

Manifesto for an aesthetics of communication

This article provides an overview of the situation currently lived by the arts, the transformation of ethics and its relationship to the different forms of communication. It is a work to think about communication but also an action aimed at the inner part of this field and about this field. This position transforms completely the classic data of artistic activities and poses a problem for its apprehension. Here we find evidence not only of a change of objective but also of media, which leads to a profound modification of the aesthetic philosophy.

Keywords: information space, communication artist, game as simulation.

Submission date: august 28 th 2006

Acceptance date: october 14 th 2006

En este artículo se presenta un panorama de la situación actual del arte, las transformaciones de la estética y su relación con la comunicación. Es un trabajo de reflexión sobre la comunicación y, además, una práctica de acción en este campo y sobre éste. Esta posición transforma totalmente los datos clásicos de la actividad artística y hace problemática su apprehensión. Se evidencia no sólo un cambio de objeto, sino, también, de medios, lo que conlleva una modificación profunda de la filosofía estética.

Palabras clave: espacio de la información, artista de la comunicación, juego como simulación.

Recepción: 28 de agosto de 2006

Aceptación: 14 de octubre de 2006

Origen del artículo

Es un artículo de gran importancia mundial, porque marca un hito en la transformación del arte y representa el espíritu del autor, quien cuestiona el arte, la comunicación y la estética; sus códigos, sistemas simbólicos y bases ideológicas. De ahí que haya sido publicado en varios idiomas y, por primera vez, en español. Fue publicado originalmente en francés, en octubre de 1983 (véase http://www.webnetmuseum.org/html/fr/expo_retr_fredforest/textes_divers/4manifeste_esth_com_fr.htm#text), posteriormente, en la *Revue* número 43, dedicada a la *estética de la comunicación* (1985), y, más recientemente, en *Esthétique des arts médiatiques. Collection Esthétique* (tomo 1, Sainte-Foy, Presses de l'Université du Québec, 1995, pp. 25-61).

Manifiesto para una estética de la comunicación



Estética de la comunicación e
intervención sobre la realidad como actividad simbólica y estética

La estética de la comunicación concibe transponer los principios sensibles observados en la evolución de nuestro entorno y del mundo directamente al funcionamiento del arte mismo y no continuar considerándolo en términos de objetos aislados, sino en términos de relaciones y de integración. Las obras, los datos y los sistemas de

.....
* **Fred Forrest** es Argelino (1933), artista multimedia y de las redes, profesor titular de la cátedra de Ciencias de la Información y la Comunicación en la Universidad de Niza Sophia-Antinópolis. Fue pionero del videoarte, en 1968, y creó, en Francia, los primeros ambientes interactivos. En su práctica artística explora nuevas formas de creación utilizando el teléfono, el fax, el video, la radio, la televisión, la robótica y la Internet. Fue cofundador del 'Colectivo de Arte Sociológico', en 1974, y de la Web Net Museum. Ha publicado numerosos libros, entre los cuales se destaca *Per un' arte attuale-l' arte al tempo di Internet* (1998).



arte deberán ser aprehendidos como totalidades íntegras. Estas totalidades íntegras no podrán, de ninguna manera, dividirse o reducirse al inventario de las partes constitutivas materializadas. Lo que crea 'la obra' no es ni su soporte material ni su representación visual y pictórica, sino lo que precisamente no es perceptible a nuestros sentidos, pero sí a nuestra sensibilidad.

Nuestra sociedad, al generalizar los modos de producción gráfica y al trivializarlos, de cierto modo, limita su tratamiento estético y desplaza la legitimidad de la intervención artística de la producción hacia la invención de los modelos. La inflación de las imágenes conduce inevitablemente a su devaluación. La estética busca sus terrenos de elección fuera de la encarnación del signo plástico. Al no poder ya perseguir su acción sobre el modo de la representación, el artista interviene, ahora, directamente en la realidad; es decir, continúa su actividad simbólica y estética con otros medios, diferentes a los utilizados hasta el momento.

El procedimiento que adopto es un trabajo cuyo objeto es la comunicación en sí. Es un trabajo de reflexión sobre la comunicación y, además, una práctica de acción en el interior de este campo y sobre éste. Esta posición transforma totalmente los datos clásicos de la actividad artística y hace problemática su aprehensión. Presenciamos no sólo un cambio de objeto, sino también de medios, lo que conlleva una modificación profunda de la filosofía estética.

El arte sociológico ha probado, a través de sus diversas experiencias, su afirmación como un arte de la acción. Un arte de la acción cuyo desarrollo, programado en el tiempo, se sitúa en el espacio social. Este arte tiene en cuenta el entorno donde nace. Se apoya sobre una teoría de los actos para obrar sobre el mundo con el fin de cambiarlo. Pone en juego la teoría de las comunicaciones y genera procesos de interacción entre individuos o grupos de individuos. Este arte actúa como polo emisor de mensajes. Acelera y activa la comunicación. Innova, bien sea introduciendo mensajes parásitos en los circuitos establecidos, o bien instalando sus propias redes paralelas u, ocasionalmente, estableciendo intersecciones y conexiones entre unos y otros. Este uso tiene como resultado inmediato una crítica a la información de entorno y desborda el funcionamiento rutinario de los circuitos especializados. Es necesario recalcar que lo que constituye una novedad es el desplazamiento mismo del campo de acción de la práctica artística.

El artista de la comunicación, productor del símbolo, coloniza otras regiones y anexa otros campos de información, al igual que el artista tradicional. No se siente a gusto con los lugares seguros —círculos reservados a este uso particular para un público también particular—, sino que desplaza deliberadamente su producción hacia otros campos y a través de otros canales. Cuando se transmiten a través de los medios masivos de comunicación, en vez de a través de un museo, estos mensajes igualmente llegarán al público del museo, aunque en menor medida. En todo caso, el artista logra ampliar el círculo de los destinatarios potenciales, llegando a ellos a distancia y, de esta forma, logra establecer con ellos una nueva relación favorecida por la originalidad de la situación creada. El artista de la comunicación, al introducir de

este modo sus propios signos sobre los medios de comunicación cotidiana –periódicos, radio, televisión y teléfono–, y a través de ellos, y al yuxtaponerlos con los signos de la sociedad que estos canales transmiten, así como tantos signos parásitos, actúa correctamente en el espacio de su tiempo, que es el espacio de la información.

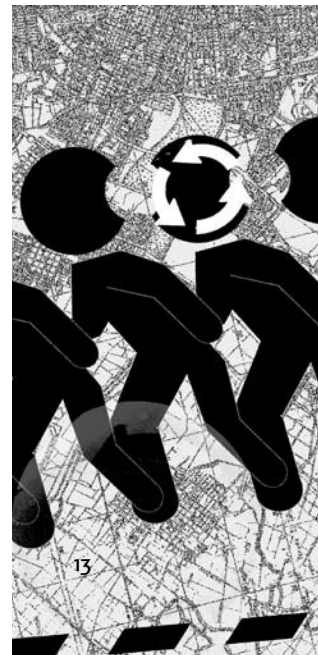
En el espacio de la información introduce, instala y pone en escena sus símbolos. Por supuesto, según el marco de la intervención elegida, la estrategia de comunicación exigirá la selección de apoyos, momentos y organización, en función del mensaje que se va a transmitir y del objetivo que se va a alcanzar. Al apropiarse así de otros canales, el artista también pone en evidencia el lugar totalmente relativo, conservado hasta entonces para la creación artística. Hoy el campo de la información ofrece a los artistas espacios ilimitados de acción para los cuales ellos sabrán inventar formas de arte específico.

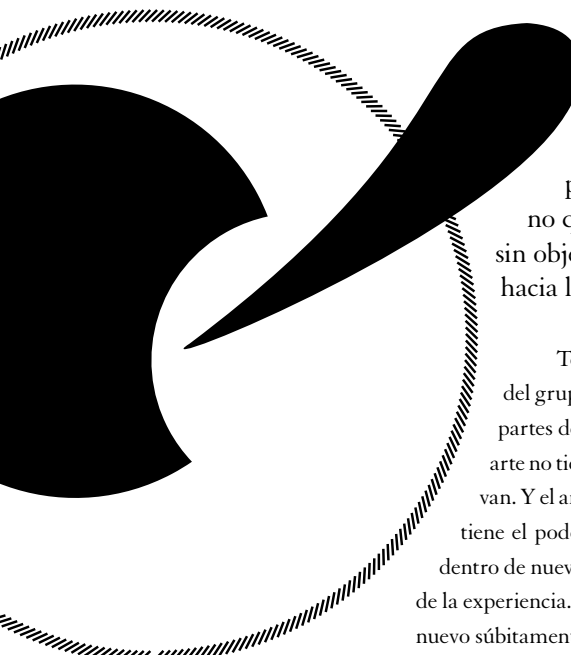
La práctica del arte sociológico siempre ha puesto su atención en los problemas de comunicación. Algunos le reprocharon una inflación de informaciones en su propio funcionamiento, sobre todo, en lo concerniente a la actividad del colectivo de arte sociológico, particularidad inherente a su método de acción. De acuerdo con su lógica, la expresión de esta comunicación se tradujo en formas diversas y recurrió a medios variados, escogidos en función de su apropiación al momento y a las circunstancias. El volante postal ha sido, por razones financieras explicables, el más utilizado. Permite, en efecto, al menor costo, llegar al público objetivo y, sobre todo, alcanzar sin intermediarios a “líderes de opinión” que se volverán, ellos mismos, multiplicadores de información. Sin embargo, nuestras intervenciones puntuales en los medios masivos de comunicación (prensa escrita, radio y televisión) fueron numerosas y sobresalientes. La dinámica, como la amplificación de la información, hacen parte de la dimensión que nosotros siempre hemos dado a nuestro trabajo.

La información en grande nos ha permitido atribuir a nuestros acontecimientos la existencia y el impacto social que esperábamos. Siempre hemos puesto atento cuidado a la preparación de esta información y luego a su difusión. La técnica de comunicación es, entonces, en todas nuestras acciones, objeto de una reflexión preliminar profunda. Es objeto de un minucioso plan. Como parte integrante de nuestro método, este plan de acción deberá, sin embargo, resultar suficientemente flexible para adaptarse a cualquier situación imprevista. Nuestra acción de “metro cuadrado artístico” es, de esta manera, ejemplar por los resultados que fueron obtenidos en su momento. Es ahí, sin duda, donde entra en juego la intuición de los medios y la sensibilidad en su modo de funcionamiento. Esta sensibilidad flota en el aire del tiempo inducida por el entorno de información en el cual todos estamos sumergidos.

Estética de la comunicación y arte como modelo de simulación frente a los poderes

El arte mantiene lazos con una realidad sobre la cual trata de ejercer presión para modificar su percepción. El juego, como modelo de simulación, anticipa, por medio de investigaciones sucesivas, las situaciones reales en el campo de lo posible. Desarrolla estrategias de acción. Contribuye a renovar, por su reproducción lúdica, los papeles sociales y los comportamientos. Los modifica y propone otras versiones de éstos. De esta forma, el arte ejerce su acción directamente en la realidad social. Le opone a ésta una representación simulada que tiene como resultado, por yuxtaposición, revelar las imperfecciones de esa realidad. La cultura no se siente satisfecha de ser





sólo un elemento de ocio, se afirma como un arma de combate. El juego, como actividad realizada libremente, sin obligación, por placer, es, en el sentido lato de la palabra, uno de los componentes fundamentales de cualquier manifestación artística. Esto no quiere decir, sin embargo, que el arte sea una ocupación gratuita, sin objetivo determinado. No es sólo una actividad de evasión orientada hacia la ficción:

Todo juego, como todo medio de información, es una extensión del individuo o del grupo. Su efecto sobre el grupo o el individuo es el de una reconfiguración de las partes del grupo o del individuo que no son extendidas o prolongadas. Una obra de arte no tiene existencia o función fuera de estos efectos sobre los hombres que la observan. Y el arte, como los juegos o los artes populares, y como los medios de comunicación, tiene el poder de imponer sus propios postulados al colocar a la comunidad humana dentro de nuevas relaciones y nuevas actitudes. El arte, como los juegos, es una traducción de la experiencia. Lo que ya hemos sentido o visto en una cierta situación, lo encontramos de nuevo súbitamente encarnado en un nuevo material. (McLuhan, 1968, p. 266)

El concepto, la realización, el desarrollo y la finalidad de nuestras acciones apuntan, por medio de una metodología apropiada, a relacionar situaciones ficticias con datos de lo real. La ficción es presentada al mundo real como “otra realidad” posible, donde la experiencia vivida de la comunicación entre el artista y el espectador se enriquece. El juego, el ensueño y el imaginario son introducidos en la dimensión de lo vivido. Tal concepción del arte se enfrenta a los códigos tradicionales y hace problemática su percepción. En el ámbito de las artes plásticas, las obras de los siglos pasados con frecuencia tenían como regla la reproducción de una cierta verosimilitud. Esta verosimilitud era, de hecho, el criterio primario sobre el cual se fundaba el reconocimiento de las obras.

Cada acto verdaderamente innovador rompe con el orden establecido. Si las innovaciones artísticas fundamentales se refieren siempre y obligatoriamente al repertorio del conocimiento establecido, se enriquecen por el aporte innovador de cada artista. Para el gran público, la irrupción brutal del arte y de nuevos idiomas en el campo familiar suscita siempre un fenómeno natural de incompreensión y requiere un tiempo de asimilación. En la ampliación actual de las perspectivas artísticas a disciplinas pertenecientes a las ciencias humanas, la expresión personal tiende a volverse la traducción de un problema más general en sus implicaciones políticas, sociales, psicológicas y filosóficas. Esta integración de las ciencias humanas, en el contexto artístico de las artes plásticas, se acompaña, al tiempo, por una diversificación de las técnicas y por préstamos a géneros literarios (pintura narrativa), al teatro (*happening*), al cine (arte video), etc.:

A medida que la proliferación de nuestras tecnologías creaba toda una serie de nuevos medios, el hombre se dio cuenta de que las artes son unos “contra medios” o antídotos que nos proveen las herramientas para percibir el entorno en sí [...] El arte, visto como contra medio o antídoto, se vuelve, como nunca, una herramienta para formar la percepción y la opinión. (McLuhan, 1968, p. 12)

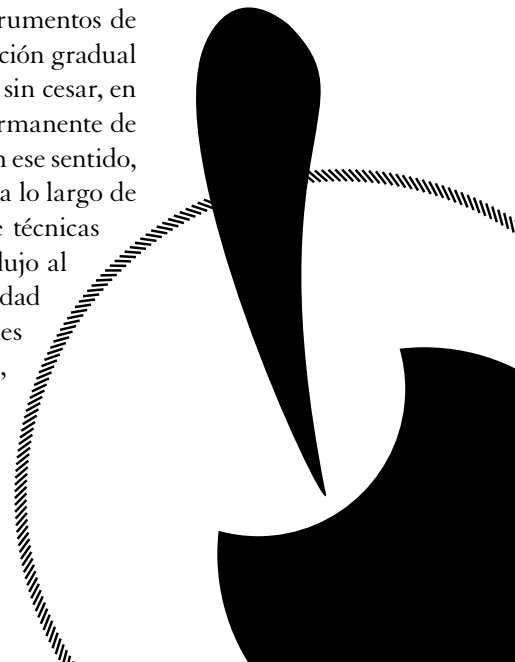
Durante mucho tiempo, el discurso sobre el arte consistió en deliberar esencialmente sobre el sexo de los ángeles. Esto comenzó a cambiar. Hoy en día,

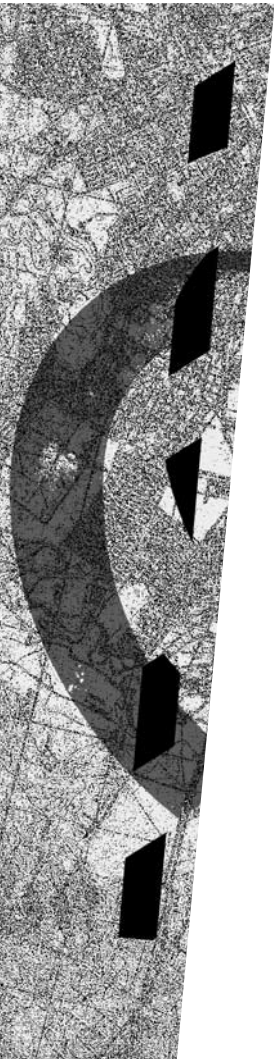
en su práctica, el artista empieza a comprender que el “poder” está ligado a toda acción humana. Querer negarlo en nombre de un idealismo ingenuo equivale a negar la realidad. El hombre está rodeado de limitaciones y dispone de algunas libertades. Las relaciones entre las personas están siempre condicionadas por el juego de poder que interviene constantemente en sus relaciones. No hay que temer reconocerlo. Éste se manifiesta en todos los ámbitos de las relaciones humanas. Es el atributo de cada actor social. Cada uno ejerce un poder y lo padece al tiempo. Cada uno de nosotros está obligado a “transigir”, desde su más tierna infancia, con su entorno, y se ve obligado a poner en funcionamiento una estrategia consciente o inconsciente de comportamiento en el interior del sistema dentro del cual actúa. El cambio individual y colectivo requiere el cambio radical de este juego. Necesita que cada uno aprenda a desafiar las limitaciones y libertades que constituyen su “campo de acción”.

El arte sociológico tiene el carácter de un “arte de los actos”, porque tiene en cuenta estos aspectos. Incluso en los sistemas sociales más controlados existe siempre un margen de maniobra dentro del cual el individuo, o las minorías, logran deslizarse. Entonces, hay una esperanza. En la relación de fuerzas, el más débil no está nunca completamente desprotegido; siempre tiene un medio para cambiar la situación en su provecho si encuentra el punto de aplicación preciso para hacer funcionar la palanca. Las nociones de juego y de estrategia están estrechamente ligadas a la conducta social. Están limitadas, por supuesto, por la de poderes adversos, pero también por la de nuestra propia imaginación, que se debe ejercer, que se debe desarrollar y que se debe afilar. El artista se vuelve, a su vez, un “operador social”. Se vuelve un actor social. La desmultiplicación del poder, su incitación y su desvío en una forma lúdica pertenecen al campo del arte. El artista responsable conoce este poder (su poder) y lo confronta con el mundo que lo rodea.

Estética de la comunicación, nuevas sensibilidades y noción de relación

Desde su aparición, las técnicas eléctricas, electrónicas e informáticas nos han introducido a la sociedad de la comunicación. Estas técnicas están en el centro de los cambios producidos en la vida social desde hace un siglo, y han modificado nuestro entorno físico y, también, nuestras representaciones mentales. La electricidad, la electrónica y la informática proveen hoy a los artistas de nuevos instrumentos de creación; pero lo que, sin duda, es lo más importante, es la transformación gradual y diaria de nuestro entorno en ese sentido y nuestra relación de ajuste sin cesar, en evolución con la realidad cambiante. Esto exige una actualización permanente de nuestras percepciones para aprehender el mundo en el cual vivimos. En ese sentido, el artista tiene algo que decir y algo que hacer. La aparición sucesiva, a lo largo de los siglos, de técnicas de transformación de los materiales, luego, de técnicas de dominio de la energía y ahora de técnicas de información, introdujo al ser humano en sucesivas y múltiples formas de expresión. La sensibilidad contemporánea se moldea a través de múltiples canales y por múltiples medios. Una cierta noción de *arte en sí*, que prevalecía anteriormente, ahora se cuestiona. El artista de hoy —y, más precisamente, el artista de la comunicación— reintroduce a su función antropológica inicial la estética como sistema de signos, de símbolos y de acciones. Una nueva estética está naciendo: la estética de la comunicación.





La misma palabra *artista* requiere ajustes en una sociedad en mutación. Los papeles, los medios, la sensibilidad que designa, evolucionan. Esta palabra debe ser despojada de connotaciones ideológicas que todavía la relacionan, en nuestra mente, con una visión romántica y anacrónica del arte. Si bien es cierto que hubo siempre un desfase político y educativo entre la *cultura adquirida* y la *cultura que se crea*, tal vez, nunca fue tan marcado como en la época en que vivimos: la era del computador y de la televisión. Preso de vértigo y de angustia frente al mundo cuyo cambio no controla, el hombre tiende a refugiarse en el pasado. El artista rechaza este repliegue. Asume el presente, se esfuerza por explorar sus posibilidades. El artista es también un hombre y un testigo que se lanza a la aventura de una época. No puede pasar por alto ni escapar a las transformaciones radicales que la sacuden. Su calidad de artista lo pone frente a la necesidad imperativa de comprender el “sentido” y de formular los “lenguajes” de esas transformaciones. Su propósito no es, por supuesto, desafiar al hombre de ciencias y técnicas en su propio terreno.

Esto sería ingenuo y estúpido. Su propósito, de una manera más modesta, consiste más bien en utilizar, incluso en desviar, los nuevos instrumentos de conocimiento y de acción para tratar de ampliar los horizontes de nuestra percepción, nuestra sensibilidad y nuestra conciencia, con el fin de renovar nuestros códigos, nuestra manera de ver, sentir y entender; de participar en las actualizaciones indispensables que permiten al individuo encontrar su lugar, aquí y ahora, en el mundo. Desde luego, la empresa no es del todo fácil:

Si la intención del artista es comunicar, a propósito de los elementos inconscientes de su desempeño, se encontrará entonces sobre una banda transportadora cuya posición trataría de comunicar, pero cuya velocidad estaría en función de sus esfuerzos por comunicarla. Aparentemente, su tarea es imposible, pero, como se sabe, algunos lo logran con muy buenos resultados. (Bateson, 1977, p. 150)

La noción de relación desempeña un papel cada vez más importante en las corrientes del pensamiento contemporáneo. La sociología contemporánea, en su conjunto, deja un lugar importante a la noción de relación, cuando analiza la sociedad como un todo, como un sistema complejo de relaciones e interacciones, y no como un cuerpo aislado e inerte. La idea de relación no está, sin embargo, solamente presente en el interior de cada ciencia, sino que es una parte central del cuestionamiento al conjunto de las ciencias y, más allá de las ciencias, cuestiona la vida en sí. El individuo se encuentra en una red cerrada y compleja de interdependencias que forma un bucle de un continuo ¡donde nada es ajeno a nada!

Esta idea actualmente ocupa un lugar importante en diversas ciencias e impregna nuestra sensibilidad. El arte no sabría quedarse fuera del concepto de lo sistémico. La idea de relación y de comunicación marca nuestra época. Campos de investigación como la cibernética, la teoría de la información, la teoría de los juegos y la teoría de la decisión están naturalmente ligados a las preocupaciones de los artistas particularmente atentos y receptivos a las “ondas” de su época.

Si los conceptos de “totalidad, de suma, de mecanización, de centralización, de orden jerárquico, de estado estacionario estable y de equifinalidad” (Bertalanffy, 1973, s. p.) se encuentran en diferentes ámbitos de las ciencias naturales, así como en la psicología y la sociología, ¿por qué no se podrían trasladar esos conceptos, de una u otra forma, al ámbito de las artes? Me parece una tarea necesaria y, al tiempo, inevitable reemplazar hoy el arte en los sistemas situados en diversos ámbitos de

organización de la realidad, superando barreras disciplinarias. El artista, en nuestra sociedad, vive en una multiplicidad de espacios y tiempos específicos. Su vida y su actividad están constituidas por una red compleja, donde todo circula en todos los sentidos según esquemas de conexiones diversas.

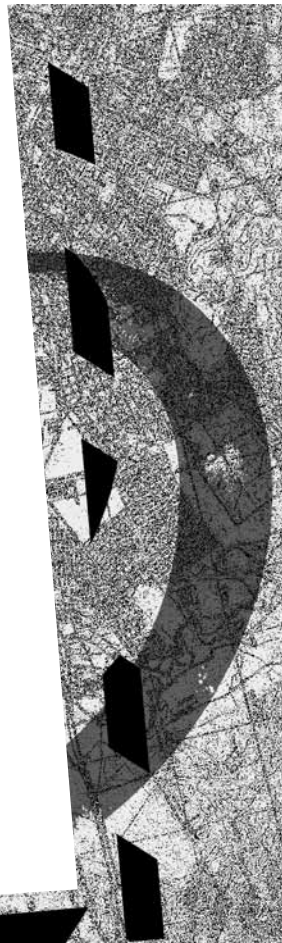
Actualmente, antes que preocuparse por “contenidos”, son éstas las conexiones que deberá expresar; al igual que la velocidad, la naturaleza, el ritmo, los flujos y los datos que lo atraviesan —que nos atraviesan—. El arte, no siempre reconocido como un valor primario por nuestra sociedad utilitaria, tiene también sus derechos y exigencias de igual forma que las ciencias, las tecnologías y la política. Si me parece necesario desarrollar algunas consideraciones sobre los lazos que relacionan el arte con su entrada en una sociedad informatizada, mi propósito no será tratar problemas particulares como los de la imagen numérica con sus incidencias sobre la creación, la fabricación, la producción y la economía que surgen de dicha entrada, sino permanecer en un plano más general, más filosófico, de alguna manera. Me parece necesario insistir en los efectos de las relaciones de las cuales todavía no siempre se tiene conciencia y por los cuales el mundo del arte se verá directamente afectado.

Después de haber vivido en sociedades de producción, hemos, aquí y ahora, inmersos en la sociedad de la comunicación. En efecto, si la electricidad y la informática hoy proveen ya a los artistas de nuevos instrumentos de creación, hay que señalar una gran resistencia a todo cambio por parte del cuerpo social. Resistencia sensible en los circuitos especializados del arte y sus instituciones, donde hacen estragos mentalidades que con frecuencia pertenecen a otro siglo.

Algunos artistas que se encuentran por fuera del mercado obstinadamente prosiguen, sin embargo, con una búsqueda fundamental, a pesar de modos artísticos retro que predicen un regreso incondicional a la pintura. Al privilegiar el pigmento pictórico, el mercado del arte actual responde únicamente a imperativos económicos de corto plazo. Se requieren objetos tangibles para alimentar el comercio del arte. Los círculos comerciales del arte no han encontrado todavía argucias para integrar otros tipos de información diferentes a las tangibles y materializadas en su mercancía capitalizable. La información bursátil por vía telefónica ya se ha vuelto para los agentes de cambio un “objeto” económico en sí, al igual que ciertas comunicaciones eróticas tarifadas por quince minutos,¹ pero el poeta, y con mayor razón el pintor, tendrán muchas dificultades para monetizar su producción en esa forma... Esto se debe a que el arte, contrariamente a las ciencias aplicadas y a las prácticas económicas, no tiene punto de aplicación real en la vida social y cotidiana. ¡Se pone, entonces, en evidencia su atraso!

Por desgracia, generalmente es considerado como puro “adorno”. La “presión” de nuestro entorno tiene, sin embargo, incidencias en el tipo mismo y la naturaleza de la producción artística. A pesar de la lentitud en la adaptación de los circuitos de difusión y de consumo del arte, una evolución notable se ha manifestado. Diferentes etapas se han superado y nos han hecho pasar sucesivamente de la estética de la imagen, a la estética del objeto, luego a la estética del gesto y del acontecimiento. Esta trayectoria muestra una lenta “desmaterialización y desintegración” del objeto de arte (Popper, 1975; Lippard, 1973).

.....
1. En 1983 surge en París un espacio telefónico que ofrecía la posibilidad de un intercambio erótico verbal de quince minutos por un precio.



En la práctica del arte sociológico —de la cual, desde 1967, he propuesto las acciones, y, en 1969, los primeros principios (*Art Sociologique*, 1977)—, el concepto de comunicación ya constituía el núcleo central. Siempre he considerado el terreno de la actividad social el campo que podría ser ampliado y explorado con la ayuda de nuevas tecnologías de comunicación. Esta opción desconcierta a los defensores de una concepción estética fija, que no están en capacidad de comprender la articulación, evidente, sin embargo, entre este tipo de práctica, el concepto de arte y la relación con una sociedad en mutación. Estamos siendo inducidos a preguntar dónde se sitúan las fronteras del arte. Muy astuto quien responda. Las fronteras no existen. El arte es una actitud, una manera de posicionarse frente a las cosas, más que una cosa en sí. Existe una estética del comportamiento, una estética de la gestión, así como existe una estética del objeto. Ahora habrá que contar con una nueva categoría: la estética de la comunicación. Los sustentos de esta estética son frecuentemente inmateriales, su sustancia se compone de materiales impalpables, que pertenecen a tecnologías de información. Información cuyas señales eléctricas trazan sobre nuestras cabezas, en el cielo, configuraciones invisibles, fulgurantes y mágicas.



Estética de la comunicación y **estado del arte** en nuestra sociedad

El papel del artista consiste en hacer sentir lo que los otros, en el mismo momento, no están percibiendo todavía. El artista de la comunicación tratará de traducir la nueva realidad del mundo a un lenguaje transpuesto, del cual establecerá los códigos. En un nuevo ámbito de expresión que escapa a los medios plásticos tradicionales, enfrentará el problema real de los medios de intervención para componer un lenguaje. Su lenguaje. Tendrá que resolver la dificultad de legibilidad de los signos que utiliza, cuyo alfabeto no está reconocido y cuyo repertorio no está fijado en forma definitiva. La historia del arte nos enseña que cualquier tentativa de introducción de nuevos signos siempre va acompañada de un fuerte olor a escándalo.

El *dadá* y las primeras manifestaciones neodadá de los años sesenta debieron jugar sobre la trasgresión de las prohibiciones y sobre la introducción de nuevos medios de acción para la exploración de nuevos campos. La extensión de los ámbitos abarcados y el carácter totalmente extraño al ámbito de los signos plásticos sobre el cual se ejercen desde ahora ciertas prácticas conducen a los artistas a tener que inventar lenguajes completamente nuevos para un tipo de expresión diferente. Son nuevas formas de arte que deben inventarse hoy en día para estar en armonía con la sensibilidad contemporánea.

Al acogerse casi exclusivamente a la manipulación del pigmento pictórico, un gran número de artistas actuales dan prueba de una sorprendente pasividad frente a la variedad de los soportes nuevos y de situaciones que la vida contemporánea les depara. Parecen contentarse con los caminos ya trazados que ofrece una tradición sin sorpresas y las convenciones del medio. ¿Se podría imaginar esta misma pasividad en Picasso si hubiera conocido desde su infancia los satélites, el video y la telemática?



Esta estrecha permanencia en ámbitos perfectamente delimitados y, por otra parte, ampliamente explorados constituye una actitud sorprendente, que no concuerda con la idea de búsqueda, de experimentación, de aventura y de descubrimiento que se manifiesta en otros sectores de la actividad humana. Sectores que dan prueba de espíritu de renovación, cuyos ritmos de cambio, por el contrario, no paran de acelerarse. Tal fenómeno merece toda nuestra atención. Constituye, a mi modo de ver, una situación sociológica muy particular, que exige elucidación. No recuerdo que esta situación hubiera suscitado y alimentado los comentarios y las reflexiones de algún comentarista sensato. Todo el mundo parece anestesiado en este medio.

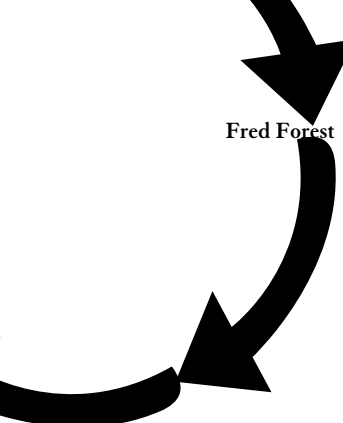
Me gustaría entender el porqué de tal desfase con el espíritu de la época. Esta engañosa estabilidad,

este conformismo asombroso de los creadores, este inmovilismo de las artes plásticas me producen vértigo. La situación revela una gran influencia del poder mercantil sobre los contenidos mismos de la creación, mediante una manipulación sutil del mercado. La confidencialidad extrema del circuito que funciona en forma aislada hace posible este condicionamiento, porque los centros de decisión se reparten entre un número muy limitado de individuos. La pintura, por esto, se reduce a los epígonos del expresionismo.

Los últimos productos de la *transavanguardia* o de la *badpainting*, que se han esforzado en presentarnos como “revoluciones” pictóricas de primera importancia en el ámbito del arte nos parecen muy irrisorios, comparados con las innovaciones y los cambios radicales que marcan nuestra época en otros campos. El espíritu de creación sopla hoy en otro lugar; y es en este otro lugar donde se localiza el mundo que nos es sensible, donde se forja la estética que será la de nuestro tiempo. De la física moderna a las técnicas de la exploración espacial, pasando por la biología, la genética, la inteligencia artificial, la informática, el desarrollo de las comunicaciones y el pensamiento ecológico; es ahí, sin duda alguna, donde reside la sensibilidad moderna, mucho más que en las producciones condicionadas del arte.

Hacemos otra pregunta: ¿por qué pasan tan pocas cosas en la esfera del arte contemporáneo y en el microambiente de las artes plásticas, mientras que, como mil signos lo anuncian, todo cambia a nuestro alrededor y se está creando una nueva ciencia, una nueva sociedad y una nueva cultura?

Sin duda, la creación producida y reconocida actualmente no es el reflejo de nuestra sensibilidad moderna. Lo que resulta de verdad innovador todavía no es tomado en cuenta por los círculos establecidos del arte. Esto también se relaciona con el hecho de que, por razones económicas y porque no se tiene acceso a tecnologías sofisticadas y onerosas, el artista es mantenido al margen de los instrumentos de la creación actual. ¡Por eso siempre está restringido, de alguna manera, a una práctica artesanal! Es totalmente tributario de un medio y de unos círculos cuya preocupación mayor, por no decir la única, es el provecho a corto plazo. Desde el principio, se siente en la obligación imperativa de posicionar su sensibilidad y su expresión en un registro determinado por las condiciones ideológicas y económicas impuestas por sus promotores, que son, a su vez, sus “inventores”. En contraposición a los



investigadores de las disciplinas científicas, el artista no goza de un estatus que le dé los medios de su creación. Si nuestra sociedad apenas tolera a los artistas, significa que no reconoce todavía su función como necesaria para la colectividad, para su equilibrio, para su florecimiento y para su futuro. El problema es, evidentemente, un problema de valores.

No pongo en duda, de ninguna manera, que ciertas formas de lo sensible puedan transitar hoy por los círculos instituidos por el arte. Mis reservas se refieren a la adecuación entre estas producciones y la sensibilidad específica de nuestra época. Constatamos que tales productos fabricados por el artista, promocionados por los museos y comercializados por las galerías logran, en forma de cuadros u objetos, convertir la sensibilidad en mercancía. Para entrar en el círculo, estas obras necesariamente deben responder a ciertas condiciones: deben poder ser miradas, tocadas, colgadas sobre una pared o puestas sobre un zócalo, intercambiadas o vendidas en todo momento. En el círculo del arte actual —y, por extensión, en nuestra sociedad—, son reconocidos como arte únicamente los objetos que responden a estos criterios. El *performance* o el video gozan de un estatus más vago y, también, más precario. Finalmente, muy a menudo son reconocidos sólo como medio de promoción de productos de primera categoría.

Hay una antinomia irreductible entre las exigencias económicas y la expresión de una sensibilidad que no puede virtualizarse por medio de los objetos. Los cuadros, las esculturas y los objetos diversos de arte presentan ciertas propiedades que facilitan su comercio. En cambio, la naturaleza misma de sus soportes es impropia para traducir el mundo sensible de hoy. Esto se explica por el hecho ineludible de que su estructura material constituye una frontera infranqueable, que limita irreductiblemente la capacidad de expresión, particularmente para restituir formas de lo sensible, concernientes a la estética de la comunicación. El soporte de la expresión determina inevitablemente su contenido. En consecuencia, afirmamos que el medio pintura-cuadro es inapropiado para traducir esta sensibilidad típicamente contemporánea. Vimos antes cómo el artista plástico se encuentra encerrado en contradicciones inconciliables entre el funcionamiento del mercado y su vocación natural para hacer reconocer lo sensible de hoy. El funcionamiento del mercado no sólo plantea un cuestionamiento de orden económico, sino —y esto es lo más grave— que funda y regula igualmente el sistema de reconocimiento y de valores de nuestra sociedad.

Es necesario hacer constar, en función de las razones que acabo de evocar, que la creación producida y reconocida en el momento actual no es, en su conjunto, el reflejo de una *sensibilidad moderna*. Esta sensibilidad está, sin embargo, presente en todas partes a nuestro alrededor, impregna nuestra vida cotidiana y guía nuestros actos. La situación que predomina en las artes plásticas testimonia, a través de los productos que genera y luego legitima, una sensibilidad del saber perteneciente a una cultura del pasado, que se está extinguiendo lentamente.

Desde este punto de vista, el ámbito de las artes está atrasado con respecto a otros sectores del pensamiento y de la actividad humana, donde se obra ya sobre conceptos, bases y datos que hacen parte integral de un nuevo presente. En un contexto donde la pintura se volvió sólo un juego tautológico estéril de referencias, no es sorprendente que se reconozca como genios a los primeros aparecidos que tengan el descaro de cultivar la torpeza y de exaltar una espontaneidad de circunstancia. Incluso así, nada puede restituir la sensibilidad específica de nuestra época de una manera pertinente. Permanecemos incomunicados. Me sorprende que esta situación

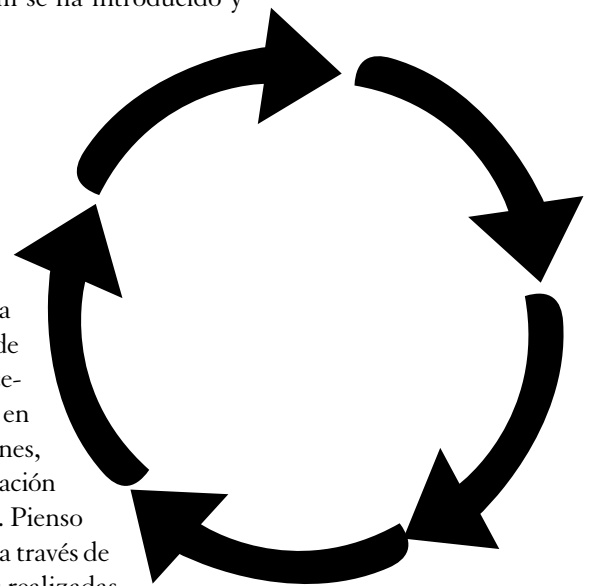
paradójica en la cual se encuentra la creación plástica actual no haya sido objeto de reflexión prudente por parte de la gente cuyo oficio es reflexionar sobre el arte. Por el contrario, esta situación parece ser complacientemente mantenida por una cohorte de críticos y de universitarios. No creo que exista otro ámbito del arte, literatura, teatro, arquitectura o cine que esté desconectado de esta manera tan caricaturesca de la realidad de nuestro tiempo.

El absurdo reina en forma absoluta. Ningún niño está presente para proclamar “el rey está desnudo”. La multinacional cultural da vueltas, aparentemente, satisfecha de su rutina, y de sus beneficios; los artistas insisten en producir una mercancía y un material inadecuados para las exigencias de nuestra sensibilidad moderna, cuya promoción está asegurada por los museos a costos elevados. Tales museos multiplican las exposiciones para la enorme satisfacción de las diez mil personas en el mundo entero que se sienten involucradas. Diez mil personas no representan, jamás, así sean cultas, la “sensibilidad de una época”. Nunca nada se juega de una manera definitiva: tres propietarios de galerías de arte y un crítico determinan, como de costumbre, cómo será el arte del mañana. La inversión se decide por intercambio de télex entre Bâle, Nueva York y Milán... Listo: el mundo del arte allí se ha introducido y ingresa finalmente en la estética de la comunicación.

Estética de la comunicación, **participación, interactividad** y **sistemas artísticos** de comunicación

En los sistemas retroactivos y de intercambios realizados por los artistas de la comunicación hay que señalar la noción de *participación del público*, que, en mi opinión, va a tener una importancia creciente. Y esto no sucederá, de ninguna manera, en forma de una relación colectiva y necesariamente física como, al principio, lo habían imaginado en los años setenta. Acciones alimentadas de buenas intenciones, que rápidamente se transformaron en contextos de animación social, de los cuales algunos artistas nunca lograron salir... Pienso en formas de participación más elaboradas que se efectúen a través de estructuras multimedia de intercambios de informaciones realizadas por el artista, presente como creador del dispositivo y, eventualmente, como actor-animador de la red establecida. Las nociones de retroalimentación y de retroactividad, adelantadas por la cibernética, ya encontraron aplicaciones al abandonar el ámbito de las ciencias, para unirse a las más corrientes prácticas de la vida cotidiana. Tales son estas prácticas que finalmente alimentan nuestra sensibilidad actual y contribuyen a formarla. La sensibilidad moderna que, a nuestro modo de ver, está tan ausente de la escena operacional de las artes plásticas:

La puesta en práctica tradicional es abolida. Una tendencia se manifiesta hacia una cultura más global, donde la distinción entre las categorías de la ciencia y la categoría artística de la creatividad pierde su sentido. Una nueva definición de estas relaciones triangulares suscita necesariamente un nuevo pensamiento estético [...] Está naciendo un nuevo arte basado en las aspiraciones y las necesidades creativas del hombre, el cual, en consecuencia, incluye su entorno: es un arte que permite superar tanto la etapa del arte conceptual, como la de propaganda [...] A pesar de la diversidad de sus orígenes y de sus modos de aparición,



el arte de entorno presenta una unidad de orientación. Tiende implícitamente hacia una dimensión más amplia, que sería la de un “espacio sociológico” auténtico, área privilegiada de investigación. (Popper, 1977, s. p.)

Este espacio sociológico recordado por Frank Popper es un espacio en el que los protagonistas del arte sociológico se consagraron a explorar y a registrar desde 1967,² y de una manera continua, desde 1974, bajo el impulso de los miembros del Colectivo Arte Sociológico. Esta noción de espacio estaba ligada, hace todavía algunos años, a la idea de representación física circunscrita geográficamente. La multiplicación de los medios de todo tipo y su uso generalizado nos inducen, hoy en día, a un concepto más “abstracto” de ese espacio. Es el espacio de “encuentro” sobre el soporte de comunicación. Es el espacio de la comunicación social creado por todos estos soportes tecnológicos sobrepuestos a nuestro espacio físico.

Esta es la idea de una inmensa red de malla cerrada, constituida por un tejido invisible, donde transitan nuestros mensajes y se intercambian nuestras emociones. Tejido donde se entablan nuevos tipos de relaciones entre los seres humanos, ofreciéndonos una “realidad” suplementaria. Espacio de mediatización que se impone, cada vez más, como un nuevo y privilegiado terreno de nuestras relaciones. Superficie de diálogo arrancada a la nada por las tecnologías de comunicación, como los pólderes al mar. Campo privilegiado de la interactividad. Es la noción misma del entorno que tiende ahora a “desmaterializarse” y a surgir como un terreno de “tangibilización” de nuestras relaciones, por medio de la información. Esta forma más abstracta de nuestro entorno no deja de ser por ello muy real, tanto en nuestras representaciones como en nuestra vivencia. La sola palabra entorno tendía a significar exclusivamente una percepción física de lo que nos rodea y, en particular, de la arquitectura. Actualmente, esta noción evoluciona y la noción de espacio cada vez más se asocia, en nuestras representaciones, con la idea del entorno informacional.

Los **arquitectos** de la información

Los artistas tienen cómo explorar en este espacio que todavía les es virgen. Les queda por contribuir con su práctica, su reflexión y su imaginación a la creación de las primeras bases de un arte fundado en la comunicación. Un arte de la comunicación que irriga con los datos del imaginario las redes del flujo. El artista de la comunicación utiliza el teléfono, el video, el télex, el computador, la fotocopiadora, la radio, la televisión... No se contenta con utilizarlos uno a uno separadamente, sino que los organiza en sistemas y en dispositivos. Es allí donde, desde ahora, se pone en juego su capacidad de crear y de inventar. El artista de la comunicación compone configuraciones dadas y redes más o menos complejas donde sitúa medios de emisión y medios de recepción multimedia, que organiza en sistemas interactivos. Anima estos sistemas. El artista de la comunicación se vuelve una especie de arquitecto de informaciones. Considera procesos en una relación interactiva de participación con socios intercambiables. “Figuras” o “arquitectos de informaciones” se hacen y se deshacen y pueden, también, en un momento dado, ser objeto de una “fotografía” que los fija y los detiene.

.....

2. El acto “Retrato de familia”, realizado en l’Hay-Les-Roses, dentro de un enorme conjunto en los extrarradios de París.



Los puntos de apoyo de su red no son puntos técnicos fijos o formales únicamente; están anclados y directamente conectados al tejido social. Las técnicas de información facilitan las interferencias entre sectores separados. El artista, por primera vez, puede actualmente esperar distinguirse en otros campos diferentes de los fijados para él antaño en forma limitada. Es muy probable que esta idea principal, por medio de la “puesta en relación” que marca el pensamiento y las prácticas de nuestra época, llame también la atención de los artistas y aparezca en su creación de una manera cada vez más significativa en los años venideros.

La sobremultiplicación de los medios visuales y su inflación expansiva productora de imágenes contribuyen, paradójicamente, si no a la desaparición de la imagen y de su estética, por lo menos a su devaluación. De esta manera, puede explicarse un desplazamiento hacia nuevos comportamientos de percepción, latentes en la sociedad, que el artista de la comunicación va a esforzarse a integrar al campo del arte y a organizar en el nuevo marco de la estética de la comunicación que propone:

Y cuando la imagen había invadido el mundo hasta sobresaturarlo, los que tenían la función de producir las significativas y ricas imágenes no tuvieron otras alternativas que desaparecer o desplazar el campo de su práctica. Esto explica el hecho de que los creadores de hoy tengan menos necesidad de producir nuevas imágenes, que de saber qué hacer con ellas, examinando su poder de comunicación y de relación. En esta etapa del desarrollo cultural, la obra de arte puede sólo cambiar de función. A partir de ahora, debe cuestionar su estatus, el de sus componentes y el de su poder relacional, en vez de transmitir una concepción o una ideología que le son extrañas. Cuando los medios muestran la imagen ejemplarizante de los modelos de las musas, a los artistas sólo les queda sistemáticamente criticarla y relativizarla [...] El interrogante sobre lo relacional en el arte se planteará, entonces, de otra manera. (“La relation comme interrogation”, 1981, p. 102)

La concepción de Umberto Eco (1965) acerca de la obra, interpretada como estructura abierta, ya introducía las nociones de sistema, de aleatorio, de implicación del espectador en el proceso de comunicación propuesto por el artista. En el nuevo papel que se atribuye al artista de la comunicación, éste no se presenta ya como un “fabricante” de un objeto material, sino que basa su procedimiento sobre la relación particular, específica y original que establece entre sí mismo, el(los) espectador(es) y el entorno. En aras de la claridad, es necesario insistir sobre el hecho de que este procedimiento no podría ser asimilado por algunos tipos de creación del arte conceptual. Desde luego, el artista de la comunicación se apoya también en una idea singular, pero ésta no es ofrecida como tal por su “belleza” abstracta, por así decirlo, en una realización formal que se dirigiría únicamente al destinatario objetivo del museo o de la galería. Las obras que pertenecen a la esfera de comunicación y que invocan su estética dan lugar a la puesta operacional y concreta de un sistema funcional materializado, incluso si, repartido en un espacio extensible, el conjunto del sistema no es previsible en su totalidad a primera vista.

El observador podrá siempre constatar la presencia de ciertos elementos (físicos), así como signos (visuales y auditivos) que lo introducirán por proyección mental a reconstituir la visión global. Representación de la posición y disposición de éstos con respecto a aquéllos y de sus diferentes elementos en un espacio que tiene, por sí mismo, diferentes grados de realidad (espacio geográfico, social y de comunicación). Representación del flujo de las informaciones y de su configuración en los movimientos que lo animan. Al proponer sistemas de comunicación como “obras”



que están por comprender en sus funciones y sus movimientos, el artista de la comunicación simplemente pretende modificar nuestras costumbres de percepción; pretende incidir en nuestros comportamientos perceptivos y sobre la interpretación misma del arte:

Los psicólogos transaccionales han demostrado que la percepción no es pasiva, sino aprendida y, de hecho, altamente estructurada. Constituye una verdadera transacción en la cual el mundo, y quien lo percibe, participan juntos. Una pintura o un grabado debe, por lo tanto, ser conforme a la *Weltanschauung* de la cultura, que es su destinataria, y a las estructuras de percepción del artista en el momento de la creación de la obra. Los artistas saben bien que la percepción es una transacción; y, de hecho, lo consideran como evidente. El artista es a la vez un observador y un comunicador. Su éxito depende, en parte, de su capacidad para analizar y organizar los datos percibidos en formas significativas para su público. (Winkin, 1981, p. 212)

En adelante, el artista, diseñador del sistema de intercambio de información que realiza y anima en el espacio social de comunicación, cambia de estatus. Antes, de una manera artesanal y a veces industrial, “fabricaba” objetos; ahora, el arte se desmaterializa definitivamente: “produce servicios”. Esta evolución concuerda perfectamente con la curva de la evolución de la sociedad que lo condujo, en algunas décadas, de una sociedad de producción a una sociedad de intercambios. El arte practicado por el artista de la comunicación es un arte de organización, un arte que desde ahora está más atento a las funciones que a los objetos.

Señalamos las apariciones sucesivas en la historia de la humanidad de las técnicas de transformación de los materiales, de las técnicas energéticas y, ahora, de las técnicas de la información. Estas diferentes etapas, sin lugar a dudas, condicionaron la naturaleza de ciertas formas de arte en un momento dado y continuarán condicionándolas. La más reciente, la técnica de la información, ya no produce objetos, sino informaciones organizadas en mensajes y situaciones *comunicacionales*.

El arte se vuelve emisión, recepción, organización y desvío de informaciones y de mensajes. Por este hecho, fija las bases de la nueva estética de la comunicación y constituye una reflexión sobre la naturaleza, la circulación y la puesta en representación de los mensajes en la comunicación social de nuestro tiempo. La evolución de las sociedades avanzadas, con sus tecnologías avanzadas, hizo aparecer un movimiento de conversión continuo hacia el sector terciario, opuesto a las tareas de transformación de la materia. ¿Por qué razones el arte se escaparía a esta evolución que afecta todos los demás sectores de la sociedad? ¿Por qué milagro o aberración misteriosa el arte escaparía de los llamados sociológicos, de los imperativos tecnológicos impuestos por el contexto?

Los sociólogos han constatado que en nuestras sociedades más de la mitad de los actos de los individuos se consagran a la comunicación y no a la transformación o al transporte de la materia... Desde el momento en que la población de un país gasta una de cada dos horas de su tiempo en la comunicación, debe existir en la población de ese país una sensibilidad que corresponda a esta actividad que nace de algo... En esta situación se desarrolla este nuevo concepto de la estética de la comunicación, que tiene todas las probabilidades de imponerse mañana en la conciencia de nuestros contemporáneos, después de haber marcado su sensibilidad.



Estética de la comunicación y fenomenología del imaginario contemporáneo

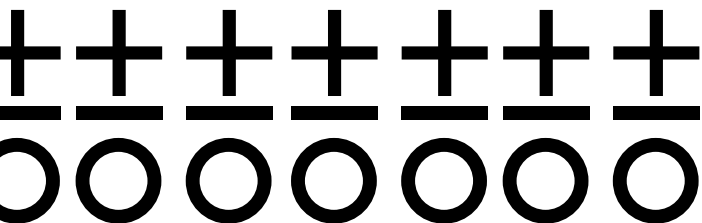
Al centrar su reflexión en la comunicación y los sistemas de intercambio, la investigación que aquí esbozo como prolongación del arte sociológico sugiere las bases de una teoría que queda por fundar. Explorar y activar el universo de los medios de comunicación significa, al tiempo, construir la fenomenología del imaginario contemporáneo. Este era el propósito mismo de la acción *La bolsa del imaginario*. *La bolsa de breves*, realizada en el Centro Georges Pompidou, en 1982, y de la acción *Düsseldorf Press. Agentur (imaginär inc!)*, que preparo actualmente.

Hay que admitir, de una vez por todas, que la historia y la génesis de las configuraciones del imaginario están inscritas de una manera indeleble en las tecnologías, de las cuales nuestra percepción depende estrictamente. Hoy inscritas en las tecnologías de la comunicación. Como ya lo hemos recalado, el soporte nunca es neutro: “Si los leones de *Trafalgar Square* hubieran sido águilas o bulldogs, no por este hecho habrían dejado de transmitir el mismo mensaje (o un mensaje análogo) relativo al Imperio y a las premisas culturales de la Inglaterra de siglo XIX. Sin embargo, ¿qué diferente hubiera sido el mensaje si los leones hubieran sido de madera” (Bateson, 1977, p. 141).

Circulación de los mensajes

El mensaje del artista no está únicamente subordinado al medio que lo transmite; depende de igual forma del sistema de intercambios o medio social en el cual circula. Por esto, nuestras acciones se esfuerzan en hacer circular estos “mensajes”, no sólo en el sistema de arte, sino que en todos los canales de comunicación practicables, en todos los sistemas de comunicación social posibles, buscando los puntos de intersección donde los sistemas coinciden para crear “efectos de significado” por conjunción:

Estar frente a una “obra de arte” en la organización del significado producido por los comerciantes, el museo, el coleccionista; es entonces, esencialmente y sobre todo, estar frente a un sistema de intercambio y de significado que la sostiene. Por sistema de significado se entienden también todos los sistemas reflexivos en los cuales la existencia de cada elemento se encuentra justificada y legitimada únicamente por la existencia de los otros elementos del sistema, sin que, de ninguna manera, sea justificada y legitimada la significación del sistema en su conjunto ni en sus elementos particulares. Por esto, una vez aceptada la función constituyente y disolvente, efectuada por el medio y por el sistema de arte en su relación con el mensaje artístico, el artista desvía entonces completamente su interés de los mensajes, justamente hacia las técnicas y los mecanismos sociales que lo generan. Lo que quiere decir que, en lugar de perder más tiempo con las informaciones y las significaciones, como lo ha hecho o ha creído hacer la búsqueda artística hasta hoy, el artista se encuentra actualmente en posición deber tematizar, invertir y representar una comunicación sin información y sistemas de significado sin significación. El problema tratado aquí no concierne sólo a la producción artística, sino al universo entero de la comunicación, así como a la totalidad de los sistemas de intercambio. Todo, en efecto, puede estar sujeto a una investigación y a un tratamiento de carácter estético: el campo de la pertinencia de una búsqueda estética se amplía considerablemente desde ahora, y se propaga a los medios tecnológicos, así como a los medios sociales. El Colectivo de Arte Sociológico, así como algunos representantes del arte conceptual, incluso de la posvanguardia, ya han trabajado de una cierta manera sobre



los datos relativos a la comunicación y a los sistemas.
(Costa, 1982, s. p.)

Después de los papeles de activación y de concientización, que siempre han sido ejes fundamentales del arte sociológico, me parece que, sin descuidar la práctica social, el arte debería ahora atacar más decididamente los problemas de “comunicación” y dedicarse a poner en evidencia los aspectos formales y funcionales que le son inherentes. Fuera de mi participación puntual en el seno del Colectivo de Arte Sociológico, entre 1974 y 1979, una gran parte de mi actividad personal ha sido dedicada, desde siempre, a esta investigación.

Práctica artística de la comunicación, estética de la comunicación y producción de significado

Por mis acciones e intervenciones artísticas, por los dispositivos, signos y sistemas de signos que coloco he tratado (y trato todavía) de producir significado. Esta producción de significado es lo que considero, a la vez, la razón de ser y la justificación de toda actividad artística. Esta producción se ha manifestado (y se manifiesta todavía) por la confección de un cierto número de “mensajes”. La naturaleza, la sustancia y la consistencia de estos mensajes son muy complejas, por el hecho de su heterogeneidad. A veces, el mensaje está constituido por la acción global; otras veces, por algunos de sus desarrollos particulares, y, otras más, por factores exteriores a lo que digo, según creo, se encuentran allí automáticamente integrados.

Una cosa es segura: se trata, en cada caso, para mí, de elaborar un metalenguaje (cualquiera que sean su medio y su forma) que se aplica sobre el discurso dominante de la comunicación con el fin de aplicar una práctica de interferencia, de desvío de los códigos dominantes de la comunicación o de perturbación de campos especializados de esta comunicación. Esta práctica pasa necesariamente por la apropiación de los medios de transmisión de los mensajes, de un trabajo sobre cada medio, uno por uno, y sobre el sistema de significado del conjunto. De hecho, mi objetivo es crear en el destinatario plausible estados de incertidumbre. Por ejemplo, me empeño en hacer pasar en los medios masivos de comunicación mensajes estructurados de tal manera que se contradigan (o contradigan los mensajes contiguos en el espacio o el tiempo) para engendrar una ruptura, una paradoja, un cuestionamiento. Cada una de estas situaciones de comunicación provocada incita a los destinatarios implicados a buscar un orden, una estructura que tenga un sentido para ellos; estimula su imaginario, convoca su participación, incluso su complicidad, por medio de la trasgresión deliberada del código que les propongo.

El trabajo artístico que emprendí es un trabajo sobre la comunicación en sí. Puedo, incluso, añadir que su capacidad de metacomunicación —es decir, de comunicar a propósito de la comunicación— constituye su carácter fundamental y específico. El estímulo estético de toda obra no puede estar aislado de un contexto que hace intervenir datos culturales, reglas admitidas, condiciones diversas de entorno... Su “significado” multiforme depende directamente de estos factores. Depende también de las disposiciones individuales de cada receptor. Como el proceso de comprensión es transaccional, se deduce que el nacimiento del placer estético está directamente ligado al grado de apertura de cada uno de nosotros. Si esta regla general vale para

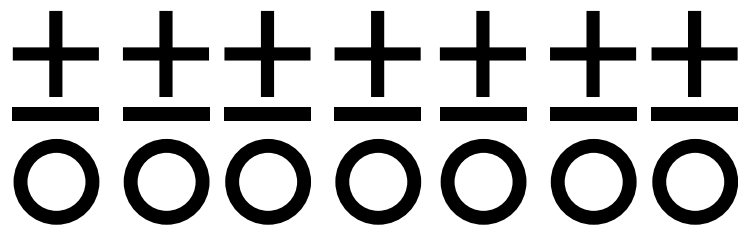
todas las obras de arte, se vuelve explícita en la práctica de comunicación utilizada por ciertas formas de arte actual y dentro de las que, precisamente, yo mismo trato de experimentar. La primacía en la comunicación contemporánea de la estructura mediática sobre los contenidos es un hecho que ha sido evidenciado en todas sus implicaciones por Marshall McLuhan. En este aspecto se le pudo reprochar un juicio categórico que ameritaría, sin duda, ser matizado.

Sin embargo, hay que señalar, en el comportamiento de las jóvenes generaciones, una práctica de la comunicación que no se basa necesariamente en el deseo de intercambiar contenidos, sino en la necesidad, más fundamental, de estar conectado a la red. El contenido de la comunicación es, paradójicamente, la comunicación en sí. Esta actitud responde ciertamente a una evolución de las sensibilidades. Sensibilidad que es ella misma moldeada de una manera compleja por diversos factores de nuestro entorno físico, psicológico y tecnológico contemporáneo. En el arte surge igualmente el problema de los contenidos. En la pintura analítica, el trabajo en sí mismo se da como la esencia significativa de la obra. La comunicación y el análisis del proceso del acto mismo de pintar permanecen como el objetivo por alcanzar. El análisis metódico de los elementos constitutivos en todas las combinaciones. Esta preocupación se encuentra bajo formas diversas en las investigaciones del *Minimal Art*, así como en la obra de los protagonistas del grupo *Support-Surface*.

Se presencia, en todos los casos, una reducción de los contenidos en beneficio de una reflexión sobre el vínculo entre elementos, formas y materiales. La obra se remite sólo a sí misma, así como la comunicación, en algunas de sus prácticas, se remite también sólo a sí misma... Por mi parte, me inclinaré a considerar que el mensaje artístico es tanto más específicamente “artístico”, cuanto que está vacío de contenido real. Al espectador le incumbe, por un mecanismo mental, reconstituir un mensaje, a su elección, a partir de los elementos que le son proporcionados. Reconstituir en todas las posibles variaciones el rompecabezas que el artista le entrega desarmado. Es el espectador quien tiene que fabricar su “cosa”, quien tiene que elegir la lectura que le da, quien tiene que construir una interpretación satisfactoria de los signos que le son presentados.

El artista de la comunicación ya no se siente obligado a suministrar una representación visual o concreta por medio de cualquier material de la realidad, porque experimenta directamente sobre lo real. De ahora en adelante, el espectador tiene que representar su papel en la significación de la obra de arte. El entorno de informaciones que constituye el universo cotidiano del hombre moderno le presenta una multitud de signos que lo inducen a seleccionar algunos de ellos, a partir de los cuales construye su propia realidad. En la esfera de este contexto de información familiar el artista de la comunicación colocará los signos que emite hacia su destinatario. A cargo de este último queda su localización, su identificación, su puesta en relación y, finalmente, su reconocimiento como sistema portador de significado. Sólo después de todas estas operaciones se le otorgará la última y suprema recompensa: ¡el placer estético!

En esta perspectiva, estamos en presencia de un nuevo tipo de obra, concebida bajo la forma de una combinatoria de informaciones programadas, que alcanzan sucesivamente al destinatario virtual. Las condiciones particulares del desempeño con la presencia del artista mediador pueden facilitar la integración de la homogeneización de estas informaciones; pero,



fuera de su presencia, la obra no debe por ello dejar de ser reconocible. Sólo basta que el concepto inicial de realización tenga en cuenta las condiciones particulares de la acción, con el fin de adaptarles las modalidades adecuadas. A falta de un contenido explícito, le corresponde, por supuesto, al artista prever e inventar un modelo, una arquitectura espacio-temporal de señales, que harán localizable e identificable su acción como tal.

El vínculo estrecho entre realidad y comunicación es hoy una idea aceptada a pesar de ser reciente. En efecto, se admite ahora que la comunicación, por sí misma, de alguna manera, crea lo que llamamos la realidad. Los trabajos de la Escuela de Palo Alto contribuyeron ampliamente a acreditar esta idea. Antes nos inclinábamos a imaginar que la comunicación era únicamente la transacción por la cual esta realidad podía expresarse, explicarse, intercambiarse. No, la comunicación no es un simple soporte de transmisión. La comunicación no es una simple operación de transmisión de informaciones como era costumbre pensarlo. Es mucho más que eso. Es, a la vez, el lugar mismo y la herramienta donde se forja la realidad. El objetivo de los prácticos del arte siempre consistió en permitirnos percibir la realidad de una “otra” manera, lo que representa una cierta forma de fabricar otra realidad.

Si la comunicación en sí es generadora de realidad, la multiplicación y la diversificación de los medios de comunicación que caracterizan a nuestra sociedad constituyen factores de cambios poderosos en la elaboración de nuestra realidad contemporánea. Esto conduce a decir que aquel que se desempeña en la comunicación es, de cierta manera en algo, fabricante de realidad. Esto conduce a afirmar que el que accede a la tecnología de la comunicación tiene una posibilidad de “modelar” la realidad. Pero ¿quién, hoy en día, tiene acceso a esta tecnología? No ciertamente el artista y, menos, el ciudadano medio. No nos hacemos ilusiones. No compartimos el excesivo optimismo de Marshall McLuhan sobre el tema. La posibilidad de acceso a los canales de comunicación, como actor, permanece todavía totalmente determinada por condiciones de poder. Aún estamos muy lejos de esa mítica aldea global con la cual todos soñamos, por falta de poder vivirla... Como quiera que sea, el papel del artista consistirá precisamente en movilizar todas sus energías para apropiarse, así sea por la fuerza, por el poder de la imaginación o por astucia, de todos los vectores de comunicación. Son estos vectores de expresión y de acción, con los que se elabora la formulación de los lenguajes y de ideas propios de nuestra época. “Si la cultura alfabética hizo de nosotros, en cierta forma, ‘resistencias’, en el sentido eléctrico del término, como lugar de retención de la información para la constitución del saber; hoy nos volvimos ‘transistores’ que, por el contrario, aceleran la energía de la información durante su transferencia” (Kerckhove, s. f.).

Lo esencial ahora es estar “enchufado” o, dicho en otras palabras, “conectado”, “conmutado”; conectado a la red para sentirse, codo a codo, en comunidad con los demás. Con la estética de la comunicación entramos de forma irreversible en la era de la modulación, la era organizacional de los intercambios y de las redes, la era de la caricia electromagnética. Toda creación hoy depende de una creatividad en las estructuras de comunicación y de su puesta en forma, antes que de sus contenidos intrínsecos.

Estética de la comunicación, percepción del espacio, percepción del tiempo

Las nuevas tecnologías, incluso si esta idea choca contra nuestra herencia humanista, modifican progresivamente nuestros sistemas de valores y de pensamiento, nuestras

percepciones, nuestro sentido del tiempo y del espacio. El propósito de la estética de la comunicación no consiste, en ningún momento, en hacer ingenuamente un cuadro apologético que exalte la potencia técnica. Contraria a ciertos movimientos artísticos, en particular al del futurismo, la estética de la comunicación señala sus peligros cuando su uso se desarrolla de una manera completamente separada de consideraciones éticas, filosóficas o sociales. La estética de la comunicación se presenta con la ambición de concurrir a una nueva aprehensión de la realidad y de favorecer una concepción del mundo que nos lleva hacia objetivos profundamente espirituales.

En el momento en que el pensamiento oriental, bajo todas sus formas, ejerce una fascinación sobre un número cada vez más importante de individuos, una élite activa de sabios revela que el pensamiento místico provee un marco adecuado a las teorías de la ciencia contemporánea. El imaginario del hombre y su tenso cuestionamiento del sentido de su existencia son idénticos a lo que eran desde su origen. Son siempre los misterios de la vida, de la muerte, del amor, de la angustia, del placer que permanecen todavía como las grandes preguntas de actualidad; por el contrario, la manera de plantear estas preguntas se torna diferente. El artista contemporáneo se ve dotado de nuevos medios de investigación para interrogar al inconsciente colectivo y para darle forma. Los recursos de la tecnología lo introducen a zonas desconocidas que le corresponde explorar. La verdadera apuesta del arte contemporáneo se sitúa ahora mucho más allá del estatus de la imagen y del estatus de la forma. Se juega alrededor de la relación que mantenemos, en nuestro vínculo con el mundo, con lo que llamamos comúnmente realidad.

En segundo plano están los comportamientos estéticos que evolucionan en función de la evolución de las tecnologías. Los artistas que se hacen cargo de estos nuevos instrumentos proponen la constitución de nuevos modelos antropológicos. El tiempo y el espacio constituirán mañana “la materia prima” del artista. De la misma forma que trabajó, a lo largo de los siglos, la piedra, el mármol, la madera o el hierro, ahora se esforzará por dejar su impronta en estos “inmateriales”... El espacio y el tiempo son no sólo conceptos físicos que tienden a evolucionar actualmente en forma considerable con el avance de los conocimientos, sino también realidades sensibles por vivir. Sobre este terreno se sitúa y se legitima la práctica artística.

En el inconsciente del individuo occidental la noción de Tiempo y la noción de Espacio están indisolublemente unidas. Para nosotros, los occidentales, no hay ninguna duda de que el Tiempo y el Espacio están orgánicamente estructurados. El Espacio, con sus tres dimensiones, se impone como un elemento inmanente al mundo.

En cuanto al tiempo, en su desarrollo lineal lo acompañamos de una manera continua: el pasado atrás, el futuro adelante, avanzamos en el presente. El hombre construye su horizonte temporal sobre un eje de progresión cuyos cursores, sólidos y móviles, al tiempo, delimitan estas tres distintas zonas. Esta conciencia lineal del tiempo aparecía, hasta ahora, como un elemento constitutivo normal. Los nuevos conceptos adelantados por las ciencias, así como la utilización cotidiana de nuevas tecnologías, se arriesgan a cuestionar estos esquemas mentales... Nuestras “certidumbres”, adquiridas y fundadas sobre datos socioculturales anteriores, precisan una revisión urgente.

La nueva estructuración del tiempo ya produce efectos sociales espectaculares. Las campanas de la Edad Media marcaban las horas, el cronómetro de Taylor llevaba el ritmo de producción al segundo, el microprocesador nos ofrece hoy el manejo de procesos que se miden en nanosegundos... La microelectrónica se define como otra

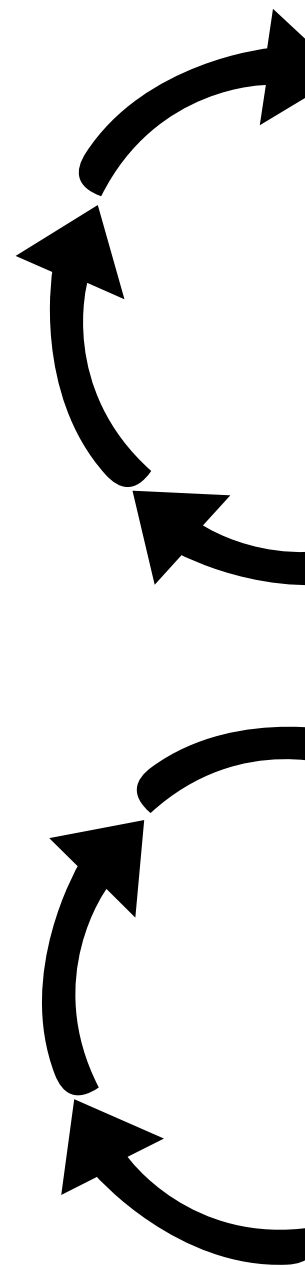
estructuración del tiempo cuya subdivisión sobrepasa, a partir de este momento, el umbral de la percepción humana. Esto quiere decir claramente que si antes se podía escuchar latir un cronómetro y observar el movimiento pendular de un reloj, ahora necesitamos efectuar un prodigioso salto en el imaginario para comprender el funcionamiento de una calculadora.

Al estructurar el espacio físico, el automóvil nos ha dado la posibilidad de dominar las distancias. Su aparición transformó profundamente nuestro entorno natural, nuestra economía, nuestro modo de vida. Transformaciones de un alcance aún más radical se anuncian con el advenimiento del computador. En efecto, el computador nos coloniza y, de una forma irreversible, reestructura nuestro tiempo y nuestro espacio. El computador está a punto de realizar próximamente la síntesis entre el pensamiento técnico y el pensamiento simbólico. La máquina a vapor había reemplazado con ventaja los recursos físicos del hombre o del animal; la informática y su revolución amplifican los recursos intelectuales del hombre. La evolución actual de los computadores revela que finalmente esta máquina, tal vez, nos permitirá alcanzar nuestros más grandes mitos, en la medida en que contribuirá a correr las limitaciones que el tiempo y el espacio han siempre impuesto al hombre.

Esta evolución de los computadores, por su aumento en velocidad, es decir, en potencia, se traduce en su funcionamiento en tiempo real. La posibilidad de conexión de los computadores entre sí, así como con otras máquinas, anticipa la generalización de las redes telemáticas y la abolición de ciertas limitaciones de la distancia. La distribución de los centros de decisión y su multiplicación al conducir a la “diseminación” de la inteligencia y del poder permiten esperar otras formas de estructuraciones sociopolíticas. De hecho, presenciamos, en esta perspectiva, la emergencia de un nuevo reconocimiento y conciencia de la individualidad.

Los computadores llamados de *quinta generación*, que se perfilan en el horizonte de los próximos años, nos introducirán al universo desconocido de la inteligencia artificial. Procesarán no sólo datos, números o letras, sino también “conocimientos”, al desarrollar razonamientos por deducción. La dificultad de dominar un medio de expresión, trátase del material pictórico o de la resistencia del mármol, participó siempre en el enriquecimiento del acto creador. Tal vez el enriquecimiento esencial procederá en menor medida de las facilidades ofrecidas al artista por los recursos de la informática, que de las dificultades que le impondrá la informática para expresar su sensibilidad; dificultades que lo llevarán por caminos inéditos. ¿Nos encontramos en el umbral de un nuevo Renacimiento cultural? ¿Crearé la telemática las condiciones objetivas de una “otra” forma de convivencia a una escala que permita abolir las distancias físicas? En todos los ámbitos, el acto de creación se libera de las limitaciones espaciales y temporales, gracias a las transmisiones a distancia, a la convergencia de los datos en los sistemas de mensajería, a las consultas hechas posibles sin desplazamiento físico... También nos hace falta tomar en consideración que la potencia fantástica de cálculo que nos ofrecen estas herramientas dará a los artistas un poder sin igual de explorar, a una velocidad inédita, el campo infinito de las posibilidades que suscita el mundo del ensueño, del imaginario del pensamiento humano.

Este aspecto de la transformación de nuestra relación con el tiempo y el espacio lo privilegian los artistas que reivindican su pertenencia a esta comunidad de sensibilidad que constituye la estética de la comunicación. Todos los artistas se sienten afectados, a través de prácticas diferentes, por asuntos que siempre remiten a las dimensiones espaciotemporales y a las realidades cronotopológicas. Asuntos que jamás habían sido tan agudos como lo son hoy. La aceleración de nuestras posibilidades de despla-



miento geográfico, la ampliación de nuestro capital de información, la realización de ciertas experimentaciones científicas sobre el tiempo hacen vacilar, en parte, nuestras bellas certidumbres mentales sobre este tema y muchos más...

Estas vacilaciones abren a los artistas la oportunidad histórica de practicar una ruptura en las convenciones de la representación, al poder encaminarse en la vía de los fenómenos extemporales, que son verdaderamente la problemática básica de nuestra época. De igual forma, en esta misma orientación se manifiestan los indicios de una convergencia de la “sensibilidad moderna” hacia las fuentes profundas y ancestrales del pensamiento religioso, filosófico y místico de oriente. Se nos hace muy necesario constatar que el conjunto de estas mutaciones, inducidas por los sistemas mediáticos, reorganiza a nuestras espaldas el conjunto de nuestras representaciones estéticas.

Estética de la comunicación, espacio interior, **preceptos Zen**

Si el hombre moderno está en busca del dominio de su propio universo físico, está también cada vez más preocupado por la conquista de su propio espacio interior. Tal preocupación, a través de ciertos signos, se reafirma, de la más evidente forma, por un regreso pendular al polo individual. Si los principios del Zen nos invitan, por su sabiduría, a renunciar a nuestra tentación de querer explicar el mundo, también nos invitan a concentrarnos para poder constatarlo, a fin de tener una posibilidad de fundirnos en él... ¿Podríamos suponer que, en mayor o menor grado, es esto lo que, sobre el andén del metro, hace el viajero que mira fijamente la pantalla de control del circuito cerrado de televisión, a tal punto que, por ello, olvida subir al tren que lo habría llevado a su destino? Constatar el mundo, un ejercicio para el cual, cada vez con mayor frecuencia, nos conviene las tecnologías de comunicación, que tienen la posibilidad de enviarnos a nuestro presente y de hacernos tomar conciencia de éste, por su mediatización instantánea. Nuevas tecnologías cuyas modalidades de funcionamiento nos permiten de alguna manera una reapropiación del tiempo y un “redescubrimiento” de nuestro presente.

Al actuar como prolongación de nuestros sentidos, los nuevos medios borran el pensamiento estructurado y lineal, disuelven el concepto, y nos inducen en otros tipos de comportamientos antropológicos. A su manera, como la mediación, instauran condiciones específicas y privilegiadas, donde nuestra relación con el tiempo, con el espacio, con la materia, con los objetos, se encuentra renovada. Los nuevos medios abren la vía a otros tipos de conocimiento, a otras formas de conciencia... Al proponer una reflexión sobre el tiempo y el espacio, que no se efectúa a partir de discursos y de teorías, sino por procedimientos originales y singulares, los artistas de la estética de la comunicación tratan de hacernos comprender hechos inmanentes, en los cuales nos implican directamente, esforzándose por poner en evidencia nuestra relación existencial con el mundo. Nos proponen una exploración y una navegación aventuradas en el seno de un universo de las telecomunicaciones cada vez más denso y complejo. Viaje hacia esta tierra prometida, donde el tiempo de los ritmos biológicos, el tiempo de los relojes, el tiempo técnico, el tiempo profano y el tiempo sagrado se juntan para confundirse y unirse en un tiempo única suprasensible.

El arte tiene hoy por objetivo hacernos tomar conciencia de un cambio radical de nuestros comportamientos, y en este proceso el artista sugiere sus propios modelos. Estos nuevos modelos tienen como función un conocimiento más grande de nosotros mismos. Las nuevas tecnologías prolongan nuestras percepciones y predisponen a

cada individuo, en su vivencia, a apartar las fronteras para alcanzar los ámbitos de lo suprasensible, que estamos próximos a descubrir... Esta red, cada vez más cerrada, que teje nuestro entorno comunicacional, contribuye, a largo plazo, a favorecer la emergencia de una conciencia global que tenderá a sustituir la noción típicamente occidental de fragmentación individual. Al facilitar una cierta sincronía, los nuevos medios refuerzan la conciencia colectiva. El hombre moderno, envuelto en una esfera cambiante de informaciones, debe encontrar el tempo de su propia partitura para realizar su integración armónica al movimiento general.

La estética de la comunicación testimonia sobre esta relación armónica y el placer que de ella se deriva, sobre nuevas formas de expresión propias de nuestra época y sobre formas de arte extremadamente diversificadas, que se basan en un concepto fundamental: el de relación. En estas formas de arte, la noción de intervalo constituye la idea de base determinante. Entramos al período de las artes del intervalo.

En el contexto de las relaciones dinámicas puestas en juego, en los intercambios múltiples y las combinaciones interactivas propuestas por el artista, este campo circunscrito de energías constituye su objeto primario. Las formas de arte que provienen de la estética de la comunicación dan cuenta de los ritmos naturales que hacen parte de la vida de cada individuo y los vinculan con nuestro universo cotidiano tecnológico de las comunicaciones. El puente está tendido entre naturaleza y cultura... A través de los procesos complejos de sincronía en los cuales estamos constantemente implicados, tenemos la constante impresión de participar a un pulso global compuesto por una variedad infinita de pequeñas melodías particulares. Esta situación, cuando la experimentamos, nos proporciona el sentimiento de una profunda adhesión al mundo que nos rodea. Son las mismas frecuencias que atraviesan la actividad mental de nuestro cerebro, que se encuentran, de alguna manera, después en expansión en las redes eléctricas, electrónicas y telemáticas.

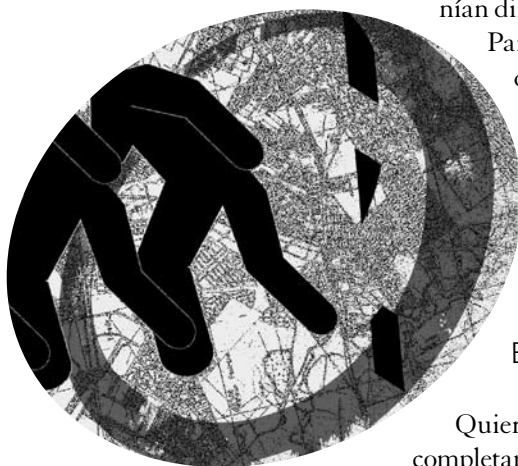
En la puesta en relación de los ritmos individuales con los que se desarrollan las redes telemáticas, así como en la puesta en evidencia de los ritmos humanos respecto a los campos de la energía cósmica, reside hoy el nudo central del arte contemporáneo. Un arte contemporáneo de búsqueda que, sobre todo, no hay que confundir con la producción artística inspirada en el mercado.

Yves Klein 'El Monocromo', el precursor sensible, ya nos indicó el camino en esta dirección. Su prematura desaparición no le permitió conocer los sorprendentes desarrollos de nuestra sociedad electrónica y de comunicación. En varias formas, es evidente que su práctica artística, así como el pensamiento que la sustentaba, provenían directamente del campo circunscrito por la estética de la comunicación.

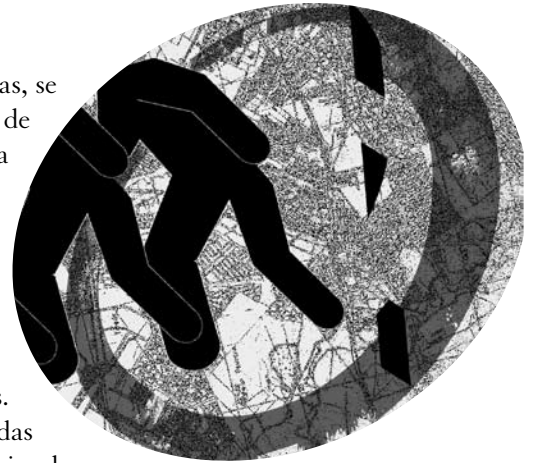
Para él, como para nosotros hoy, el problema del arte no es un problema de objeto, de forma o de color, sino ante todo un problema de energía por localizar, manipular, repartir, representar... El conocimiento de lo sensible no aparece jamás como una interfaz mediática del concepto y del conocimiento intelectual. El conocimiento de lo sensible proviene de prácticas específicas, que se fundan más bien en la experiencia vivida, ofrecida sobre el modo de la repartición y, a veces, de la participación activa.

Estética de la comunicación y **crisis de la percepción**

Quiero insistir en el hecho de que la sensibilidad contemporánea está completamente impregnada de duda e incertidumbre. Las nociones de espacio



y de tiempo, las escalas de tamaño que se creía adquiridas, se cuestionan. Nuestra época atraviesa una profunda crisis de percepción en el momento en que la interpretación teórica de diferentes fenómenos físicos está también cuestionada. Nuestra sensibilidad se encuentra, de esta forma, marcada por este clima ambiental; modelada por los efectos continuos de cambios fundamentales, cuyos ritmos se aceleran. Los medios tecnológicos se volvieron, para el hombre moderno, prótesis que nos introducen en comarcas del tiempo y del espacio que nos eran, incluso ayer, inaccesibles. La televisión y el teléfono a diario nos remiten a los antípodas e instalan el mundo en nuestra sala. Frente a la noción clásica de objeto separado, de límite, de lugar único, estamos llamados actualmente a reaccionar, cada vez más, a las nociones de interfaz, de conmutaciones y de simultaneidad. La ubicuidad no es más una vista utópica de la mente: la tecnología de comunicación se realiza todos los días bajo ciertas condiciones.



Este mundo de lo sensible que vivimos se manifiesta por desplazamientos de informaciones, configuraciones dinámicas que nos arrastran y nos asen en sus movimientos. Representaciones que nacen y toman vida en estructuras de elementos intercambiables, llamados dispositivos, sistemas, redes... Los cambios sensibles de nuestra percepción y de nuestra relación con el mundo que de esto se derivan en nuestros más corrientes comportamientos testifican del nacimiento de una nueva estética. Una cuyo objeto que ella designa se sitúa desde ahora fuera de lo visible y de tangible en las zonas de la infrapercepción donde se encuentra nuestra sensibilidad de hombre moderno. Los sistemas tecnológicos de intercambios —en los cuales estamos directamente implicados a la vez como actores y a título individual o colectivo como elementos constitutivos del sistema— abren, en efecto, el camino a relaciones de lo sensible, que ya no pasan obligatoriamente por lo visual o lo verbal.

Nuestra experiencia periodística se desarrolla en un campo global de interacciones y de acontecimientos creados por los medios eléctricos o electrónicos. El baño permanente de informaciones en el cual vivimos inclina nuestra manera de sentir hacia nuevas formas. Inevitablemente, si no está descarrilado o desviado por presiones económicas de su vocación natural, el arte actual debería responder a las expectativas de esta nueva sensibilidad y suministrarle, por medio de su descubrimiento, sus formas específicas de expresión, que provienen precisamente de esta estética de la comunicación y de un arte que sería algo distinto de un arte de ver o de oír; un arte cuya práctica y finalidad se sitúan más allá de la imagen, del gesto pictórico, del objeto... en la comunicación en sí y sus modalidades de funcionamiento.

El proceso de desmaterialización del arte desde Duchamp, así como el recurrir de los artistas al concepto, a la actitud, a la intención, favorece la apertura de su lectura. El ámbito mismo del arte se encuentra, por ello, ampliado. Con Yves Klein, su escuela de sensibilidad, su teatro del vacío, su perspectiva cósmica, se nos introduce fonéticamente en la civilización confrontada con la conquista del espacio y con los misterios de la materia. En la sociedad de la electrónica y de las telecomunicaciones, el hombre se encamina, cada vez más, hacia una relación menos concreta con la realidad, hacia una desmaterialización de su cotidiano vivir. Nuestra sensibilidad no puede ser ausente a ser profundamente modificada por ello.

El arte debe ahora hacernos sentir que el recorte de los sonidos o la codificación de las imágenes sólo es una ilusión detrás de la cual se agitan millones de electrones.

La representación que se esfuerzan en “encarnar” los artistas de la estética de la comunicación es una representación que extrae su origen de más allá de lo real, más allá de las apariencias y de los marcos conceptuales acostumbrados. La tecnología nos conduce a una “comprensión” del mundo, donde la referencia pierde su sentido en beneficio de las fuentes electrónicas de evaluación. Las representaciones videográficas e infográficas sustituyen la materialidad de las distancias con tal fuerza, que están a punto de disolver pura y sencillamente su referente.

Las bases sobre las cuales pretendíamos antes fundar y legitimar nuestras representaciones se hacen precarias y, a menudo, sospechosas. Con la imagen televisiva, por ejemplo, nuestra percepción vacila, debido al choque temporal de la difusión instantánea. En esta misma imagen el obstáculo físico, así como el obstáculo del tiempo, se diluyen, de pronto, en una azulada nube de electrones... El espacio se encuentra aplanado, reducido, laminado por el vector de comunicación. La aceleración, el ralentizado o el retroceso de la imagen fílmica o de video conmocionan nuestros conceptos y nuestras convenciones del tiempo. La noción de espacio continuo y homogéneo de herencia euclidiana se pulveriza frente a los nuevos conceptos de espacio discontinuo. Espacio jalonado por algunas balizas que nuestra percepción a escala humana es incapaz de localizar. Es imperativo, entonces, que desde ahora aprendamos a instalarnos en lo provisional. Tenemos que hacernos a la idea de un permanente andar; acomodarnos a una inestabilidad que tendremos que terminar por domesticar, y encontrar, finalmente ese punto, fijo y móvil a la vez, desde donde nuestra mirada podrá descubrir e inventar esta nueva relación entre nuestro espacio vivenciado, nuestro espacio electrónico y nuestro espacio en el futuro... Para esto tendremos que apoyarnos en nociones que se deben integrar lo antes posible y que llevan por nombre palabras extrañas y bárbaras: conmutación, arborescencia, intermitencia, intervalo, modular, interactivo...

Estética de la comunicación, sensibilización, sensualización

Si la reflexión y el trabajo llevado a cabo por la estética de la comunicación nos ayudan a compartir y a comprender procesos todavía complejos, por medio de los artistas que la representan, éstos contribuyen a evidenciar las relaciones sensoriales que mantenemos con los nuevos medios. Después de haber creído, durante mucho tiempo, que estos medios “desensorializaban” la comunicación, constatamos que eso no es cierto. Integrados cada vez más a nuestro modo de vida, estos medios constituyen una especie de red sensible por donde transitan a cada instante nuestros intercambios. Se volvieron soporte, prolongación, amplificación de nuestras más íntimas vibraciones.

Nuestra relación de dependencia de las tecnologías de comunicación en la vida cotidiana nos permite afirmar que esta situación es generadora de nuevas formas de sensibilidad. La televisión, por ejemplo, creó una forma de relación estética singular sobre la “presencia a distancia”. La televisión, así como el computador, son fuentes vivas de pulsiones de entorno, cuyos efectos sobre nuestro sistema nervioso no controlamos todavía. Se puede preguntar, por otra parte, sobre una utilización que, a largo plazo, podría transformar algunos de nuestros procesos de pensar. Es demasiado evidente que los sistemas mediáticos de nuestra sociedad electrónica “calientan” impasiblemente nuestro entorno y lo llevan a un cierto grado de *sensualización*. Estamos sumergidos permanentemente en un baño electrónico que le dispensa al individuo una gama cada vez más intensa de estímulos.



El cuerpo de la sociedad, así como nuestro propio cuerpo, se encuentran envueltos en una inmensa red de comunicación. Al miedo y a la nostalgia de aquellos que denuncian el riesgo de vernos amputados de una relación física directa con el mundo inmediato, respondemos que practicamos desde ahora hibridaciones que constituyen los ritos de paso. Cada vez más estos fenómenos de hibridación asocian estrechamente al hombre con la máquina. En el futuro próximo, es altamente previsible que el computador desempeñe el papel de interfaz entre funciones técnicas y orgánicas. Los medios electrónicos producen una ruptura cognitiva que constituye una verdadera revolución psicológica susceptible de modificar radicalmente nuestra relación con el mundo. Esta revolución, contrariamente a los temores de los más pesimistas, contribuye a enriquecer las facultades sensoriales de nuestro organismo. Nuestros sentidos táctiles y acústicos se encuentran activamente convocados. Hechos de percepción y hechos de cognición se integran simultáneamente, desde ahora, en nuevas configuraciones que se escapan al pensamiento lineal.

Lo que el artista de la comunicación quiere expresar por sus acciones es que nos encontramos en el centro de un proceso global de información y que su funcionamiento complejo coloca al individuo en una posición inédita, donde éste se ve obligado a descubrir, a inventar las nuevas formas de regulación con su medio. El objetivo de los artistas de la comunicación no es, en efecto, producir significaciones en el primer nivel, sino hacernos tomar conciencia de cómo la práctica generalizada de la comunicación interacciona, finalmente, con el conjunto de nuestro sistema sensible. Cómo esta evolución coloca los datos de una *sensibilidad moderna* en el umbral de nuestras percepciones y de nuevas *formas de sentir* que abre, de esta manera, nuevas vías estéticas...

Referencias

- Art Sociologique* (1977), s. d., pp. 10-18.
 Bateson, G. (1977), *Vers une écologie de l'esprit*, París, Le Seuil.
 Bertalanffy (1973), *Théorie générale des systèmes physiques, biologiques, psychologique, sociologique, philosophique*, París, Dunod.
 Capra, F. (1983), *Le temps du changement*, París, Rocher.
 Costa, M. (1982), Conferencia Musée d'art moderne de la Ville de Paris, Exposition Electra, París.
Current Anthropology (1968), vol. 9, núms. 2-3.
 Daval, J. L. (1981) *Relation et relation*, Liège, Yellow Now.
 Eco, U. (1965), *L'oeuvre ouverte*, París, Seuil.
 Kerckhove, D. de (s. f.), director del programa Marshall McLuhan.
 Lippard, L. (1973), *Six years. The dematerialization of the art object from 1966 to 1972*, New York, Praeger.
 McLuhan, M. (1968), *Pour comprendre les médias*, París, Seuil.
 Popper, F. (1975), *Le déclin de l'objet*, París, Chêne.
 — (1980), *Art action participation*, París, Klincksieck.
 Thom, R. (1984), "Entretien", en *Le Monde*, 2 de julio, s. p.
 Winkin, Y. (1981). *La nouvelle communication*, París, Seuil.

