
SIGNO Y PENSAMIENTO No. 9

ISSN 01290 - 4823

Licencia 00597 del 7-XII-81

Dirección: JOAQUIN SANCHEZ G., S.J.
Decano Académico
EDUARDO VALENCIA J., S.J.
Decano del Medio Universitario

Coordinación General: MARILUZ RESTREPO DE GUZMAN
Directora del Departamento de Comunicación

Consejo Editorial: JOAQUIN SANCHEZ G., S.J.
Decano Académico
EDUARDO VALENCIA J., S. J.
Decano del Medio Universitario
MARILUZ RESTREPO DE GUZMAN
Directora del Departamento de Comunicación
GABRIEL JAIME PEREZ M., S. J.
Director del Departamento de Expresión
GILBERTO BELLO D.
Representante de profesores
GERMAN REY BELTRAN
Representante de Profesores
ALEJANDRO ESPAÑA
Representante de estudiantes

Comité de Trabajo: XIMENA TALERO F.
(Estudiantes) Monitora
ANGELICA SAMPER C.
Distribución y Canje
Colaboración:
FRANCINE BIRBRAGHER S.
BIBIANA GAVIRIA V.
MARTHA LUCIA LOZANO R.

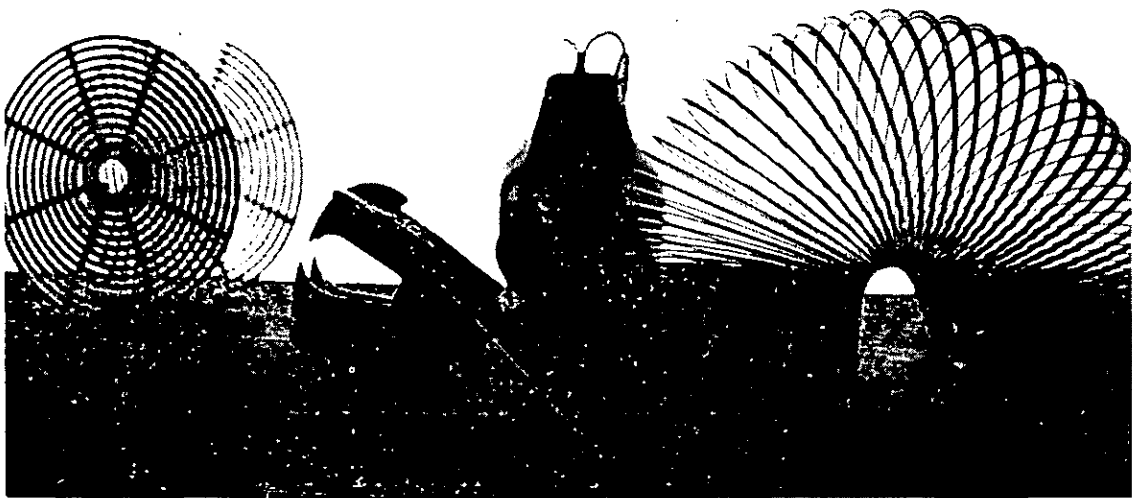
Armada e Impresión:  PUBLICACIONES
Universidad Javeriana

Suscripciones: 1 ejemplar \$400.00 US\$10
Anual (2 ejemplares) \$800.00 US\$20

Volumen 5
Año 5 No. 9
2o. Semestre 1986

SUMARIO

| | | |
|--|------------|---|
| | 5 | EDITORIAL ● "Comunicación y Estética" |
| <i>Jaime Rubio Angulo</i> | 9 | ENSAYOS ● Escribir Navegar: Prácticas viles Oficios Populares |
| <i>Fernando Vásquez R.</i> | 21 | ● El libreto de radio: una artesanía recuperable |
| <i>Clemencia Rodríguez</i> | 37 | PUNTOS DE VISTA ● El melodrama: cómo un pasado se nos cuela en presente |
| <i>Fernando Ramírez M.</i> | 43 | ● El año que vivimos en peligro. |
| <i>Manuel Martín Serrano</i> | 47 | PONENCIAS Y RESUMENES ● La producción social de la comunicación |
| <i>Michel de Certeau</i> <i>Jaime Rubio A. (trad.)</i> | 59 | APUNTES DE CLASE ● Usos y tácticas en la cultura ordinaria |
| <i>Jesús Galindo Cáceres</i> | 73 | INVESTIGADORES INVITADOS ● Investigación social y comunicación |
| <i>Germán Muñoz G.</i> <i>Fanny de Himmelstern</i> <i>Mariluz Restrepo de Guzmán</i> | 93 105 | ENTREVISTAS ● Andree Duchaine: Video un nuevo medio ● David Sánchez Juliao: "Eso es como todo en la vida" |
| <i>Clara Inés Rodríguez F.</i> | 119 | TRABAJOS DE GRADO ● Melodrama: el orden social reafirmado |
| <i>Puno Ardila, Rosario Caro,</i> <i>Alfonso Franco.</i> | 127 | DE LOS ESTUDIANTES ● Amor y violencia |
| <i>Claudia Ma. Volpe, Cesar Tulio</i> <i>Ossa, Allyster Ramírez</i> | 139 | ● Máscaras y maquillaje |
| <i>Angélica Samper C.</i> | 147 | ● Monserrate: turismo, negocio o fe |
| <i>Gabriel Jaime Pérez, S. J.</i> | 153 159 | DOCUMENTOS ● V Encuentro Latinoam. de Comunicación Social ● Comunicación, misión y desafío |
| | 163 | CRONICA DE LA FACULTAD |
| | 167 | BIBLIOGRAFIA ● Reseñas |



"Bodegón"

Catalina Velasco (II Semestre)

Comunicación y Estética

En alguna ocasión le solicitaron al gran teórico Alemán del arte y la estética Eisler, que dedicara parte de sus charlas en la universidad a definir el concepto de estética. El respondió que era imposible hacerlo en un curso de solamente una semana. La primera dificultad con la que se tropieza cuando vamos a conversar de estética, en términos del cartesianismo, es la de adelantar una serie de razones que procedan a diseñar una definición responsable y clara. Términos desde los cuales los formalistas creen y esperan acudir en la defensa de la palabra para dar razón del universo.

Por tanto no aspiro, como no lo pretenden tampoco el investigador o el teórico un estudio acerca de las definiciones conceptuales. Estas sólo sirven para las personas que miran un campo de reflexión aislada de la complejidad en que cualquier acción del hombre es realizada. Pero si el término estética mueve a pensar en dificultad, qué podemos decir del manido y super-trillado de comunicación. Campo de latitudes inmensas y de actividades disímiles y aparentemente contradictorias. Los norteamericanos, amigos de las etiquetas y los marcos de referencia, vienen dándole al mundo definiciones de comunicación durante, ya casi, cuarenta años. Pero todas, como cualquier definición antes del conocimiento, son formas conjeturales que satisfacen poco o sólo satisfacen a los pocos que creen ver en la comunicación una posibilidad para defender sus puntos de vista fragmentarios acerca de los mensajes.

Una tercera dificultad empieza a surgir cuando se intenta fundir los términos estética y comunicación. La una es parte de la otra? Es mayor la dimensión de la segunda? Aspirar a comunicar una estética no es campo de la teoría del arte? Dónde se localiza el límite de la comunicación y la estética? De qué estética hablamos? En qué tipo de comunicación estamos pensando? Pues bien, tantas preguntas y tan pocas respuestas, merecen por lo menos una aproximación a la susodicha relación.

Veamos desde donde podemos partir. Estética es lo articulado, equilibrado y bello. Equilibrio de las formas, formas del gusto, maneras de gozar una dimensión del arte o una obra. Pero estética hoy, no solamente en las artes plásticas y visuales; también las literaturas, lo que llamarían equivocadamente los teóricos de lo literario las formas expresivas. Lo estético está articulado a una manera de decir o a una manera de visualizar. También a las formas de representar e, incluso, a los sentidos del actuar. Se podría decir que lo estético remite a la multiplicidad de manifestaciones desde las cuales el hombre intenta comprender, representar, reinventar, reidificar o redefinir: la naturaleza, su entorno, lo que rodea sus manifestaciones y todo aquello que es, para él, lo cotidiano. Decimos entonces que hay estética en las frases de un individuo ubicado lejos de su región que se dispone a escribir una carta recordatoria a una mujer, compañero o amigo, que suscita en él la necesidad de comunicarse y le va revelando a través de la palabra o desde las líneas abirragadas de un dibujo sus sentimientos, el paisaje, la soledad, la angustia. Describir la alborada, la caída de la tarde supone una lectura y una escogencia y, en últimas, un intento por comunicar algo de algo. Lanzar un mensaje para que sea descifrado y leído y comprendido.

Esta ilustración basta para decir que en el hecho estético, regularmente hay una intención comunicativa, bien sea ella producida desde lo individual o sea el resultado de la aprehensión colectiva. Barthes había señalado con sentido y razón que la estética es también un aprendizaje. Vamos a referirnos a esto con mayor cuidado.

En muchas ocasiones se habla, incluso en las universidades, acerca de la teoría del arte o historia del arte (no son los mismos pero existe la tendencia a confundir estos saberes), como campos de actividad propios, desde los cuales se puede hacer realidad una lectura estética. En este sentido la formación estética en los individuos instruidos remite a datos y actores y, en cierto sentido, análisis bastante superficiales de un período de la pintura o la escultura. Estética es sinónimo del arte pictórico o el arte de la plástica.

Del mismo modo que los comunicadores pretendieron afirmar que ella se agotaba en un modelo repetido, la estética ha sido condenada al restrictivo campo de la plástica. Por eso la estética, ciencia dominante en la antigüedad, ha pasado de moda en las universidades, como el latín, la etnografía e incluso, en los tiempos modernos, la filosofía.

Le debemos al discutido estructuralismo y a los controvertidos semiólogos la renovación del discurso estético. Debemos agradecer, por supuesto, a literatos, dramaturgos, cinematografistas y analistas de la cultura la búsqueda de un nuevo sentido de la estética. Es tal su influencia y su importancia que la estética empieza a convertirse en tema de debate. El ave fenix resucita a pesar de las enciclopedias de arte y la creencia generalizada de que la estética solo representa lo bello.

Comunicadores y filósofos se han dado a la tarea de estudiar los manuales de estética y entresacar de ellos elementos que permitan un progreso con respecto a la evolución de las estéticas y a la caracterización de sus fundamentos. Los comunicadores empiezan por discutir una ampliación de los espacios de connotación y derivación. Asumen las formas permutables de la cultura y los sincretismos como reformulaciones de los esquemas tradicionales. Piensan en la estética como inserta en la cultura y en la transformación de las formas materiales. Quieren significar, por ejemplo, que las máscaras rituales, de las que Picasso se enamoró cuando las vio en una exposición en París y luego, con la base de su expresión, construía las señoritas de Avignon y Levy Strauss encontraba expresiones que reñían con sus principios estéticos clásicos y formalistas, poseen una lectura del objeto diferente. Es decir cada cultura desde su tradición, sus influencias y sus combinaciones adquiere una manera de ver y de sentir y unas formas de expresarse. No hay expresión sin conocimiento y sin deseo de significar. No importa que el nivel de significación sea motivado por un principio artístico, por el temor, por el miedo, o, por la angustia. La expresión de suyo lleva en sí misma una racionalidad inconsciente pero siempre ubicada en una lectura de la naturaleza humana o exterior. Freud sigue teniendo razón.

Así pues los comunicadores en la pretensión de alcanzar la totalidad, en su intento por integrar a la pobreza de su disciplina discursos de otros saberes, iniciaron la reflexión que ya progresaba en la antropología, la lingüística, la teoría de la cultura y la semiología. El campo de la estética se abre a los comunicadores como un abonado e interesante espacio de estudio.

En América Latina signados por la necesidad de identificación y diferencia. Urgidos de expresión y, sobre todo, necesitados de razonar nuestra

realidad la estética ocupa un sitio de importancia en los debates por la nueva comunicación. Es por ello que se estudia desde lo microsocia, quiero decir expresión individual y lo macrosocia, expresión tradicional, histórica de una comunidad o un grupo de ellas.

Pero los teóricos de la región no solamente se han preocupado por delimitar la relación comunicación, arte y estética, sus reflexiones van mucho más allá. Esperan dilucidar las manifestaciones de los sectores populares y su lectura de la realidad. Interesa descubrir cómo es posible la creación desde la cultura de la pobreza, desde dónde es posible la estética de la resignación o de la resistencia. Todas las expresiones de la ritualidad y la magia, que de suyo están dotadas de formas artísticas y estéticas, aparece como un universo de atracción para estudiosos y teóricos de la comunicación. De otra parte América Latina tiene un arte que, a lo largo de la historia, se ha ido afirmando y reafirmando la realidad de nuestra insularidad, como decía David Alfaro Siqueiros. Estos productos también son objeto de estudio para los comunicadores interesados en progresar en el conocimiento del campo.

Valga decir, de otra parte, que la propia comunicación en algunas de sus expresiones se mira cotidianamente en el espejo de la estética. Mucho se habla y con razón de búsquedas estéticas en la publicidad, el periodismo con Thomas Wolfe, Truman Capote, García Márquez, Mario Vargas Llosa y muchos otros, se ha convertido en un nuevo género literario, donde la palabra adquiere dimensiones reveladoras y poéticas. Con esto, para citar sólo dos ejemplos, creemos que al interior mismo de la comunicación, en el hacer diario de los mensajes la estética es una referencia obligada y necesaria.

Entonces es desde todo punto de vista interesante que una publicación, orientada a la reflexión de la comunicación, inicie una orientación sobre estos acontecimientos que a no dudarlo marcarán una aceleración para el conocimiento de nuestra realidad.

Gilberto Bello*

* Sociólogo de la Universidad de Stanford. Especialista en cine y en Teorías de la Comunicación. Director de la revista Arcadia va al cine; profesor de la área de investigación de la facultad de Comunicación Social de la Universidad Javeriana.