

Comunicación, estética y política

Editorial

EN ESTE NÚMERO de la revista *Versión* nos propusimos reflexionar sobre un conjunto de prácticas comunicativas que se inscriben en la intersección de dos dimensiones de la experiencia colectiva, tradicionalmente separadas: la estética y la política. La estética se entiende como conocimiento y experiencia sensibles, el estudio de la forma y del acto mismo de creación. La política, en su sentido más amplio, se refiere al espacio público de confrontación y de creación de formas de convivencia orientadas a alcanzar el bien común.

La noción de estética nos remite a una forma de conocimiento que se produce a través de los sentidos (la vista, el oído, el olfato, el tacto y el gusto) y por tanto al conocimiento de la realidad fenoménica, al mundo de las apariencias, por oposición al mundo de las ideas, al conocimiento abstracto alcanzado mediante la razón. En ese sentido amplio la noción de estética remite al arte como a la política: prácticas sociales que se despliegan en el espacio público.

Progresivamente, la noción de estética en el campo de la filosofía fue restringiendo su sentido para designar a la ciencia de lo bello o filosofía del arte. A partir del siglo XIX dos tendencias paradigmáticas marcaron el desarrollo de las teorías estéticas: una teoría subjetivista, centrada en la experiencia del sujeto, en el carácter del juicio estético fundamentalmente desinteresado y en el acto de creación como una finalidad sin fin; y una teoría centrada en el objeto estético, valorado según criterios extra estéticos como la sociedad, la cultura, la política o el mercado. A partir del siglo XX, con la emergencia de las nuevas tecnologías de la información y el desarrollo de la filosofía del lenguaje, se desarrollaron múltiples teorías estéticas, de las cuales dos de ellas, son

pertinentes para los estudios de comunicación: la estética axiológica, entendida como la ciencia de lo bello y de lo feo, vinculada a una teoría del valor, y la estética de la significación como parte de las ciencias del lenguaje que considera a la obra de arte como lenguaje y, en ese sentido, como vehículo de comunicación.

En este número se discute el carácter paradójico del acto de creación que es a la vez una experiencia íntima del sujeto, incomunicable como tal y un acto de comunión con el otro, a quién se ofrece la obra de arte como un don. La obra de arte que resulta del acto de creación es totalmente nueva y por tanto indeterminada; pero sin embargo está orientada a establecer vínculos de comunicación con los otros.

Con el desarrollo alcanzado por el mercado del arte es necesario distinguir claramente entre el arte como un negocio que responde a intereses económicos y el arte mismo derivado del acto de creación como finalidad sin fin, y las relaciones recíprocas que se establecen entre ambos fenómenos en las sociedades capitalistas contemporáneas. Mientras el arte como negocio se rige por la lógica de la acción racional, como acción orientada a fines, es decir por la lógica de la ganancia y de la acumulación; la actividad artística, en cambio, como acto de creación, es experiencia subjetiva y se rige por el juicio estético, el cual se funda en el gusto (me agrada o me desagrada), y en el desinterés.

En contra de las perspectivas que reducen la política a las contiendas electorales y a las acciones de gobierno, entendemos a la política en un sentido amplio como las luchas más o menos conscientes de distintos sujetos (individuales o colectivos) por su emancipación, frente a la normatividad establecida que los excluye. La política remite a la construcción colectiva de la comunidad de acuerdo con los principios de libertad y de igualdad como horizonte de expectativas. Sin embargo, la institución de la comunidad es siempre contingente, conflictiva, incompleta y el vínculo social, paradójico. En palabras de Rancière¹ lo que une/desune a la comunidad es el desacuerdo y en términos de Laclau² la política remite siempre a la decisión sobre lo justo y lo injusto en cada caso particular, cada decisión tiene carácter singular, contingente, lo que hace que la política sea a la vez posible e imposible, ya que la justicia como tal nunca es “completamente realizable”, queda siempre un resto. En ese sentido,

¹ J. Rancière, *El desacuerdo. Política y filosofía*, Nueva Visión, Buenos Aires, 1996, p. 173.

² E. Laclau, “Desconstrucción, pragmatismo y hegemonía”, en Chantal Mouffe, *Desconstrucción y pragmatismo*, Paidós, Buenos Aires, 1998, pp. 97-136.

la política —como el arte— se fundamenta en la facultad del juicio, no de la razón, el cual sirve para decidir sobre particulares.

Desde el primer cuarto del siglo XX, las vanguardias europeas y los movimientos revolucionarios en Alemania o en Rusia pusieron en el centro del debate la vinculación arte-política. En ese contexto, el término “estetización de la política” como una forma de “incautación perversa de la política por una voluntad de arte, por el pensamiento del pueblo como obra de arte” fue formulado por W. Benjamin, entre otros autores, como crítica de la acción propagandística de la Alemania Nazi. La discusión en torno al compromiso necesario del arte con la realidad social fue retomada por los intelectuales de izquierda. El sentido de la polémica que tuvo lugar en aquel momento en México, en el seno del Partido Comunista, se expresa con claridad en las posiciones antagónicas descritas por Octavio Paz en el número 5 de la revista *Barandal* (1931-1932),³ de la cual se incluye un fragmento a continuación:

¿El artista debe tener una doctrina completa —religiosa, política, etcétera—, dentro de la que debe enmarcar su obra?, ¿o debe, simplemente, sujetarse a las leyes de la creación estética, desentendiéndose de cualquier otro problema? ¿Arte de tesis o arte puro? [...] Para unos, lo fundamental es la intención, casi religiosa, de su obra. Arte de propaganda. Polémico. De plaza pública. Para los otros, el artista debe ser simplemente artista. La obra de arte, sólo arte. Sin ninguna intención [...] Ni política. Ni economía. Ni bondad. Es solamente arte.

En las décadas de 1960 y 1970, en el marco de los movimientos revolucionarios en América Latina, la discusión en torno al papel de las vanguardias y del compromiso (político) del arte con la revolución adoptó formas mucho más radicales, como se muestra en uno de los trabajos publicados en este número.

Después de la represión y la derrota de los movimientos revolucionarios latinoamericanos, de la expansión de la economía de mercado y del modelo de democracia de masas y con ella la crisis de la representación política, estamos

³ Revistas mexicanas literarias modernas, *Barandal* (1931-1932) y *Cuadernos del Valle de México* (1933-1934), FCE, México, pp. 147-151; citado por Muñoz Vargas, Jaime, Octavio Paz: larva de su profesión de fe. Consultado el 29 de diciembre de 2007 [<http://www.lag.uia.mx/acequias/acequias23/a23p9octavio.html>].

frente a un nuevo fenómeno estético-político: el *marketing* político. La incidencia de los medios masivos de comunicación y las nuevas tecnologías de información en la vida cotidiana, y en la edificación de figuras públicas e instituciones políticas, han conducido a una pérdida de foco de lo político.

En la escena política se han implantado comportamientos, ritmos, lenguajes, formas de argumentación y estrategias de “escenificación” que desvanecen las fronteras entre política y mercado y entre política y entretenimiento. Las formas de estetización de la política que tienen lugar en la televisión se expanden al conjunto de los medios de comunicación: programas cómicos que caricaturizan a los políticos, entrevistas a los candidatos presidenciales en el marco de programas espectaculares de variedades, participación de figuras de la política en *reality shows* como “Big brother”, así como la creciente sustitución del discurso político por el anuncio publicitario. El uso mercadotécnico de la comunicación y la información ha transformado la visión de la política. Se ha suprimido la discusión sobre las alternativas y los destinos de la gestión pública mediante la consagración de las necesidades del mercado. Asimismo, a partir de los sondeos de opinión, se ha despojado a los sujetos y a las colectividades de posibilidades reales de participación en la gestión del destino de la vida en común.

A pesar de ello, en México y América Latina asistimos a la emergencia de potenciales sujetos e identidades políticas que se definen a partir de formas de interacción y producción de mundos simbólico-representativos promovidos por nuevas experiencias estéticas, culturales y comunicativas. En el marco de los procesos urbanos contemporáneos coexisten formaciones estéticas tradicionales con nuevas expresiones estéticas propiamente urbanas, en las que se expresa la protesta social, cuyos espacios simbólicos se confrontan con las expresiones *massmediáticas*. Distintos movimientos sociales, como los campesinos de San Salvador Atenco y la Asamblea Popular de los Pueblos de Oaxaca (APPO) en México, así como los Piqueteros en Argentina o los mineros en Bolivia, han desarrollado formas particulares de acción política y han creado expresiones estéticas orientadas a irrumpir en el espacio público, lo que obliga a los medios a escucharlos y darles visibilidad. Existe una confrontación permanente entre movimientos sociales y medios de comunicación, quienes, desde los distintos lugares de enunciación, intentan darle forma y sentido a los acontecimientos.

Los rituales tradicionales como formas de expresión estética y de comunicación que permiten la creación de vínculos comunitarios, coexisten y se relacionan de manera contradictoria con la lógica del mercado que rige a las

industrias culturales contemporáneas. En este número se abre un espacio de discusión⁴ en torno a los nuevos vasos comunicantes entre política y estética de la comunicación y se ofrece un abanico de experiencias culturales que abarca estéticas tradicionales y alternativas. Danzas, rituales, música, pintura, ex-votos, foto, así como experiencias urbanas de protesta: marchas, movilizaciones, graffiti, etcétera. Experiencias estético-políticas que, a pesar de su presencia en los intersticios de la vida pública, han sido sometidas al silencio de los medios y a las formas del olvido o a la marginación públicas. Formas múltiples de acción donde lo artístico contestatario muestra los alcances políticos de los movimientos sociales.

⁴ Como política editorial *Versión* ha buscado crear un espacio de reflexión para “pensar” la actualidad mediante la discusión teórica de distintas versiones de la realidad política actual. Las distintas posiciones políticas asumidas en los distintos trabajos son responsabilidad de sus autores.