

3. EL MENSAJE ESTETICO

I. *El mensaje ambiguo y autorreflexivo*

I.1. En cierto aspecto, la estética de Croce se nos aparece como una manifestación extrema de la estética de la expresión en la que, en lugar de una definición de la naturaleza del mensaje poético, se nos sugieren sus efectos por medio de un juego de metáforas imaginativas. Se trata de la doctrina de la cosmicidad del arte. Según ésta, en la representación artística se respira la vida del cosmos; en lo singular palpitaría la vida del todo y el todo se manifestaría en la vida de lo singular: «cada representación artística es, en sí misma, el universo, el universo en aquella forma individual, aquella forma individual como el universo. En cada acento del poeta, en cada creación de su fantasía, está todo el destino humano, todas las esperanzas, todas las ilusiones, los dolores, las alegrías, las grandezas y las miserias humanas; todo el drama de lo real es perpetuo devenir, sufriendo y gozando» (*Breviario di estetica*).

Aunque vaga y poco consistente, en cierto modo esta definición del efecto poético coincide con algunas de las impresiones que recibimos al contemplar una obra de arte. Ahora trataremos de ver si la perspectiva semiótica nos permite explicar mejor este efecto, en términos de los procesos comunicativos analizados.

I.2. De momento, nos referimos a una conocida subdivisión de las funciones del lenguaje, propuesta por Jakobson y admitida hoy por la conciencia semiótica. Un mensaje puede cumplir alguna de las siguientes funciones, o varias de ellas a la vez:

a) *referencial*: el mensaje pretende denotar cosas reales (incluyendo las realidades culturales: por ello, el mensaje «esto es una mesa» es

referencial, aunque también lo sea «según Kant, la existencia de Dios es un postulado de la razón práctica»);

b) *emotiva*: el mensaje tiende a provocar reacciones emotivas (por ejemplo: «¡cuidado!», «¡imbécil!», «te quiero»);

c) *imperativa*: el mensaje es una orden («haz esto», «vete»);

d) *de contacto*, o *fáctico*: el mensaje finge la provocación de emociones, pero de hecho sólo pretende comprobar y confirmar el contacto entre dos interlocutores (los mensajes «bien», «de acuerdo», que se producen en el curso de una conferencia telefónica, y la mayor parte de los saludos convencionales, felicitaciones, etc.);

e) *metalingüística*: el mensaje tiene por objeto a otro mensaje (por ejemplo: «la expresión “¿cómo estás?” es un mensaje con una función de contacto»);

f) *estética*: el mensaje reviste una función estética cuando se estructura de una manera ambigua y se presenta como autorreflexivo, es decir, cuando pretende atraer la atención del destinatario sobre la propia forma, en primer lugar.

En un solo mensaje pueden coexistir todas estas funciones, y de hecho, en el lenguaje cotidiano, se producen continuas interrelaciones y superposiciones, aun en el caso de que predomine alguna de las funciones.

I.3. Un mensaje con función estética está estructurado de manera ambigua, teniendo en cuenta el sistema de relaciones que el código representa.

Un mensaje totalmente ambiguo resulta extremadamente informativo, porque prepara para numerosas selecciones alternativas, pero puede estar al borde del rumor: es decir puede quedar reducido a un puro desorden. La ambigüedad productiva es la que despierta la atención y exige un esfuerzo de interpretación, permitiendo descubrir unas líneas o direcciones de decodificación y, en un desorden aparente y no casual, establecer un orden más calibrado que el de los mensajes redundantes [cfr. Moles, 1958; Eco, 1962].

En el mensaje estético sucede lo que sucedía en el argumento de la tragedia, según las reglas de la poética de Aristóteles: el argumento ha de procurar que suceda alguna cosa que nos sorprenda, que vaya más allá de lo previsible y que sea *parà tèn doxan* (contrario a la opinión común); pero, para que este acontecimiento sea aceptado e integrado, hace falta que reúna

algunas condiciones de credibilidad, a pesar de ser ficticio; debe ser verosímil, debe ser *katà tò eikòs*. Es increíble y sorprendente que un hijo quiera matar a su madre, instigado por su hermana (y ante un hecho como éste, contrario a toda expectativa, el espectador se pondrá sobre ascuas, debido a la ambigua carga informacional de la situación); pero, para que el hecho no sea rechazado como una locura, es preciso que sea verosímil: el hijo quiere matar a la madre porque ésta ha inducido a su amante a matar a su esposo.

La tensión informativa, el desarrollo de la línea narrativa hasta alcanzar el punto extremo de la improbabilidad, pasado el cual el ánimo del espectador exige una conclusión que relaje una atención demasiado tensa, hace precisas unas bases de normalidad. Para que se manifieste con toda su fuerza de suspensión «abierta», la información debe apoyarse en unas bandas de redundancia.

I.4. *En consecuencia, dejando establecida esta función, el mensaje exige, como fin primario de la comunicación, que sea intencionado.* Un mensaje como *el tren llega a las dieciocho por la vía 2*, en su función referencial, dirige mi atención hacia el significado contextual de los términos, y de allí al referente; estamos fuera del universo de los signos; el signo se ha consumado, sólo quedan una serie de secuencias de comportamiento que son la respuesta.

Pero un mensaje que me mantiene en vilo entre información y redundancia, que me impulsa a preguntar qué quiere decir, mientras, entre las brumas de la ambigüedad, entreveo algo que, en su origen, dirige la descodificación, es una especie de mensaje que comienzo a examinar, *para ver cómo está hecho.*

Desde luego, me inclino a ver cómo está hecho cuando presenta algunas características que no son otra cosa que una deducción correcta de las características principales de la ambigüedad y de la autorreflexión:

a) Los significantes adquieren significados adecuados solamente por la *interacción contextual*; a la luz del contexto se reaniman por medio de clarificaciones y ambigüedades sucesivas; nos remiten a un determinado significado pero al hacerlo se nos aparecen otras posibles interpretaciones. Si alteramos un

elemento del contexto, los demás elementos pierden todo su valor.

b) La *materia* de que están hechos los significantes no es arbitraria respecto a sus significados y a su relación contextual: en el mensaje estético incluso la substancia de la expresión tiene una forma. El parentesco entre dos palabras que se relacionan en cuanto a significado está reforzado por el parentesco sonoro que aporta la rima; los sonidos parecen recalcar el sentido evocado, como en la onomatopeya; el conjunto físico de los significantes, en una relación y sucesión dadas, realiza un ritmo sonoro o visual que no es arbitrario respecto a los significados. Cuando se usa una figura retórica como la anáfora, y para describir un desfile se dice: «llega la caballería, llega la infantería, llegan las banderas», la sucesión paralela de la idea, determinada por la sucesión paralela de los significantes, se estructura homológamente a la sucesión paralela de los hombres que se representan desfilando; el código se usa de manera inusitada y me obliga a establecer un parentesco entre referentes, significados y significantes.*

c) El mensaje puede abarcar *varios niveles de realidad*: el técnico y físico de la substancia de que se componen los significantes; el de la naturaleza diferencial de los significantes; el de los significados denotados; el de los distintos significados connotados; el de las expectativas psicológicas, lógicas, científicas a las que remiten los signos. En cada uno de estos niveles se establecen una especie de relaciones estructurales homólogas, *como si todos los niveles fueran definibles*, y en efecto lo son, *en relación a un solo código general que los estructura a todos*.

I.5. Nos encontramos en el centro del fenómeno estético, que puede ser analizado incluso cuando se produce en términos reducidos: por ejemplo, en un mensaje que, sin presumir de obra

* Jakobson [1960] analiza de una manera magistral la rima como factor de relaciones por la que «la equivalencia del sonido, proyectada en la secuencia como su principio constitutivo, implica inevitablemente la equivalencia semántica» y por este camino reduce a factores relacionales incluso aquello que, en una perspectiva semántico-estructural, muchos los consideran «signos expresivos». Cfr. BARGHINI, 1963; RAFFA, 1965. Sobre el tema de una estética estructuralista véase, además, DORFLES, 1965. Para el análisis estructural de la poesía, cfr. JAKOBSON, LÉVI-STRAUSS, 1962; LÉVIN, 1962; CHATMAN, 1966; RUWET, 1963.

de arte (sistema complejo en el que las funciones estéticas se producen en todos sus niveles), ya está orientado hacia la función estética. Es famoso el examen que Jakobson [1960] dedicó al eslogan político «*I like Ike*», en el cual notaba que «en su estructura sucinta, está constituido por tres monosílabos y contiene tres diptongos / ai /, cada uno de los cuales está seguido simétricamente de un fonema consonántico / ..l.k..k /. La disposición de las tres palabras presenta una variación: en la primera no existe ningún fonema consonántico; junto al diptongo de la segunda hay dos y en la tercera hay una consonante final... Los dos terminales de la fórmula *I like / Ike* riman entre ellos y la segunda de las dos palabras que riman está íntegramente incluida en la primera (rima en eco): / laik / - / aik /; es una imagen paronomástica de un sentimiento que envuelve enteramente al sujeto. Los dos extremos forman una aliteración y la primera de las dos palabras aliterantes está incluida en la segunda: / ai / - / aik /, imagen paronomástica del sujeto amante envuelto en el sujeto amado. La función poética secundaria de esta fórmula electoral refuerza su expresividad y eficacia».

Una lectura de esta índole nos ayuda a comprender la dirección en que puede moverse la investigación semiótica del mensaje estético.

Naturalmente, a medida que el mensaje se hace más complejo, y su esteticidad más intensa, el análisis se complica y se puede fragmentar en varios niveles o grados. Así, en el conocido enunciado de Gertrude Stein (*/a rose is a rose is a rose is a rose/*) podemos notar:

a) Una utilización del código indudablemente poco habitual. El mensaje resulta ambiguo precisamente por un *exceso de redundancia* en el uso de los significantes; la utilización de la redundancia es tan reiterada que llega a generar una tensión informativa;

b) el mensaje resulta *redundante* incluso al nivel de los significados denotados; no puede haber afirmación menos equívoca, pero el principio de identidad (nivel mínimo de la denotación en que el representante se recibe a sí mismo como interpretante) se repite de una manera tan provocativa que resulta ambiguo, llegando a infundir sospechas (pregunta: en cada una de sus apariciones, ¿el significante tiene siempre el mismo significado?);

c) se desprende una *información* a nivel de los subcódigos definicionales (científicos y filosóficos); es decir, las definiciones que estamos

acostumbrados a oír se articulan de manera distinta; la novedad del procedimiento casi nos impide reconocer al significado denotado;

d) se desprende una *información* a nivel de los subcódigos alegóricos y místicos: sistema de expectativas retóricas según las cuales la «rosa» habitualmente connota varios significados simbólicos que aquí son sugeridos y eludidos a la vez;

e) se desprende una *información* a nivel de los subcódigos estilísticos, es decir, de los sistemas de expectativas establecidas casi como normas, como consecuencia de ciertas costumbres estilísticas adquiridas por otras lecturas poéticas (esperamos otras utilizaciones metafóricas del término «rosa», afirmaciones emotivas sobre la belleza de la rosa, etc.).

Incluso en un análisis sencillo de esta clase, se demuestra que información y redundancia están establecidas a distintos niveles, aunque se influyen mutuamente.

I.6. Integrando y articulando en forma distinta una clasificación propuesta por Max Bense (1965), diremos que en un mensaje estético se pueden individualizar los siguientes niveles de información:

a) Nivel de los *soportes físicos*, que en el lenguaje verbal son tonos, inflexiones, emisiones fonéticas; en el lenguaje visual son colores, materiales; en el lenguaje musical son timbres, frecuencias, secuencias cronológicas, etc.: es el nivel de una substancia de la expresión que el mensaje estético ofrece como *formada*.

b) Nivel de los *elementos diferenciales del eje de selección*; fonemas, igualdades y desigualdades, ritmos, métrica, relaciones de posición, formas accesibles en lenguaje topológico, etc.

c) Nivel de las *relaciones sintagmáticas*; gramáticas, relaciones de posición y proporción, perspectivas, escalas e intervalos musicales, etc.

d) Nivel de los *significados denotados* (código y subcódigos específicos).

e) Nivel de los *significados connotados*: sistemas retóricos, subcódigos estilísticos, repertorios iconográficos, grandes bloques sintagmáticos, etc.

f) Nivel de las *expectativas ideológicas*, como connotación global de las informaciones precedentes [cfr. A.4., A.5.].

No obstante, Bense habla de una «información» estética global, que no se actualiza en concreto en ninguno de aquellos niveles, sino en lo que él llama «correalidad» (*Mitrealität*) que

denotan todos los niveles correlativos. Según Bense, esta «correalidad» viene a ser la situación contextual de improbabilidad que la obra presenta respecto a los códigos subyacentes y a la situación de igualdad de probabilidades a que se ven sometidos; pero debido a la formación hegeliana de su autor, el término adquiere con frecuencia ciertas coloraciones idealistas. Por ello, la «correalidad» parece denotar alguna «esencia» —y la Belleza no sería otra cosa— que se realiza en el mensaje, pero que no puede ser determinada por medio de instrumentos conceptuales. Esta posibilidad debe ser eliminada, en una perspectiva semiótica coherente, con la formulación de lo que llamaremos el *idiolecto estético*.

II. *El idiolecto de la obra*

II.1. Podemos seguir adelante con nuestras investigaciones estilísticas para demostrar que a medida que el mensaje se complica se establece una autorreflexión, cuando a cualquier nivel se articulan las soluciones *según un sistema de relaciones homólogas*. El juego de diferencias y oposiciones a nivel rítmico equivale al de las oposiciones a nivel de los significados connotados, al conjunto de las ideas evocadas, etc. ¿Qué significa la afirmación estética de la unidad de contenido y forma en una obra bien hecha, sino que *el mismo diagrama estructural rige para los distintos niveles de organización*? Se establece una especie de red de formas homólogas que constituyen el *código particular de aquella obra*, y que resulta una medida muy equilibrada de las operaciones que destruyen el código preexistente, para convertir en ambiguos los niveles del mensaje. Si, como pretende la crítica estilística, el mensaje estético actúa como *violación de la norma* [cfr. Spitzer, 1931; Auerbach, 1946; Empson, 1930; Alonso, 1957] (y la estructuración ambigua respecto al código no es otra cosa), todos los niveles del mensaje la violan siguiendo la misma regla. Esta regla, este código de la obra, es un *idiolecto* por derecho propio (definiendo el idiolecto como el *código privado e individual del parlante*); de hecho, este idiolecto origina imitaciones, maneras, usanzas estilísticas y, por fin, normas nuevas, como enseña la historia del arte y de la cultura.

Cuando la estética afirma que se puede entrever la totalidad

y la validez de una obra, aunque sea fragmentaria o deteriorada por el tiempo, es porque, del código que se perfila al nivel de las partes aún perceptibles, puede deducirse el código de las partes que faltan y se adivinan [cfr. Pareyson, 1954, VI]. En definitiva, el arte de la restauración se basa en esta posibilidad de deducir las partes que deben ser reconstruidas, de las que aún existen. Cosa que, en teoría, debería ser imposible, puesto que se trata de reconstruir partes que el artista había inventado, al margen de todos los sistemas de normas y de previsiones válidas en su tiempo (y en otro caso se habría producido un manierismo); pero el restaurador —como el crítico, y como el ejecutante respecto a la partitura musical—, precisamente es quien redescubre las leyes que rigen la obra, su idiolecto, el diagrama estructural que compone sus partes.

II.2. Puede parecer que la noción del idiolecto está en contradicción con la noción de ambigüedad del mensaje. El mensaje ambiguo predispone para un número elevado de selecciones interpretativas. Cada significante se carga de nuevos significados, más o menos precisos, no a la vista del código de base (que en realidad es infringido), sino a la luz del idiolecto que organiza el contexto, y a la luz de otros significantes que reaccionan uno con otro, como para buscar el apoyo que el código violado ya no ofrece. De esta manera, la obra *transforma continuamente sus propias denotaciones en connotaciones*, y sus propios significados en significantes de otros significados.

La experiencia de descodificación resulta abierta, procesual, y nuestra reacción inmediata es la de creer que todo lo hacemos converger en el mensaje. Creemos que el mensaje «expresa» el universo de las connotaciones semánticas, de las asociaciones emotivas, de las reacciones fisiológicas que su estructura ambigua y autorreflexiva ha suscitado.

Pero si la obra-mensaje, en una dialéctica de ambigüedad y de reflexión, se proyecta en un campo de connotaciones tan vasto y dinámico que llegamos a creer que «expresa» lo que nosotros podemos incluirle, gracias a su forma, ¿no se produce en este caso una «aporía»? Por un lado, tenemos un mensaje con una estructura que permite una lectura «abierta»; por otro, una lectura tan «abierta» impide reconocer en el mensaje cualquier estructura formalizable.

Están en juego dos problemas perfectamente separables, aunque profundamente vinculados y complementarios:

a) En el curso de la comunicación estética se actúa una experiencia que no puede ser reducida ni a una medida cuantitativa ni a una sistematización estructural.

b) Pero esta experiencia ha sido posible gracias a algo que, en cada uno de sus múltiples niveles, *ha de tener una estructura*, ya que en otro caso no existiría comunicación sino una pura estimulación casual de reacciones aleatorias.

Por lo tanto entran en juego, por una parte, el *modelo estructural del proceso de fruición*, y por otra, *la estructura del mensaje en cada uno de sus niveles*.

II.3. Examinemos el punto a). Es evidente que cuando contemplamos un palacio del Renacimiento con su fachada de sillería, el objeto palacio es algo más que el plano, la sección, los diseños de la fachada; incluso la materia, con sus rugosidades, con las calidades táctiles que sugiere, aporta alguna cosa a nuestra percepción, que no puede ser descrita por medio de una fórmula exhaustiva. La estructura de la obra puede definirse en términos de un sistema de relaciones espaciales realizadas *en la sillería*. Puede analizarse, no una piedra determinada, sino la relación entre el sistema general de relaciones espaciales y la presencia de la sillería; y solamente esta relación puede ser integrada en una relación ulterior. La estructura singular de la obra se basa en esta serie de relaciones; en teoría, cada piedra podría ser sustituida y el conjunto material podría sufrir algunas variaciones, sin que cambiaran las relaciones del conjunto.

Sin embargo, cuando toco y miro las piedras, experimento ciertas sensaciones que no pueden ser objeto de comprobación aunque forman parte de la fruición. A consecuencia de la ambigüedad del mensaje, estos hechos están *previstos* en el contexto, y el mensaje es autorreflexivo porque puede ser contemplado como una forma que hace posibles las distintas experiencias individuales. En todo caso, la semiótica se ocupa de la obra solamente como mensaje-fuente, y por lo tanto como idiolecto-código que sirve de punto de partida para una serie de posibles

elecciones interpretativas: *como experiencia individual, la obra puede ser teorizada, pero no medida.*

De ahí que lo que se ha dado en llamar «información estética» solamente sea una serie de posibilidades actuadas, sobre las que no puede hacer mella ninguna teoría de la comunicación. La semiótica y la estética de origen semiótico pueden explicar *lo que puede llegar a ser una obra, pero no lo que realmente ha sido.* Lo que verdaderamente ha llegado a ser una obra sólo puede explicarlo la crítica, como narración de una experiencia de lectura.

II.4. Examinemos ahora el punto *b*). Cuando decimos que el libre movimiento de atribución de un sentido al mensaje se debe a la presencia en él de signos de alguna manera «expresivos» y por su elevado índice de connotación, de hecho introducimos la cuestión *b* en la cuestión *a*. Ya sabemos que el mensaje abierto permite una interpretación abierta y progresiva. Podría elaborarse toda una estética que se limitara a este reconocimiento, y de hecho, la estética filosófica, como último límite de su rigor teórico, puede llegar a esta afirmación.

Pero cuando se somete el mensaje estético a examen semiótico, debemos transformar los artificios llamados «expresivos» en artificios de comunicación fundados en códigos (ya sean observados o discutidos).

En otro caso, estamos obligados a distinguir entre una *información semántica* y una «*información estética*» [por ejemplo, Moles, 1958], interpretando la primera como un sistema de relaciones que puede ser trasladado de su soporte físico a otro y la segunda —enraizada en la misma naturaleza de los soportes materiales— sólo puede ser trasladada de una manera aproximada. Ciertamente, la presencia de los niveles que Bense llama *sensoriales* influye en la estructuración de los demás y determina su poder comunicativo, pero el problema consiste precisamente en saber *si los códigos pueden ser identificados incluso a estos niveles.*

La noción de idiolecto estético, aun interpretando el mensaje con una función estética como una forma en la que los diferentes niveles de significado forman un bloque con el nivel de los soportes físicos, confirma el hecho de que para todos ellos deba realizarse una estructura homóloga. Esta estructura habría de

permitir también que los elementos materiales de la obra fueran interpretados en términos de oposiciones y diferencias.

No se trata solamente (como hemos hecho en A.3.I.6.) de comprobar que la obra establece una relación entre la *presencia* de los soportes materiales y los restantes niveles. Se trata de estructurar en lo posible esta presencia «*bruta*». Cuando se convierte a su vez en sistema de relaciones puede eliminarse el concepto equívoco de «información estética».