento, sus ofertas de precisión. Toda manifestación de ilusiones es una consecuencia de las decisiones de selección (consciente o inconsciente) por parte del receptor. Lo que el receptor excluye queda sin embargo presente

como factor potencial de distracción y la consistencia de la nueva obra del receptor nunca será permanente. Así se puede explicar por qué un texto lleva, sincrónicamente, a concreciones diferentes, dependientes de la selección del lector individual en un contexto social. Y por qué el texto se realiza, diacrónicamente, de maneras cada vez diferentes, tanto en el plano individual como social.

La pregunta "¿quién entiende cómo y por qué?" puede ser interesante tanto sociológica como psicológicamente. Para el historiador de arte adquiere importancia con miras hacia un modelo de obra que da informaciones sobre la "recepción correcta". Por eso se explica el interés de la estética, de la recepción por el receptor implícito, por el receptor postulado por la obra. Recibir "correctamente" no significa, pues, recibir de una manera unívoca: significa tratar de declarar a la obra una interpretación terminante donde es unívoco, pero también mantenerlo abierto donde se opone a interpretaciones unívocas y, por ende, tiene su carácter provocativo. (Jauss, 1976)

Me detengo en la exposición de la teoría porque pone en evidencia la actividad creadora del receptor motivada por la estructura de la obra. Desde el punto de vista de la congruencia interna de la obra, las diferentes concretizaciones son igualmente admisibles. Pero el problema sigue siendo qué clase de receptor se está presuponiendo.

Porque también el receptor implícito no es una abstracción de un receptor real, sino sólo de un elemento constitutivo del texto para generar, por medio de los "vacíos" estructurales, una tensión productiva en el receptor real, o mejor dicho en los múltiples receptores reales.

Tanto las aportaciones de Iser como de Ingarden, aunque todavía embrionarias y aplicadas sobre todo al campo de la literatura, son el único intento convincente de escribir una historia del arte orientada hacia los receptores, y escrita desde la perspectiva de éstos. Sin embargo, ¿qué ocurre con los valores estéticos de una obra?

El tema es apasionante porque su respuesta puede tener implicaciones, por ejemplo, en la restauración del patrimonio cultural de una comunidad. El restaurador interviene y puede, incluso, en aras de restablecer la materialidad de una obra, modificar el valor histórico de una pieza y su significación. La cuestión es polémica, podría aducirse, pues no otra cosa hacen los receptores simbólicamente cuando "leen" su patrimonio; el restaurador, en este caso, es un intérprete con derechos adicionales por el "título de nobleza cultural" (el término es de Bourdieu) que le confiere su actividad.

Sin embargo, en lo que a Ingarden concierne, hay ciertos rasgos en una obra que pueden ser completados de manera más o menos arbitraria sin que el valor estético de la obra se vea disminuido, como sucede frecuentemente con las características físicas de los personajes: no es muy relevante, en el contexto, si el color de los ojos de Hamlet es verde o café; ni tampoco es muy relevante saber cuál postura adoptó exactamente cuando habla con el cráneo de Yorick en la mano, como tampoco lo es el tono de su voz. En cambio, hay características que pueden transmutar por completo el valor estético de la obra, por ejemplo, lugares de indeterminación vinculados con el carácter del personaje, su sensibilidad, la lógica de sus pensamientos y su emotividad.

Desde el punto de vista de una sociología de la recepción, el interés radica en identificar la cualidad de esta actividad en los sujetos. Aunque varias concretizaciones son posibles, no todas tienen el mismo valor, ya que algunas pueden tener más rasgos estéticos que otras.

Ingarden revela la imagen de un receptor que lleva a cabo operaciones muy complejas a todos los niveles, desde el neurobiológico hasta el de las expectativas ideológicas. El receptor, por lo general, experimenta activamente las sensaciones que él mismo produce por intermediación de las sugerencias de la obra.

El trabajo de valoración de una obra se dirige a dos ámbitos completamente distintos: el de la obra misma como condición material o el

generado por las propias concretizaciones. En el primer caso, aclara Ingarden, hablamos de valor artístico, mientras en el segundo de estético, lo cual coincide plenamente con lo ya discutido respecto a Mukarovsky en el capítulo anterior.

Aunque diferentes, es obvio que ambos horizontes constituyen el andamiaje de una obra e incluso son hasta complementarios en la práctica estética. "El valor artístico le corresponde a una obra cuando contiene en sí la condición, necesaria pero no suficiente, para la actualización de un valor diferente, esto es, el valor estético" (*ibid.*: 62).

El valor artístico es un fenómeno marcadamente relacional, lo cual significa que es la condición del valor estético, que a su vez proporciona al primero su valor. En otros términos, de acuerdo a Ingarden, el valor estético es indivisible y su cualidad axiológica se agota en sí misma, mientras que el valor artístico existe solamente cuando se constituye en la condición de un valor estético: si no se realiza el valor estético, a través de la interpretación, no hay manera de saber si la obra posee o no valores artísticos.

El hecho de que el valor artístico le corresponda efectivamente a una obra, está determinado por la conducta del receptor. El valor artístico descansa en que, sea cualquiera la obra, exista una cierta provisión de cualidades, "la cual es la base crítica indispensable para la constitución de una selección de los atributos estéticamente valiosos en una cierta concretización de la obra artística, cualidades que a su vez son el fundamento de los valores estéticos" (*ibid.*: 63).

En un contexto distinto pero equivalente a las reflexiones de Ingarden, Arnheim señala que el receptor de obras de arte encuentra en el mundo de las apariencias visuales el símbolo de configuraciones significativas de fuerzas de modo muy diverso al uso científico de la información sensorial. Imágenes que son accidentales respecto de la situación objetiva, se vuelven válidas como portadoras de configuraciones significativas, y pueden considerarse verdaderas o falsas, adecuadas o

inadecuadas con referencia a normas que no resultan aplicables a las enunciaciones de la ciencia. Pero el arte no sólo explota la variedad de las apariencias, también afirma la validez de la actitud mental individual y de este modo admite aún otra dimensión de variedad. Dado que las formas en el arte no son primordialmente testimonio de la naturaleza objetiva de las cosas a que aluden, pueden reflejar la interpretación y la invención individuales.

Cuando Van Gogh coloca la figura de un sembrador frente a un gran sol amarillo, formula una enunciación acerca del hombre y la luz y el trabajo, que de la forma y el carácter normalizados de los objetos escogidos apenas toma algo más que su terminología. Si hubiera tenido que copiar las figuras normalizadas del sol, el hombre y el árbol, su tarea se habría visto más entorpecida que facilitada (Arnheim, 1986: 313).

4.2. El establecimiento del canon

“Un canon puede ser definido como el conjunto de las obras que representan los ejemplos más emblemáticos de un género, y el cual en consecuencia, provee un marco, podríamos decir que un paradigma, en contra del cual las obras nuevas serán juzgadas. Shakespeare y Miguel Ángel son las figuras canónicas más prominentes en literatura inglesa y arte italiano, respectivamente, para los creadores del siglo XX” (Ferneie, *op. cit.*: 329). Hay numerosas razones por las que alguna obra o algunos trabajos forman parte de un canon y otros no, y por qué las reputaciones de los individuos ascienden y caen a través de los tiempos. Algunos estudiosos argumentan que las bases para hacer tales juicios son objetivas y otras que los cánones no son otra cosa que construcciones creadas para apoyar los intereses de las elites con poder.

Hay cánones de alto perfil como de bajo, radicales y tradicionales. Terry Eagleton (1983: 215-16), por ejemplo, tras rechazar el canon de la literatura inglesa por tratarse de una construcción ideológica, señala que

él considera como los movimientos literarios más importantes de la cultura actual aquellos generados en los países periféricos, en el movimiento feminista, en la relación crítica en contra de la ideología dominante y las obras de la clase trabajadora.

Para los fines de nuestro trabajo, el concepto de canon es importante por dos motivos. Primero, porque con independencia de las posiciones "integristas" o "posicionistas" al concepto, o precisamente por ellas, la categoría ilustra su propia artificialidad y, como tal, los criterios empleados para su construcción. Segundo, porque como ya estudiamos con Mukarovsky, el canon es impuesto por una norma que distribuye en el espacio social un marco de oposiciones acerca de lo que es estético y no lo es.

Las representaciones culturales y psicológicas que tenemos acerca de lo que nos causa placer, así como nuestras concepciones de belleza, tienen un trasfondo significativo; no son creaciones "naturales" u "originales". Aunque en nuestra interpretación adscribamos una fuente mítica a las experiencias estéticas que vivimos, incluso este discurso es una construcción social tejida a partir de nuestras peculiaridades individuales, es cierto, pero estas mismas se erigieron como producto de nuestra interacción con grupos e instituciones.

Incluso un autor tan alejado del lenguaje académico de la sociología como el ya citado Alessandro Barricco, admite:

Una idea como la de música culta tiene su momento de irrepitible verdad en el tiempo, que duró decenios, en el que pudo ser la experimental respuesta a una realidad que escapaba a cualquier otro nombre. Para el romántico siglo XIX nombrar esa realidad e intentar codificar era una manera de descubrir su propio presente y de fundar su propia identidad. Pero lo que de verdadero bulle en la fórmula final de ese camino colectivo de descubrimiento se va desvirtuando a medida que nos alejamos de ese momento de originaria autenticidad (Barricco, *op. cit.*: 22).

Las normas, por supuesto, están sujetas al cambio, pero la estabilidad de los cánones en materia de arte permite fijar coordenadas y formas de orientación para el receptor en el campo estético.

Zolberg traza un panorama dentro de la sociología del arte, en que, por lo pronto, hay una elocuente falta de consenso sobre lo que es arte. Esta incertidumbre —aduce— puede ser tratada como un asunto menor referido al ámbito de los gustos individuales o, por el contrario, ser un tópico con importantes consecuencias sociales. Lo cierto es que está en juego mucho más que el gusto idiosincrásico.

Los análisis históricos demuestran que tanto los artistas como sus mecenas luchan por el reconocimiento; los debates apasionados acerca de la calidad estética o los trabajos que deberían incluirse en la categoría de arte se suceden sin fin.

Los juicios estéticos están anclados en las instituciones que mantienen los cánones existentes y sirven como garantes de su creación. Los oficiales y agentes de dichas instituciones se empeñan ellos mismos por establecer y prescribir lo que aquellos juicios deberían ser, de tal modo que contribuyen a forzar un consenso. Antes de asumir que no hay un consenso alrededor del arte, sería más exacto buscar una pluralidad de concepciones compartidas (Zolberg, *op. cit.*: 21).

Las instituciones culturales, aun cuando son más o menos especializadas, comparten las características de muchas otras instituciones sociales. Ellas no están fijadas ni estáticas sino que cambian desde el momento mismo en que son erigidas, como generaciones que se suceden unas a otras y en el contexto de condiciones externas.

Como bien ha visto Noël Carroll en un interesante artículo titulado "Art and interaction", existen ciertas formas de interpretar la relación del receptor con la obra de arte que semejan un campo de juego. El receptor

acierta cuando encuentra un tema oculto u oblicuo y aplaudimos el rango de estrategias hermenéuticas por ese logro. Lo cierto es que la realidad es más compleja y el estudioso de la recepción estética debe aprender a reconocer que las interpretaciones de los receptores se construyen paulatinamente, desde los años escolares, y se suman a nuestro caudal anterior de conocimientos, con el que se establece una relación crítica permanente (Carroll, 1986: 60).

Existen también formas canónicas de recepción. Los gustos (ya lo formulaba Bourdieu, 1990: 183, 186) tienen una estructura; son el conjunto de las elecciones que realiza una persona determinada. En ellos confluyen el gusto objetivado del artista y el gusto del consumidor. "Ahora habría que comprender cómo es posible que en determinado momento haya bienes para todos los gustos (aunque es probable que no haya gustos para todos los bienes)." Así, comprender los gustos, hacer la sociología de lo que tiene la gente, de sus propiedades y de sus prácticas, es conocer las condiciones en las cuales se producen los objetos que se ofrecen, por un lado, y por otro, las condiciones en las cuales se producen los consumidores.

No es, por supuesto, el interés de Harold Bloom, quien no sólo está por completo alejado de la jerga hermenéutica, sociológica, semiótica, antropológica o de los llamados *cultural studies* que ganan terreno en las universidades anglosajonas, sino que lanza una cruzada implacable contra lo que llama Escuela del Resentimiento.

No es interés de este trabajo indagar en las fobias de Bloom ni en su propio resentimiento; lo es sí en recuperar algunos conceptos materia para el análisis de la recepción estética sobre el establecimiento del canon.

Resulta ilustrativo que Bloom nos recuerde el origen histórico de la palabra canon, pues muestra en forma más clara el carácter prototípico de las obras que agrupamos bajo esta categoría.

¿De dónde procede la idea de concebir una obra literaria que el mundo esté dispuesto a considerar inmortal? No la encontramos en las Escrituras de lo hebreos, que al hablar de textos canónicos se referían a aquellos que contaminaban las manos que los tocaban, presumiblemente porque las manos mortales no eran aptas para manejar escrituras sagradas (Bloom, 2002: 29).

El canon, una palabra religiosa en su origen, adoptó posteriormente su régimen laico y se empleó, se sigue empleando, para significar el catálogo de autores acreditados por “grupos sociales dominantes, instituciones educativas, tradiciones críticas o, como hago yo, por autores de aparición posterior que se sienten elegidos por figuras anteriores concretas” (*ibíd.*: 30). Aunque no utiliza la palabra, Bloom sugiere la idea de intertextualidad en la formación del canon, una corriente que se transmite a través de todos los tiempos y conecta a unos autores con otros. “Poemas, relatos, novelas, obras de teatro, nacen como respuesta a anteriores poemas, relatos, novelas u obras de teatro, y esa respuesta depende de actos de lectura e interpretación llevados a cabo por escritores posteriores, actos que son idénticos con las nuevas obras” (*ibíd.*: 19).

El ingreso al canon, para Bloom, nada tiene que ver con causas culturales o sociales; un escritor irrumpe en el prototipo a través de fuerza estética, dominio del lenguaje metafórico, originalidad, poder cognitivo, sabiduría y exuberancia en la dición. El canon, “verdadero arte de la memoria”, es la reivindicación del placer estético *per se*, desinteresado, vuelto hacia sí mismo y sin ninguna utilidad práctica.

“El canon es sin duda un patrón de vitalidad, una medida que pretende poner límites a lo inconmensurable” (*ibíd.*: 50). Y aunque resulta imposible concebir a alguien que domine las obras prototípicas de Occidente, Bloom avala la opinión de un reseñista suyo, a quien, al menos tácitamente da el beneficio de una observación social sobre los efectos del

canon. Frank Kermode, "el mejor crítico inglés vivo", según Bloom, acredita *El canon occidental* de la siguiente forma:

Los cánones, que niegan la distinción entre saber y opinión y son instrumentos de supervivencia contruidos para que resistan el tiempo, no la razón, son por supuesto deconstruibles; si la gente creyera que tales cosas no deben existir, probablemente encontraría el modo de destruirlas. Su defensa ya no puede ser asumida por un poder institucional central; ya no pueden ser obligatorios, *aunque de no existir, resulta difícil imaginar cómo las instituciones académicas podrían llevar a cabo sus actividades normales* (citado en *ibíd.*: 13-14).⁴

Esta concesión, huelga decirlo, sirve a los mejores propósitos de una sociología de la recepción estética a despecho de Bloom.

4.2.1. La formación estética

En la hermosa introducción a su, por lo demás, riguroso y muy académico libro *La educación estética*, Mario Gennari señala que todas las culturas han poseído y revelado su propia idea del hombre y del arte, y una de sus formas de manifestación se concreta en la formación estética. Este hecho ha influido en la historia de la pedagogía, así como en la historia de la estética y la teoría filosófica; ha llegado a repercutir en los estudios sobre lo sagrado, la psique y las diferentes antropologías de la cultura y de la sociedad.

El trayecto y el proceso de la formación estética se estudian desde diversas disciplinas, como la sociología de las artes y las ciencias cognitivas, la historia de la visión, la óptica, las teorías de la imaginación, la literatura y la crítica textual. Y puesto que el arte se sirve de la palabra sin descuidar por ello el sonido y el gesto, los iconos o los números, la educación estética del hombre implica tanto la dimensión de la

⁴ El subrayado es nuestro.

intertextualidad como la de la transcodificación. [Intentamos] superar la idea instrumentalista de la educación mediante el arte, así como la actual concepción neorromántica de la educación en el arte; la formación estética se explicita en el horizonte de lo humano, connatural al evento estético vivido en la práctica de la convivencia cultural, de la actitud receptora crítica y de la búsqueda expresiva-comunicativa (*ibid.*: 15-16).

En el estudio del arte se nos revela también la historia de cómo los hombres han pensado, conocido o descubierto la estructura de su aparato sensorial, tanto como de sus medios expresivos como de los interpretativos. Una mirada desde la recepción estética es, por fuerza, estereoscópica, pues indica un lugar donde se deciden múltiples opciones de carácter cognitivo, emocional y hasta ético. Como lo hemos podido ver con Umberto Eco, Roman Jakobson, Abraham Moles y Max Bense (1960; 1972), nuestra relación con las obras de arte posee unos rasgos distintivos frente a otras manifestaciones del mundo de la experiencia.

Dietrich Rall ha reparado en que incluso los estudios acerca de la recepción y el efecto de las obras de arte, ofrecen la oportunidad de combinar investigación y enseñanza.

Porque estudiar en conjunto los procesos de analizar las pautas estéticas de diferentes épocas y su interdependencia con las respectivas situaciones socioculturales, hacer estudios empíricos sobre la subjetividad y objetividad de la crítica de arte, investigar acerca del comportamiento de grupos de receptores definidos, del papel de la propaganda y las instituciones; todo esto y mucho más puede estimular el interés de los educandos por la recepción y la estética (Rall, *op. cit.*: 185-186).

El estudio de una obra significa, bajo este enfoque, consultar las lecturas diferentes a través de la historia para obtener la información más amplia posible sobre su recepción. "Hemos de ver la obra a través de

todos los públicos que la han leído" (*ibíd.*: 198). Este proceso de **examinación** puede llevar a un consenso más o menos amplio, pero nunca total, sobre el sentido. Hay que dejar abiertos para la interpretación los vacíos donde el texto realmente queda indefinido e invitan a la "creación traidora" esencial para toda recepción estética. Para la explotación didáctica de la obra, Rall propone tres etapas:

- a) La proyección subjetiva como etapa necesaria e inevitable de la recepción. En vez de suprimir esta etapa hay que reforzarla a lo máximo para estimular la creatividad. Leer significa aprender a expresarse.
- b) Hacer ver la discrepancia entre la concreción individual y la intención del autor, tomando en cuenta el lugar histórico-cultural de cada uno. Crear conciencia en los estudiantes de los procesos de recepción, y a través de una etapa de relativismo, tratar de objetivar los resultados.
- c) Reflexionar sobre si el texto, visto desde su contexto histórico y social, puede ofrecer alternativas de pensamiento y de comportamiento para la praxis vital del lector actual, a pesar de posibles diferencias de situación histórica, estructuras socioculturales, lenguaje (*ibídem*).

Queda pendiente aún hacer una historia de la recepción,⁵ empresa que es, por lo pronto, indiscernible de una recepción de la historia. La instrucción escolar construye en el educando un marco de reflexión sobre lo que es arte (y, en consecuencia, sobre lo que no es), de forma tal que el establecimiento del canon responde a programas educativos que impactan el universo de los museos, las galerías de arte y las instituciones encargadas de difundir ciertos valores estéticos en detrimento de otros.

⁵ En el campo de la literatura se han dado ya los primeros pasos con los estudios acerca de la historia de los lectores y las maneras de leer debidos a Roger Chartier.

Las llamadas industrias culturales no escapan a ello y son ellas mismas la expresión de dinámicas receptoras, que aun cuando anteponen el interés comercial sobre el estético, finalmente trabajan con mensajes cuya localización social para los consumidores transporta ya una carga semántica. Por ejemplo, la reproducción de una obra de Leonardo, Miguel Ángel, Van Gogh, Salvador Dalí y Frida Kahlo en camisetas, tazas o demás objetos de uso funcional, no despoja a las imágenes de su relativa autonomía con respecto a otras representaciones. Esto va más allá de los gustos personales, de las filias y las fobias: las obras de arte canónicas son una expresión de sentido y como tal les atribuimos significados culturales que compartimos con otros en cuanto a re-conocimiento.

Siguiendo a Bourdieu, García Canclini lo expone en estos términos: La diferencia entre forma y función, indispensable para que el arte moderno haya podido avanzar en la experimentación del lenguaje y la renovación del gusto, se duplica en la vida social en una diferencia entre los bienes (eficaces para la reproducción material) y los signos (útiles para organizar la distinción simbólica). "Las sociedades modernas necesitan a la vez la *divulgación* —ampliar el mercado y el consumo de los bienes, para acrecentar la tasa de ganancia y la *distinción*— que, para enfrentar los efectos masificadores de la divulgación, recrea los signos que diferencian a los sectores hegemónicos" (García Canclini, 1989: 37).

En este sentido, la explicación y definición de cómo se forman los públicos está directamente relacionada con la formación artística. Es interesante ver que los estudios sobre públicos europeos y latinoamericanos (véase *ibid.*: 130) permiten concluir que la contextualización de las obras artísticas, a menudo construida desde la instrucción, aumenta su legibilidad, pero consigue poco en cuanto a la atracción de más espectadores y la incorporación de nuevos patrones perceptivos.

Los espectadores no entrenados sienten que los resúmenes de la historia del arte que les suministran en una exposición, no anulan la

distancia entre todo lo que las obras modernas llevan como conocimiento implícito y lo que puede digerirse en el transcurso de la visita. Lo más frecuente es que el público desplace su concentración de la obra a la biografía del artista y sustituya la lucha con las formas por la anécdota histórica. Aunque lo cierto es que este tipo de recepción es el mismo alentado en las instituciones escolares, en la familia y en los medios de comunicación, que sirven ahora como reforzadores de los valores transmitidos en la vida social.

En las sociedades complejas, donde la oferta cultural es muy heterogénea, coexisten varios estilos de recepción y comprensión, formados en relaciones dispares con bienes procedentes de tradiciones cultas o populares. Toda escritura, todo mensaje, como señalaba Ingarden, están plagados de espacios en blanco, silencios, intersticios, en los que se espera que el lector produzca sentidos inéditos. La obra exige la cooperación del lector, del receptor, para completarlas.

Analizar el arte ya no es analizar sólo obras, sino las condiciones textuales y extratextuales, estéticas y sociales, en que la interacción entre los miembros de un campo artístico engendran y renuevan el sentido. El papel jugado por la educación estética en este sentido es fundamental.⁶

Nicos Hadjinicolau (1981) lo demuestra así con *La libertad jurando al pueblo* de Delacroix, que no es portadora sólo de una significación intrínseca, la que quiso imprimirle Delacroix, sino de las que fueron acumulándose en los usos de esa obra hechos por los manuales escolares, la publicidad, otros artistas contemporáneos, las lecturas de historiadores de diversas épocas e ideologías, los carteles que la reprodujeron con finalidades dispares.

Hablar de públicos de arte supone riesgos teóricos y metodológicos importantes, sobre todo porque la noción se torna peligrosa si la tomamos como un conjunto homogéneo y de comportamientos constantes. Lo que se

⁶ Un texto ejemplar y específico sobre este tema es el escrito por Arturo Jiménez (1998: 91-101) acerca de las políticas de educación artística en México.

denomina público en rigor es una suma de sectores que pertenecen a estratos económicos y educativos diversos, con hábitos de consumo cultural y disponibilidad diferentes para relacionarse con los bienes ofrecidos en el mercado.

Watson define al público "como una estructura social amorfa cuyos miembros tienen en común un gusto suscitado por una comunicación y un contacto impersonales [...] Sin ser grupos, los públicos están más estructurados que los agregados. Cuando los individuos que componen un público se encuentran o entran en relación, se sienten 'en comunión' y 'hablan un idioma común' " (Watson, *op. cit.*: 182-183). Esto es lo que hace del público una estructura social, aunque manifiestamente muy amorfa y no una categoría lógica o un término clasificatorio.

En su análisis de la primera exposición de arte contemporáneo en los Estados Unidos, que tuvo lugar en el Armory Show de Nueva York en 1913, Watson propone tres factores que contribuyen a dar a los públicos de arte ese carácter difuso o amorfo. El primer factor de formación que señala es la comunicación impersonal. Ello no significa que el contacto directo esté totalmente ausente, sino que las opiniones, la personalidad, la actitud,⁷ amén de los sentimientos y las creencias, pueden ser

⁷ Moodie y Sutddert-Kennedy (1975: 42, 46, 47) distinguen la personalidad como "aquellos aspectos de la orientación ante la vida de un individuo, que se adquieren a edad temprana y están profundamente incorporados, un compuesto relativamente estable de dotación genética y de aprendizaje y socialización tempranas"; las actitudes como "las predisposiciones y creencias relativamente estables, pero que forman menor parte de la estructura psicológica básica del individuo, y por lo tanto son vulnerables, en cierto grado, al impacto de nuevas experiencias"; y el nivel de opiniones como "respuestas y juicios articulados. Por supuesto, podemos inferir la existencia de actitudes más generales y arraigadas a partir de declaraciones de opinión, si contamos con las suficientes declaraciones que se relacionen unas a otras de manera teóricamente plausibles." Y más adelante los autores aclaran, "la influencia del medio o medios sociales en los que nos movemos variará ampliamente con el tiempo, tanto respecto a los patrones de influencia que han tenido relación con el individuo, como con la prominencia o la intensidad con que son captados. Desde el momento en que respiramos por primera vez estamos sujetos a invasiones constantes de nuestro medio social, que en ciertas ocasiones lleva a una asimilación efectiva y en otras a una colonización más temporal. En lo que aquí mencionamos como Personalidad, y también en nuestras Actitudes, somos las víctimas o los beneficiarios de nuestras relaciones y experiencias formativas tempranas. La gente a la que miramos, ya sea con satisfacción o con desconfianza, constantemente nos proporciona pistas para interpretar la realidad social que está frente a nosotros, así como amenazas y estímulos para ajustar nuestra conducta y nuestras creencias" (*ibid.*: 48-49).

transmitidos por medios de comunicación a los que el individuo no tiene, o tiene escasamente, acceso directo salvo como comprador.

El segundo factor considera que el público de arte se compone inicialmente de elementos heterogéneos que no han sido objeto de ninguna selección. Los individuos que lo integran creen que obtendrán de ese modo el medio de lograr los valores o las satisfacciones que desean. En el caso del Armory Show, comenta Watson, es posible que algunos visitantes obedecieran al deseo de familiarizarse con las nuevas corrientes del arte europeo.

Por último, la falta general de comunicación entre los receptores, unida al carácter heterogéneo de los públicos de arte, son factores que refuerzan, como ya señalábamos, la inconsistencia de ese público. Antes que comunidad de gustos, es una pluralidad de tales comunidades.

Como ya lo había visto Bourdieu, a causa del estatus particular de la obra de arte y de la lógica específica del aprendizaje derivada de él, una enseñanza artística que se reduce a un discurso (histórico, estético u otro) sobre las obras es necesariamente una enseñanza de segundo grado; como la enseñanza de la lengua materna, la educación literaria o artística supone necesariamente, aunque sin organizarse nunca, o casi nunca, en función de esa premisa, individuos dotados de una competencia previamente adquirida y de todo un capital de experiencias desigualmente distribuidas entre los diferentes medios sociales.

Esto es relevante porque la escuela se muestra aquí no sólo como una de las instituciones que en forma más clara contribuye a difundir y alimentar las obras canónicas, sino que la formación estética recibida en ella es un indicador de nuestros propios procesos receptivos. Precisamente por eso, la competencia sobre la que habla Bourdieu rebasa también los muros de las aulas y otras influencias acaban por ser más definitivas.

Al no trabajar metódica y sistemáticamente movilizand o todos los recursos disponibles desde los primeros años de la escolaridad para

suministrar a todos, en la situación escolar, el contacto directo con las obras, o por lo menos un sustituto aproximativo de esa experiencia (mediante la presentación de reproducciones o la lectura de textos, la organización de visitas a museos o la audición de discos, etcétera), la enseñanza artística sólo resulta plenamente provechosa a quienes deben a su medio familiar la competencia adquirida por una familiarización lenta e insensible, ya que se exige de dar explícitamente a todos los que implícitamente se exige de todos (Bourdieu, 1971: 67).

Si es cierto que la institución escolar puede ejercer la acción continua y prolongada, metódica y uniforme de formación capaz de generar individuos competentes, provistos de esquemas de percepción, de pensamiento y de expresión que son la garantía de la apropiación de los bienes culturales y dotados de la disposición generalizada y permanente a apropiarse esos bienes que define la devoción cultural, es un hecho que la eficacia de esa acción formadora, como hemos ya señalado a través de diversos autores, está en función directa del grado con que sus destinatarios llenan las condiciones previas de una recepción adecuada.

Para concluir este trabajo amerita dedicar un apartado a otra de las instituciones que, sumada a la escuela e incluso colateral a ella, ofrece esquemas de recepción de la obra artística. Me refiero a los museos, a la interpretación y al uso que de ellos hacen los sujetos.

4.3. Las prácticas hermenéuticas

Pierre Bourdieu y Alain Darbel demostraron con *L'amour de l'art. Les musées d'art européens et leur public*, publicado en 1966 y revisado en 1969, las variables de clase social implicadas en el uso de los espacios museográficos europeos. A partir de un conjunto de encuestas realizadas durante 1964 y 1965, se estudió el perfil sociológico de los visitantes a un grupo de museos seleccionados de cinco países europeos, Francia, Grecia, Holanda, Polonia y España. Las categorías sociales contempladas por los

autores fueron las siguientes: agricultores y obreros (agrupados como clases populares), artesanos, comerciantes, empleados y cuadros medios (agrupados como clases medias), y cuadros superiores, estudiantes, profesores y especialistas en arte (agrupados como clases altas)

En los resultados obtenidos encontramos que, respecto a los museos franceses (los autores advirtieron que los resultados son extrapolables en pocas variaciones a los otros países estudiados), un uno por 100 de los visitantes fueron agricultores, un cuatro por 100, obreros, y un cinco por 100 artesanos y comerciantes, mientras que el porcentaje de visitantes que forman parte de las clases superiores fue del 45 por 100. Respecto a la distribución de los visitantes según su nivel de instrucción, un nueve por 100 no tenían ningún diploma o título de estudios y un 11 por 100 sólo habían cursado estudios primarios, mientras que en la parte alta el 31 por 100 eran estudiantes universitarios y el 24 por 100 tenían un título o diploma equivalente o superior a la licenciatura (Bourdieu y Darbel, 1969: 26).

Teniendo en cuenta todos los países estudiados, la proporción de visitantes que, a mediados de los años setenta, tenía estudios secundarios o superiores se situaba alrededor del 75 por 100. Los autores dan datos de una exposición celebrada en el Museo de Artes Decorativas de París titulada *Antagonismos*, dedicada a las formas más experimentales del arte moderno, y en la que el porcentaje de visitantes pertenecientes a las clases superiores fue del 90 por 100, frente a 8.5 por 100 de empleados y cuadros medios, 1.5 por 100 de artesanos y comerciantes y 0.5 por 100 de obreros (ningún agricultor la visitó) (*ibíd.*: 133).

Algunos datos más referidos a los extremos de la clasificación social —clases populares por una parte, y clases altas, superiores o cultivadas por otra— pueden ayudar a completar este cuadro. Las personas de bajo nivel de instrucción visitan más a menudo los museos acompañados de un guía o de un amigo competente que el público cultivado, cuyos miembros se inclinan más a visitarlos solos. Las clases populares, indican las

estadísticas, son más favorables a los rótulos explicativos que las clases altas. Un 26 por 100 de visitantes que pertenecían a las clases populares hizo su primera visita antes de los 15 años, mientras que en las clases privilegiadas fue un 56 por 100. Esta primera visita fue en un 16 por 100 con la compañía de un familiar y en un tres por 100 fue una visita escolar en las clases populares, mientras que en las altas estas cifras se elevan a un 32 por 100 y 11 por 100, respectivamente. En cuanto a sus preferencias por escuelas artísticas, un 67 por 100 del público popular no dio ninguna respuesta, mientras que en el público cultivado el porcentaje de visita que no contestó fue del 21 por 100. Por los precios de las entradas es similar, es decir, el público de las clases populares no se queja especialmente de los precios. Y un dato curioso: el museo evoca la imagen de una iglesia en el 66 por 100 del público de las clases populares, en el 45 por 100 de las clases medias y en el 30.5 por 100 de las clases altas (*ibid.*: apéndice, 2-5).

Los resultados, para los autores, son concluyentes:

La estadística revela que el acceso a las obras culturales es el privilegio de la clase cultivada [...] Dado que nada es más accesible que los museos, y que los obstáculos económicos, la acción de los cuales se deja sentir en otros campos, son aquí poco importantes, parece que está fundamentado invocar la desigualdad natural del "interés cultural". Pero el carácter autodestructivo de esta ideología salta a la vista: si es incontestable que nuestra sociedad ofrece a todos la *posibilidad pura* de sacar provecho de las obras expuestas en los museos, también lo es que solamente unos cuantos tienen la *posibilidad real* de realizar esta posibilidad. Dado que la aspiración a la práctica cultural varía como la propia práctica cultural, y que el "interés cultural" aumenta a medida que se satisface, la ausencia de práctica viene acompañada de la ausencia del sentimiento de esta ausencia [...] Se deduce de esto que las desigualdades ante las obras culturales no son más que un aspecto de las desigualdades

ante la escuela que crea el "interés cultural" al mismo tiempo que da el medio de satisfacerlo (*ibíd.*: 69).

Los museos están inscritos, en la vida moderna, dentro de un marco más amplio que la sociología denomina consumo cultural. Comprender este marco y el juego de interacciones que ahí se realizan, nos permite alcanzar algunas de las estrategias puestas en marcha por los receptores en su relación con las obras de arte.

4.3.1. El consumo cultural

Qué uso se hace de los mensajes de los medios, qué formas asume su recepción, las preferencias o necesidades de los receptores, son sólo algunos de los rubros del amplio repertorio del consumo cultural: esa significativa vertiente que estudia los procesos de apropiación y los usos de productos diversos desde la perspectiva de su valor simbólico.⁸ En palabras de Néstor García Canclini, consumo cultural "es el conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica" (García Canclini, 1992: 11).

Particularmente en el campo de la sociología, la antropología y las ciencias de la comunicación, los estudios de consumo cultural vienen a ser aquellos que definen el perfil de un público: su sentir, sus gustos y sus necesidades. Es a través de ellos donde se registra el cambio y evolución de la sociedad receptora, como también sus nociones acerca de los propios medios (en sentido amplio) y sus mensajes (véase a este respecto De la Selva, 1996: 34-39).

⁸ En México, los estudios sobre consumo cultural tienen en Néstor García Canclini una figura fundamental. Sus textos individuales o en coautoría (1987, 1988, 1989, 1990, 1992, 1998) han marcado los estudios culturales en nuestro país.

Muchos estudios de esta naturaleza se han desarrollado bajo el marco de oposiciones como espacio urbano/espacio rural; cultura de elites/cultura popular; artesanía/arte canónico.⁹ El interés se desplaza cada vez más a los medios, y en lo concerniente a la recepción estética los planteamientos suelen marginarse.

Lo importante, empero, es destacar que la experiencia estética ya no es vista más como una práctica absolutamente autónoma con linderos definidos e infranqueables. Como intentamos demostrar en el primer capítulo, las mediaciones que se interponen entre el sujeto receptor y los objetos y acontecimientos del mundo se entrecruzan, de tal forma que hacia nuestras experiencias estéticas se trasminan elementos de otros campos.

La antítesis entre modernidad y tradición es ya insostenible, pues la realidad social tiende hacia la configuración de culturas híbridas (véase Lash, 1997; y García Canclini, 1990). ¿Cómo entender si no “el encuentro de artesanías indígenas con catálogos de arte de vanguardia sobre la mesa del televisor? ¿Qué buscan los pintores cuando citan en el mismo cuadro imágenes precolombinas y coloniales y de la industria cultural, cuando las reelaboran usando computadoras y láser?” (García Canclini, 1990: 14).

Hoy existe una visión más compleja sobre las relaciones entre tradición y modernidad, que impactan sin duda nuestras experiencias estéticas, cuyo funcionamiento ocurre también en la esfera de lo extraestético. Lo culto tradicional no es borrado por la industrialización de los bienes simbólicos. Se publican más libros y ediciones de mayor tiraje que en cualquier época anterior. Hay obras eruditas que pueden ser masivas, como *El nombre de la rosa*, tema de debates hermenéuticos en simposios lo mismo que *best-seller*: a fines de 1986 había vendido, antes de exhibirse la película filmada sobre ella, cinco millones de

⁹ Por ejemplo véase González (1994), Piccini (1996) y García Canclini (1998).

ejemplares. Igualmente, el fenómeno de la llamada *world music* ha ganado un espacio en las tiendas de discos que antes no tenía.

La oferta de productos culturales es hoy tan inabarcable que obliga a las instituciones a reconvertir sus códigos para dirigirse a receptores con gustos y sistemas cognoscitivos muy diversos.

En su libro *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad* (1989), García Canclini analiza por qué los artesanos siguen haciendo alfarería y tejidos manuales en la sociedad industrial, mientras los artistas practican las tecnologías avanzadas y al mismo tiempo miran al pasado en el que buscan cierta densidad histórica o estímulos para imaginar. En un campo y en el otro se descrea que la cultura se mueva en un proceso ascendente, o que ciertos modos de pintar, simbolizar o razonar sean superiores. Aunque el mercado necesite reinventar muchas veces las jerarquías para renovar la distinción entre los grupos.

¿Qué lugar ocupa el arte en este panorama? El campo estético es un espacio plural porque supone la vinculación de múltiples elementos: la confección de los artefactos físicos necesarios, la creación de un lenguaje convencional compartido, el entrenamiento de especialistas y receptores en el uso de ese lenguaje, y la creación, experimentación o mezcla de esos elementos para construir obras particulares.

El mundo artístico sigue teniendo una relación interdependiente con la sociedad, como se ve cuando la modificación de las convenciones artísticas repercute en la organización social. Cambiar las reglas del arte no es sólo un problema estético: cuestiona las estructuras con que los miembros del mundo artístico están habituados a relacionarse, y también las costumbres y creencias de los receptores [...] Las convenciones que hacen posible que el arte sea un hecho social, en tanto establecen formas compartidas de cooperación y comprensión, también diferencian a los que se instalan en modos ya consagrados de

hacer arte de quienes encuentran lo artístico en la ruptura de lo convenido (*ibid.*: 39).

No es otra la idea de Howard Becker (*op. cit.*: 71), como veíamos con anterioridad. En las sociedades modernas, la divergencia entre los artistas consolidados y los de la ruptura produce dos maneras de integración y discriminación respecto del público. Por una parte, el trabajo artístico forma un “mundo” propio en torno de convenciones y conocimientos fijados por oposición al saber común, al que se juzga indigno para servir de base a una obra de arte. La mayor o menor competencia en la aprehensión de esos sentidos especializados distingue al público “asiduo y advertido” del “ocasional”, y por lo tanto al que puede “colaborar plenamente” o no con los artistas en la empresa común de puesta en escena y recepción que da vida a una obra.

En *La distinción*, Bourdieu puso especial énfasis en la disposición estética de los receptores. En los anexos donde se reúnen los datos estadísticos, Bourdieu utiliza la siguiente clasificación: clases populares (obreros), clases medias (artesanos, pequeños comerciantes, empleados, cuadros medios, técnicos, maestros, nueva pequeña burguesía), clases superiores (patrones industriales y comerciales, cuadros superiores, ingenieros, profesiones liberales, profesores y productores artísticos) Pues bien, respecto a la disposición estética, una de las encuestas preguntaba a los encuestados si creían que con determinados temas se podía hacer una fotografía bella (Bourdieu, 1988, 539). Si el tema propuesto era una puesta de sol, los resultados fueron afirmativos en un 90 por 100 en las clases populares, un 84 por 100 en las clases medias y un 64 por 100 en las clases superiores; en el caso de una primera comunión lo fueron en un 50 por 100, un 31 por 100 y un 18 por 100, respectivamente; mientras que si el tema era una ordinaria estructura metálica las cifras fueron de un seis por 100 en las clases populares, un 12 por 100 en las clases medias y un 23 por 100 en las clases superiores. De acuerdo a los resultados, es

evidente que las clases cultivadas tienen más posibilidades de saber apreciar cualquier cosa de una forma *específicamente estética* —porque les han enseñado a hacerlo y lo han aprendido— que las clases populares, menos preparadas para hacer estos *ejercicios formales*.

La función de los museos en la dotación de mensajes para el ejercicio de dicha actitud estética es central, por lo que es necesario hacer algunas acotaciones sobre la recepción estética en virtud de la experiencia museográfica, que es una entre otras posibilidades.

4.3.2. *El museo como mediación*

El museo, como hoy lo conocemos y de acuerdo a la definición del Comité Internacional de Museos (ICOM, por sus siglas en inglés),¹⁰ tiene sus antecedentes en el coleccionismo y las cámaras de las maravillas. Durante el siglo XX, el museo se transformó en un espacio social y cultural complejo, reformó la manera de presentar los objetos, el discurso que genera y su relación con el público. El museo es una entidad que muestra a sus visitantes parte de su identidad y la identidad de otros: el patrimonio arqueológico, histórico, artístico y natural es puesto en escena.

El público es uno de los elementos más significativos en el museo. Conocer sus prácticas culturales, sus gustos, inquietudes y sobre todo la manera en que reciben, experimentan y viven el museo es de capital importancia.

El museo es una institución sociocultural que refleja muchos de los aspectos de la cultura contemporánea. Compite con una amplia gama de opciones de esparcimiento y conocimiento como el cine, el teatro, la televisión y los centros comerciales, entre otros. Indagar acerca de los gustos e intereses de sus visitantes, así como su comportamiento en las exposiciones y la manera en que se relacionan con los objetos, ha sido parte importante de la investigación sobre museos.

¹⁰ Consúltese la página electrónica <http://www.icom.org>

Desde hace tiempo, y gracias a innumerables investigaciones, se reconoce en el visitante al museo a un partícipe activo de un proceso de comunicación, un receptor capaz de recrear una exposición una y otra vez que participa en ella.

Los estudios de público han tomado herramientas de distintas disciplinas, desde la mercadotecnia hasta la antropología, las ciencias de la comunicación y la sociología. Los antecedentes más antiguos que conocemos son los estudios en el Museo de Bellas Artes de Boston, que datan de 1916, relacionados con el comportamiento de los visitantes. Entre otras variables, se registró el número de visitantes a partir de los boletos vendidos o el control de acceso.¹¹

La convicción del importante papel que cumplen los museos como mediadores culturales, impulsó a García Canclini y otros a estudiar a los espectadores de cuatro grandes exposiciones efectuadas en la ciudad de México en 1982 y 1983. A saber, la de Rodin presentada en el Palacio de Bellas Artes, la de Henry Moore y Tapio Wirkkala en el Museo de Arte Moderno, y una conjunta de Frida Kahlo y Tina Modotti en el Museo Nacional de Arte. La investigación perseguía entender cómo se produce el sentido desde los receptores y cómo elaboran éstos su relación asimétrica con la visualidad hegemónica.

Pese a que la asistencia a los principales museos mexicanos es masiva, las encuestas demostraron que la enorme mayoría proviene de sectores medios y altos de la población. Predominan los que realizaron o están cumpliendo estudios universitarios (61 por ciento); la proporción decrece violentamente al pasar a los de instrucción secundaria (13 por ciento) y los que cursaron completa la escuela primaria (7.5 por ciento). La información ocupacional confirma este cuadro: 40 por ciento es

¹¹ Para una vasta recopilación de los estudios de público realizados en México, Europa y Estados Unidos, véase Moreno Guzmán (1998). Otros textos importantes sobre el particular son, además del ya mencionado de Bourdieu y Darbel, Miles y Zavala (1994); Belcher (1991); Vergo (1991); Xanthoudaki (1998); Cimet (1987), Schmilchuck (1987) y García Canclini (1992).

estudiante, 26 profesionista, nueve empleado administrativo, seis se dedica a labores del hogar, tres por ciento dijo ser técnico y obrero especializado (Cimet, *et. al.*, 1978: 57).

Las encuestas revelan que el uso intensivo de los medios de comunicación, especialmente la televisión, en la publicidad de las exposiciones la última década, tiene un papel significativo en el aumento de visitantes pero no tan omnipotente como suele pensarse. Los asistentes que dijeron haberse informado de las exposiciones por la televisión, la radio y la prensa sumaron 52 por ciento; la otra mitad se enteró por la recomendación de amigos, los avisos colocados por los museos en las calles y por las escuelas que los llevaron o los enviaron a las muestras para realizar tareas (*ibíd.*: 115). O sea que la influencia de los medios es porcentualmente casi idéntica a la de las formas microsociales e interpersonales de comunicación.

Además, si tomamos en cuenta que en todas las exposiciones la asistencia de personas que sólo tenían educación primaria fue muy baja, y que el 48 por ciento de los visitantes dijo ir por primera vez al museo (especialmente los de menor escolaridad); es evidente que el impacto de los medios tiene un éxito limitado en la difusión del arte. La comunicación pública difunde extensamente la noticia, puede sugerir la importancia de asistir y lograr que un cierto número lo haga una vez, pero su acción ocasional tiene poca capacidad de crear hábitos culturales duraderos.

La alta proporción de público con formación universitaria indica que el interés por los museos de arte moderno crece a medida que aumenta el nivel económico, el educativo y la familiarización prolongada con la cultura de elite. En ese punto, el estudio coincide con el efectuado por Bourdieu y Darbel, al que ya nos referimos.

Bourdieu atribuye la mayor afinidad de las clases dominantes con la ideología de los museos a su mayor disposición para diferenciar en los bienes artísticos los valores formales que el arte moderno independizó. En los museos de arte mexicanos los criterios de exhibición reproducen casi

siempre esa concepción moderna de la autonomía del objeto artístico. Los autores señalan que esto fue particularmente notable en la exposición de Moore, que motivó reclamos del público en las contestaciones a la encuesta. En las de Rodin, Wirkkala y Kahlo-Modotti se dieron algunas explicaciones históricas y contextuales, pero la estrategia museográfica (disposición de las obras, cédulas, catálogos) señalaba que el valor de lo expuesto residía principalmente en hallazgos formales (*ibid.*: 203).

La decodificación del público seguía otra lógica. Aun la mayoría con formación universitaria no estaba habituada a diferenciar lo formal y lo funcional, lo bello y lo útil. En vez de basar sus juicios en los valores estéticos intrínsecos de las obras, trataba de relacionarlas con la biografía de cada artista o con hechos del conocimiento cotidiano. En ninguna exposición superó el 10 por ciento el sector que aludió a la estructura interna de las obras, o que usó un lenguaje específicamente formal para comentarlas.

Las opiniones y los comportamientos de los receptores —acota García Canclini— los mostraron más cerca de la estética que hegemonizó la plástica mexicana durante la primera mitad del siglo XX. Sus criterios proceden del nacionalismo de la escuela muralista, las artesanías, los objetos arqueológicos e históricos y la iconografía religiosa. Armadas con ingredientes de varias tradiciones, las respuestas del público componen un discurso mixto en el que también figuran principios de lo que podemos llamar humanismo moderno (García Canclini, 1990: 139).

Al parecer es un hecho que la mayoría del público se adhiere a la corriente romántica de la modernidad al conceder mayor legitimidad y valor al arte en la medida en que pueda ver en él una prolongación ampliada de su afectividad cotidiana.

García Canclini examina con lucidez el caso del Museo de Antropología de México (*ibid.*: 332-333) que, dice, concibe el patrimonio

originario como algo consustancial a la nación. A partir de la llegada de migrantes y su sedentarización, la construcción de pesadas evidencias de su asentamiento definitivo —pirámides, templos, ciudades— en territorios que mantendrían hasta hoy, configura un patrimonio estático, ratificado por la etnografía deshistorizada. La dramatización de este patrimonio por el Museo se logra garantizando su solidez con un discurso nacionalista, centralizado en la sala mexicana —que simboliza la sede del poder— y con un discurso científico que ordena las etnias según los testimonios de sus colecciones de piezas antiguas.

¿Puede hoy un museo de antropología hablar del ingreso al territorio por el estrecho de Bering, de su ocupación, y no mencionar la salida de los descendientes por el cañón Zapata hacia los Estados Unidos? ¿Cómo entender lo que ahora es México si se omite cualquiera de estos movimientos: las migraciones originarias, la domesticación de territorios, la formación de colecciones de objetos, y, a la vez, la reconstitución de esos patrimonios fundantes por los conflictos interétnicos, las migraciones, las identidades cambiantes de los que vienen del campo a la ciudad, o salen de México hacia otros países? (*ibid.*: 333).

Desde su construcción arquitectónica, el museo se propone a los receptores como un esquema de recepción, un discurso cultural que sirve de marco a nuestras elecciones estéticas. En un estudio sobre el Museo del Louvre de Carrol Duncan y Alan Wallach (1978; 1980), se contrasta el edificio majestuoso, los pasillos y escaleras monumentales, la ornamentación de los techos, la acumulación de obras de diversas épocas y culturas, subordinadas a la historia de Francia, con el edificio frío, de hierro y vidrio, con pocas ventanas, del Museo de Arte Moderno de Nueva York. La grandilocuencia del primero está a tono con el programa iconográfico que dramatiza ritualmente el triunfo de la Revolución francesa, la consagra como heredera de los valores de la humanidad;

mientras el segundo, en su desconexión con el mundo exterior y la pluralidad de recorridos, da la sensación de poder ir donde se quiere, de libre opción individual, como si el visitante pudiera homologar la libertad creadora que distingue a los artistas contemporáneos.

En suma, el espacio museográfico es también ritual. En los casos mencionados, el Louvre enaltece la historia a través de la forma y en el Museo de Arte Moderno se sacralizan el espacio y los objetos. Ambos imponen un orden de comprensión y organizan también las diferencias entre los grupos sociales: los que entran y los que quedan fuera; los que son capaces de entender la ceremonia y los que no pueden llegar a actuar significativamente.

¿Cómo estudiar la experiencia museográfica a la luz de estas consideraciones? ¿Cómo integrar la experiencia estética, en toda su complejidad, dentro de los perfiles demográficos con que comúnmente se estudia a los públicos?

En *The museum experience*, Falk y Dierking (1992) proponen un modelo para estudiar la experiencia interactiva en el museo. A partir de la recopilación y análisis de numerosas investigaciones en museos sobre el comportamiento de los visitantes, así como de la percepción que ellos tienen sobre las exposiciones y sobre el museo, los autores diseñan un marco de indagación que abarca tres categorías: contexto físico, contexto personal y contexto social.

¿Por qué la gente va al museo?, ¿qué hace una vez que llega a él?, ¿qué recuerda de su visita? son algunas de las preguntas ejes que buscan responder Falk y Dierking. En principio, consideraron al museo en un amplio rango, no limitado a los museos de arte. Como instituciones de educación informal, integraron a los museos de historia e historia natural, pero también a los zoológicos, jardines botánicos, centros científicos, lugares históricos (edificios antiguos, zonas arqueológicas) y una variedad de exhibiciones y colecciones, que si no entran en la modalidad estricta de museo, sí organizan su discurso en forma equivalente y, lo más importante

para nuestro trabajo, hacen un tratamiento estilístico y estético de lo exhibido con el fin de inducir una experiencia semejante en el espectador.

El Modelo de la Experiencia Interactiva que diseñan los autores toma elementos de la antropología, la sociología y la psicología cognitiva y del comportamiento.

El contexto personal de cada visitante es único, incorpora una variedad de experiencias previas y de conocimiento tanto del museo como de otras prácticas socioculturales. También involucra los intereses del visitante y sus motivaciones. Estas experiencias ayudan a moldear el modo en que el individuo disfruta y aprecia, la forma en que emplea su tiempo y el tipo de actividades que busca para su goce personal.

El visitante llega al museo con una serie de expectativas y rutas anticipadas a seguir en la exposición. Las diferencias en el contexto personal son elementos básicos para distinguir el comportamiento y el grado de aprendizaje de los visitantes frecuentes y de quienes van a un museo por primera vez o para diferenciar entre los neófitos y los expertos en un tema dado.

El contexto social también está presente. Muchas personas acuden en grupos y aunque los visiten solos, entran en contacto con otros visitantes y el equipo del museo. La experiencia se modificará sensiblemente si la ruta se traza con niños, en familia o con un grupo escolar. Entonces, el entendimiento del contexto social y las múltiples interacciones que ocurren al interior del espacio museográfico, permiten conocer de mejor manera al público que asiste.

En cuanto al contexto físico, Falk y Drexler incluyen la arquitectura del edificio, los objetos y artefactos que se encuentran en él, el mobiliario, el ambiente, la iluminación, la disposición de los objetos, las pausas de recorrido, la señalización, el clima y los olores. Estos factores influyen en el comportamiento y las actitudes dentro del espacio museográfico.

Cada uno de los contextos es construido y reconstruido por el visitante; la interacción de cada uno de ellos crea la experiencia museográfica. En los términos señalados por la tesis, los contextos definidos por Falk y Dierking actúan como mediadores de la experiencia.

Uno de los alcances más interesantes de la propuesta es la distinción entre lo que llaman experiencia potencial y experiencia actual (*ibíd.*: 142), es decir, entre las posibilidades que el museo ofrece y espera de los visitantes y aquellas opciones que el propio visitante elige para construir su propia experiencia.

La diversidad y cantidad de los públicos de los museos¹² inscriben a este espacio como uno de los sitios de esparcimiento y diversión más importantes de la vida social. Las razones de los visitantes para acudir a un museo son agrupadas por los autores en sociales y recreativas, educativas y reverenciales (*ibíd.*: 14).

Al considerar el museo como un espacio recreativo donde las personas organizan su tiempo libre, pueden reconocerse al menos tres tipos de orientaciones: cultural o intelectual, organizacional y participativa (*ibíd.*: 16).

No obstante las aportaciones metodológicas de *The museum experience*, no hay mención hacia el ingrediente estético contenido en la experiencia museográfica. En contraste, Lauro Zavala propone en *Posibilidades y límites de la comunicación museográfica* un modelo para examinar esta dimensión.

En primer lugar, Zavala considera al visitante del museo como un sujeto con necesidades y condiciones de recepción e interacción particulares, cuyas características lo distinguen de cualquier otro acto involucrado en experiencias culturales, es decir que quien acude al museo

¹² El Instituto Nacional de Geografía, Estadística e Informática señala que entre 1997 y 1998 un promedio de 11 millones 750 mil visitantes mexicanos acudieron a 220 museos y a 108 zonas arqueológicas (véase <http://www.inegi.gob.mx>).

demarca su actuar en comparación con otros espacios o prácticas socioculturales.

El museo compite con el cine, la lectura, los centros comerciales y el teatro, entre otros, al ofrecer una vivencia, ya sea educativa, placentera o de entretenimiento a sus visitantes. Es nuclear articular una serie de categorías, supuestos teóricos y metodológicos que permitan describir, analizar y descifrar las actitudes, conductas, gustos, pensamientos, sentimientos y opiniones de los asistentes a los museos para entender la especificidad de esta experiencia.

El autor distingue dos modelos para el estudio de la comunicación museográfica: uno con elementos constitutivos de la experiencia museográfica y otro para el registro de la misma experiencia (Zavala, 1993: 20). Al igual de Falk y Dierking, Zavala parte de una visión interdisciplinaria. En su diseño se entrecruzan las ciencias de la comunicación, la antropología cultural, el psicoanálisis, la psicología social, la sociología del conocimiento y la de la cultura y el constructivismo epistemológico, que establece como premisa "el reconocimiento de que todo observador construye su objeto de conocimiento desde un contexto específico, el cual determina en gran medida las características de su observación, así como la naturaleza de su descripción, valoración e interpretación" (*ibid.*: 25).

La estética de la recepción museográfica, de acuerdo al modelo de Zavala, agrupa tres categorías: elementos rituales, elementos didácticos y elementos lúdicos (*ibid.*: 43-44).

La visita al museo supone objetos, espacios y acciones que se definen, por el solo hecho de estar ligados a esta institución, como objetos, espacios y acciones al margen de lo cotidiano, del sentido común y representativos de lo diferente. El museo, al ser un espacio excepcional en la cotidianeidad del visitante, le impone la sensación de participar en un proceso cultural que lo excede y lo pone en contacto con un espacio y tiempo distintos, al margen del ritmo familiar y ordinario.

Uno de los aspectos característicos del museo es su perfil educativo. Zavala entiende este rasgo como una posibilidad de operar cambios en la visión del mundo del visitante, de sensibilizar a éste con determinadas experiencias que proporciona el espacio museográfico inducidas hasta llevarlas a terrenos simbólicos fuera del museo.

Dentro de este mismo ámbito, el autor distingue dos estrategias educativas en el contexto: por un lado, una educación estática que privilegia la información sin relacionarla con el contexto, ofrece al visitante textos no interpretaciones, reproduce ciertos criterios de valoración y jerarquización canónica y genera una distancia entre el objeto y el visitante, posibilitando como las únicas respuestas ante la información, la aceptación, el rechazo o la indiferencia; por el otro, la llamada estrategia dinámica privilegia el proceso de adquisición de conocimientos; en ella se establece una relación entre los datos informativos y el contexto del cual emergen, así como elementos para la formulación de respuestas a las preguntas del visitante. También genera un ambiente de diálogo, de formulación de nuevas interrogantes; así, este tipo de estrategia propicia respuestas de admiración, sorpresa, asombro y compromiso afectivo.

Los elementos lúdicos de la experiencia museográfica nos sitúan en forma más explícita dentro de la dimensión estética. El museo como medio de comunicación consta de una temática, una retórica y una poética. Los fines educativos se consiguen gracias a la retórica, es decir, a la habilidad para convencer al receptor acerca de la coherencia y la verosimilitud de sus contenidos. La temática está ligada al ámbito ritual, al contacto con lo que se encuentra alejado de lo cotidiano. La condición poética, por su parte, sirve de apoyo a la apuesta cultural de los creadores y los visitantes del museo, pues en el ámbito poético está la imaginación, el placer, la fantasía, el juego y la recomposición de la propia mirada del mundo. Mientras se juega no necesariamente se aprenden cosas, pero se ejercitan habilidades y se utilizan conocimientos antes adquiridos.

De este modo, la experiencia museográfica “puede llegar a ser más placentera que educativa y, en ocasiones, a ser educativa precisamente por ser placentera, lo que está en juego aquí es la apropiación de lo novedoso para el visitante, la resignificación de nuevos elementos o de los ya conocidos” (*ibíd.*: 45).

En nuestra relación con los museos siempre se mezclan los horizontes educativo y estético. Mientras el primero se vincula con las omisiones del propio visitante, mismas que el museo llenará mediante su propio discurso; en la segunda, el reconocimiento de las omisiones deliberadas del expositor, es decir aquello con lo que el visitante llena esos “espacios vacíos” de la muestra y que, sin duda, se refiere a las “zonas de indeterminación” de Ingarden.

El grado de voluntad lúdico del participante, en este sentido, es vital, ya que marca el nivel de interacción con los objetos y materiales de la exposición. Los elementos lúdicos, por lo tanto, son fuente y detonación de la experiencia estética.

En el diseño de este modelo, apoyado además por una guía metodológica para el registro narrativo de la experiencia museográfica (*ibíd.*: 51-52), se pone de manifiesto que la recepción estética abarca muchos niveles de sentido y que siendo ella misma productora de significados, impregna su dimensión en discursos artísticos y extraartísticos, como es el caso precisamente del museo.

El conocimiento de los mundos de arte, además, como lo ha planteado Williams (*op. cit.*: 121, 122, 124), depende del desarrollo de sistemas de señales sociales que indican que lo que ahora va a ser accesible debe considerarse como arte.

Los tipos más comunes de señales son los de *ocasión* y de *lugar*, que se encuentran en su expresión más simple, por más especializada, en sociedades seculares y relativamente complejas. La señal de una galería de arte es un caso especialmente obvio. Es un lugar especializado y

diseñado para mirar pinturas, dibujos o esculturas como obras de arte. Esta señal está tan establecida y es tan convencional que apenas se advierte (*ibid.*: 121).

Bajo esta consideración podríamos atribuir a la galería el valor de un mero artificio técnico para exhibir los objetos. Sin embargo, Williams llama la atención sobre la diferencia que existe cuando vemos un dibujo o una pintura en una calle cualquiera o en el muro de una casa. De inmediato surge la pregunta de por qué está allí: ¿ha sido obra de un vándalo, de un pintor no reconocido, de un autor impulsivo y frustrado, o se trata de una nueva política para llevar el arte a las calles? "A menudo estamos seguros de poder emitir un juicio basado en la calidad del dibujo o de la pintura, pero siempre existen algunos casos en los que nuestra incertidumbre se ve aumentada por la ausencia de la esperada señal que nos indique si aquello pretende o no ser arte" (*ibid.*: 122).

Muchos artistas, reacios a los canales institucionales, crean *señales alternativas*, como las llama Williams, donde exponen deliberadamente sus obras: una tienda, un tramo de la calle, una cantina, una sala de espera.

Los sistemas de señales para identificar una obra de arte, como hemos visto a lo largo del trabajo, tienen una sociología compleja. Existen muchos sistemas integrados que llegan a ser plenamente institucionales: el teatro, las galerías de arte, los museos y las salas de concierto. Estos sistemas integrados son, en general, un producto de la especialización: artes diferentes en lugares y momentos diferentes. Los sistemas de difusión por radio, televisión e Internet que, además de todas estas artes, transmiten noticias, debates, acontecimientos no artísticos y documentales, plantean problemas diferentes, resueltos fundamentalmente, en un primer nivel, por medio de la utilización consciente de descripciones y títulos internos. Williams da un ejemplo elocuente sobre el particular:

Antes de que el drama medieval saliera a las calles como parte de una festividad religiosa, tipos menos desarrollados de dramatización sobre algunos de los mismos acontecimientos —momentos clave de la historia cristiana del mundo— habían sido representados en las iglesias, y algunos de los más antiguos —los episodios *Quem quaeritis?* sobre los encuentros después de la resurrección— habían sido representados como parte de los oficios religiosos. ¿Qué señales se daban en estos casos? La utilización de medios “dramáticos” para “revivir” la presencia y el encuentro de Cristo no debe ciertamente considerarse, en este estadio, como una señal de “arte”, en el sentido moderno. Pero, ¿podemos estar suficientemente seguros de que en un estadio posterior, cuando el mismo tipo de representación fue sacado del oficio religioso y luego de la iglesia, la señal era inequívocamente de “arte”? Lo que, indudablemente, ocurre es que dentro de cualquier cultura específica, la naturaleza de las señales, y del sistema compartido de significación dentro del cual deben operar, está radicalmente conectada con la organización social de un área muy amplia de la realidad percibida (*ibid.*: 125).

En suma, muchos sistemas de señales operan, directa y necesariamente, dentro de los límites de un orden cultural y social más general. Pero es también un hecho crucial en el desarrollo del arte que algunos tipos de señal se vayan internalizando o, de hecho, se desarrollen bastante internamente, dentro de las formas artísticas. Además, algunos de ellos, muchos a decir verdad, cobran efectividad en una amplia gama cultural y a través de diferentes períodos históricos. Es aquí donde una interpretación estrechamente sociológica, pertinente en el caso de ocasiones, lugares y modos de reunión señalados, y, por supuesto, en el de instituciones formales especializadas, puede alcanzar sus límites o, incluso, rebasarlos.

Así, la narrativa, el retrato y la representación dramática están socialmente condicionados, en sus orígenes, de forma manifiesta y en su desarrollo siguen estando radicalmente condicionados. Pero al mismo

tiempo existen continuidades efectivas y formas de lo que con frecuencia parece razonable denominar, como lo hace Williams (*ibíd.*: 128 y ss.), desarrollo "sistémico" interno (por ejemplo, las vanguardias de la primera mitad del siglo XX), que hacen que cualquier asignación discreta de "formas" a órdenes sociales específicas sea difícil en el mejor de los casos y, en el peor, totalmente engañosa.

No sólo la recepción estética abarca ámbitos en los que no es dable hablar de objetos artísticos en sentido estricto, sino que el arte mismo no es una cuestión puramente estética: hay que considerar cómo se responde a él en la intersección de lo que hacen los medios de comunicación y críticos especializados, historiadores y museógrafos, coleccionistas, comerciantes y especuladores.

La necesidad de un abordaje interdisciplinario para el estudio de la recepción estética es imperativa. Como señala García Canclini metafóricamente (1990: 16), las ciencias sociales contribuyen a la ya de por sí inaprehensible experiencia estética con sus diferentes escalas de observación: el antropólogo arriba a pie, el sociólogo en auto por la autopista principal y el comunicólogo en avión. Cada uno registra lo que está a su alcance, elabora una mirada alternativa y, en consecuencia, parcial. El historiador, en contraste, no ingresa al espacio de la recepción sino que sale de él para comprender las inmediaciones contemporáneas desde el centro antiguo. Sin embargo, allanar la dificultad ha sido el derrotero de una parte de la sociología del arte. Renunciar a la comprensión por la complejidad inherente de una experiencia como la recepción estética, además de invocar al escepticismo más reaccionario, contravendría toda vocación por el entendimiento.

CONCLUSIONES

El término de un trabajo representa, por lo general, la divisa de un comienzo. Muchas tareas quedan pendientes en el seguimiento de una sociología de la recepción estética que, por lo pronto, reclama alimentarse de investigaciones concretas y datos empíricos que den cuenta de un proceso de extraordinaria complejidad.

Es importante destacar algunas ideas sintéticas —que no concluyentes— sobre las múltiples implicaciones de los conceptos aquí vertidos. En principio, es claro que el estudio de las mediaciones sociales en la recepción estética no puede abordarse desde la soberanía ineluctable de una sola especialidad. Una aproximación multi e interdisciplinaria es imperativa, como lo muestra el trabajo de buena parte de los autores aquí citados, pero en especial el de los teóricos de la recepción estética en el campo de la literatura: Hans Robert Jauss, Roman Ingarden y Wolfgang Iser.

Por sí, de entrada, no planteara ya múltiples problemas el estudio de la sociedad, la inclusión de la variable estética nos coloca en una superficie pantanosa, a menudo vacilante, donde las afirmaciones perentorias (“el arte es un reflejo de la sociedad”), las sentencias dogmáticas (“el placer estético es privilegio de unos cuantos”) y los juicios con ansia de verdad que se quieren infalibles (“el arte sólo se justifica por sí mismo”), que unas veces toman la forma de expresiones coloquiales y otras de códigos académicos más eruditos, se oponen a una reflexión alternativa.

Sin embargo, aunque marginal, el interés por la vivencia artística desde el punto de vista de los públicos, cobra día con día mayor terreno en el campo de los estudios sociales y culturales.¹ Y la falta de consenso sobre el concepto de arte así como de las herramientas técnicas y metodológicas

¹ Basta recordar los esfuerzos comprensivos por dar cuenta del estado del arte en este tema de Zolberg (1990), Furió (2000), Heinich (2001) y Calabrese (1995).

para perfilar los rasgos de la recepción estética, lejos de ser un obstáculo, manifiestan la riqueza del pensamiento en este campo. Esta diversidad no es menos variada que la presente en la teoría social y es posible verla, incluso, como consecuencia de la misma.²

El orden ofrecido a la experiencia de los receptores por parte de los mensajes estéticos es precario. Un equilibrio desafiado constantemente por la tarea interpretativa del consumidor de una obra, por su horizonte histórico y social en el más amplio sentido, pero también por la propia estructura de las funciones poéticas de la obra de arte.

En el capítulo 2, a partir de las formulaciones de Umberto Eco y Roman Jakobson, señalamos que la mayor parte de los mensajes que circulan en la vida social registran la co-presencia de múltiples funciones; empero, la llamada poeticidad de una obra reside en el dominio de sus códigos por la función estética, que estructura cada uno de los elementos constitutivos de su globalidad. Lo cual significa que sólo en la preponderancia de esta función sobre las otras (referencial, emotiva, imperativa, fáctica y metalingüística) podemos atribuir el calificativo de artístico a una producción de sentido como lo es un mensaje de esta naturaleza.

Las características de la función estética, tal como las definimos en dicho apartado, son heteróclitas pero todas se orientan hacia un punto central: la atención del destinatario sobre la forma como está hecho el mensaje. De aquí se deriva la estructuración ambigua y autorreflexiva de las obras de arte, entendida como violación a las normas que rigen las formas expresivas habituales.

La ambigüedad se produce a partir del sistema de relaciones que el código representa, lo cual no debe comprenderse como arbitrariedad, pues los vínculos de la materia de los significantes con respecto a sus

² Sobre la multiplicidad de enfoques en la sociología contemporánea, consúltese la compilación preparada por Giddens y Turner (1991), además del panorama ofrecido por Alexander (1990).

significados y a su marco contextual, representan un engranaje de códigos y subcódigos que estructuran cada signo.

La obra estética cuestiona al código y, paradójicamente, lo potencia. Al "poner de manifiesto repliegues insospechados, sutilezas ignoradas" (Eco, 1989: 153), la obra de arte nos obliga a pensar en el código que ya ha sido reestructurado e integrado al mensaje. Así se explica la extrañeza que motiva la recepción de un trabajo estético.

Las dificultades enumeradas por Eco para el estudio de los mensajes estéticos no son pocas. Primero, pareciera imposible reconocer estructuras formalizables en ese intrincado juego de reenvíos y combinaciones entre todos los niveles de codificación; segundo, la función poética no parece reducible (como ya lo demostramos con Moles) a una medida cuantitativa; y tercero, estos mensajes presentan un elevado índice de connotación.

¿Ecuación irresoluble? Renunciar a la posibilidad de penetrar en un aparente misterio, sería tanto como conjurar el conocimiento y las tentativas por comprender. La Poética y el análisis formal reconocen sus límites, saben que una explicación de las causas por las que una obra es bella o incluso el mismo placer estético, escapa a sus propósitos porque no basta asomarse al juego intrincado de códigos y subcódigos puestos en funcionamiento por el trabajo artístico.

Precisamente porque hay un horizonte semántico concomitante al estético es que lo mismo receptores eruditos que ingenuos son capaces de identificar estructuras que organizan, regulan y vinculan las formas y los contenidos de la obra de arte. Sin este reconocimiento no sería posible hablar de comunicación artística y, mucho menos, de un universo de sentido constituido por obras a las que atribuimos dicho valor.

Nuestra relación con las obras de arte como tales, no tiene lugar en el abismo social o histórico; múltiples mediaciones intervienen en la estructuración de nuestra experiencia y, por lo tanto, en nuestros gustos y juicios estéticos. Como expusimos en el primer capítulo, los receptores se relacionan entre sí formando grupos y vinculados por relaciones estables.

Estas asociaciones no sólo producen ciertas construcciones de la realidad que los individuos mantienen en distintos grados, sino que también operan como contenedores y filtros de los juicios emitidos ante experiencias determinadas, tal es el caso de la recepción estética.

Las mediaciones que se interponen entre nosotros y los productos artísticos son el resultado de la concurrencia de los sistemas sociales fundamentales (la familia, la religión, la educación), a través de los cuales se forman los juicios de valor y las coordenadas básicas de orientación en el mundo circundante.

¿Qué puede aportar una sociología de la recepción estética para comprender nuestra relación con las obras de arte? Al respecto intentamos esclarecer que nuestras experiencias estéticas son individuales sólo en apariencia, pues es en las dinámicas sociales donde reinterpretamos nuestras vivencias. Estas dinámicas, además, son resultado de los procesos por los que los grupos de referencia proporcionan una cultura y estructuran su acción.

El propósito de una sociología de la recepción estética —hemos señalado a lo largo de este escrito— es proporcionar un marco teórico para la explicación de cómo, no obstante el carácter transgresor y violatorio de los códigos convencionales por parte de la función poética, las obras de arte no escapan a cierta estabilidad cuando se codifican como cánones y, por lo tanto, generadores de normas (véase capítulo tres). Las dependencias estructurales que existen entre los distintos sistemas sociales, influyen en la forma como los receptores usan los medios culturales (tanto materiales como simbólicos) a su alcance.

Ciertamente, la medida de valor estético que asignamos a una obra o el reconocimiento de un mensaje como parte de un reino que asociamos con lo artístico, sólo puede constituirse a través de un proceso activo de interpretación. No basta con establecer relaciones mecánicas entre la edad, el sexo, el grado de instrucción, el nivel de ingresos y el credo religioso con el tipo de obras que consideramos como bellas de acuerdo a

criterios específicos, sino que es indispensable (como lo hacen Passeron, Becker y Bourdieu) explicar cuáles son las bases históricas, sociales y culturales sobre las que se levanta ese juicio; no sólo cómo se configura, sino cómo participa de otras esferas de la vida social con las que está conectado.

Esta vocación nos conduce, inevitablemente, a describir, en forma semejante a como lo hace Mukarovsky (capítulo 3), que lo que canónica o socialmente *distinguimos* como obras de arte, no abarca todas las posibles experiencias estéticas de un individuo. Existe un efecto en cadena que nos permite suponer que el juicio estético (véase la exposición sobre Kant en el segundo capítulo) se construye en la vida social y que éste lo transportamos como un marco de interpretación cuando estamos frente a una obra de arte.

De esta manera, podemos apuntar que: (a) el rango estético de una obra no está anclado por el objeto físico o su materialidad, sino que depende del valor asignado a éste por vía de las mediaciones sociales que se interponen entre los procesos interpretativos del receptor y el mensaje; (b) la esfera de lo estético se manifiesta en los grupos sociales como un sistema de normas que sirve de referencia pero sufrirá cambios con el tiempo y el espacio; (c) la función estética ocupa un campo mucho más amplio que el sistema de las obras artísticas; y (d) no obstante la condición individual e intransferible del juicio estético (nadie puede experimentar por mí la belleza o placer motivados por la recepción o consumo de la obra de arte), existe una localización generalizada de la función estética en el mundo de los sujetos y los procesos.

En el campo de la sociología del arte, sólo Jean Claude Passeron (1998) ha intentado formalizar los criterios y peculiaridades de una sociología de la recepción: una teoría esbozada todavía en forma precaria que apenas se encuentra en el proceso de acopiar su propio material empírico para someter a verificación o falsación las consideraciones genéricas. Esta tesis se concentró más en la segunda que en la primera

parte, aunque progresivamente referimos y citamos investigaciones de campo completadas por historiadores y sociólogos afines a la temática.

Es importante, como lo hace el propio Passeron, diferenciar la sociología del consumo cultural de una sociología de la recepción, sobre todo porque la primera diluye la experiencia individual en prácticas regulares y patrones rutinarios (ir con mayor o menor frecuencia a museos, conciertos, al teatro o al cine; expresar preferencias por un género o una corriente artística, sobre otras), que inducen a la formulación de nomenclaturas, tipologías e intensidades del comportamiento; mientras la segunda "se dirige a objetivar, en los comportamientos de admiración o de placer del espectador, los actos *sémicos* de descripción, exploración o segmentación de una pintura directamente relacionada con la iconografía o, en sentido más amplio, con la estructura formal de una obra diferenciada" (Passeron, 1998: 18).

Una sociología de la recepción no atiende a la diferencia filosófica entre experiencias "auténticas" y "no auténticas", "legítimas" e "ilegítimas". En todo caso, esta distinción³ sirve solamente como ingrediente de una posible forma de caracterizar la experiencia estética. ¿Por qué incluir como materia de estudio todas las formas posibles y todos los procesos de recepción? Porque todos ponen de manifiesto un placer obtenido a partir de las obras o un interés orientado a la exploración y la vivencia, al margen del significado cultural o receptivo de ese involucramiento.

El reto es mayúsculo porque, al igual que lo acontecido en la sociología de la experiencia religiosa o de la experiencia mística, el teórico se enfrenta a la necesidad de explicar de qué manera los diferentes componentes interpretativos y apreciativos pueden dar la impresión de unidad que subjetivamente se impone en la experiencia de todos y cada uno, como señalara Kant cuando aborda el problema de la comunicabilidad del juicio y el sentido común estético (véase el capítulo 2).

³ Véase Bourdieu (1988).

Lo cierto es, como observamos en los capítulos 3 y 4, que la experiencia estética es heterogénea e irreductible⁴ a la aparente unidad conceptual de las frases con que nominamos nuestra percepción de una obra. En otras palabras, el sentimiento de la belleza no se agota en la emisión de un juicio. Como afirmara Wittgenstein, cuya influencia empieza a delinearse en el trabajo de algunos sociólogos del arte (por ejemplo Becker, Zolberg y el propio Passeron), los actos de

[...] la apreciación estética son añadiduras de sentidos diferentes y diferencialmente diferentes, aun cuando tengan un aire familiar, que implican, para significar y persuadir de su significación, de las circunstancias en las que son empleados o la cultura global de donde surge este juego de lenguaje que es la puesta en palabras de la experiencia artística. Creemos hablar de "juicios" estéticos tales como 'esto es bello', pero describimos una palabra empleada casi como un gesto, concomitante de una vasta estructura de acciones que no son experimentadas por un juicio singular (Wittgenstein, 1992: 23).

Por eso las experiencias que a menudo son desplazadas y disminuidas por la presunción de quien considera que existen experiencias "puramente estéticas", no condicionadas, juegan un papel histórico y continúan jugando un papel constitutivo en las obras que amueblan los museos imaginarios de nuestra cultura. Una sociología de la recepción como se esboza en esta tesis, necesita de la recolección de datos sobre todos los públicos que al mirar u oír una obra artística experimentan cierta emoción artística, sin prejuizar sobre la posible existencia de "buenas" o "malas" miradas, "buenos" o "malos" oídos.

Al abordar la dimensión hermenéutica dentro de los estudios sociológicos de la recepción estética, en el último capítulo quisimos subrayar que el sentido, la significación, de una obra no es algo natural,

⁴ Consúltese a propósito la llamada postura antireduccionista en Heinich (*op. cit.*: 15-22).

dado espontáneamente; el sentido sólo podrá reconstruirse en la medida que se le añadan el mayor número de significaciones de los que el mensaje ha sido objeto. Todo aquello puesto en cuadro, una pieza sinfónica, una coreografía o un filme, forma parte de él. Y en este caso se apela a la figura de lectores reales y no ficticios.

En este punto es indispensable acotar las limitaciones de la teoría, que sin embargo, no deberían ser un impedimento para el desarrollo de investigaciones concretas bajo este enfoque. Passeron escribe:

Tanto los grados y formas de codificación de un mensaje visual como las representaciones de un medio o de una obra están tan estrechamente vinculados a la diversidad cultural de los grupos de receptores así como a la distribución social de las competencias y expectativas que dan un sentido a las imágenes, que no son suficientes los esfuerzos de conjunto del análisis semiológico y de la descripción sociológica para dar cuenta de estas relaciones y variaciones (Passeron, *op. cit.*: 24).

La primera tarea es poder trazar un esquema de análisis para el estudio de los diferentes niveles de interpretación de una obra de arte que sirvan de base para investigaciones futuras, sobre todo porque, como hemos insistido, la recepción no es ni única, ni inmediata, ni nueva; dicho de otra forma, el sujeto no recibe sino aquello —y sin embargo recibe— que puede pensar y recordar a propósito de lo que recibe.

La complejidad y la heterogeneidad de nuestros procesos receptivos intentó explicarla Panofsky (1983: 27), en el caso de la pintura, por medio de tres niveles que ponen en marcha criterios hermenéuticos del receptor.

El primer nivel lo llamó “pre-iconográfico”, donde se opera la identificación del “sujeto primario o natural”, lo mismo en sus aspectos “narrativos” (la acción representada) que en sus aspectos “expresivos” (los sentimientos prestados a los personajes).

El segundo nivel, llamado "iconográfico", se refiere a la identificación de los motivos convencionales de un cuadro: historias, temas y alegorías que implican conocimiento o familiaridad con la cultura donde se manifiestan.

Por último, el tercer nivel es el de la interpretación iconológica, que pone en relación el análisis iconográfico con el conocimiento de los contextos de la obra (biografía, periodo, clase, cultura, historia de las ideas, géneros, etcétera) y pretende, así, reconstruir lo que Panofsky llama "sentido intrínseco".

A menudo los niveles se entrecruzan y, como apuntábamos en el segundo capítulo con referencia a Arnheim y Gombrich, en el nivel más básico de la percepción —el orientado simplemente a la identificación o reconocimiento de los rasgos materiales de una obra— intervienen conocimientos, hábitos y convenciones. La recepción nunca es inmaculada, contrario a lo postulado por quienes defienden la idea de un esencialismo o inmanencia de la experiencia estética.

El propio Panofsky sugiere con su procedimiento que ni siquiera la imagen en apariencia "desprendida" de lo real, por su naturaleza icónica en las artes figurativas, puede ostentarse como ejemplo de una lengua universal. Las formas de percibirla (que forman parte invisible de su significado) y la variabilidad cultural de su tratamiento, demuestran el grado de convencionalidad detrás del trabajo artístico.

El arte no es autosuficiente, o al menos no en los términos de una sociología de la recepción estética. No existe obra que represente la primera o la última palabra en el lenguaje del arte. El aura mítica e iniciática de un mensaje es comprendida en relación con aquellos que así la experimentan

¿Por qué, entonces, hacer consideraciones sobre la arquitectura de la obra, si podría pensarse, en una primera lectura, que aquí nos pronunciamos por la supeditación de todos los elementos constitutivos de un mensaje a la experiencia estética? Porque la exploración sociológica de

los comportamientos de los receptores está dirigida por las propiedades materiales, sintácticas y semánticas de la obra. Hablamos, entonces, de una interdependencia antes que de relaciones mecánicas causa-efecto.

Passeron (*op. cit.*: 30) acuña el término 'pacto de recepción' para dar cuenta del examen del contexto sociocultural implícito en el consumo de una obra de arte, en estrecho vínculo con los actos interpretativos que componen la recepción de los diversos tipos de mensaje. "Todo pacto de recepción artística —señala el sociólogo— funciona a partir de la identificación, por parte del receptor, de las 'marcas'⁵ y estructuras funcionales capaces de designarle un *registro* de interpretación y de apreciación" (*ibíd.*: 31).

Sólo en la comprensión paralela de los recursos físicos y materiales de la obra de arte y las expectativas del receptor (dependientes de una serie de datos conceptuales históricos), es pertinente reconstruir la recepción estética. Así, una experiencia estética pertinente se debe definir no por su contenido sino por su estructura. Por extraño o irrelevante que pueda parecer, "una pintura etrusca ante la mirada del turista profano o el *Tao Te King* abierto por azar por el intelectual plagiarlo en busca de citas exóticas, producen efectos de recepción" (*ibíd.*: 36). Si esta recepción es estética o no, ello dependerá de la indagación que el estudioso haga sobre los modelos interpretativos del sujeto en su relación (siempre en relación) con las características de la obra y el lugar que ésta ocupa en el universo del sentido.

El consumo normado y mecánico que tanto denunció Adorno y fue reivindicado por Jauss (véase capítulo 3), puede incluso revelarnos aspectos sorprendentes de la experiencia estética, como han demostrado muchos estudios sobre el consumo de la cultura popular aquí comentados (véase capítulo 4).

⁵ Al respecto véase el concepto de señales de reconocimiento en el arte propuesto por Raymond Williams (1982), sobre el que nos ocupamos en el capítulo 4.

En sus agudos análisis sobre el arte moderno, Arthur Danto (2002: 21-64; 139-170) apuntó que el receptor interpreta a partir de designarle a la imagen una intencionalidad discursiva. La obra de arte “habla” y parece querer decirle algo al sujeto. Aunque sabemos que toda representación artística está desprovista de la posibilidad de materializar ese posible discurso que la rodea de manera expresa, también es cierto que la recepción estética es significativa porque un receptor es capaz de imaginar *como si* la obra concretizara explícitamente lo que quiere decir. Esta formulación por parte del receptor, guía y orienta su interpretación del trabajo artístico.

De esta forma, la sociología de la recepción estética debe diferenciar entre la recepción tal como debería de ser de acuerdo al horizonte de expectativas supuesto por la estructura de una obra, y la recepción tal como se practica en cada época. Al final del último capítulo de la tesis señalamos que la teoría examinada puede ofrecer aportaciones invaluable para la configuración de una historia del arte desde la óptica de los receptores. El andamiaje institucional del campo artístico (productores, coleccionistas, mecenas, galerías de arte, teatros, organismos gubernamentales, mercados, públicos) puede leerse, también, como distintas formas de interacción de esquemas receptivos. La recepción, en este caso, se concibe como un papel más amplio, activo e intercambiable que incluye al artista lo mismo que al teórico, al crítico o al político.

Bourdieu (1971: 56) señalaba que “toda obra está hecha, de algún modo, dos veces, por el creador y por el espectador, o mejor, por la sociedad a la que pertenece el espectador”. La contribución que puede hacer la sociología es hacer tangible y observable la experiencia artística vivida por el individuo en contacto con la obra teatral, literaria, dramática o musical. Sin embargo, cabe también atender a lo escrito por Nathalie Heinich (2001: 13-14) en su bello libro *Lo que el arte aporta a la sociología*, donde su propuesta

[...] no consiste en proceder a la inversa como quisiera el paradigma estético que, al subordinar las marcas sociológicas al sentido común, proclama la irreductibilidad del arte a lo social; consiste más bien en abrir los marcos de la disciplina sociológica para tomar también por objeto el arte como lo viven los actores. Las representaciones que se forman de él —y que, llegado el caso, también se forman los sociólogos— no son entonces aquello en *contra* de lo cual, sino aquello *a propósito* de lo cual se constituye la verdad sociológica.

En la medida que al arte se le asocian espontáneamente dos valores antinómicos de la postura sociológica, como lo son la exigencia de singularidad y la de universalidad, el arte permite más que cualquier otro objeto, reconsiderar, y a veces abandonar o derribar, cierto número de posturas, rutinas y hábitos mentales anclados en la tradición sociológica —o por lo menos— en una determinada manera de practicar esta disciplina. Tal operación ocasiona desplazamientos que afectan no sólo a la sociología del arte, sino también el ejercicio de la sociología en general, atravesada por la cuestión del arte como por un parteaguas que obliga a redistribuir tanto los enfoques metodológicos como los teóricos.

FUENTES DE CONSULTA

- ADORNO, Theodor (1966), *Filosofía de la nueva música*, Buenos Aires, Sur.
- _____ (1983), *Teoría estética*. Barcelona, Orbis.
- AGUIRRE Arriaga, Imanol (2000), *Teoría y prácticas en educación artística: ideas para una revisión pragmatista de la experiencia estética*, Navarra, Universidad Pública de Navarra.
- ALEXANDER, Jeffrey (1988), *Action and environments: Toward a new synthesis*, Nueva York, Columbia University Press.
- _____ (1990), *Las teorías sociológicas desde la segunda guerra mundial: Análisis multidimensional*, Barcelona, Gedisa.
- ALONSO, Martín (1988), *Enciclopedia del idioma. Diccionario histórico y moderno de la lengua española (siglos XII al XX) etimológico, tecnológico, regional e hispanoamericano*, 3 vols., México, Aguilar.
- ALVA de la Selva, Alma Rosa (1996), "Itinerarios del consumo cultural y uso de los medios de difusión", en *Revista Mexicana de Comunicación*, núm. 43, pp. 34-39.
- APPLEYARD, J. A. (1990), *Becoming a reader: The experience of fiction from childhood to adulthood*, Cambridge, Cambridge University Press.
- ARMSTRONG, Paul B. (1992), *Lecturas en conflicto: Validez y variedad en la interpretación*, México, UNAM-Instituto de Investigaciones Sociales.
- ARNHEIM, Rudolf (1994), *Arte y percepción visual. Psicología del ojo creador*, 6ª ed., Madrid, Alianza.
- ARNHEIM, Rudolf (1986), *El pensamiento visual*, Barcelona, Paidós.
- AUBRUN, Axel (1999), "The Aesthetics of Kin Recognition", *Journal of the Royal Anthropological Institute*, núm. 2, June, pp. 211-228.
- BARICCO, Alessandro (1999), *El alma de Hegel y las vacas de Wisconsin*, Madrid, Ediciones Siruela.
- BARLOW, Horace (1994), "Qué ve el cerebro y cómo lo entiende", en H. Barlow, C. Blakemore y M. Weston Smith (eds.), *Imagen y conocimiento*, Barcelona, Crítica, pp. 13-33.
- BARTHES, Roland (1992), *Lo obvio y lo obtuso*, 2ª ed., Barcelona, Paidós.
- BAXANDALL, Michael (1978), *Pintura y vida cotidiana en el Renacimiento*, Barcelona, Gustavo Gili.
- BECKER, Howard S. (1982), *Art Worlds*, Berkeley, University of California.

- BELCHER, Michael (1993), *Exhibitions in museums*, Washington D.C., Smithsonian Institute Press.
- BELTING, Hans (1987), *The End of the History of Art?*, Chicago, University of Chicago Press.
- _____ ; BARTUSIS, Mark; MEYER, Raymond (1990), *The Image and its Public in the Middle Ages: Form and Function of Early Paintings of the Passion*, New Rochelle, Melissa Media.
- _____ (1994), *Likeness and Presence: A History of the Image before the Era of Art*, Chicago, University of Chicago Press.
- BENJAMIN, Walter (1973), *Discursos interrumpidos I*, Madrid, Taurus.
- BENSE, Max (1960), *Estética. Consideraciones metafísicas sobre lo bello*, Buenos Aires, Nueva Visión.
- _____ (1972), *Introducción a la teoría estética teórico-informacional: Fundamentación y aplicación a la teoría del texto*, Madrid, A. Corazón.
- BERGER, Peter L.; LUCKMANN, Thomas (1999), *La construcción social de la realidad*, Buenos Aires, Amorrortu.
- BERLEANT, Arnold (1987), "Does art have a spectator?", *Journal of Aesthetics and Art Criticism*, núm. 4, June, pp. 411-412.
- BERNSTEIN, Richard J. (1983), *La reestructuración de la teoría social y política*, México, Fondo de Cultura Económica.
- BLACK, Max (1983), "¿Cómo representan las imágenes?", en E. Gombrich, *et. al.*, *Arte, percepción y realidad*, Barcelona, Paidós, pp. 127-169.
- BLAKEMORE, Colin (1994), "La comprensión de las imágenes en el cerebro", en H. Barlow, C. Blakemore y M. Weston Smith (eds.), *Imagen y conocimiento*, Barcelona, Crítica, pp. 77-102.
- BLOOM, Harold (1995), *El canon occidental*, 2ª ed., Barcelona, Anagrama.
- BOTTOMORE, T. B. (1989), *Introducción a la sociología*, 10ª ed., Barcelona, Península.
- BOURDIEU, Pierre (1971), "Elementos de una teoría sociológica de la percepción estética", en A. Silbermann, *et. al.*, *Sociología del arte*, Buenos Aires, Nueva Visión, pp. ""
- _____ (1980), *El sentido práctico. Crítica de la razón teórica*, Madrid, Taurus.
- _____ (1988), *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*, Madrid, Taurus.

- _____ (1990), *Sociología y cultura*, México, Grijalbo-Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
- _____ (1995), *Las reglas del arte. Génesis y estructura del campo literario*, Barcelona, Anagrama.
- _____ y DARBEL, Alain (1969), *L'amour de l'art. Les musées d'art européens et leur public*, Paris, Minuit.
- _____ y WACQUANT, Loïc J. D. (1995), *Respuestas por una antropología reflexiva*, México, Grijalbo.
- CALABRESE, Omar (1995), *El lenguaje del arte*, Barcelona, Paidós.
- CAÑAS López, Jorge Eduardo (2001), *Ciudad, imaginario e identidad: experiencia estética y territorios trans/urbanos*, tesis de maestría en arquitectura (urbanismo), México, UNAM- Facultad de Arquitectura.
- CARRIER, David (1986), "Art and its spectators", *Journal of Aesthetics and Art Criticism*, núm. 1, January, pp. 5-17.
- CARRILLO Castillo, Lucy (1999), "¿Por qué para Kant la *Crítica de la facultad de juzgar estética* es la propedéutica de toda filosofía? Del *sentido común estético* como fundamento de la comunicabilidad", *Ideas y valores*, núm. 110, agosto, pp. 99-126.
- CARROLL, Noël (1986), "Art and interaction", en *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, núm. 1, September, pp. 57-68.
- CASSIRER, Ernst (1993), *Kant, vida y doctrina*, México, Fondo de Cultura Económica.
- CASTELNUOVO, Enrico (1988), *Arte, industria y revolución. Temas de historia social del arte*, Barcelona, Península.
- CAVALLO, Guglielmo; CHARTIER, Roger (eds.) (1998), *Historia de la lectura en el mundo occidental*, Madrid, Taurus.
- CHARTIER, Roger (1992), *El mundo como representación: estudios sobre historia cultural*, Barcelona, Gedisa.
- _____ (1994a), *Lecturas y lectores en la Francia del Antiguo Régimen*, México, Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora.
- _____ (1994b), *El orden de los libros: Lectores, autores y bibliotecas de Europa entre los siglos XIV y XVIII*, Barcelona, Gedisa.
- _____ (1995), *Sociedad y escritura en la edad moderna: la cultura como apropiación*, México, Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora.

- _____ (2000), *El juego de las reglas: lecturas*, México, Fondo de Cultura Económica.
- CHAMPAGNE, Patrick; LENOIR, Reni; *et. al.* (1993), *Iniciación a la práctica sociológica*, México, Siglo XXI.
- CHANQUIA, Diana (1998), *Lo enunciado y lo visible*, México, Consejo Nacional para la Cultura y la Artes.
- CIMET, Eduardo; DUJOVNE, M.; *et. al.* (1987), *El público como propuesta: Cuatro estudios sociológicos en museos de arte*, México, Instituto Nacional de Bellas Artes.
- COHEN, Ira J. (1991), "Teoría de la estructuración y Praxis social", en A. Giddens, J. Turner, *La teoría social hoy*, México, Alianza-Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, pp. 351-397.
- CURRAN, James; MORLEY, David; WALKERDINE, Valerie (comps.) (1998), *Estudios culturales y comunicación: análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el posmodernismo*, Barcelona, Paidós.
- DANTO, Arthur C. (1992), *Beyond the Brillo Box. The Visual Arts in Post-historical Perspective*, New York, Farrar-Giroux.
- _____ (1994a), "The Artistic Enfranchisement of Real Objects: The Artwork", en G. Dickie; R. Scalfani (eds.), *Aesthetics: An Artwork. Critical Anthology*, New York, St. Martin Press, pp. 23-35.
- _____ (1994b), "The Last Work of Art: Artworks and Real Things", en G. Dickie; R. Scalfani (eds.), *Aesthetics: An Artwork. Critical Anthology*, New York, St. Martin Press, pp. 551-562.
- _____ (2002), *La transfiguración del lugar común*, Barcelona, Paidós.
- DE LA GARZA Toledo, Enrique (1992), *Crisis y sujetos sociales en México*, México, CIIH-Universidad Nacional Autónoma de México-Miguel Ángel Porrúa.
- DELGADO-GAL, Álvaro (1996), *La esencia del arte*, Madrid, Taurus.
- DELLA VOLPE, Galvano (1966), *Crítica del gusto*, Barcelona, Seix Barral.
- DEMPSTER, Douglas J. (1985), "Aesthetic Experience and Psychological Definitions of Art", *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, núm. 2, December, pp. 153-165.
- DEWEY, John (1949), *El arte como experiencia*, México, Fondo de Cultura Económica.

- DIFFEY, T. J. (1986), "The idea of aesthetic experience", en Michael H. Mitias (ed.), *Possibility of the Aesthetic Experience*, La Haya, Martinus Nijhoff, pp. 3-12.
- DONOGHUE, Denis (1983), *The Arts Without Mystery*, Boston, Little, Brown.
- DUFRENNE, Mikel (1982), *Fenomenología de la Experiencia Estética. Vol. I: El objeto estético*, Valencia, Fernando Torres Editor.
- DUNCAN, Carol; WALLACH, Alan (1978), "Le musée d'art moderne de New York: un rite du capitalism tardif", en *Histoire et critique des arts*, núms. 7-8, diciembre, pp. 32-53.
- _____ (1980), "The Universal Survey Museum", en *Art History*, núm. 4, December, pp. 14-23.
- DURKHEIM, Emile (1893), *De la division du travail social. Etude sur l'organisation des sociétés supérieures*, Paris, Felix Alcan Editeur.
- DUVIGNAUD, Jean (1969), *Sociología del arte*, Barcelona, Península.
- EAGLETON, Terry (1983), *Literary Theory: an Introduction*, Oxford, University of Oxford Press.
- _____ (1999), *La función de la crítica*, Barcelona, Piados.
- ECO, Umberto (1989), *La estructura ausente. Introducción a la semiótica*, 4ª ed., Barcelona, Lumen.
- _____ (1990), *Obra abierta*, 3ª ed., Barcelona, Ariel.
- _____ (1992), *Los límites de la interpretación*, México, Lumen.
- _____ (1993), *Lector in fabula*, 3ª ed., Barcelona, Lumen.
- EISENSTADT, Shmuel (1977), "Desarrollo del pensamiento sociológico", en D. L. Sills (coord.), *Enciclopedia Internacional de las Ciencias Sociales*, vol. 11, Madrid, Aguilar, pp. 89-99.
- ESTRADA Olguín, Roberto (1994), *El arte como fenómeno sociológico*, tesis de licenciatura en sociología, México, UNAM-Escuela Nacional de Estudios Profesionales Acatlán.
- FALK, John H.; DIERKING, Lynn D. (1992), *The Museum Experience*, Washington, Whalesback Books.
- FERNIE, Eric (comp.) (1995), *Art history and its methods*, Hong Kong, Phaidon.
- FLYNN, Elizabeth A.; SCHWEICKART, Patrocínio P. (eds.) (1992), *Gender and reading: Essays on readers, texts, and contexts*, Baltimore, Johns Hopkins University.

- FOKKEMA, Douwe Wessel (1984), *Teorías de la literatura del siglo XX: Estructuralismo, marxismo, estética de la recepción, semiótica*, Madrid, Catedra.
- FOUCAULT, Michel (1997), *Las palabras y las cosas: una arqueología de las ciencias humanas*, 25ª ed., Madrid, Siglo XXI.
- FRANCASTEL, Pierre (1963), "Problemas de la sociología del arte", en G. Gurvitch (ed.), *Tratado de sociología*, vol. 2, Buenos Aires, Kapelusz, pp. 327-350.
- _____ (1969), *La figura y el lugar: El orden visual del Quattrocento*, Caracas, Monte Ávila.
- _____ (1981), *Sociología del arte*, 2ª ed., Madrid-Buenos Aires, Alianza-Emecé.
- _____ (1988a), *La realidad figurativa. I. El marco imaginario de la expresión figurativa*, Barcelona, Paidós.
- _____ (1988b), *La realidad figurativa. II. El objeto figurativo y su testimonio en la historia*, Barcelona, Paidós.
- FURIÓ, Vicenç (2000), *Sociología del arte*, Madrid, Catedra.
- GABILONDO Pujol, Ángel (1997) *Trazos del eros: del leer, hablar y escribir*, Madrid, Tecnos.
- GADAMER, Hans-Georg (1988), *Verdad y método. Fundamentos de una hermenéutica filosófica*, 3ª ed., Salamanca, Sígueme.
- _____ (1991), *La actualidad de lo bello*, 3ª ed., Barcelona, Paidós.
- GALARD, Jean (1982), "Orientaciones para una generalización de la experiencia estética", *Diógenes*, núm. 119, pp. 97-113.
- GARCÍA Canclini, Néstor (1979), *La producción simbólica. Teoría y método en sociología del arte*, México, Siglo XXI.
- _____ (1989), *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*, México, Grijalbo.
- _____ (1990), "La sociología de Pierre Bourdieu", en P. Bourdieu, *Sociología y cultura*, México, Grijalbo-Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, pp. 9-50.
- _____ (1993a), "México: la globalización cultural en una ciudad que se desintegra", en *Ciudades*, núm. 20, octubre-diciembre, pp. 3-12.

- _____ (coord.) (1993b), *El consumo cultural en México*, México, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
- _____ (coord.) (1998a), *Cultura y comunicación en la ciudad de México. Primera parte: Modernidad y multiculturalidad: la ciudad de México a fin de siglo*, México, Grijalbo.
- _____ (coord.) (1998b), *Cultura y comunicación en la ciudad de México. Segunda parte: La ciudad y los ciudadanos imaginados por los medios*, México, Grijalbo.
- GARCÍA Canclini, Néstor; GULLCO, Julio; et. al. (1991), *Públicos de arte y política cultural. Un estudio del II Festival de la ciudad de México*, México, Universidad Autónoma Metropolitana-Instituto Nacional de Antropología e Historia-Secretaría de Educación Pública-Departamento del Distrito Federal.
- GARDES, Roxana (1992), *La recepción de la narrativa: de los modelos lecturales a una tipología*, Buenos Aires, Vinciguerra.
- GARFINKEL, Alan (1981), *Form of Explanation. Rethinking the Questions in Social Theory*, New Haven, Yale University Press.
- GEERTZ, Clifford (1973), *The Interpretation of Cultures: Selected Essays*, New York, Basic Books.
- _____ (1983), *Local Knowledge. Further Essays in Interpretative Anthropologic*, Nueva York, Basic Books.
- GENNARI, Mario (1997), *La educación estética. Arte y literatura*, Barcelona, Paidós.
- GEUSS, Raymond (1996), "Kultur, Bildung, Geist", *History & Theory*, núm. 2, pp. 151-165.
- GIDDENS, Anthony (1991a), "El estructuralismo, el postestructuralismo y la producción de la cultura", en A. Giddens, J. Turner, *La teoría social hoy*, México, Alianza-Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, pp. 254-289.
- _____ (1991b), *La constitución de la sociedad. Bases para la teoría de la estructuración*, Buenos Aires, Amorrortu.
- _____ (1993), *Las nuevas reglas del método sociológico. Crítica positiva de las sociologías interpretativas*, Buenos Aires, Amorrortu.
- _____ ; TURNER, Jonathan (1990), *La teoría social hoy*, México, Alianza-Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
- GIMÉNEZ, Gilberto (1997), "La sociología de Pierre Bourdieu", Instituto de Investigaciones Sociales-Universidad Nacional Autónoma de México, (mimeo).

- GINSBERG, Robert (1986), "Experiencing aesthetically, aesthetic experience, and experience in aesthetics", en Michael H. Mitias (ed.), *Possibility of the Aesthetic Experience*, La Haya, Martinus Nijhoff, pp. 61-78.
- GLOVERSMITH, Frank (1984), *The Theory of Reading*, Sussex, Barnes & Noble.
- GOMBRICH, Ernst (1968), *Meditaciones sobre un caballo de juguete*, Barcelona, Seix Barral.
- _____ (1982), *Arte e ilusión*, 2ª ed., Barcelona, Gustavo Gili.
- _____ (1983), "La mascara y la cara: la percepción del parecido fisonómico en la vida y en el arte", en E. Gombrich, *et. al.*, *Arte, percepción y realidad*, Barcelona, Paidós, pp. 15-67.
- _____ (1993), *La imagen y el ojo*, 3ª ed., Madrid, Alianza.
- _____ (1994), "Instrucciones gráficas", en H. Barlow, C. Blakemore y M. Weston Smith (eds.), *Imagen y conocimiento*, Barcelona, Crítica, pp. 147-168.
- _____ (2000), *The uses of images. Studies in the Social Function of Art and Visual Communication*, London, Phaidon.
- GONZÁLEZ, Jorge A. (1994), *Más(+) cultura(s). Ensayos sobre realidades plurales*, México, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
- GONZÁLEZ Ochoa, César (1986), *Imagen y sentido. Elementos para una semiótica de los mensajes visuales*, México, Universidad Nacional Autónoma de México-Instituto de Investigaciones Filológicas.
- GOTTHEIL, Julio; SCHIFFRIN, Adriana (1996), *Mediación: una transformación en la cultura*, Buenos Aires, Paidós.
- GREENFELD, Liah (1989), *Different Worlds. A sociological study of taste, choice and success in art*, Cambridge, Cambridge University Press.
- GREGORY, Richard (1994), "¿Cómo interpretamos las imágenes?", en H. Barlow, C. Blakemore y M. Weston Smith (eds.), *Imagen y conocimiento*, Barcelona, Crítica, pp. 110-132.
- HADIJINICOLAOU, Nicos (1981), *La producción artística frente a sus significados*, Madrid, Siglo XXI.
- _____ (1986), "L'histoire sociale de l'art: un alibi?", *Anales del Instituto de Investigaciones Estéticas-UNAM*, núm. 55, pp. 171-187.
- HARRISON, Charles; WOOD, Paul (eds.) (1995), *Art in Theory, 1900-1990: An Anthology of Changing Ideas*, Oxford-Cambridge-Massachusetts, Blackwell.

- HARWORTH, Lawrence (1986), "The Deweyan View of Experience", en Michael H. Mitias (ed.), *Possibility of the Aesthetic Experience*, La Haya, Martinus Nijhoff, pp. 79-89.
- HAUSER, Arnold (1975a), *Sociología del arte*, 2 vols., Madrid, Guadarrama.
- _____ (1975b), *Teorías del arte. Tendencias y métodos de la crítica moderna*, 4ª ed., Madrid, Ediciones Guadarrama.
- _____ (1978), *Historia social de la literatura y el arte*, 3 vols., Madrid, Guadarrama.
- HEINICH, Natalie (2001), *Lo que el arte aporta a la sociología*, México, Sello Bernejo-Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
- HIRIART, Hugo (1999a), "Forma', una noción estética sospechosa I'", *La Jornada Semanal*, núm. 221, 30 de mayo, p. 10.
- _____ (1999b), "Un argumento de Berkeley. Forma' en estética (2)", *La Jornada Semanal*, núm. 222, 6 de junio de 1999, p. 10.
- _____ (1999c), "Forma y contenido (3)", *La Jornada Semanal*, núm. 223, 13 de junio, p. 10.
- _____ (1999d), "La noción de 'forma' en estética (4)", *La Jornada Semanal*, núm. 224, 20 de junio, p. 10.
- _____ (1999e), "Origen del error. Forma en estética (V y último)", *La Jornada Semanal*, núm. 225, 27 de junio, p. 10.
- HOCHBERG, Julian (1983), "La representación de objetos y personas", en E. Gombrich, et. al., *Arte, percepción y realidad*, Barcelona, Paidós, pp. 69-126.
- INGARDEN, Roman (1973), *The cognition of the literary work of art*, Evanston, Northwestern University Press.
- _____ (1989), "Concretización y reconstrucción", en R. Warning (ed.) *Estética de la recepción*, Madrid, Visor, pp. 42-70.
- _____ (1998), *La obra de arte literaria*, México, Taurus-Universidad Iberoamericana.
- ISER, Wolfgang (1987), *El acto de leer*, Madrid, Taurus.
- JAKOBSON, Roman (1988), *Lingüística y poética*, 4ª ed., Madrid, Cátedra.
- JAUSS, Hans Robert (1976), *La literatura como provocación*, Barcelona, Península.

- _____ (1987), "Cambio de paradigma en la ciencia literaria", en D. Rall (comp.), *En busca del texto. Teoría de la recepción literaria*, Universidad Nacional Autónoma de México-Instituto de Investigaciones Sociales, pp. 59-71.
- _____ (1992), *Experiencia estética y hermenéutica literaria. Ensayos en el campo de la experiencia estética*, 2ª ed., Madrid, Taurus.
- _____ (1995), *Las transformaciones de lo moderno: estudios sobre las etapas de la modernidad estética*, Madrid, Visor.
- JIMÉNEZ, Lupericio (1998), "Consideraciones sobre las políticas de educación artística en México", *La vasija*, núm. 2, abril-julio, pp. 32-45.
- JOAS, Hans (1991), "Interaccionismo simbólico", en A. Giddens, J. Turner, *La teoría social hoy*, México, Alianza-Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, pp. 112-154.
- JOHNSON, Pauline (1987), "An Aesthetics of Negativity/An Aesthetics of Reception: Jauss's Dispute With Adorno", *New German Critique*, núm. 42, Fall, pp. 51-70.
- KANT, Manuel (1991), *Prolegómenos a toda metafísica del porvenir; Observaciones sobre el sentimiento de lo bello y lo sublime; y Crítica del Juicio*, México, Porrúa.
- KARBUSICKY, Vladimir (1971), "La interacción realidad-obra de arte-sociedad", en A. Silbermann, et. al., *Sociología del arte*, Buenos Aires, Nueva Visión.
- KAVOLIS, Vytautas (1970), *La expresión artística: un estudio sociológico*. Buenos Aires, Amorrortu.
- KEMAL, Samil; GASKELL, Ivan (eds.) (1991), *The language of art history*, Cambridge, Cambridge University Press.
- KUHN, Thomas (1975), *La estructura de las revoluciones científicas*, México, Fondo de Cultura Económica.
- LACOUTURE, Felipe (coord.) (2000), *Gaceta de museos. Bibliografía*, México, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes-Instituto Nacional de Antropología e Historia.
- LAMEIRAS, José; GALINDO Cáceres, Jesús (eds.) (1994), *Medios y mediaciones*, Zamora-Zapopan, El Colegio de Michoacán-ITESO.
- LARROSA, Jorge (1996), *La experiencia de la lectura: estudios sobre literatura y formación*, Barcelona, Laertes.
- LASH, Scott (1997), "La reflexividad y sus dobles: estructura, estética, comunidad", en U. Beck, A. Giddens y S. Lash, *Modernización reflexiva*.

Política, tradición y estética en el orden social moderno, Madrid, Alianza Universidad, pp. 137-208.

- LEÓN, Aurora (1978), *El museo. Teoría, praxis y utopía*, Madrid, Cátedra.
- LEYRA, Ana María (1993), *La mirada creadora: de la experiencia artística a la filosofía*, Barcelona, Península.
- LIZARAZO Arias, Diego (2000), *Las lecturas visuales: estética y semiótica de la recepción icónica cinematográfica*, tesis de maestría en filosofía, México, UNAM-Facultad de Filosofía y Letras.
- LÓPEZ, Alberto; HERNÁNDEZ, Fernando; BARRAGÁN, José María (1997), *Encuentros del arte con la antropología, la psicología y la pedagogía*, Barcelona, Angle.
- LÓPEZ Quintas, Alfonso (1991), *Para comprender la experiencia estética y su poder formativo*, Navarra, Verbo divino.
- LÜKACS, Georg (1985), *El alma y las formas y Teoría de la novela*, México, Grijalbo.
- MAQUET, Jacques (1999), *La experiencia estética. La mirada de un antropólogo sobre el arte*, Madrid, Celeste Ediciones.
- MARTÍN Barbero, Jesús (1987), *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*, Barcelona, Gustavo Gili.
- SERRANO, Manuel Martín (1978), *La mediación social*, Madrid, Akal.
- MARTÍNEZ Preciado, José Francisco (1999), *La constitución social de la experiencia estética: la enseñanza del arte desde la danza*, tesis de maestría en psicología educativa, México, Universidad Nacional Autónoma de México-Facultad de Psicología.
- MARTÍNEZ, Elena M. (1992), *Onetti: estrategias textuales y operaciones del lector*, Madrid, Verbum.
- MATEJKA, Ladislav; TITUNIK, Irwin R. (eds.) (1984), *Semiotics of art*, Massachusetts, The Massachusetts Institute Technology Press.
- MAYHEW, Leon H. (1977), "Sociedad", en D. L. Sills (coord.), *Enciclopedia Internacional de las Ciencias Sociales*, vol. 11, Madrid, Aguilar, pp. 31-38.
- MAYORAL, José Antonio (comp.) (1987), *Estética de la recepción*, Madrid, Arco.
- MEAD, George H. (1993), *Espíritu, persona y sociedad. Desde el punto de vista del conductismo social*, México, Paidós.
- MENKE, Christoph (1997), *La soberanía del arte: la experiencia estética según Adorno y Derrida*, Madrid, Visor.

- MERTON, Robert K. (1980), *Teoría y estructura sociales*, 2ª ed., México, Fondo de Cultura Económica.
- MILES, Roger; ZAVALA, Lauro (eds.) (1994), *Towards the museum of the future: new european perspectives*, London, Routledge.
- MILLER, Jonathan (1994), "Imágenes en movimiento", en H. Barlow, C. Blakemore y M. Weston Smith (eds.), *Imagen y conocimiento*, Barcelona, Crítica, pp. 191-205.
- MOLES, Abraham (1975), *Teoría de la información y percepción estética*, Madrid, Júcar.
- MOODIE, Graeme C.; STUDDERT-Kennedy, Gerald (1975), *Opiniones, públicos y grupos de presión. Un ensayo sobre vox populi y gobierno representativo*, México, Fondo de Cultura Económica.
- MORENO Guzmán, M. (1998), *Encanto y desencanto. El público ante las reproducciones de arte en el Museo Nacional de Antropología e Historia*, tesis de maestría en museos, México, Universidad Iberoamericana.
- MORRIS, Charles (1939), "Esthetics and the theory of signs", *Journal of Unified Science*, núm. 8, pp. 131-150.
- _____ (1963), *Signos, lenguaje y conducta*, Buenos Aires, Losada.
- _____ (1974), *La significación y lo significativo. Estudio de las relaciones entre el signo y el valor*, Madrid, A. Corazón.
- _____ (1985), *Fundamentos de la teoría de los signos*, Barcelona, Paidós.
- MUKAROVSKÝ, Jan (1977), *Escritos de Estética y Semiótica del Arte*, Barcelona, Gustavo Gili.
- OROZCO Gómez, Guillermo (1991), *Recepción televisiva: tres aproximaciones y una razón para su estudio. Cuadernos de comunicación y prácticas sociales 2*, México, Universidad Iberoamericana.
- OSBORNE, Harold (1986), "Aesthetic experience and Cultural Value", *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, núm. 4, June, pp. 331-337.
- PÁEZ, Darío D. (1993), *Arte, lenguaje y emoción: La función de la experiencia estética desde una perspectiva vigotskiana*, Madrid, Fundamentos.
- PANOFSKY, Erwin (1983), *El significado en las artes visuales*, Madrid, Alianza.
- PARRET, Herman (1993), *The Aesthetics of Communication: Pragmatics and Beyond*, Dordrecht, Kluwer Academic.
- PARSONS, Talcott (1967), *Ensayos de teoría sociológica*, Buenos Aires, Paidós.

PASSERON, Jean Claude (1998), "El uso débil de las imágenes: encuestas sobre la recepción de la pintura", *Versión*, núm. 7, pp. 13-45.

_____ (1991), *La raisonnement sociologique*, Paris, Nathan.

PATÍÑO Domínguez, Hilda (1996), *La experiencia estética y los dinamismos humanos fundamentales*, México, Universidad Iberoamericana-Centro de Información Académica.

PETTS, Jeffrey (2000), "Aesthetic Experience and the Revelation of Value", *Journal of Aesthetics & Art Criticism*, núm. 1, winter, pp. 61-72.

PICCINI, María; Rosas Mantecón, Ana; Schmilchuk, Graciela (coords.) (2000), *Recepción artística y consumo cultural*, México, Instituto Nacional de Bellas Artes-Centro Nacional de Investigación, Documentación e Información de Artes Plásticas-Casa Juan Pablos.

PUIG, Arnau (1979), *Sociología de las formas*, Barcelona, Gustavo Gili.

RAICHLÉ, Marcus (1994), "Imágenes del cerebro humano en funcionamiento", en H. Barlow, C. Blakemore, M. Weston-Smith (eds.), *Imagen y conocimiento*, Barcelona, Crítica, pp. 52-60.

RALL, Dietrich (1981), "La teoría de la recepción: el problema de la subjetividad", *Acta poética*, núm. 3, pp. 181-205.

_____ (comp.) (1987) *En busca del texto. Teoría de la recepción literaria*, México, Universidad Nacional Autónoma de México-Instituto de Investigaciones Sociales.

READ, Herbert (1977), *Arte y sociedad*, 3ª ed., Barcelona, Península.

REISS, Albert J. (1977), "Sociología", en D. L. Sills (coord.), *Enciclopedia Internacional de las Ciencias Sociales*, vol. 11, Madrid, Aguilar, pp. 70-88.

RODRÍGUEZ Ríos, Francisco Enrique (1982), *Ensayo sobre los fundamentos sociológicos del arte: Un intento para una sociología del arte*, tesis de licenciatura en sociología, UNAM-Facultad de Ciencias Políticas y Sociales.

ROMANO, Marcos (1982), "La obra literaria como signo", *Thesis-Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad Nacional Autónoma de México*, núm. 12, pp. 39-44.

RUBIO Angulo, Jaime (1998), "Escuchar", *Signo y pensamiento*, núm. 33, pp. 13-20.

SÁNCHEZ de Horcajo, J. J.; et. al., (1997), *Sociología del arte: los museos madrileños y su público*, Madrid, Libertarias/Prodhufo.

- SÁNCHEZ, Efraín (1983), "Sobre el objeto de la sociología del arte", *Revista del Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario*, núm. 522, pp. 31-41.
- SCHMILCHUK, Graciela (comp.) (1987), *Museos, comunicación y educación*, México, Instituto Nacional de Bellas Artes.
- SCHUTZ, Alfred (1995), *El problema de la realidad social*, Buenos Aires, Amorrortu.
- SCHWAB, Gabriele (1981), "La génesis del sujeto, lo imaginario y el lenguaje poético", *Diógenes*, núm. 59, pp. 59-82.
- SCRUTON, Roger (1987), *La experiencia estética: Ensayos sobre la filosofía del arte y la cultura*, México, Fondo de Cultura Económica.
- SHUSTERMAN, Richard (1997). "The End of Aesthetic Experience", *Journal of Aesthetics & Art Criticism*, núm 1, Winter, pp. 29-42.
- SILBERMANN, Alphons (1971), "Introducción. Situación y vocación de la sociología del arte", en A. Silbermann, et. al., *Sociología del arte*, Buenos Aires, Nueva Visión, pp. 9-41.
- SILLS, David L. (coord.) (1977), *Enciclopedia Internacional de las Ciencias Sociales*, 11 volúmenes, Madrid, Aguilar.
- SIMMEL, Georg (1968), *The Conflict in Modern Culture and Other Essays*, New York, Teachers College Press.
- _____ (1977), *Sociología. Estudios sobre las formas de socialización*, Madrid, Alianza Universidad.
- _____ (1986), *El individuo y la libertad. Ensayos de crítica de la cultura*, Barcelona, Península.
- STEINER, George (1989), *Real Presences: Is there anything in what we say?*, London, Faber & Faber.
- SUARES, Marinés (1996), *Mediación, conducción de disputas, comunicación y técnicas*, México, Paidós.
- SUNKEL, Guillermo (coord.) (1999), *El consumo cultural en América Latina: construcción teórica y líneas de investigación*, Santa Fe de Bogotá, Andrés Bello.
- TACUSSEL, Patrick (1993), "The Epistemological Proximity of Social Aesthetics and The Imaginary", *Current Sociology*, núm. 2, Autumn, pp. 33-42.
- TATARKIEWICZ, Wadysaw (1992), *Historia de seis ideas: Arte, belleza, forma, creatividad, mimesis, experiencia estética*, Madrid, Tecnos.
- TODOROV, Tzvetan (1975), *¿Qué es el estructuralismo? Poética*, Buenos Aires, Losada.

- TOMASINI Bassols, Alejandro (1987), "Reflexiones sobre la experiencia estética", *Anales del Instituto de Investigaciones Estéticas-Universidad Nacional Autónoma de México*, núm. 58, pp. 163-170.
- VAN DER TAS, Jaap (1994), "Assesment and Participation in Art", *Journal of Arts Management, Law & Society*, núm. 2, summer, pp. 163-174.
- VERGO, Peter (ed.) (1989), *The new museology*, London, Reaktion Books.
- VERÓN, Eliseo (1987), *La semiosis social*, Buenos Aires, Gedisa.
- _____ ; LEVASSEUR, Michel (1993), "Etnografía de una exposición", *Artes Plásticas. Revista de la Escuela Nacional de Artes Plásticas: Museografía contemporánea*, núm. 17, pp. 36-49.
- WALLERSTEIN, Immanuel (coord.) (1996), *Abrir las ciencias sociales. Informe de la Comisión Gulbenkian para la reestructuración de las ciencias sociales*, México, Siglo XXI.
- _____ (1997), *La historia de las ciencias sociales*, México, Universidad Nacional Autónoma de México-Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades.
- WARNING, R. (ed.) (1989), *Estética de la recepción*, Madrid, Visor.
- WATSON, Bruce (1971), "Los públicos de arte", en A. Silbermann, et. al., *Sociología del arte*, Buenos Aires, Nueva Visión, pp. 175-199.
- WEBER, Max (1953), *Essays in sociology*, 3rd print, New York, Oxford University Press.
- _____ (1964), *Economía y sociedad*, vol. II, México, Fondo de Cultura Económica.
- _____ (1984), *La acción social: Ensayos metodológicos*, Barcelona, Península.
- WEINBERG, Lilitana (1999), "Experiencia y sentido", *Estudios de arte y estética*, núm. 50, pp. 101-121.
- WILLIAMS, Raymond (1994), *Sociología de la cultura*, Barcelona, Paidós.
- WILLATS, John (1994), "El contrato del dibujante: cómo crea imágenes el artista", en H. Barlow, C. Blakemore y M. Weston Smith (eds.), *Imagen y conocimiento*, Barcelona, Crítica, pp. 169-190.
- WITTGENSTEIN, Ludwig (1968), *Los cuadernos azul y marrón*, Madrid, Tecnos.
- _____ (1992), *Lecciones y conversaciones sobre estética, psicología y creencia religiosa*, Barcelona, Paidós.

- _____ (1994), *Observaciones sobre los colores*, Barcelona, Paidós.
- WOLLHEIM, Richard (1972), *El arte y sus objetos*, Barcelona, Seix Barral.
- XANTHOUDAKI, Maria (1998), "Is it always worth the trip? The contribution of museum and gallery educational programmes to classroom art education", *Cambridge Journal of Education*, núm. 28, pp. 181-195.
- ZAVALA, Lauro (1993), "La experiencia de visita, entre el ritual y el juego", en L. Zavala, M. P. Silva y F. Villaseñor, *Posibilidades y límites de la comunicación museográfica*, México, Universidad Nacional Autónoma de México, pp. 15-81.
- _____ (2000), "El patrimonio cultural y la experiencia educativa de los visitantes", en *Gaceta de Museos*, núm. 19-20, julio-diciembre, México, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes-Instituto Nacional de Antropología e Historia, pp. 19-32.
- ZEMELMAN, Hugo; VALENCIA, Guadalupe (1990), "Los sujetos sociales, una propuesta de análisis", *Acta sociológica*, núm. 2, pp. 89-104.
- ZOLBERG, Vera L. (1990), *Constructing a sociology of the arts*, Cambridge, Cambridge University Press.
- ZUNZUNEGUI, Santos (1992), *Pensar la imagen*, 2ª ed., Madrid, Cátedra-Universidad del País Vasco.