

Cómo explicar el arte. (Gabriel Borba, Galería Paulo Figueredo)
 (3) Explicar la Recepción (Conferencia 04/11)

Vilém Flusser

La enorme mayoría de las informaciones que vamos adquiriendo en el transcurso de nuestra vida consisten en informaciones codificadas. Esto es: en informaciones compuestas de símbolos que fueron organizados según determinadas reglas. Son informaciones culturales, que fueron emitidas con el propósito de ser recibidas. El resto de las informaciones que recibimos, por ejemplo las experiencias del mundo externo y de nuestro cuerpo, como lo son los rayos solares o los dolores intestinales, son informaciones no codificadas, y fueron emitidas sin el propósito de ser recibidas. La distinción ontológica entre “cultura” y “naturaleza” reposa, en el fondo, bajo nuestra capacidad de distinguir entre mensajes codificados y dirigidos deliberadamente para nuestra recepción, y mensajes no-codificados y no-deliberados. Pues quien dice “código”, dice “significado entendido”. Los símbolos contenidos en código significan algo, y quien los descifra descubrirá tal significado. De manera que la distinción entre “cultura” y “naturaleza” es una distinción entre el contexto que quiere ser significativo, y el contexto a ser significado. Hacer tal distinción no es tarea fácil, porque los mensajes naturales pasan por el cedazo de la cultura antes de alcanzarnos, y porque los mensajes culturales pueden, a su vez, ser significadas contra su intención, y de esa manera formar una “segunda naturaleza”. A pesar de tal dificultad, se puede afirmar que el mundo que nos informa es predominantemente cultural, mundo codificado. Mundo de libros, imágenes, instrumentos, leyes, teorías, no mundo de impresiones sensoriales como sonidos, colores, formas, o como goces y sufrimientos. Por lo tanto, un mundo de segundo grado.

Pero, habiendo dicho esto, es necesario considerar lo siguiente: todo símbolo significa, en último análisis, una experiencia concreta, so pena de ser símbolo vacío. El mundo de segundo grado, el mundo de la cultura, significa, en último análisis, el mundo de la experiencia concreta, so pena de ser un mundo vacío. El mundo de la cultura puede tapar casi completamente a la experiencia concreta, pero su propósito es, en último análisis, el de significar tal mundo concreto, de mediar entre nosotros y tal mundo. De modo que la cultura se justifica en la medida en que se consigue significar la experiencia concreta. Y en la medida en que no consigue hacerlo, en la medida en que se sustituye a la experiencia concreta, la cultura será alienante. Este es el

criterio fundamental de toda crítica de la cultura, y, más específicamente, de toda crítica del arte.

En líneas generales, es así que todo mensaje cultural va a ser recibido: (1) se verifica si hay una intención atrás de ese mensaje, con el objeto de contrastar que se trata de información codificada. (2) Se busca, en la memoria, si ésta almacena el código del mensaje. (3) Se descifra el significado del mensaje. (4) Se almacena el mensaje descifrado en la memoria, con el objeto de servir como mediación, modelo, para la adquisición de informaciones futuras, y sobretodo de informaciones que provienen de la experiencia concreta. Por cierto: los pasos de recepción antes catalogados son recorridos, por regla, con rapidez de relámpago, y no son conscientes. Pero se hacen conscientes cuando hay dificultades para atravesarlos. Ejemplos: un antropólogo que encuentra una piedra de la cual no pueden decidir si su forma es intencional, o si se trata de una información cultural codificada. Un explorador que encuentra un objeto codificado (máscara, instrumento), que no consigue decodificar por falta del código correspondiente en su memoria. Crítico que contrasta mensajes en un código conocido, pero lleno de ruidos que dificultan el desciframiento. Un receptor que verifica que el mensaje decodificado no se encuadra en los modelos ya almacenados por él.

Los cuatro pasos enumerados son recorridos durante la recepción de todo mensaje cultural, sin importar qué tipo de información transmitan. Pero tratándose de mensajes artísticos, esto es, mensajes cuya intención es la de proporcionar modelos de convivencia concreta (y no, primeramente, de conocimientos o de comportamientos), el tercero y el cuarto paso son difíciles de ser transpuestos, y tal dificultad está inscrita en la intención del emisor del mensaje. El artista quiere que su mensaje contenga ruidos, y que su modelo propuesto entre en conflicto con los modelos ya disponibles. Por lo tanto, es sobre esto que la crítica del arte debe concentrarse.

Decir de determinado mensaje que contiene ruidos puede significar dos cosas: que el mensaje fue perturbado durante la transmisión, o que el emisor introdujo elementos extraños en el código. El primer caso se aplica a mensajes de largo recorrido, por ejemplo a cuadros gastados por el tiempo, o a manuscritos garabateados. El crítico debe eliminar los ruidos y restablecer el mensaje. El segundo caso se aplica cuando el artista buscó modificar el código, a fin de hacerlo más rico y permitir que transporte mensajes de nuevo tipo. Ante tal dificultad de desciframiento, entre estos dos tipos de ruidos, no siempre es fácil distinguirlo. Pero el criterio de distinción es este: los ruidos que empobrecen el mensaje son de transmisión, los ruidos que lo enriquecen

son deliberados. De tal manera que cuanto más difícil es el desciframiento de determinado mensaje por causa de ruidos intencionales, más vale la pena intentar descifrarlo. Será un mensaje tanto más informativo. Y tanto más enriquecerá la memoria del receptor, ya que aumentará la competencia de los códigos por él almacenados.

Pero es claro que ninguna dificultad es agradable. Es más cómodo si recibes mensajes fácilmente decodificables. De manera que cuando determinado mensaje artístico es recibido con agrado, con la sensación de satisfacción, de calma, cuando se considera “bonito”, se puede tener la seguridad que ese mensaje es poco lo que informa y es poco lo que enriquece. Esta es la definición de lo *Kitsch*: mensaje fácilmente decodificable. Por otro lado, la dificultad en el desciframiento de determinado mensaje no es garantía que, una vez descifrado, será informativo y enriquecedor. El artista, al introducir los ruidos, puede haber hecho esto sólo con el objetivo de hacerse más interesante, original, y no con el objeto de transmitir nuevas informaciones. Esta es la razón por la cual programar computadores introduciendo ruidos en los códigos no es un método eficiente para producir informaciones nuevas. La difícil distinción entre ruidos productivos y no-productivos de información nueva tiene que ver con el problema del procesamiento de informaciones, de la “creatividad”, discutido en la primera conferencia. Pero si determinado mensaje, cuando es decodificado, fuera constatado rico debido a los ruidos que contiene, sería recibido con un placer “*sui generis*”, esto es, como bello. La belleza se revela no sólo como resultado del esfuerzo del emisor, sino igualmente con el esfuerzo del receptor del mensaje. La belleza no es fácil.

Amparamos en nuestra memoria grandes cantidades de modelos que escogen y modelan las informaciones que vamos adquiriendo. Tales modelos se sitúan en todos los niveles de nuestra memoria, desde los más superficiales (caso del modelo de átomo de Bohr), hasta los niveles más profundos (caso de los arquetipos y modelos innatos). Los modelos funcionan como red para captar informaciones, e informaciones no captables por los modelos no son adquiridas: pasan por entre las mallas de las redes. Nuestro mundo externo e interno porta la marca de los modelos, de las “categorías” que amparamos. En su conjunto, que puede ser complejo y contradictorio, los modelos nos capacitan para vivenciar el mundo, orientarnos en él, y actuar sobre él. En su conjunto, son redes para nuestras vivencias, nuestro conocimiento y nuestro comportamiento. Kantianamente: son categorías de la razón pura, de la razón práctica y del juicio. Pero anti-kantianamente: no son “*a priori*” (excepto tal vez los modelos innatos), sino que son, ellos mismos, adquiridos en el transcurso de nuestra vida.

Si recibimos modelos nuevos, que no se ajustan a los modelos ya almacenados, toda la red, esto es, toda nuestra existencia en el mundo, puede ser estremecida. En efecto: esto es la experiencia más estremecedora por la que pasamos. Obviamente, la profundidad de ese estremecimiento dependerá del nivel de la memoria sobre el cual el nuevo modelo incide. En teoría, si el nuevo modelo actúa sobre niveles superficiales, el estremecimiento será menos fuerte. Pero si hay interferencia entre los niveles, los superiores pueden afectar a los profundos. Por ejemplo: el modelo del espacio-tiempo propuesto por la teoría de la relatividad es un modelo altamente técnico y en este sentido superficial, pero, una vez adquirido, estremecerá nuestra existencia hasta las raíces.

Los mensajes artísticos transmiten modelos para la vivencia de lo concreto, y afectan en niveles profundos de la red. En efecto: se puede afirmar que vamos vivenciando el mundo, en determinados niveles, gracias a los modelos elaborados por los artistas de nuestra cultura: por los pintores paleolíticos, por los mitagogos neolíticos, por los poetas judíos y dramaturgos griegos, por los escultores del románico y del gótico, por los músicos del renacimiento. Si recibimos modelos artísticos nuevos, esto puede venir a estremecer, a poner en cuestión, toda nuestra vida. Es este el sentido del verso de Rilke de cara al torso de Apolo del Belvedere: “*du musst dein Leben aendern*” (debes cambiar tu vida). Qué tan estremecedora puede ser la adquisición de un nuevo modelo artístico lo podemos observar sobre todo gracias a los nuevos medios de expresión: las experiencias con films y videos estremecen, literalmente, nuestros modelos de tiempo y espacio, y las experiencias con hologramas nuestros modelos de volumen.

Esto no es todo. La “novedad” de un modelo no es en función del momento presente. Confrontados con estatuas griegas arcaicas podemos presenciar el surgimiento de un nuevo modelo, fundador de todo un estar-en-el-mundo occidental; confrontados con el capitel románico podemos presenciar el surgimiento de un nuevo modelo de existencia occidental; confrontados con un fresco de Simone Martini podemos presenciar el surgimiento del modelo de la existencia moderna. Esta experiencia es estremecedora, porque es reveladora de la estructura de nuestro propio estar-en-el-mundo. De ahí la trans-temporalidad del arte: Shakespeare y los impresionistas continúan estremeciéndonos, porque nos confrontan con las raíces de nuestro estar-en-el-mundo, al recordar modelos gastados de su original novedad. En este sentido Bach es por lo menos tan nuevo como lo es Schoenberg.

Sin embargo hay una diferencia entre una pintura paleolítica y un holograma. La pintura está guardada en nuestra memoria, queramos o no, aunque no sabemos decir gracias a qué mo-

delos ellas fueron guardadas. Lo que podemos hacer con ella es utilizarla inconscientemente, o intentar concientizarla. Pero en cuanto al holograma, no está memorizado. De manera que podemos rechazar el modelo, con el objeto de preservar la integridad de nuestra red. Podemos cerrarnos a él. El método más fácil de tal hermetismo esclerotizado es el de la minimización: ya sé que el holograma, si lo comparamos con la pintura paleolítica, es despreciable. Y existe la siguiente agravante: hecho el penoso esfuerzo de incorporar el nuevo modelo, se puede constatar efectivamente que se trata de un modelo inocuo, inconsistente, o inoperante. El cual no merece la pena del esfuerzo desprendido.

Es pues la problemática de la recepción del mensaje artístico: el artista busca introducir ruidos en los códigos por él utilizados, a fin de que éste pueda transmitir al receptor nuevos modelos de vivencias, modelos que lo estremezcan y lo obliguen a cambiar de vida. En la gran mayoría de los casos fracasa en ambos de sus esfuerzos. El código manipulado por él puede ser más pobre que el código original, y el modelo que él elabora puede ser inoperante. La gran mayoría de la producción artística no merece la pena de ser descifrada y almacenada. Pero si quisiéramos descubrir, en esa masa de propuestas, los mensajes que nos enriquecerán y que nos abrirán a nuevas gamas de experiencias (por tanto también de conocimientos y comportamientos), estamos obligados a descifrar toda esa masa despreciable. Tarea gigantesca.

Tal problemática se agrava actualmente por dos factores: uno es la masa de *Kitsch* que nos llama de todos lados, que se constituye en “arte efectivo”, ya que de hecho modela nuestras vivencias, nuestros conocimientos y nuestros comportamientos, y que es difícilmente criticable por los criterios expuestos, ya que funciona subliminalmente. Tal “arte de la actualidad” (films, programas de tv, jukeboxes, proyectos urbanísticos) nos satisfacen, es bonito, no exige esfuerzo de desciframiento, fortalece nuestro estar-en-el-mundo, y no nos invita a confrontarnos a “otro arte”.

El segundo factor agravante es la revolución de la cual hablé en la segunda conferencia. El hacer artístico se está modificando radicalmente. El artista tiende a sólo informar objetos, pero canales, y cuando informa objetos, ellos son muchas veces objetos no-tradicionales (cintas de celulosa o magnéticas, memorias de computadores). De manera que el artista va recorriendo el código que necesitamos aprender antes de poder descifrar los mensajes. El peligro es que confundamos la novedad del código con la novedad de los ruidos introducidos en él por el artista, y la no-objetividad del modelo con la novedad de su estructura. En los códigos nuevos se pueden enmascarar reglas gastadas, y en los nuevos objetos modelos gastados. La cinta de vídeo

puede parecer una novedad, cuando es un recocado de la pintura o de la historia gastada. De modo que la revolución en los medios puede enmascarar tradicionalismo y academicismo. En tal caso no vale la pena aprender los nuevos medios, si recibiremos siempre los mismos mensajes.

Recibir mensajes artísticos jamás fue tarea fácil. Generalmente resulta una decepción, y si sucediera como corresponde, estremece. Pero tampoco nunca la tarea fue tan difícil como lo es actualmente. Más vale la pena intentar emprenderla. Porque, si sucediera como corresponde, emancipará al receptor de la opresión programadora ejercida por el “arte de masa”, y abrirá regiones insospechadas de vivencias estremecedoras. Y no será esto “vivir”: ¿ser cambiado por nuevas vivencias que llevan a nuevas decisiones y nuevas acciones?

Traducción del Portugués: Andrea Soto Calderón