

Universidad Central de Venezuela
Facultad de Humanidades y Educación
Dirección de Estudios de Postgrado
Área Comunicación Social

Maestría en Comunicación Social

ESTÉTICA DIGITAL Y COMUNICACIÓN

Hacia una definición de ciberestética y su relación con la comunicación y la multimedia digital

Autor: Alejandro Terenzani
Trabajo que se presenta
para optar al grado de
Magister Scientiarum en
Comunicación Social

Tutora: Prof. Moraima Guanipa

Mayo 2014

ESTÉTICA DIGITAL Y COMUNICACIÓN

Hacia una definición de ciberestética y su relación con la comunicación y la multimedia digital

Resumen

En este trabajo está planteada la relevancia de la estética contemporánea digital aplicada en la comunicación y el proceso de su evolución en la sociedad como factor ineludible en la comprensión de los mensajes que hoy se crean y circulan. Asimismo se analiza lo que se definirá como “ciberestética”, que es un hecho cultural, filosófico y perceptivo que afecta el desarrollo histórico y teórico del proceso de comunicación colectiva en las distintas sociedades y las diversas manifestaciones culturales contemporáneas ligadas al ciberespacio.

Para ello se estudia la comunicación multimedia en la actualidad, dentro del campo de la tecnología digital. Se entiende igualmente el uso de la herramienta tecnológica en función del proceso de diseño y composición de los distintos productos mediáticos. El manejo de la imagen en la actualidad y su influencia en la percepción y en el proceso de la visión contemporánea, así como la importancia del formato digital en el diseño del mensaje y su comunicación. Se busca comprender cómo la tecnología digital ha influido en la construcción del discurso visual-audiovisual, aplicando los fundamentos de la visión y los principios de la teoría de la percepción en la elaboración de los mensajes multi-sensoriales y su comunicación mediante nuevas tecnologías digitales.

Para ello se abordan distintos conceptos y definiciones de estética, así como de comunicación. Para delimitar una estética digital se aplica una metodología de análisis que se fundamenta en las propuestas de autores como Etienne Souriau (1965) y Max Bense (1976). Finalmente una vez entendido el concepto de estética digital, se aplica a los elementos que constituyen la interfaz en comunicación multimedia para definir sus características y las condiciones que la hacen un fenómeno del mundo tecnológico que conforma un sistema cultural y social propio de este siglo.

Palabras clave: Estética, comunicación, interfaz, multimedia, digitalismo.

DIGITAL AESTHETICS AND COMMUNICATION

Towards a definition of Cyber-aesthetics and its relationship with digital multimedia

Abstract

In this investigation paper, the relevance of contemporary digital aesthetics and communication applied in the process of evolution in society as an unavoidable factor in understanding the messages that are created and circulated today, is referred. It also analyzes what is defined as "Cyber-aesthetics", a cultural, philosophical and perceptual fact that affects the historical and theoretical development of the process of collective communication in different societies and various contemporary cultural manifestations linked to cyberspace.

This multimedia communication is studied at present, within the field of digital technology. The use of the technological tool depending on the design process and composition of the various media products is also understood. The image management today and its influence on the perception and in the process of contemporary vision and the importance of digital technology on message design and communication is also studied. It seeks to understand how digital technology has influenced the construction of visual – audiovisual speech, applying the basics of vision and principles of the theory of perception in the development of multi - sensory messages and communication through new digital technologies.

This different concepts and definitions of aesthetics are discussed, as well as communication. To define a digital aesthetic, analysis methodology that is based on the proposals of authors like Etienne Souriau (1965) and Max Bense (1976) applies. Finally once understood the concept of digital aesthetics, is applied to the elements of the interface in multimedia communication to define characteristics and conditions that make a phenomenon of the technological world that forms its own cultural and social system of this century.

KEYWORDS: Aesthetics, communication, interface, multimedia, digitalism

DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTOS

A todos los que amo y a todos lo que me aman, que son los mismos.

Quiero agradecer a:

La Universidad Central de Venezuela, La Facultad de Humanidades y Educación, la Escuela de Comunicación Social y al Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO) por el respaldo y confianza durante todos estos años.

A mi tutora y amiga, la profesora Moraima Guanipa, por su apoyo, dedicación y excelente guiatura y consejos durante el desarrollo de esta investigación.

A los profesores del Postgrado de Comunicación Social de la FHE de la UCV por sus enseñanzas.

A los profesionales y profesores que me han ayudado y corregido.

A mis colegas de la Escuela de Comunicación Social de la UCV por el ánimo constante.

A mis alumnos y compañeros de estudio por el impulso e inspiración.

A Tamara, Miguel y toda mi familia y amigos por el soporte emocional.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
Introducción.....	2
CAPÍTULO I: ESTÉTICA	10
1.- Primera parte: nociones de estética.....	11
1.1.- Definición	11
1.2.- Evolución del concepto	12
1.3.- Historia de las ideas sobre estética	14
1.3.1.- Platón.....	14
1.3.2.- Aristóteles.....	16
1.3.3.- Plotino	17
1.3.4.- San Agustín.....	19
1.3.5.- Averroes	20
1.3.6.- Tomás de Aquino	25
1.3.7.- León Battista Alberti	27
1.3.8.- Leonardo Da Vinci... ..	28
1.3.9.- René Descartes.....	30
1.4.- Enfoques filosóficos sobre la estética	33
1.4.1.- Alexander Baumgarten.....	33
1.4.2.- Immanuel Kant.....	35
1.4.3.- David Hume.....	39
1.4.4.- Georg Wilhem Friederich Hegel... ..	42
2.- Segunda parte: delimitación de las ideas estéticas	47
2.1.- Arte y estética (del siglo XIX al siglo XXI)	47
2.2.- La estética hoy.....	66
CAPÍTULO II: MULTIMEDIA	69
1.- Primera parte: ideas sobre comunicación.....	70
1.1.- Comunicación	71
1.2.-Tecnologías de la Información y la Comunicación.....	84

2.- Segunda parte: Comunicación Multimediática.....	86
2.1.- Interfaz multimedia y comunicación	86
2.2.- Multimedia interactivo.....	91
2.3.- Comunicación Multimodal.....	94
CAPÍTULO III: ESTÉTICA DIGITAL Y COMUNICACIÓN MULTIMEDIA	98
3.- La estética digital en la comunicación multimedia... ..	99
3.1.- Régimen escópico.....	99
3.2.- Estética según parámetros Bense-Souriau (una metódica)...	100
3.3.- Lo digital... ..	101
3.4.- Elementos para definir una estética digital y Ciberestética...	103
3.5.- Las <i>Qualia</i> digitales.....	107
3.6.- Estética digital informacional.....	116
3.7.- Estética digital realista... ..	118
3.8.- Estética digital y Ciberestética	120
3.9.- Estética digital y comunicación multimedia... ..	122
3.9.1.- Texto/Hipertexto	124
3.9.2.- Imagen digital.....	125
3.9.3.- Sonidos procesados	126
3.9.4.- Video digitalizado	128
3.9.5.- Gráficos animados.....	129
3.9.6.- Interactividad	130
3.10.- A manera de cierre, por ahora	131
CONCLUSIONES	133
Conclusiones.....	134
REFERENCIAS.....	142
Referencias	143
Fuente de las ilustraciones.....	157

Introducción

El presente trabajo está enfocado en la comprensión de las nuevas formas estéticas que han traído al campo de la comunicación, y en especial a la multimedia, las nuevas tecnologías de manipulación digital informáticas.

El mundo digital ha superado las expectativas modernas y posmodernas, y ha creado toda una nueva forma de cultura y comunicación que llega más rápida y más ampliamente a cada vez mayores sectores del orbe, lo que se convierte fenómeno verdaderamente globalizado y universal. La tecnología informática construye una nueva forma de ver, un nuevo modo de percibir, que a su vez establece una nueva estética, ligada a los nuevos medios y la informática. Esta estética es propia del digitalismo y la comunicación multimediática.

La tecnología influye en la presentación e interpretación de la realidad, desde que el ser humano pudo hablar y luego registrar los textos, hasta que empezó a pintar y pudo replicar lo que veía. Por lo tanto, entender cómo la tecnología influye en la percepción es clave para comprender nuestra visión del mundo. La tecnología digital es sin duda una de las que más ha transformado nuestro modo de ver y sentir. Ese modo de ver se relaciona asimismo con la percepción y la asignación de identidades y valores cualitativos en dichos mensajes. Esto entonces tiene relación directa con la estética de dichos elementos. La estética entendida como el conjunto de elementos estilísticos y temáticos que caracterizan a un determinado autor o movimiento artístico, siendo el estilo el carácter propio que da a sus obras un artista plástico, un escritor, un orador o un músico, así como el conjunto de características que individualizan la tendencia artística de una época determinada, nos permite definir y comprender cómo se manifiestan las percepciones y expresiones de cada realidad en un momento histórico (Gombrich, 2003). Esto determinará el establecimiento de las particularidades de una estética del digitalismo.

Una vez plasmados los conceptos para tal fin, se definirá la idea de estética digital, fundamentada en las teorías analíticas de enfoque semiológico, que en relación con los postulados posestructuralistas, permiten establecer las categorizaciones que delimitan aquellos elementos que nos ayudan a identificar las características sensoriales propias de esta forma comunicacional. Igualmente se hará la relación entre la existencia de una estética digital y cómo se percibe en la comunicación multimediática, particularmente en la Internet.

La perspectiva planteada en este trabajo entonces deriva más hacia lo perceptivo, semiológico y tecnológico que hacia lo social o sociocultural propiamente dicho. Sin embargo, no se pierde la relación entre forma y contenido y cómo ésta afecta la captación, comprensión y procesamiento del mensaje.

En este caso se mantiene un enfoque descriptivo y de relaciones con la comunicación. La comunicación contemporánea abarca en este siglo XXI una gran variedad de medios y de formas interactivas. Conocer sus alcances, su concepción, manejo y producción en el campo del digitalismo es fundamental para enfrentar el entorno mediático actual y sus posibilidades. Para ello es importante conocer sus formas y su presentación cultural, enmarcado en una concepción estética nueva, que incluye el mundo real, digital y virtual. Es por eso que se hace interesante comprender cómo la percepción y su componente estético contribuye a la efectividad de los mensajes, más aún en este mundo competitivamente digitalizado. Dice Sartori (2005), desde su punto de vista crítico: “La revolución multimedia es, en su premisa tecnológica, la revolución digital” (p. 231).

Uno de los componentes entonces con los que esa tecnología afecta la percepción y en particular la percepción estética es lo que se llama tecnología multimedia. La comunicación multimediática está ligada íntimamente al desarrollo tecnológico, y naturalmente está forjada por la herramienta digital. Esta presentación nueva de

mensajes, imágenes y percepciones, genera una nueva estética, una manera diferente de ver las cosas, que influye absolutamente en la forma de entender el mundo en este siglo de globalización y digitalización.

Un problema a destacar es cómo definir una estética digital o ciberestética, propia del mundo informático, y de qué manera se relaciona con los nuevos medios de comunicación de cuarta generación. Ello implica justificar esta propuesta.

¿Qué relevancia entonces, qué sentido tiene estudiar cómo es la estética digital en la comunicación multimedia? En primer término es importante definir la idea de estética que puede tener validez en esta formulación. Se debe ir más allá de las estéticas kantianas y los planteamientos del siglo XVIII de Baumgarten sobre belleza y gusto, referidas por decenas de autores desde entonces. Una definición contemporánea, compendio de múltiples discusiones, debe apelar al estilo y a la cultura digital.

Un tema como el de la estética puede ser visto desde muchos puntos de vista, y con diversas consideraciones, desde la perspectiva filosófica más profunda hasta la crítica superficial. Para el caso de esta investigación se tomará en cuenta que es un asunto que ha estado presente de una forma o de otra en la cultura universal, y que los valores estéticos van más allá de la apreciación del arte, puesto que hoy en día se aplica a todas las actividades expresivas, entre ellas la comunicación.

La estética tiene un valor social que va más allá de patrones y normas, y conocer la forma como cada época se identifica en un contexto sociocultural es relevante para la comprensión de su momento histórico. En el caso de este momento del siglo XXI, donde el desarrollo de la tecnología digital afecta todas las formas de expresión de nuestras civilizaciones, tratar de caracterizar una estética digital cobra relevancia para comprender esa realidad.

Siendo así, es importante entender que la comunicación está hoy en día construida sobre un nuevo discurso, con sus propios patrones morfológicos y estéticos, que hacen diferente la relación entre los contenidos y las interfaces. Sobre esto es que se enfoca la presente investigación.

El objetivo que dirige este trabajo se orienta a establecer las características de una Estética Digital, y cómo ésta se condiciona por los elementos tecnológicos de construcción y difusión de los mensajes, definiendo y estudiando los recursos de los múltiples medios de comunicación digital actuales, a fin de formalizar y comprender sus potencialidades, entendiendo patrones estéticos y semióticos, que permitan una nueva aproximación a la realidad multimediática contemporánea y su participación social.

Se propone determinar las formas en que se manifiesta una estética en un momento histórico y cultural, así como establecer los elementos que conforman la comunicación multimediática desde el punto de vista estructural; así como definir las relaciones entre la estética del mundo digital y la comunicación multimedia.

Para el logro de estos objetivos específicos se recurre a unos componentes teóricos que definan los conceptos y sirvan luego para mostrar cómo se aplican a la comunicación multimedia digital. Esto conforma entonces un marco teórico cuyos temas se enfocan a la consecución de los objetivos planteados.

El desarrollo temático cuenta con los siguientes aspectos: un primer apartado referido a la estética, su definición, evolución, cambios de enfoques y perspectiva filosófica. A continuación una sección en la que se trabajan las ideas de comunicación desde el punto de vista contemporáneo, en relación con las nuevas tecnologías y con las relaciones culturales globales actuales. Así mismo se explican las definiciones de Multimedia y comunicación Multimediática, para delimitar su relación con el hecho tecnológico y cultural.

Este trabajo siguió un procedimiento epistemológico de tipo exploratorio, porque se fundamenta en la aplicación de conceptos y propuestas teóricas a un objeto de estudio que será definido en tanto se interpreten y empleen distintos puntos de vista de autores que validen las propuestas iniciales formuladas.

Para ello se definen las ideas que dan base a dicha propuesta formulada, que es el establecimiento del concepto de Estética Digital, y luego su validación dentro de la comunicación multimedia. En consecuencia se delimitan las áreas de estudio en estos campos. El trabajo está dividido en tres capítulos, siendo los dos primeros los que conforman el marco teórico y el tercero donde se desarrolla la metódica propuesta y se establecen los resultados conceptuales.

Primer capítulo: Estética

Consta de dos partes; en la primera se establecen las definiciones válidas de estética y la evolución de ese concepto hasta llegar a las nociones contemporáneas. Asimismo se explican los enfoques filosóficos detrás de cada una de las posiciones que ayudan a precisar cada idea. En la segunda se analiza la relación arte-estética desde la visión clásica, que se delimitó en los siglos XIX y XX, hasta la apreciación actual. Es aquí donde se introduce la presencia del arte digital y sus consecuencias en la estética del siglo XXI. En general se hace necesaria esta enumeración para ubicar en un marco histórico el significado de la estética, aunque luego para la definición de estética digital no se apliquen todos esos conceptos descritos, sino que se eligen aquellos que contribuyen a conformar el objetivo teórico propuesto.

Segundo capítulo: Multimedia

El capítulo segundo que delimita el campo teórico está centrado en la comunicación, por lo que se comenzará estableciendo sus definiciones, para luego abordar los temas específicamente relacionados con esta propuesta: Tecnologías de la Información y la

Comunicación (TICs), Comunicación Multimediática, Multimedia interactivo y Comunicación Multimodal.

Es también importante señalar que el tema de la comunicación en sí es muy extenso y complejo, por lo que para los efectos de este trabajo se hacen algunos esbozos básicos de las teorías que servirán de base útil para el logro de los objetivos planteados. Se dividirá igualmente en dos partes: la primera referida a los conceptos de comunicación y luego a la idea de multimedia.

Tercer capítulo: Estética Digital y Comunicación Multimedia

Finalmente sobre la base de aquellos conceptos anteriormente descritos y seleccionados, se desarrollan todos estos aspectos en conjunto, para después decantarlos y aplicarlos de manera que se sustente la definición de estética digital y cómo se relaciona con la comunicación multimediática, definida ésta también dentro de este cuerpo teórico. Este capítulo corresponde entonces al logro de los objetivos planteados y con él se formula la idea de que el mundo contemporáneo presencia una nueva forma de comunicación y de manejo de la información que a su vez trae una estética propia con sus características, que si obviar las visiones anteriores, establece un marco diferente de percepción y comprensión de la realidad.

Con esto en cuenta se procede al desarrollo de la teoría y la metodología para tal fin y luego se hacen las conclusiones respectivas. En este sentido es importante señalar que la metódica propia de este trabajo forma parte de la misma propuesta, dado que se aplican directamente las ideas de los autores escogidos y sus planteamientos analíticos. Para ello es que se definen esos conceptos estudiados en los dos primeros capítulos.

Una vez entendida la definición de Estética Digital, de Cultura Digital y de Comunicación Multimedia, podemos establecer entonces las relaciones que entre estos elementos se producen, y cómo afectan la percepción, la interpretación de los mensajes y los efectos y fines comunicacionales.

Para ello se define una sistematización que permite encontrar todos aquellos factores que identifican esa “ciberestetica” dentro de la multimedialidad. Una vez sentados estos elementos se discriminan para aplicarlos a la comunicación multimedia desde el punto de vista de lo que es esa estética digital en el mundo real y en el virtual.

Este trabajo está fundamentado en una investigación teórica, por lo que su nivel es exploratorio y documental. Exploratorio porque tema elegido ha sido poco explorado (la estética digital) haciéndose una aproximación a esta nueva realidad; y documental porque se basa en la recopilación teórica de textos y fundamenta su metodología en autores reconocidos en el campo de estudio. Para ello se toman diversas fuentes de manera de sustentar efectivamente las propuestas y cumplir con los objetivos trazados. En ese sentido, el diseño del andamiaje conceptual tomará formulaciones relacionadas con el fin de la propuesta lo cual permitirá una aproximación conveniente al ámbito de interés del contenido, para su exploración, descripción, interpretación y explicación. Para ello se asumirán algunas corrientes específicas de pensamiento, así como modelos de análisis que permiten concretar los postulados planteados.

En este sentido se pueden señalar varios paradigmas teóricos que orientan el procedimiento que permite el logro de los objetivos. El basamento que guía este trabajo tiene en las propuestas de Etienne Souriau y sus “*qualias*” un asidero definitivo. Esto en función de demostrar las características y las cualidades sensoriales de los elementos de expresión digital en general y en los medios de comunicación multimedíaticos en particular. Asimismo, considerando que se toma un

enfoque estructuralista, en la búsqueda de elementos conceptualizadores, se asumirán ideas de Roland Barthes, Umberto Eco y Gilles Deleuze. Algunas de las posiciones posmodernas o deconstructivistas también aportan al ensamblaje que necesita este cuerpo teórico, como las de Gilles Lipovetsky, Jacques Derridá y Omar Calabrese. Como complemento se aplicará la concepción de “Estética Teórico-Informacional” de Max Bense. Un enfoque paralelo se revisará con la propuesta de semiótica y estética realista de Manuel Ocampo. La utilización de estas referencias conceptuales se enmarcan en las ideas estructuralistas desde el momento en que hacen basamento en el análisis semiótico, semiológico y gestáltico, como un campo específico que forma un sistema complejo de partes relacionadas entre sí, como señala Roman Jakobson (1992). De acuerdo con esto se estudian los sistemas de significación y atendiendo a las posiciones postmodernas, cómo este sistema se deconstruye en sus elementos sintácticos y expresivos, para conseguir un estilo que identifique un modelo particular, en este caso el de la estética digital para aplicarlo a la comunicación.

Una vez delimitados esos contornos conceptuales, se desglosan las características de las expresiones digitales contemporáneas y se definen bajo estos parámetros. Los postulados respectivos se explicarán en el desarrollo del trabajo, sobre la base de estos fundamentos. Con esto se tiene el andamiaje que permite la definición de una estética digital y su relación con la comunicación y la multimedia de las últimas décadas.

CAPÍTULO I: ESTÉTICA

1.- Primera parte: nociones de estética

En esta primera parte del marco teórico conceptual se hará una aproximación a los conceptos de estética, las ideas que respaldan sus definiciones y una descripción histórica de cómo se han abordado las nociones de belleza y estilo desde las culturas antiguas hasta el siglo XIX, para más adelante en la segunda parte ver su desarrollo hacia el S. XX y el S.XXI.

1.1.-Definición

Una definición directa de un concepto complejo como el de *estética* corre el riesgo de ser incompleta. Tanto más cuando se refiere a un tema vasto y amplio, como el que tiene que ver con las percepciones, apreciaciones y valoraciones de los gustos y estilos culturales. Por eso aquí no se da un enunciado axiomático, sino un concepto que pueda servir para la comprensión del tema final: la existencia actual de una estética digital que se relaciona con la comunicación contemporánea, en especial aquella que podemos llamar multimediática.

No obstante, antes de analizar los postulados que sobre este término han ido evolucionando durante los últimos cuatro siglos, es conveniente revisar la entrada en el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, en su vigésimo segunda edición del año 2001; la acepción #4 dice: “f. Ciencia que trata de la belleza y de la teoría fundamental y filosófica del arte”. Y la siguiente, # 5: “f. Conjunto de elementos estilísticos y temáticos que caracterizan a un determinado autor o movimiento artístico. La estética del modernismo” (p. 997). Ambos casos se refieren de una manera que trata de ser directa a los puntos claves de este asunto: el gusto y lo bello, y el estilo y la temática. Pero para llegar a una definición amplia y actual se hace primero un breve recorrido histórico que explica la evolución de este concepto.

1.2.- Evolución del concepto

En primer término se hace un recuento cronológico de las ideas relacionadas con la estética, tales como el gusto y la belleza, que sientan los paradigmas epistemológicos que servirán de base para los modelos filosóficos que se irán desarrollando a partir del siglo de la Ilustración europea. Partiendo de Platón y Aristóteles, debe hacerse una relación de cómo fueron cambiando los patrones perceptivos hasta fines del Renacimiento. De seguidas deben verse los postulados de los pensadores de los últimos 300 años, desde Baumgarten y Kant hasta Schiller y Hegel; y de Hume a Taine, para luego entrar en los estudios desarrollados a lo largo del Siglo XIX y XX, con las tendencias artísticas que fueron definiendo los ideales estéticos de cada período. Incluyendo ideas de escuelas con una hermenéutica dialéctica, como la Teoría Estética de Theodor Adorno de los años 1960.

Finalmente se ha de trabajar con un concepto de estética basado en las ideas finiseculares posmodernistas y posestructuralistas que se alejan del valor trascendental y se aproximan al referente semántico. Para delimitar una noción de estética desde un ángulo contemporáneo se tomarán las referencias ideológicas de autores como Umberto Eco en lo que se refiere a semiología, Roland Barthes y sus nociones sobre retórica de la imagen, Benedetto Croce y sus postulados sobre estética de los lenguajes, Ernst Gombrich para el enfoque sobre el estilo, Raymond Bayer que describe una historia de la estética para comprenderla, Max Bense que habla de “Estética científica”, y especialmente Etienne Souriau, quien propone todo un sistema de identificación de cualidades o *qualia* que permiten identificar los elementos que definen un estilo y una estética. El tema del estilo como determinante de una estética también es clave en el desarrollo teórico de este texto.

Es importante, primero que nada, destacar que la palabra “estética” fue acuñada hacia 1750 por el filósofo alemán Alexander Gottlieb Baumgarten. Dice Raymond Bayer:

“La palabra *estética* no hizo su aparición hasta el siglo XVIII al emplearla Baumgarten (1714-1762), y aún en ese momento no significaba más que ‘teoría de la sensibilidad’ conforme a la etimología del término griego *aisthesis*” (1965, p. 7). Por lo tanto, aunque podemos hoy en día hablar de “estética griega”, “esteticismo clásico”, “estética de lo árabe” y así, son aplicaciones del término desde una visión reciente, que no fue entendida de esa manera en su momento histórico.

No obstante, aquello relacionado con lo que nombramos como *estética* ha estado presente siempre, desde el principio de la cultura, sólo que no se identificaba como un elemento de categorización expresiva. El término *estética* como tal deriva pues de la palabra griega *aisthesis*, que significa sensación, conocimiento obtenido a través de la experiencia sensible (Ierardo, 2010). Sin embargo, hoy en día se refiere a una rama de la filosofía que se ocupa de analizar y resolver todas aquellas cuestiones relativas a la belleza y al arte en general. Es por tanto una ciencia de lo bello o una filosofía del arte (Husiman, 2002).

Hay que diferenciar, no obstante, a la **estética** de la **filosofía del arte**, ya que esta última abarca un ámbito mucho más limitado que la *estética*, restringiéndose a las obras de arte y excluyendo a la naturaleza como objeto de estudio. La *estética* trata el problema de la belleza sin acotar su objeto a un campo determinado e incluso trata las relaciones existentes entre el arte y la naturaleza.

Para los efectos de este texto, se propone una definición que será válida en la caracterización que se aplicará a la *estética* contemporánea, y que se desarrollará y demostrará utilizando los elementos de juicio propuestos por Etienne Souriau. Todo ello para aplicarlo las expresiones mediáticas digitales multimediáticas contemporáneas. Siendo así, diremos que *estética* es el conjunto de elementos estilísticos y temáticos que caracterizan a un determinado autor o movimiento artístico. Esta definición resulta de resumir las diferentes fuentes señaladas,

incluyendo el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, tal como se indicó anteriormente.

Consecuentemente, estética digital, “ciberestética” o estética de lo digital, es aquella que se refiere al conjunto de elementos estilísticos y temáticos que se caracterizan por tener origen en el uso de la herramienta informática y en los programas de computación. Se aplica a las artes visuales y multimediáticas, así como a la comunicación y otras manifestaciones culturales. En el caso de la ciberestética, se aplica al ciberespacio, y tiene una serie de características que la hacen claramente diferenciable, que se definirán justamente en el cuerpo de este trabajo.

1.3.- Historia de las ideas sobre estética

Como se señaló de partida, la idea de estética tal como la conocemos hoy no se planteó en el mundo occidental hasta mediados del siglo XVII. No obstante, en todas las culturas y civilizaciones, orientales u occidentales, más o menos antiguas, se ha estudiado y tratado el tema de lo bello y lo bueno, que es, en esencia, el antecedente del análisis estético moderno.

A continuación se señalan algunas ideas desarrolladas por pensadores del mundo antiguo clásico, así como algunos del mundo cristiano y del mundo árabe, hasta llegar a los filósofos del siglo XVIII, quienes son los que abordan un nuevo enfoque a la idea de estética como objeto de estudio con concepto propio. Es importante recalcar que aquí se hace una recopilación para tener un marco referencial, sin que ello implique que todas estas ideas puedan aplicarse a la metodología de este trabajo.

1.3.1.- Platón

El primer filósofo que trató diversos temas desde un punto de vista que podemos llamar “estético” fue Platón. Dice Ángel Cappelletti: “A diferencia de los filósofos

modernos, Platón trata de la belleza y el arte separadamente. No puede decirse que haya escrito nunca sobre estética, si por tal se entiende una materia que se ocupa *al mismo tiempo* de lo bello y del arte” (2000, p. 29). Según él, arte (*techné*) era aquella destreza manual o intelectual que requería cierta habilidad y conocimiento a fin de producir algo. Platón divide las artes en dos clases: las artes productivas de objetos reales, sean éstos materiales o naturales, y las artes productivas de imágenes.

Al ser el mundo material una especie de copia que imita y participa del mundo de las ideas, todo arte será una imitación de una imitación, teniendo, por tanto sólo un valor representativo. Los objetos artísticos son una imitación (mímesis), de lo que ya es una copia (el mundo natural), así que al ser estos sólo una deformación, no pueden aportar conocimiento alguno (Platón, 1945).

Para Platón, “lo bello independiente es un concepto desligado de sus realizaciones, es una esencia para el espíritu” (Bayer, 1965, p. 35). La belleza (*to kalon*) es para él una idea que se manifiesta en las cosas. Lo bello es tal porque en él se refleja la idea que lo determina y que nos transporta más allá de la apariencia inmediata. Hay entonces un impulso hacia la belleza que busca arrancar la mera apariencia y trascender hacia lo inteligible, hacia la verdadera sabiduría. Y hay también una relación entre lo bello y el amor, por eso vemos en el diccionario esta definición de belleza: “Propiedad de las cosas que hace amarlas, infundiendo en nosotros deleite espiritual” (DRAE, 2001, p. 307). Según Cappelletti, en esencia Platón tiene dos concepciones que se pueden inferir en varias de sus obras, como en *Fedro* o en los *Diálogos*; una pitagórica, en la que en el orden, en la medida, en la proporción, en el acorde y en la armonía radicaba la belleza; concebida ésta como una cualidad dependiente de la disposición (distribución, armonía) de los elementos y a la vez, como una propiedad cuantitativa, matemática, que podía expresarse por números (medida y proporción). Y otra, tal vez posterior, en la que la belleza está en relación con la idealización (Cappelletti, 2000,

p. 30 a 36). En este sentido es que se relaciona con las virtudes morales e incluso espirituales.

La esencia de lo bello según Platón se relaciona con la proporción numérica. “Lo bueno y lo bello se consideran como una sola y misma cosa, porque lo bello es tan solo un aspecto de lo bueno” (Klimke y Colomer, 1961, p.62). Esta proposición va ser modificada por su discípulo Aristóteles.

1.3.2.- Aristóteles

Aristóteles mantiene la idea platónica del arte como imitación, ya sea de la naturaleza o de acontecimientos humanos. Pero se diferencia en que para él la división de las artes se establece en virtud del objeto que imitan, ofreciendo un "placer propio" que depende de la exactitud de la imitación así como de la disposición ordenada y armónica de las partes. Dice Ángel Cappelletti: “Lo bello, nunca definido, aparece, sin embargo, descrito o caracterizado por Aristóteles como dotado de “orden, simetría y determinación” (...). El orden implica que todo objeto bello constituye un “cosmos” y no un “caos”, es decir, un todo unificado por un principio y no un todo anárquico. La simetría propone una proporción o correspondencia entre las partes. La determinación o delimitación se refiere a la existencia de límites fijos (...)” (2000, p. 126). Lo bello formal son aquellas cosas que responden a leyes, a órdenes supremos y a condiciones inmutables en la naturaleza: la matemática, la geometría, la simetría. La belleza formal también se manifiesta en el cuerpo humano por ejemplo, que responde a características consideradas bellas por su orden, simetría y proporción. Aquí también Aristóteles relaciona lo bello con lo bueno, siendo bello en el hombre su salud, su fuerza, su grandeza, considerados valores "buenos". Implica entonces una síntesis entre lo racional y lo sensible.

Señalan por su parte Klimke y Colomer: “El arte, para Aristóteles, es imitación de la naturaleza. Pero no imitación de lo particular y relativo, sino al contrario, de lo

universal y necesario. El arte no busca en la naturaleza lo que es sino lo que *debe ser*” (1961, p. 78). Por su parte, Raymond Bayer dice: “Aristóteles no concibe lo bello y el bien como categorías prácticas o técnicas, sino que les atribuye en valor cósmico o metafísico” (1965, p. 45). De esta manera hay algo más allá de lo utilitario en la belleza. Dividió estos sentidos en función del deleite que generaban al captar algo bello: la vista es placer intelectual, el oído es placer moral, por ejemplo. Para él, según Bayer (p. 44 a 49) la belleza era una unidad de partes que tenían las siguientes condiciones: Taxis (distribución en el espacio de las partes componentes del objeto); Symmetría (la correcta proporción de esas partes); y Horisménon (la extensión o tamaño de lo bello). Las cosas no deben excederse ni verse tampoco mermadas en sus dimensiones. Las artes, entonces, son elementos moderadores, buscan el punto medio; y en ello está la clave del bien.

Podemos entonces concluir que en Aristóteles, lo bello, que es esa suma de valores morales y formales, debe poder ser percibido a través de los sentidos. Como en Platón, entonces, se implica un proceso de captación previa de la realidad para luego poder ser asimilada e intelectualizada, por lo que el conocimiento es placentero, y luego conlleva a un disfrute; y es bello lo que gusta por medio de la vista y el oído fundamentalmente.

1.3.3.- Plotino

En el mundo grecorromano clásico otro pensador que estableció ideas sobre la estética, basado en sus antecesores, es Plotino, filósofo neoplatónico autor de las *Enéadas*, nacido en Egipto y radicado en Alejandría, pero de orígenes griegos que vivió también en Roma, y compartió ideas con Porfirio, su más destacado discípulo, quien es el que recapitula su obra en 54 libros, ordenados en seis grupos de nueve ("Enéada" viene de 9). Estos tratan sobre la existencia de tres "hipóstasis" o realidades primordiales: el Uno, el *nous* y el alma. En realidad, el principio básico es

siempre el Uno, mientras que las otras dos hipóstasis y el resto de realidades son derivadas. (Pochat, 2008).

Dentro de esas Enéadas, Plotino dedica tres tratados al tema de lo estético: el *Tratado de lo bello*, el *Tratado de la belleza inteligible* y el *Tratado de la multiplicidad de las ideas y del bien*. Como vemos, la temática es el bien y la belleza, que son los conceptos que se asociaban a lo que hoy llamamos estética (Bayer, 1965).

La primera de las Enéadas es justamente el "Tratado de lo bello", donde Plotino, quien sigue las ideas de Platón, destaca que lo bello se percibe por la vista y el oído, en la combinación de palabras, sonidos e imágenes; y que la melodía y el ritmo, bien sea en la arquitectura, en la música, en la poesía, son las que hacen a estas manifestaciones hermosas. Y lo bello proviene de las sensaciones que ante estas obras se elevan a un dominio superior. Incluso existe una jerarquía de lo bello, lo que es bello en sí, y lo suprasensible. Por lo que lo bello se separa de lo bueno.

El segundo tratado, el de "La belleza inteligible", reflexiona sobre la "naturaleza profunda" de la belleza en los objetos del mundo. La inteligibilidad o forma de ser entendido, la transparencia del arquetipo, la realización luminosa del paradigma. La belleza no es otra cosa que la perfección de la esencia, el modelo en tanto que modelo. Y de esta forma la belleza se recobra en nuestro interior, por la intuición del modelo al que se refiere.

Finalmente está el "Tratado de la multiplicidad de las ideas y del bien", en el que Plotino señala que también hay belleza más allá de las ideas, y que esa tiene que ver con lo que no puede captarse por su forma, figura o construcción. Tal es el caso del amor o del bien, lo cual permite que aquellas cosas informes también puedan ser bellas. Esto contradice un poco los postulados platónicos, sobre todo porque Plotino no se detiene en las bellezas concretas de la naturaleza.

Vemos, no obstante, que todas estas concepciones están ligadas a ideas que hoy nos pueden parecer subjetivas e incluso cuestionables, como las de bondad, moral y belleza paradigmática. Bajo la forma externa hay una forma interna, bajo la simetría está la idea. La armonía es la que refleja la belleza metafísica, que finalmente es el reflejo de la naturaleza como obra de Dios (Pochat, 2008).

En el mundo clásico, hasta la caída del imperio romano de occidente, estas ideas fueron las que prevalecieron, interpretadas o cuestionadas por artistas o pensadores que, sin embargo, aceptaban las ideas platónicas y aristotélicas como básicas en la cultura. Luego el cristianismo fue dominando la Europa Occidental, y con él algunas de estas ideas se llevaron al terreno de lo espiritual. Uno de los pensadores del primer cristianismo que contribuyó a esta nueva percepción fue San Agustín.

1.3.4.- San Agustín

Agustín de Hipona, el sabio San Agustín, es uno de los fundadores del pensamiento cristiano escolástico, y tal vez uno de los padres más notables de la Iglesia Católica. En sus *Confesiones* hay una aproximación casi psicológica al sentimiento religioso, y allí hace varias consideraciones sobre la magnitud de la obra de Dios, su grandeza, bondad y universalidad. Es allí, en ese libro de reflexiones, donde establece unas ideas en relación con la estética que están, naturalmente, ligadas a las nociones de belleza y arte características del mundo antiguo, pero que esta vez se ligan a la influencia de Dios, y son un aporte nuevo a la manera de ver las obras divinas y humanas. Dice: "¿Amamos algo fuera de lo hermoso? Pero ¿Qué es lo hermoso? ¿Qué es la hermosura? ¿Qué es lo que nos atrae y nos aficiona a las cosas que amamos? Porque si no hubiese en ellas alguna gracia o hermosura, de ningún modo nos atraerían hacia sí" (p. 75). En realidad San Agustín no nos deja un concepto de estética como tal, puesto que no era un tema que se abordara en ese entonces, pero sí una filosofía que de alguna manera se relaciona con lo bello y lo bueno. Esta relación

entre bondad y belleza, que ya se postuló en el pensamiento griego, adquiere un nuevo valor en San Agustín: es obra de Dios.

El punto de partida es nuestro propio pensamiento y nuestro propio ser, y la existencia de esos elementos nos inducen a la certeza de que somos por obra de Dios. Ahora bien, el dominio de lo sensible no forma parte necesariamente del dominio del conocimiento, sino también de la percepción y la opinión, ya que sólo es la imagen de la realidad y de la verdad, puesto que todo lo que es verdadero es inmortal y eterno, mientras que lo sensible se caracteriza por ser efímero y finito. No obstante, el universo sensible y caduco puede relacionarse con lo eterno a través del alma, que es eterna (Klimke-Colomer, 1960).

Resulta imposible concebir alguna cosa que sea superior a esta verdad, la del espíritu, que está en función directa de Dios, que a su vez abarca el universo y el ser eterno. El Creador puede ser visto como Ser Supremo, Sede de todas las Ideas o Razón Eterna, puesto que es la causa de todas las cosas, de la verdad, del bien, de la belleza. Está más allá de todo, más que la verdad y el bien, y es la suma de lo bello. Pareciera, según lo hace ver San Agustín, que la belleza fuese superior a lo verdadero y a lo bueno; se trataría de la seducción divina que atraería irremediabilmente a los hombres y mujeres a Dios.

1.3.5.- Averroes

En la cultura árabe que se desarrolló intensamente a partir del siglo VII, primero en el Medio Oriente y luego en lo que se conoce como el Imperio Islámico (Cercano Oriente, Magreb, Hispania), varios teóricos y pensadores analizaron la realidad y sus consecuencias en relación con el contexto religioso y moral musulmán. Ciertamente ninguno manejó el concepto de estética como tal, pero sí varios se acercaron a las ideas de belleza y bondad a la manera de los filósofos antiguos. El más importante es

Averroes, pero no es el único. Para entender su pensamiento es clave hacer referencia a algunos de sus predecesores en el mundo andalusí.

El primero que se puede destacar es Ibn Hazm, alfaquí que vivía en califato omeya de Córdoba hacia el año 1000, y que consideraba que las artes, definidas como la aplicación práctica de la ciencia y del saber son parte sustancial de la condición humana, y su ejercicio controlado contribuye al camino de la salvación. Actividades como la caligrafía, la poesía o la arquitectura, pueden ser negativas si apartan al ser humano del Fin Supremo, pero si se hacen para exaltar y alabar a Alá, se justifica. De la misma manera, perseguir la belleza artística per se es, desde su perspectiva, innecesario, pues se puede ver como un ansia de manifestar poder o deseo de perpetuarse. Ibn Hazm manifestaba de este modo la mala conciencia ancestral ante la suntuosidad del arte y la arquitectura como signo de lujo e impiedad (Puerta, 1997).

Para Ibn Hazm las artes poseen por otro lado, del mismo modo que las ciencias, un remoto origen divino y se transmiten por enseñanza directa en el seno de la sociedad. Son operaciones técnicas ejercidas sobre una materia a la que se cambia de forma con el fin de obtener objetos de utilidad práctica, pero que deben buscar una satisfacción y no una ostentación.

A este filósofo debemos una de las más interesantes definiciones de la belleza surgidas en la cultura árabe clásica, que razona de acuerdo con la siguiente gradación: a) belleza inferior, o aquello que es correcto naturalmente como los órganos corporales y su forma externa, es decir el cuerpo humano como tal; b) belleza intermedia, que viene expresada con los conceptos de esplendor y de dulzura que nos remiten a la idea de hermosura, brillo, y lustre, el primero, y que se trata de un esplendor emanado de los órganos externos combinado con cierta viveza y nobleza interiores; en cuanto al segundo, consiste en la delicadeza, gracia y finura personales; en este grado se incluiría la noción de belleza que para él reúne todos los conceptos

relacionados con la belleza externa "hermosa"; c) grado superior de belleza, que es un "algo" o un "resplendor" inexpresable, pero objetivo, que el alma que contempla percibe al descubrir en el alma del sujeto contemplado una afinidad anímica, como si de un espejo se tratara. Estamos ante una belleza espiritual, aunque con un carácter eminentemente sensitivo que Ibn Hazm liga a percepción sensorial, visual ante todo, sin la cual la mente es incapaz de acceder a los conceptos abstractos (Web-Islam, 2012).

Como se aprecia, en este caso siempre relacionamos la belleza de lo natural, de lo humano, con la divinidad, y los objetos pasan a tener un plano secundario, correspondiendo su belleza sólo a su bondad y utilidad. De alguna forma esto nos hace referencia a las ideas aristotélicas, tan conocidas en el mundo árabe musulmán. Así mismo sucede con el filósofo de Zaragoza Ibn Bayyah, conocido como Avempace, quien hacia 1100, va a desarrollar lo que será uno de los cánones más elaborados del pensamiento árabe en Al-Andalus.

Avempace, ajeno a la problemática de las propuestas de Ibn Hazm, introduce en el pensamiento andalusí la tradición griega y retoma la utopía de la Ciudad Ideal en la línea clásica. Su filosofía entonces gira en torno a un camino de progresiva abstracción y elevación que debe seguir el individuo para transformar la sociedad imperfecta en una Comunidad Ideal donde sea posible la Felicidad Suprema. En este esquema, las artes prácticas son producto de la voluntad humana y pertenecen a la esfera de la reflexión intelectual y en conexión con el cuerpo físico. (Web-Islam, 2012)

No obstante critica la simpleza de lo sensible, lo imaginario y los placeres tomados por sí mismos, puesto que alejan al ser humano de la alta espiritualidad. Muchas artes son, por esa misma razón, cuestionadas, como por ejemplo el uso de la arquitectura

por parte de monarcas y potentados para atemorizar a súbditos y visitantes y obtener celebridad.

La contribución más importante de Avempace a la estética se sitúa en el terreno de la teoría del conocimiento, al ser uno de los notables que en Andalucía comentó la obra de Aristóteles, exponiendo una particular teoría de la visión sobre la base de la interacción de la luz, el color y el medio atmosférico. También incide la importancia de la sensibilidad a la hora del enjuiciamiento estético, y pone como ejemplo la música, basado en la antigua teoría de la afinidad existente entre las cuerdas del laúd y los biotipos humanos. Finalmente, la filosofía de Avempace propone una estética de la contemplación beatífica, según la cual el ser humano puede liberarse de su naturaleza física gracias al conocimiento, que lo lleva a un estado superior de majestad, nobleza, esplendor y dicha (Puerta, 1997).

Finalmente, y teniendo influencias de estos precedentes, surge la figura de Averroes, de nombre árabe Ibn Rushd, nacido en Córdoba a mediados de 1100, quien es considerado el filósofo más notable del Imperio Islámico clásico. Fue filósofo y médico, y preponderantemente maestro de filosofía y leyes islámicas, matemáticas, astronomía y medicina. Uno de los aspectos más interesantes de su trabajo es cómo trató de comulgar las ideas griegas clásicas, particularmente las aristotélicas, con las del islamismo, buscando coincidencias y logrando una síntesis que tuvo influencia en varios campos del pensamiento.

Averroes tomó las críticas de Aristóteles a Platón y las aplicó a los fenómenos espirituales y artísticos, y en este campo coloca al fenómeno expresivo como parte del terreno del mundo físico, definiendo el arte como el paso de lo potencial al acto tangible de la forma, yendo de aquello que está presente en la mente del artesano o el artista al objeto compuesto, que es materia, y que mediante la técnica se consolida en tangible (Puerta, 1997). La configuración mental de la forma artística se explica por

la teoría del conocimiento, unida al aprendizaje, según la cual dicha forma consiste en la reelaboración, a través de los sentidos y las facultades psíquicas gobernadas por la razón, de los datos obtenidos de la realidad sensible.

Mantiene Averroes, por otro lado, la clásica reunión de las artes visuales y verbales sobre la base común de la imitación, que deja en segundo plano la forma en favor del contenido: el placer estético, dice, no viene generado porque la forma imitada sea bella o fea, sino porque en la imitación se produce cierta analogía y un reconocimiento de lo más recóndito, es decir, de lo desconocido sobre la base de una similitud con lo ya conocido (Puerta, 1997). Con esto trata de delimitar la dimensión sensible y placentera de las artes en favor de su dimensión ética, lo cual es un punto de vista diferente al de la mayoría de los filósofos musulmanes de su época.

Su estética se completa con los conceptos de equilibrio y claridad, consustanciales al orden y armonía de la creación y de la perfección sensorial, intelectual y artística. Pondera entonces el carácter equilibrado de las cosas, mejor que aquellas expresiones de la exageración y la fantasía. Se anima al artista ser fidedigno, a sacar a la luz del entendimiento las relaciones ocultas de la realidad, a revelar su orden interno y contribuir así al conocimiento y la virtud (Web-Islam, 2012).

Lo más notable es la influencia que tuvo Averroes en la filosofía europea medieval. Muchos de los conceptos que se discutieron durante la Baja Edad Media provenían de las traducciones que él había hecho de los clásicos antiguos. Incluso hubo una tendencia llamada averroísta en el mundo cristiano, que fue centro de polémicas y contra la cual se opusieron los después llamados escolásticos (Klimke-Colomer, 1961). Aunque siguió teniendo cierto peso entre algunos filósofos posteriores (como Giordano Bruno o Pico della Mirandola), la figura de Santo Tomás de Aquino, fuerte opositor a los conceptos de Averroes, hará que terminen diluyéndose sus ideas dentro

de la cultura de Europa. Pero sin duda este pensador es una referencia para la difusión de las ideas griegas en el mundo árabe.

1.3.6.- Tomás de Aquino

Durante el primer siglo del segundo milenio la cultura europea tuvo un crecimiento apalancado por la economía y el desarrollo tecnológico que se iba dando en los centros urbanos, que llevó también a un impulso intelectual que se notaría en diversas formas. La filosofía es una de ellas. En este resurgir tiene influencia la presencia de los pensadores árabes, y el retomar los contenidos de los filósofos griegos, en especial Sócrates, Platón y sobre todo Aristóteles. La reinterpretación de sus postulados, aplicados al cristianismo es lo que se conoce como Escolástica.

Muchos personajes a partir del año mil, ligados a la Iglesia, fueron elaborando teorías escolásticas, pero quien seguramente es el más destacado será Santo Tomás de Aquino. Nacido en Italia, ordenado Dominicano a mediados de 1200, sus ideas resultaron de una gran influencia en el mundo cristiano, y el peso de su palabra estuvo presente en muchos ámbitos de la vida europea. Si bien no habló específicamente de “estética”, lógicamente hizo referencia a lo bueno y lo bello, tal como lo había hecho Aristóteles (Klimke-Colomer, 1961).

Lo que podemos llamar la aproximación estética de los griegos será reelaborada por Tomás de Aquino e insertada dentro de un sistema que es, a la vez, cristiano, platónico y aristotélico. La belleza es aquello que agrada a la vista (*pulchra enim dicitur quae visa placent*) y es una clase de conocimiento: es la forma inserta en la materia lo que hace bellas a las cosas, confiriéndoles integridad, armonía o proporción y claridad. Hermoso es el resplandor de la forma que abarca todas las partes de la materia que la recibe y a la cual determina. Como el mundo y nuestra mente son un reflejo de lo sobrenatural divino, entender la presencia de Dios es parte de la comprensión de la belleza.

Justamente el resultado de la doctrina tradicional de la belleza, tal como la expone Santo Tomás de Aquino, es la identificación de la belleza con la formalidad o el orden, y la fealdad con la informalidad o falta de orden. La fealdad, como los otros males, es privación. La belleza, con otras palabras, es siempre "ideal", en el sentido propio de la palabra; pero nuestro "ideal" (en el sentido vulgar, aquello que nos gusta) puede no ser bello en absoluto, por lo que hay que ubicarse en el momento en que esto se formula.

Dice Raymond Bayer: “[...] si la obra de un artista es imperfecta, según Santo Tomás es una obra contraria al arte; no es propiamente una obra; únicamente merece el nombre de obra si es perfecta” (1965, p. 93). Esta relación perfección-creación es una cuestión que en la escolástica se planteó desde varios puntos de vista. Para Hugo de San Víctor, el arte es una creación consciente llevada a cabo por el libre albedrío del artesano; éste se acerca a Dios, entonces, tratando de asimilar su obra, que es, obviamente, la creación suprema. La obra divina es inmutable, permanente, eterna y perfecta, pero a su vez libre. Por lo tanto el artista es, en cierto modo, un intérprete y mensajero de la naturaleza y de esa libertad. Según esto son las fuerzas de lo natural las que mueven al hombre a replicar lo natural desde la perspectiva de lo artístico (Bayer, 1965).

En general, los escolásticos representan el universo como una entidad de carácter divino evidente en sí misma, por lo tanto, inalterable y absoluta. Los filósofos escolásticos (Anselmo de Cantorbery, Guillermo de Ockham) no pretendieron construir nuevas teorías sobre la naturaleza de las cosas a partir de la investigación o de conocimientos acumulados, sino explicar las nociones aceptadas por la física de la época (sobre todo Platón y Aristóteles) desde la óptica de la tradición religiosa, considerada como valor absoluto (Panofksy, 2007). De ahí que la estética de este período tenga estas características.

1.3.7.- León Battista Alberti

El paso del siglo XIII al XIV implicó en la Europa medieval un fuerte cambio en la forma de vida, cambio seguramente impulsado por una suma de factores económicos y naturales que influyeron en la actividad de los pueblos y sus costumbres. En este sentido es notable el paso del Gótico al Renacimiento, que va a implicar un nuevo modo de ver las cosas, en particular el arte. Es en este período cuando se comienza de nuevo a escribir y a analizar el arte y sus condiciones de aplicación, retomando los patrones de los clásicos. Vitrubio, arquitecto romano y autor de *Los diez libros de arquitectura* en el siglo I d.C., es revivido como referencia, y dado que el orden y los cánones que se desarrollan en 1400 son de origen greco-romano, sus enseñanzas van a influir grandemente en los tratadistas del Renacimiento (Aston, 1996). En particular sobre León Battista Alberti, quien escribiese varios textos sobre la forma de entender y realizar las diferentes manifestaciones artísticas de la época. En particular tres libros, *De Pictura* (1436), *De Statua* (1451), y *De Re Aedificatoria* (1452), en los que se pueden descubrir las nociones estéticas de este primer Renacimiento italiano, desde su punto de vista (Cabanne, 1986).

En estos libros, sobre todo en el último, que es obra de su madurez, nos dice Alberti lo que considera debe ser considerado bello, agradable y propio, no solo en la arquitectura sino en el arte en general. En ese sentido, resume Raymond Bayer sobre la estética definida por Alberti: “La definición de la belleza está muy claramente expresada: es la *concinntas*, es decir, una cierta conveniencia razonada en todas las partes. Es la armonía, la perfección” (1965, p. 105). Esta definición implica valores positivos y negativos, puesto que no está claro qué es la “perfección”. Más aún, trata de ser objetiva, tal como lo intentaron los aristotélicos. Sin embargo un aporte nuevo de Alberti es su posición de ver la obra artística como un todo orgánico y vivo.

Uno de los aspectos revolucionarios de sus planteamientos es su contraposición a la visión estética medieval. Una obra de arte es, para Alberti, no un elemento dentro de

un sistema teológico, sino una obra independiente, propia en sí. Y en ese sentido, libera a la belleza de su fin. Más aún, ya no es lo bello como útil (a lo aristotélico), ni lo bello agradable (a lo tomista), sino lo bello como búsqueda de la perfección. Una vía era retomando la antigüedad clásica (Baxandall, 1978). Esto no implicaba, sin embargo la simple imitación de la naturaleza, sino su superación. Afirma Bayer:

Finalmente, a Alberti corresponde el mérito de no haberse sometido ciegamente a la teoría de la *mimesis*, de la imitación a la naturaleza. Lejos de estar satisfecho con la imitación, añade lo uno a lo otro como si fueran dos actos diferentes: la imitación de la naturaleza y la búsqueda de la belleza. Es la concepción de la *natura naturans*, propia de la Edad Media y Santo Tomás, en oposición a la concepción clásica de la *natura naturata*. (1965, p. 117)

Estas ideas serán de gran influencia en los artistas, pensadores y hombres de poder en la sociedad del Renacimiento, no sólo en Italia sino en toda la Europa de 1400 a 1500. En resumen, la estética de Alberti es aquella cuya concepción de belleza y bondad está ligada no al hecho divino sino al hecho de su trascendencia. En esta época varios pensadores renacentistas abordaron estas ideas, siendo el más connotado Leonardo Da Vinci.

1.3.8.- Leonardo Da Vinci

No se puede dejar pasar la influencia que tuvo Leonardo en el pensamiento del siglo XVI, no sólo por todo lo que estudió, y cómo fue visto por sus contemporáneos, sino también por lo que escribió. De nuevo, Leonardo no propuso una teoría estética, pero sí estableció una serie de ideas en relación con el arte, la pintura y la belleza, que sin duda son referencia para el mundo occidental.

Uno de los aportes de Leonardo es la curiosidad. Ver los componentes de las cosas, cómo está hecho el hombre y la naturaleza, para llevar eso a sus obras; y a sus textos. Escribió mucho, y entre sus escritos relevantes está el *Tratado de la pintura*,

terminado hacia fines del siglo XV, y que sirvió de referencia a muchas generaciones posteriores. No obstante, sus ideas no estaban “metódicamente” desarrolladas, sino que dejaba fluir sus pensamientos, algo que está reñido con el sistema racional con que luego se quiso investir a sus planteamientos durante el período de la Ilustración europea. Dice el escritor e historiador inglés –que vivió en el siglo XIX- Walter Pater: “Pero este orden rígido estaba muy poco de acuerdo con la inquietud de su carácter; y si pensamos en él como el mero razonador que somete el diseño a la anatomía y la composición a reglas matemáticas, difícilmente tendremos de Leonardo la impresión que tenían los que le rodeaban” (1977, p. 5). Ese fue un libro (el *Tratado*) que realmente nunca fue concluido, y demuestra la volubilidad de Leonardo.

Pero aún así ese texto permite entender el pensamiento estético del segundo Renacimiento. Indudablemente su influencia más notable es la platónica, y resalta siempre que la verdad es la que debe ser reflejada, y lo bello es aquello que sublima lo real. Leonardo hace énfasis en la luz, el uso de la iluminación, en los volúmenes y en el brillo. Y su ideal es aquel que no es simplemente *mimesis* sino simulación. El arte es creación fantástica, y a su vez creación de simulacros (Bayer, 1965).

Uno de los aportes de Leonardo y de la visión renacentista de la estética es el que tiene que ver con la simbología y la relación entre lo real y sus referencias semánticas. Hay una visión heroica, y se traslada a las imágenes, las mismas que quieren representar y decir cosas que van más allá de la simple representación (Aston, 1996). Igualmente, tal como lo desarrolla Michael Baxandall en *Pintura y vida cotidiana en el renacimiento*, en ese momento se desarrolla una percepción estética liga a los hechos sociales, que es lo que él denomina “El ojo de la época”. La experiencia cotidiana del hombre común era la que influía en la forma de ver y naturalmente de representar las cosas, que justamente estaban cargadas de simbolismos, no esotéricos sino accesibles, con connotaciones directas. Y Leonardo

es uno de los más claros exponentes de esto. Remarca Baxandall, poniendo como ejemplo su análisis del movimiento, que es una de sus búsquedas:

En los juicios del siglo XV sobre las personas se presta mucha atención a su gravedad o su liviandad, a su agresividad o su amabilidad. Leonardo pone gran énfasis y ocupa muchas páginas en su importancia para la apreciación de la pintura: “las cosas más importantes al discutir sobre pintura son los movimientos correspondientes a la condición mental de cada ser viviente. (1978, p. 82-83)

Estas ideas también van a modelar la percepción estética de la Europa del siglo XVI y XVII, junto con las de Alberti y las de Cristóforo Landino, quien también escribiera tratados de filosofía y de análisis de las obras de los artistas de su época, bajo la misma visión de Leonardo. En este período tenían la necesidad de obtener un reconocimiento que hoy podríamos llamar “científico”, equiparándose con otras “artes” de la época como la alquimia y la medicina (Gombrich, 2008). Es decir, esto es parte de la visión humanista que caracterizará al Renacimiento italiano.

1.3.9.- René Descartes

Como consecuencia de los cambios que se suscitaron en Europa a partir del Renacimiento se desarrolló una nueva forma de ver y comprender la realidad, que fue pasando del empirismo al racionalismo. Y en el siglo XVII el personaje más notable exponente de este enfoque es el filósofo, matemático y físico francés Renatus Cartesius: René Descartes. Si bien Descartes tampoco escribió específicamente sobre estética como tal, sí hace referencia en su desarrollo filosófico a lo artístico y a aquello que puede considerarse como bello y agraciado, en concordancia con la visión europea de su era. Por lo tanto es importante hacer mención a su pensamiento en este sentido, sobre todo por lo que influirá en la mentalidad de los pensadores europeos en siguientes cien años.

Por supuesto que uno de los aportes de Descartes es su método de la duda ante todo, y eso se traslada a la comprensión y representación de la realidad. Ya no hay una idealización, como en el caso de los humanistas, sino una racionalización. Por lo que atañe a las cosas externas, no podemos servirnos de las sensaciones para conocer sus esencias, porque las cualidades sensibles no responden a las cosas en sí mismas sino que son el modo de reaccionar del sujeto que las siente (Klimke-Colomer, 1961).

“Descartes piensa en lo bello,”-dice Raymond Bayer-“no en lo sublime ni en lo cómico, tampoco en lo feo o en la característica en que se encuentran elementos aberrantes. Un objeto es tanto más bello cuanto menos diferentes sean unos de otros sus elementos y cuanta mayor se la proporción entre ellos” (1965, p. 137). Esto implica que hay también cuestiones de grado, mayores o mejores relaciones, bien sean matemáticas o proporcionales, que a fin de cuentas pasan del racionalismo puro a la deleitación.

Descartes ve en la imitación de la verdad, una misión moralizadora del arte, considerando la razón como su instrumento, porque el único criterio de la verdad es la verdad misma. Uno de sus aportes más conocidos es su método de reconstrucción de la realidad a través de la geometría analítica. Esto influye en la forma de percibir el mundo, de representarlo, y de manera inesperada, va a ser la base 300 años después, del digitalismo, puesto que el sistema de coordenadas ortogonales que define el sistema cartesiano es un antecedente del sistema binario.

Va a influir Descartes en Denis Diderot, el gran filósofo francés gestor de la famosa *Enciclopedia* del siglo XVIII, que trató entre muchos temas el de la concepción del arte y de la belleza, partiendo del teatro y de la literatura, para definir una estética que se centra en la representación y abstracción de lo natural transformado. Una de las ideas de Diderot que va a ser la clave de su pensamiento en cuanto al arte, es cómo el artista imita la naturaleza, donde lo representado termina siendo más real que

verdadero, es decir, la ficción supera la realidad. Con esta aproximación Diderot empieza a fundamentar su estética y a su vez una teoría del arte y la belleza, donde considera que la belleza sensible se da por ciertas características de cada obra como lo son: la forma de representación del cuerpo, la imitación y la gestualidad (Ratto, 2010).

Diderot habla del artista y su creación, señalando que éste no solo debe copiar a la naturaleza, sino seleccionar y aprehender los rasgos de lo natural que convenga reproducir para que una creación sea bella, incluso más bella que la naturaleza misma, entendiendo por bello la superación, por la mano creadora del artista, de lo real perceptible.

Una de las cosas a las que Diderot da mucha importancia, y esto lo refleja en algunos aspectos de la *Enciclopedia*, es a la representación de la configuración del cuerpo humano, tanto racional como sensorialmente, siendo uno de los puntos de referencia hacia una belleza sensible, aquella que es asequible con los sentidos, y relacionada con la armonía de la composición del cuerpo. Diderot también se interesaba en el gesto, considerando al rostro como parte de la expresión corporal, como parte del complejo contenido semántico, fisiológico y psicológico del gesto y de la pose, todo esto característico de la belleza sensible que el artista debe representar. Es aquí donde el arte se hace propio: en la representación de lo natural expuesto en la sensibilidad capturada por el artista (Ratto, 2010). Y este es el fundamento de su concepción estética. Diderot entonces recibe un gran influjo de Descartes por esta mediación.

Descartes va a influir también en Pascal, en Leibniz, en Hobbes, y finalmente sobre Kant, quien va a ser el primero que estudie la estética como ente filosófico. Y justamente durante el siguiente siglo (a partir de 1750) es que se va a definir la estética como objeto de propio de análisis, independiente de otras aproximaciones científicas o morales.

A partir de aquí se comienza a producir una nueva aproximación a las ideas de belleza y estética que son las que van a conformar las concepciones más contemporáneas, fundamentadas en distintos enfoques filosóficos.

1.4.-Enfoques filosóficos sobre la estética

Es a partir del siglo XVIII en Europa cuando se comienza a entender que el estudio de la belleza debe ser visto no como apéndice de ciertos planteamientos filosóficos sino como un cuerpo de análisis particular. Es el profesor alemán Alexander Gottlieb Baumgarten el que acuña la palabra “estética” a mediados del siglo XVIII, si bien su sentido en ese entonces no es totalmente similar al que le damos hoy. Muchos filósofos a partir de estas ideas desarrollaron estudios sobre la apreciación de lo sensible, de lo artístico y de lo bello.

1.4.1.- Alexander Baumgarten

Seguidor de las ideas de Christian Wolff y de Gottfried Leibniz, su pensamiento puede encuadrarse en la gnoseología, y de alguna manera en la metafísica (Cereceda, 2012). Si bien es verdad que de cierta forma esa posición no era realmente original, en su texto de 1735 *Reflexiones filosóficas acerca de la poesía* introdujo por primera vez el término "estética", con lo cual designó la ciencia que trata del conocimiento sensorial que llega a la aprehensión de lo bello y se expresa en las imágenes del arte, en contraposición a la lógica como ciencia del saber cognitivo. Eso en sí es un verdadero aporte, con lo cual va a trascender, aún a pesar de las críticas que posteriormente se le hicieron.

La palabra *estética* (*Ästhetik* en alemán) es en sí la adaptación del adjetivo griego Aisthetike que surge a partir del sustantivo Aisthesis (= sensación) a través de la construcción habitual "ciencia de la Aisthesis", es decir, del conocimiento sensible (Huisman, 2002). El concepto que él propone está referido a la comprensión y

apreciación del conocimiento sensible, y lo interpretó Baumgarten aún al modo de Descartes, viéndolo como una práctica relativamente menor, al modo de idea no definida. Ese estudio de la sensibilidad como una gnoseología inferior, tiene el mérito de haber tratado por separado el sentimiento de la apreciación del arte y de la belleza en general, aunque encuadrándolo como un conocimiento relativo.

A Alexander Baumgarten le cabe el entonces el honor, por decirlo así, de haber sido el fundador de esta disciplina académica en la que por primera vez se reúnen una doctrina general de la sensibilidad con una teoría de las artes liberales, en relación específica con el problema de la belleza (Cereceda, 2012). Es curioso, sin embargo, como dice el mismo Miguel Cereceda, comprobar que: “este hallazgo intelectual ha querido ser reducido, incluso por sus propios discípulos y continuadores, a un mero hallazgo verbal” (2012, pa. 2). Algo que desmerece su aporte. Y a continuación señala Cereceda: “Lo cual, por sorprendente que sea, referido al fundador de una nueva disciplina, ha tenido dos nefastas consecuencias: porque ha sumido por completo su obra en el olvido y porque nos ha privado con ello del conocimiento y del estudio del ambicioso proyecto intelectual del padre de la Estética” (2012, pa. 2).

En principio el mismo Baumgarten considera su aproximación como una doctrina de conocimiento inferior, puesto que se aplica a lo sensible, pero al finalizar su vida ha enfocado su “Estética” hacia una teoría de la filosofía de lo bello, asociándolo con lo que hoy podríamos llamar una semiología propia de la belleza. Es decir, se percibe un principio de postular una teoría general de los signos en relación con la estética. La belleza se manifiesta bajo tres aspectos, de manera que se pueda compartir inteligiblemente según una teoría fenomenológica.

Hay entonces un acuerdo entre diversos pensamientos, que es una abstracción proveniente del orden en que se presentan. Este es el primer aspecto: la belleza no es una sola, sino que está constituida por múltiples partes, que son los pensamientos que

hacen abstracción del orden y los signos (Bayer, 1965, p. 184). La unión de estos pensamientos en un solo elemento es el fenómeno estético. El segundo aspecto en que se manifiesta lo bello es el orden interno de las cosas, que devienen en una disposición adecuadamente pensada y presentada (Bayer, 1965, p. 185). Y la tercera definición que propone Baumgarten es la del “acuerdo de los signos, un acuerdo interno, con los pensamientos y con las cosas. Es el acuerdo de la expresión, de la dicción con los pensamientos, con el orden en el que están dispuestos y con las cosas mismas” (Bayer, 1965, p. 185).

Ahora bien, esto también nos indica, tal vez como conclusión, que el ámbito de lo estético no es única y exclusivamente el de lo meramente sensible. Es también el de lo intelectual, el de la analogía y el parecido y el de lo emocional. Aquí entonces cabe cuestionarse qué es lo emocional, y en qué nivel o en qué espacio humano de conocimiento se perciben los sentimientos. Sin embargo este enfoque no llega a desarrollarlo Baumgarten, puesto que la segunda parte de su obra no la concluyó nunca (Pochat, 2008).

El aporte clave de Baumgarten está en haber abierto la concepción filosófica de la belleza más allá de la crítica del gusto, como se había concebido anteriormente, y sirvió de base (bien sea apoyándolo o cuestionándolo) para muchos de los filósofos que en los siguientes dos siglos estudiaron esta rama del conocimiento sensible.

1.4.2.- Immanuel Kant

Dentro que puede ser visto como una escuela alemana de pensamiento ligado al tema de la estética durante el siglo XVIII, junto con Baumgarten destacan Johan Georg Sulzer, Moisés Mendelssohn, Johann Joachim Winckelmann y Gotthold Ephraim Lessing, este último autor de un muy famoso texto en 1776, el *Laocoonte o sobre los límites en la pintura y poesía*, donde hace una diferenciación entre el arte del “espacio” (la plástica) y el arte del “tiempo” (la poesía). En su momento tuvo mucha

influencia. Pero indudablemente quien fuese el más destacado filósofo alemán de esa época es Immanuel Kant. Kant escribió muchos de los textos más importantes de filosofía del siglo XVIII, y sobre sus ideas se han vertido tantos análisis y opiniones que es complicado resumir aquí lo que se ha interpretado sobre su pensamiento. Sobre la idea de estética, que en Kant tiene un papel importante, mucho se ha escrito, y se pueden analizar sus postulados en los libros *Crítica de la razón pura* (1787) de 1787 y *Crítica del Juicio* (1790) de 1790. En el primero precisamente desarrolla el concepto de “estética trascendental”, y en el segundo el de “juicio estético”.

En su *Crítica de la razón pura* está entonces el concepto de Estética Trascendental, que trata justamente sobre lo que puede llamarse “ciencia de la sensibilidad”. El empleo del término “Estética” en Kant difiere del uso que hizo Baumgarten del mismo término, en cuanto a ciencia de lo bello. El uso de Kant es en realidad más fiel a la etimología (como se vio, *ästhetike*, que viene del griego *aisthesis*, que significa sensación, sensibilidad) pero el uso del de Baumgarten tuvo mejor aceptación.

En todo caso podemos ver que ambos pensadores se refieren a una ciencia de las sensaciones, que tienen que ver con las percepciones, los valores y las idealizaciones, aunque en el caso de Kant hay una inclinación hacia los procesos individuales, en tanto para Baumgarten hay siempre una valoración colectiva de la belleza. La Estética Trascendental supone que, a pesar de la naturaleza receptiva de la sensibilidad, existen en ella unas condiciones previas que nos permiten conocer, mediante el entendimiento, los objetos dados por el sentido externo (intuición). Estas condiciones son el espacio y el tiempo. Esta concepción no está ligada necesariamente a las ideas de belleza. Señala Raymond Bayer: “Kant distingue entre dos especies de juicio: el determinante y el reflexivo. El juicio determinante consiste en ordenar un objeto según la regla. El juicio reflexivo consiste en remontarse desde el objeto a la regla. Y es en este último juicio donde entra a formar parte el juicio estético del gusto” (1965, p. 205).

En *Crítica del juicio* dice Kant:

No puede haber regla objetiva del gusto que determine por medio de conceptos lo que es bello; porque todo juicio derivado de esta fuente es estético, es decir, que tiene un principio determinante en el sentimiento del sujeto, y no en el concepto de un objeto. Buscar un principio del gusto que suministre en conceptos determinados el criterio universal de lo bello, es trabajo inútil, puesto que lo que se busca es imposible y contradictorio en sí. (1961, p. 64)

Este pensamiento implica la concepción de lo justo, de lo moral, de lo trascendente. Según Bayer, Kant afirma que el único ideal de lo bello es el hombre, puesto que es un ser, en principio, libre y moral (1965, p. 208). A su vez, el hombre creador puede hacer belleza. Entonces podemos deducir que el arte como creación da la misma satisfacción desinteresada que la belleza natural, pero resulta paradójico que el arte pueda cumplir un destino que la naturaleza no puede: puede ofrecer belleza y fealdad a través de un objeto. Una hermosa pintura de un rostro feo puede incluso llegar a ser bella. Esto es explicable gracias a que Kant no separa la obra de arte de la razón y sin embargo, le da a la obra de arte la categoría de sujeto.

Señala Adania Quintero: “El gran aporte de Kant consiste en mostrar que la actitud cognoscitiva, la moral y la estética, son disposiciones de la misma racionalidad humana, en la cual, las mismas facultades se ordenan de una manera diferente y autónoma” (2012, pa. 10). Como vemos hay una importante transformación de las ideas sobre la estética en comparación no sólo con Baumgarten sino con todo el pensamiento filosófico anterior. Y cuando Kant incorpora la idea de trascendentalidad hace que sus planteamientos sean innovadores, de manera que van a influir notablemente en los siglos sucesivos.

La estética trascendental es una forma de comprensión de los fenómenos, relacionados con la capacidad sensible de cada individuo. Naturalmente esta concepción se desarrollará más profundamente a lo largo del libro. Observa Kant:

El concepto trascendental de los fenómenos en el espacio es una advertencia crítica de que en general nada de lo percibido en el espacio es una cosa en sí, que el espacio es además una forma de las cosas; los objetos en sí nos son completamente desconocidos y lo que llamamos cosas exteriores no son más que representaciones de nuestra sensibilidad. (1951, p. 29)

Es así como la Estética Trascendental constituye el primer estadio de conocimiento del sujeto, y que tiene directa relación con la percepción sensible de objetos de la experiencia. Es el conocimiento que termina versando no sobre los objetos sino sobre el modo de conocer los objetos. Según P. Klimke y E. Colomer, “un sentido común estético no es principio constitutivo de los juicios estéticos, sino un principio regulador, una idea, una norma” (1961, p. 521). Esta idea estética difiere en realidad de las ideas de la razón teórica, porque son, de alguna manera, “indemostrables”.

De esta forma es posible obtener de lo estético una relación entre lo material-formal y lo espiritual-intelectual, superando su exclusión mutua. “En un sentido *trascendentalista*” señala Fernando Zamora, “el conocimiento no es posible antes de la experiencia, pero agrega (Kant) que no se origina en ella” (2007, p. 61).

Afirma José Calderaro que la estética en Kant es subjetivista, porque la belleza no está en las cosas sino en cómo estas actúan sobre nosotros: “Para Kant *finalidad y belleza* de las cosas son puntos de vista de nuestro espíritu, o dicho en términos kantianos, *formas* de nuestra facultad de juzgar”. (1961, p. 163). Así el juicio estético es subjetivo, pero lo que nos produce una impresión de belleza es el producto de la suma armónica de nuestras facultades perceptivas y de conocer la realidad.

Finalmente, la analítica del juicio estético se divide, según Kant, en analítica de lo bello y analítica de lo sublime, siendo “analítica” la descomposición o análisis de nuestro conocimiento a priori hasta llegar a los elementos no empíricos o puros del entendimiento. Resumen Klimke y Colomer:

Bello es lo que sin concepto agrada universalmente, es la forma de la finalidad de un objeto, en cuanto es percibida en el mismo sin conocimiento (concepto) del fin. Lo bello difiere de lo agradable y de lo bueno; agradable, es lo que deleita; bueno, es lo que se aprecia por su valor objetivo; bello, lo que simplemente agrada. De ahí que cuando el espíritu se coloca ante un objeto bello se detiene sosegadamente en la contemplación, sin excitación de las pasiones. (1961, p. 521-522)

Así pues lo bello, sintetizando a Kant, se refiere a la forma del objeto. La estética debe someterse, por su parte, a ciertas reglas que concilien la facultad del entendimiento y las facultades del alma: imaginación y sublimación. Y lo sublime implica un concepto de infinito.

1.4.3.- David Hume

Contemporáneo de Kant, el escocés David Hume es uno de un grupo de pensadores británicos del siglo XVIII (Shaftsbury, Hutcheson, Home, Gerard) que desde la filosofía abordaron de alguna manera el problema del gusto, de la belleza y de la bondad. Entre ellos se ha establecido que hay dos tendencias de enfoque: la escuela analítica y la escuela intuicionista. A esta segunda tendencia pertenece Hume.

Hume desarrolla sus conceptos estéticos sobre la relación entre lo bello y lo útil, un poco a la manera griega, pero estableciendo conexiones que incluyen la imaginación, la simpatía, la utilidad y la belleza. Remarca Raymond Bayer sobre la dialéctica de Hume: “La belleza de la imaginación es lo que es únicamente por una generalización de placer o de la pena a través de la simpatía” (1965, p. 231). Y también entiende que es la experiencia la que nos permite conocer los principios del conocimiento estético.

Sus postulados son derivados del naturalismo y el empirismo, que preparan el camino a la mentalidad moderna, de investigación y positivismo escéptico. “Así se entiende por qué Hume, del hecho de que solamente por la experiencia podamos designar las causas determinadas de ciertos efectos, concluya qué solo por la experiencia podamos también conocer el nexo mismo, o sea, el principio de la causalidad” (Klimke y Colomer, 1961, p. 448). Como consecuencia de estas posiciones, se llega a una aproximación estética que termina aceptando que las cosas no son absolutamente feas o bellas, puesto que intuitivamente se sabe que las cosas no son absolutos, como no son tampoco verdaderas o falsas de manera absoluta. En cambio, él estudia la importancia de la individualidad en la valoración de la belleza, eso que se conoce como el gusto. Hume tiene justamente una proposición sobre éste en un texto llamado “Of the standard of taste” (que forma parte de sus *Cuatro Ensayos* de 1757), en el que explica su idea del gusto.

Allí podemos deducir que los juicios estéticos puros (“esto es hermoso”, “esta obra es más bella que otra”) no expresan genuinas proposiciones. De hecho formulaciones como estas no son “falsas” o “ciertas”, sino que son expresiones de emociones suscitadas por algunos hechos u objetos. Como consecuencia para Hume la belleza no es una propiedad objetiva de las cosas. Lo que llamamos “bello” responde a una preferencia compartida, es decir, deriva de una concordancia. Hay pues una respuesta a “sentimientos placenteros”. Los objetos que los producen, son bellos (The Harvard Classics, 2012). Ahora bien, esos objetos tienen unas cualidades, una composición, que son las que nos afectan. El orden, el equilibrio, las proporciones contribuyen en tal sentido. Y estas sensaciones, con ser individuales, responden a una tradición, a ciertos principios de gusto colectivo.

La belleza de la imaginación, el gusto de lo sensorial, es producto de una generalización del placer, y de una simpatía. Dice Raymond Bayer: “la simpatía es,

según Hume, la conversión de una idea en una impresión por fuerza de la imaginación. Esta vivacidad es una circunstancia requerida para excitar todas nuestras pasiones, tanto las calmadas como las violentas” (1965, p. 232). Y esa simpatía se relaciona con la moral y la virtud.

Y la virtud, en particular, también se relaciona con lo útil, de manera que en Hume tenemos esa conexión entre la utilidad y la belleza que se había visto también en otras corrientes de pensamiento antiguo. Es interesante ver que si bien Hume y Kant compartieron conocimiento, la influencia del primero en el segundo fue importante en un principio, hasta que Kant desarrolló su propia teoría estética.

La diferencia estriba en que Hume terminó haciendo un análisis del gusto fundamentado en las comparaciones. Es decir, una metodología intuitiva. En las experiencias de desarrolla el gusto. Para ello aplica tres condiciones: la práctica, la comparación y el desprejuicio (The Harvard Classics by Charles Elliot, 2012). Primero, es el conocimiento, el hacer y practicar el que va “educando” el gusto. Luego, comparar hechos, obras, acciones, permite establecer diferencias y valores. Finalmente, y esto es una novedad, hace falta una eliminación de prejuicios, puesto que el juicio debe estar fundamentado en el empirismo y no en la opinión desfavorable de algo que se conoce poco. Ello también tiene que ver con la percepción.

Dentro del pensamiento británico, Hume destaca por su diferencia con los universalistas, Shaftesbury, Home, o Hutcheson, y es el que va a tener mayor influencia en el siglo XIX, junto con Kant, es este pensamiento estético. “En cuanto a la aprobación moral y a la aprobación estética”, señala Boyer, “esto no constituye asunto de la razón: el gusto es un fenómeno del sentimiento” (1965, p. 255). En efecto, para Hume la razón no trata más que de las relaciones. Lleva de varias

relaciones conocidas a una desconocida, contrario al campo de la moral y de los sentimientos. El fundamento del gusto es, pues, el placer.

1.4.4.- Georg Wilhelm Friedrich Hegel

Uno de los más notables filósofos del siglo XIX (y de todos los tiempos) es Hegel. Su pensamiento sirvió de inspiración, guía o fuente de crítica a muchos filósofos de las subsiguientes generaciones, incluso dispares, como Marx, Engels, Kierkegaard, Nietzsche, Heidegger, Sarte, Adorno y Derridá. Entre los varios tópicos que desarrolla dentro de su pensamiento llamado Idealista, está el estudio de la estética. Su visión va a influir fuertemente en la manera de pensar sobre el arte y la belleza en el mundo del S. XIX y parte del XX. Dedicó un libro justamente a analizar el hecho artístico desde el punto de vista estético que se llama *Lecciones de Estética* (Vorlesungen über die Ästhetik, original de 1819 pero publicado en 1832). Una de las cosas interesantes que tienen sus planteamientos es que adversan la idea de "Estética Trascendental" de Kant. Su formulación está basada más en entender la estética como un valor de apreciación que como instrumento mediador, que es lo que Kant propone.

Georg Hegel dice que la estética no puede ser un ente de relación entre la razón y la sensibilidad, sino que debe ser entendido como un valor en sí mismo. En la introducción a las *Lecciones* señala:

Dedicamos estas lecciones a la estética, cuyo objeto es el amplio reino de lo bello. Hablando con mayor precisión, su campo es el arte y, en un sentido más estricto, el arte bello. Hemos de reconocer que la palabra estética no es totalmente adecuada para designar este objeto. En efecto, «estética» designa más propiamente la ciencia del sentido, de la sensación. Recibió esa acepción como una nueva ciencia o, más bien, como algo que había de llegar a ser una disciplina filosófica, en la escuela de Wolff. Su origen se remonta, pues, a un tiempo en el que las obras de arte se consideraban en Alemania bajo el aspecto de las sensaciones que estaban destinadas a producir, así, por ejemplo, las sensaciones de agrado, de admiración, de temor, de compasión, etc.

Habida cuenta de que este nombre resultaba inadecuado o, más exactamente, superficial, no faltaron intentos de encontrar otras denominaciones, así la de calística (*del griego "Kalús", bello*). Pero también ésta resulta insatisfactoria, pues la ciencia a la que se refiere no considera lo bello en general, sino solamente lo bello del arte. Por eso nos quedaremos con el término «estética», pues, por tratarse de mera cuestión de nombre, el asunto es indiferente para nosotros. Además, entretanto el vocablo ha pasado al lenguaje cotidiano, de modo que podemos retenerlo como nombre. (1989, p. 5)

Hegel hace una clara relación entre el arte, lo bello y lo estético, y para él esto es independiente de la fidelidad respecto a la naturaleza. La belleza no es, como para algunas filosofías, un reflejo de lo natural, y que aquello que semeja la realidad es lo más bello. No; la belleza deviene en la idea antes de la percepción. Entonces, si lo bello o la belleza, comienza en la Idea, en la Idea “eliminamos al mismo tiempo la dificultad, la molestia que podría crearnos la gran variedad, la infinita multiplicidad de los objetos que se califican de bellos” (1989, p. 7). Podemos hablar de una belleza artística, diferente de aquello que puede ser apreciado en la naturaleza. Lo bello artístico va a ser superior a lo bello natural porque en el primero va a estar presente el espíritu, la libertad, que es lo único verdadero. Lo bello en el arte va a ser belleza generada por el espíritu, por tanto partícipe de éste, a diferencia de lo bello natural que no va ser digno de una investigación estética precisamente por no ser partícipe de este espíritu que es el fin último de conocimiento.

Como parte de este pensamiento, trabaja Hegel los conceptos de idealismo y simbolismo, aspectos que van a hacer compleja la apreciación de la estética desde el punto de vista de las manifestaciones culturales. Sobre esto hay otras cosas que tomar en cuenta. Según Raymond Bayer “para Hegel, la estética es, en realidad, una ciencia del arte integrada en un proceso dialéctico y metafísico” (1965, p. 317). El arte es, siguiendo esta línea de pensamiento, un elemento primordial del sistema cultural. Así,

el arte se define por la “idea”, es decir, es la manifestación o la apariencia sensible de una idea. La idea platónica, el modelo asociado a las cosas en particular.

Es importante estudiar las *Lecciones de estética* desde el punto de vista de un filósofo que excluye la belleza de la naturaleza como valor propio. Ese un libro no muy extenso pero sí muy denso, en el que aborda las ideas de Kant, las cuestiona, y replantea lo que debe ser el estudio de las artes y en particular la comprensión de la belleza. Para Hegel el objeto de la estética es lo bello y su dominio es el arte. Por supuesto, ello implica definir qué es la belleza.

Hegel da por sentado los criterios sobre lo bello, y su discusión se vierte sobre la diferencia entre belleza natural y belleza creada. Dice sobre la belleza estética:

Mediante esta expresión excluimos inmediatamente lo bello natural. Tal delimitación de nuestro objeto puede parecer una determinación arbitraria, tan arbitraria como la facultad que tienen las ciencias de demarcar el propio campo a su antojo. Pero no podemos entender en este sentido la limitación de la estética a la belleza artística. Ciertamente, en la vida cotidiana acostumbramos a utilizar expresiones como color bello, cielo hermoso, bellos arroyos, bellas flores, animales bellos y, sobre todo, hombres bellos. No queremos entrar aquí en la disputa de si puede atribuirse con razón a tales objetos la cualidad de la belleza, situando en consecuencia lo bello natural junto a lo bello artístico. Pero afirmamos ya de entrada que la belleza artística es superior a la naturaleza. En efecto, lo bello del arte es la belleza nacida y renacida del espíritu. En la misma medida en que el espíritu y sus producciones son superiores a la naturaleza y sus manifestaciones, descuella lo bello del arte por encima de la belleza natural. (1989, p. 5)

Consecuentemente para él, como las obras de arte son producto del espíritu humano, son indefectiblemente más bellas que las bellezas de la naturaleza, que son imperfectas, pues no son reflejo de la belleza del espíritu verdadero; porque si el espíritu es el Ser verdadero, lo bello es bello en cuanto es creado por él. Esta es su

relación con el idealismo y con los conceptos que dividen el mundo del pensamiento del mundo sensible.

Separa entonces las "bellas artes" de las ciencias, reflejando la tendencia de dividir los tipos de conocimiento, que se hizo muy característico en el siglo XIX. Así, el arte no puede ser tratado en forma científica porque por su naturaleza no puede someterse a los rigurosos procedimientos de la ciencia. El arte anima las ideas y la ciencia las reduce a pura abstracción y las desvitaliza.

No obstante, y aquí está lo más interesante, Hegel no se queda en estas afirmaciones, sino que él mismo busca cuestionarlas, redefinirlas, justificarlas y establecer una conclusión que permita claramente entender qué es la estética y cuando un objeto artístico es bello. Es además una reflexión respecto al arte y la ciencia. Hegel trata de resolver lo que parece un dilema o contradicción entre el arte y la ciencia, y sus manifestaciones. En otra parte de ese texto, *Lecciones de Estética*, apunta:

Si preguntamos ahora por la forma de consideración científica, nos encontramos de nuevo con dos formas opuestas, y parece que cada una excluye a la otra y no nos permite llegar a ningún resultado verdadero. Por una parte, la ciencia del arte se esfuerza por llegar a las obras existentes como rodeándolas desde fuera, las ordena en la historia del arte, hace consideraciones sobre las obras de arte conocidas, o formula teorías que han de proporcionar puntos de vista generales para su enjuiciamiento o para la producción científica de las mismas. Por otra parte, vemos que la ciencia desarrolla autónomamente desde sí misma la idea de lo bello, con lo cual habla solamente de aspectos generales, produce una filosofía abstracta de lo bello, pero sin acertar con la obra de arte en su peculiaridad. (1989, p. 8)

El pensamiento hegeliano desarrolla tres estadios del espíritu absoluto: religión, filosofía y arte. Éste último expresa de manera sensible la idea conocida por la mente como verdadera o como la expresión material de la idea. (Klimke y Colomer, 1961).

Hace Hegel entonces una correlación entre idea, arte y estética, concluyendo lo siguiente, más adelante en su texto citado:

Si comenzamos con el concepto de lo bello artístico mismo, éste se convierte inmediatamente en un presupuesto, en una mera suposición. Ahora bien, el método filosófico no admite meras suposiciones, pues, lo que ha de valer para él debe ser demostrado en su verdad, es decir, mostrarse como necesario. (...) En el objeto de toda ciencia ante todo deben considerarse dos cosas: en primer lugar, que tal objeto existe, y en segundo lugar lo que él es. Sobre el primer existe, y en segundo lugar lo que él es. (1989, p. 9)

Eso le lleva a buscar la idea de lo bello artístico fuera de una metodología científica, para lo cual define ese concepto, lo que es arte: “El arte es una forma particular en la cual se manifiesta el espíritu porque él puede, para realizarse, revestir otras formas. La manera particular en que el espíritu se manifiesta, constituye esencialmente un resultado” (Hegel, 1989, p. 14).

De nuevo, se puede resaltar que para Hegel lo bello artístico, es, entonces, superior a lo bello natural. Este punto de vista será uno de los más discutidos a lo largo del siglo XIX, e inclusive en el siglo siguiente, lo cual habla de lo importante del pensamiento hegeliano en la formación de la modernidad.

Este es un acercamiento histórico y cronológico parcial de cómo se ha construido el pensamiento estético en la filosofía mundial, aunque vemos que los conceptos están fuertemente ligados al pensamiento que se puede llamar occidental. En muchos otros países se desarrollan también ideas decimonónicas que van a terminar de conformar lo que serán las definiciones que en el Siglo XX establecerán diversos puntos de vista sobre la estética como objeto de estudio.

2.- Segunda parte: delimitación de las ideas estéticas

Es a partir del siglo XIX cuando se las diferentes corrientes filosóficas se diferencian de manera cada vez más marcada, y muchas aportan sus puntos de vista a la idea de estética, su relación con el arte, la belleza y el estudio de la percepción y la sensibilidad. Propuestas ideológicas como el Positivismo, el Empirismo, el Materialismo, el Nihilismo y el Pragmatismo todas aportan una posición frente al arte y la estética. Ello conforma el pensamiento que determinará las diferentes definiciones de lo entenderemos por estética en el siglo XX y en la actualidad.

2.1.-Arte y estética (del siglo XIX al siglo XXI)

Desde que el hombre ha creado lo que hoy llamamos manifestaciones artísticas, ha establecido una relación entre esas expresiones y sus necesidades culturales. Hoy en día traducimos eso como arte, y el arte se relaciona, también por definición, con la estética. Pero entonces es importante establecer lo que es “estética” en el contexto sociocultural del siglo XXI. Para ello, una vez visto cómo se entiende el arte y la estética durante los siglos anteriores al siglo XX, es necesario hacer un análisis de cómo ha evolucionado su definición durante los últimos 100 años.

Muchos autores, pensadores y filósofos de ese período han definido la estética desde sus puntos de vista ideológicos, por lo que no resultan coincidentes, y hacen a este concepto un objeto de estudio cada vez más complejo.

De final del siglo XIX surgen algunos autores que plantean nuevos enfoques al tema. Hipólito Taine, filósofo francés de la escuela naturalista, formula hacia 1860 lo que denominó “Estética explicativa”, y que desarrolló en varios textos posteriores. Aquí incluye su “Teoría de los ambientes”, y bajo esta concepción analizó las obras artísticas y literarias considerándolas como el resultado de la raza, el ambiente (tanto

físico como histórico-geográfico) y el momento histórico. Además, aclaró que en cada autor hay una facultad dominante que le impulsa a expresarse en una dirección determinada. Él aplica el método naturalista al estudio del arte y la belleza, señalando Taine que las producciones del espíritu son efecto de causas combinadas. Estas causas son morales y físicas. Esta concepción es determinista, naturalista, por lo que significa que lo bello viene dado por esos factores que incluyen el orden natural y el orden moral.

Taine usa la idea de estética como método para explicar la obra de arte en su esencia y en su génesis. Dice Raymond Bayer al respecto: “Para precisar la naturaleza de la obra de arte, Taine insiste en la expresión de un ambiente moral que actúa sobre la obra de arte: el estadio de las costumbres” (1965, p. 283). Eso implica explicar los efectos mediante sus causas de acción, mostrar la dependencia de las obras de arte con sus conexiones naturales. El arte se convierte así “en una obra de la inteligencia y no solamente de la mano”, dice Taine (Bayer, 1965, p. 284). Esto da lugar a la aparición de la "idea" del artista. Es una transformación aplicada a la idea y al espíritu, en la materialización del mundo natural visto a través de la moral de cada individuo y cada sociedad. El arte es, entonces, una explicación, una descripción, un espejo de la sociedad que explica desde la moral la singular convergencia del gusto de una época y su estilo.

Otro filósofo finisecular, que en 1896 publicó un libro que iba a ser clave para el estudio de la belleza y la estética es George Santayana. *El sentido de la belleza* es un texto en el que resume sus posiciones humanistas orientadas a hacia el espíritu y la moral. Curiosamente, Bayer destaca cómo Santayana cuestiona la palabra estética: “El término estética -escribe- es una palabra débil que se aplica recientemente en los ambientes universitarios a todo aquello que trata de las obras de arte o del sentimiento de lo bello” (1965, p. 382). Lo bello es un valor en sí, positivo, que no depende de

ningún otro. Pero el análisis del arte debe trascender lo bello, y entonces va más allá de la estética, puesto que el arte debe tener un significado moral.

“La belleza, tal como la percibimos, es algo indescriptible: jamás puede decirse qué sea o qué signifique” (Santayana, 1999, pág. 203). Esto se relaciona con el significado de la estética: ningún valor negativo puede entrar en la estructura de lo bello. Santayana establece tres dimensiones: lo bello sensible, lo bello formal y lo bello expresivo. Para él, la primera, la dimensión estética de la belleza sensible es la más primitiva y fundamental, en el sentido que no requiere de mayor apreciación que la percepción. Sin esta primera apropiación no hay emoción. Por su parte lo bello formal está relacionado con aquella reacción intelectual que permite comprender el fundamento constructivo del hecho artístico. Finalmente la expresión es el hecho que hace original a la obra de arte, mediante el cual los valores sociales y morales mantienen un nexo con el objeto expresado.

El arte es, según Santayana, una creación “automática”, es decir, que nada se abandona al azar. Está hecho con una buena organización. El gusto en el arte entonces es un aspecto de la virtud humana, en la que hay una estrecha relación entre la técnica y la moral del artista. La vida tiende a la belleza y ésta, al humanismo.

Estas diferentes ideas se van a ir complementando con la aparición de las teorías finiseculares de psicología y de apreciación cultural. El psicoanálisis, el conductismo y el gestaltismo van a tener influencia en las concepciones estéticas. Igualmente las teorías políticas, en particular el marxismo van a aportar nuevos abordajes a este tema.

Por otro lado, el arte ve, durante el final del siglo XIX, la aparición de los “ismos” con el “impresionismo” lo cual va a influir también en las apreciaciones y concepciones estéticas. Igualmente la consolidación de la fotografía como medio

expresivo y de reproducción de la realidad va a afectar las ideas de apreciación y definición de la belleza.

El cambio de siglo trae consigo un abanico amplio de aproximaciones a esos conceptos. Un pensador original es Wassily Kandinsky, artista ruso que se considera uno de los padres del abstraccionismo, y quien intenta describir la relación hombre-arte-belleza no en función del pasado sino del futuro. Dice: “[...] la obra de arte se refleja en la superficie de la conciencia. Pero permanece más allá de la superficie y, una vez terminado el estímulo, desaparece sin dejar rastros” (1994, p. 12). Sobre esto entonces es que el arte debe trabajar, de manera que ese estímulo trascienda. Kandinsky dice que la creación artística es hija de su tiempo, y no debe imitar sino proponer nuevas visiones.

En *De lo espiritual en el arte* (1979), libro originalmente publicado en 1912, propone una suerte de guía para comprender las formas y los colores, desde el punto de vista de la armonía y la antinomia, para propugnar una vanguardia que debe ir más allá de la figuración para buscar en los sentimientos y en la espiritualidad. La libre asociación libera las ideas. Uno de sus planteamientos es que no es necesario que el arte deba recrear emociones concretas, sino que debe lograr una reacción más sutil, en la que haya una complacencia y complicidad entre artista y espectador. Esas ideas se reflejan entonces en sus obras, que a partir de ese momento son casi todas abstractas, y hacia 1925 define lo que se llamará "Abstraccionismo Lírico". Esta es, según sus planteamientos, la estética de lo interior: “Es bello lo que brota de la necesidad anímica interior. Bello será lo que sea interiormente bello” (Kandinsky, 1979, p. 20). Mucho de la idea estética contemporánea le debe a esta visión.

Desde otro punto de vista diferente parte Ananda Kentish Coomaraswamy, un estudioso hindú del arte, que enfocó su obra a la comprensión de las expresiones artísticas tanto de oriente como de occidente haciendo énfasis en la relación

espiritualidad-religiosidad y metafísica, especialmente en las manifestaciones tradicionales de las culturas humanas. Vivió gran parte de su vida en Boston, por lo que tuvo como ambiente vital combinación de los dos mundos, y ello le ayudó a desarrollar sus ideas, de manera que fuesen comprendidas en los distintos espacios que estudió.

Fue un autor bastante prolífico y analizó el arte y la estética usando puntos de vista europeos, desde Platón y Santo Tomás hasta Kant y Hegel. Igualmente se sirvió de las ideas de Buda para aplicarlas a la comprensión estética del arte hindú. El libro que seguramente sea el más representativo de su pensamiento es *Sobre la doctrina tradicional del arte*, publicado en 1938. Su postulado básico dice que el arte tradicional (religioso-sagrado) es incomprensible sin un conocimiento previo de su dimensión religiosa, espiritual o metafísica. Que en el siglo XX esto no sea visto así no implica que anteriormente no se diera esta relación, que explica -según Coomaraswamy- el porqué de las manifestaciones artísticas en cada cultura (Coomaraswamy, 1983).

Una de sus conclusiones es que el arte oriental es diferente en su generación a cualquier otra forma de arte. Mientras que en occidente el arte se presenta generalmente descontextualizado -en abstracto- y su concepción ha respondido en ocasiones al simple deleite estético, la obra asiática nunca se hizo más que para ser usada, ni para ser mostrada en otro lugar que aquél al que estaba destinada. El concepto de artista oriental es enfrentado al occidental desde el punto de vista que presenta a los primeros iguales al resto de los hombres salvo por la posesión del conocimiento técnico que le permite la creación: la concepción de una obra no es producto de la inspiración o un producto de una sabiduría especial y reservada, sino que es parte de todos los hombre así como lo podía ser en el mundo platónico: las artes podían ser practicadas por cualquiera. En occidente, por el contrario, el artista

siempre es poseedor del genio, de su vinculación directa con una inspiración superior del que procede su realización (Eco, 1970).

De esto se deduce un planteamiento interesante: al arte asiático debe accederse desde una perspectiva triple que contemple la metafísica, la religión y la espiritualidad, conceptos entendidos desde la propia perspectiva del autor, y de su cultura. Por ello no se implica que la obra de arte sea utilitaria simplemente, sino que ésta es el resultado de todos esos factores. El concepto de "utilidad" debe de entenderse en un sentido amplio, referido a las necesidades humanas en su conjunto. Si no responde a una necesidad es inútil: “Las cosas hechas con arte responden a necesidades humanas o, si no, son lujos” escribe Coomaraswamy (1983, p.12). Se trata de explicar el arte oriental a la vista de la mentalidad occidental, pero no para convencer sino para hacer comprender.

Por otra parte, las ideas políticas, psicológicas y antropológicas desarrolladas a partir de 1900 van a influir en la conformación de las teorías estéticas del vigésimo siglo. La psicología gestáltica, desarrollada a partir de la primera mitad del S.XX por Max Wertheimer, Wolfgang Köhler y Kurt Koffka en Alemania, va a tener también gran peso en la formulación de teorías estéticas ligadas a la percepción. La gestalt se fundamenta en la experimentación sobre la sensorialidad, dado que la mente configura, a través de ciertos patrones, los elementos que llegan a ella a través de los canales sensitivos o de la memoria (pensamiento, inteligencia y memoria). En la experiencia del medio ambiente, esta configuración tiene un carácter primario por sobre los elementos que la construyen, y la suma de estos últimos por sí solos no podría llevarnos, por tanto, a la comprensión del funcionamiento mental. Este planteamiento se ilustra con el axioma: el todo es más que la suma de sus partes. Los psicólogos de la gestalt consideraban que los principios de la organización perceptual no sólo explican nuestras percepciones visuales, sino también nuestras percepciones auditivas y táctiles y procesos mentales superiores como la memoria.

Hay además un factor de conocimiento de la realidad que influye en la percepción. Señala Calderaro: “El mundo exterior es pues, el *dato primario*; vemos las cosas como *ellas son* (porque *sabemos* que son así), y no de acuerdo con nuestra impresión visual que las deforma en la imagen retiniana” (1961, p. 65). Ello explica por qué entendemos un círculo como un círculo, aún sea que lo veamos en perspectiva o en escorzo, y que veamos a una persona siempre como “persona”, esté caminando, sentado, andando en bicicleta o durmiendo. Según la teoría de la gestalt “vemos lo que las cosas son, no lo que ven nuestros ojos; es el espíritu metido en la sensación; es la inteligencia interviniendo en los sentidos” (Calderaro, 1961, p. 66).

Parte de la propuesta de la gestáltica son sus “leyes”, famosas hoy por su aplicación en distintas disciplinas humanas: el arte, el diseño, la psicología, la antropología. Estos postulados (que van desde cinco hasta ocho), que incluyen la ley de la “buena forma” la ley de la “figura y fondo” o la ley del “cierre”, se relacionan con la comprensión de la estética por el hecho de su interpretación de los elementos que conforman toda expresión artística, gráfica o audiovisual (Leone, 2011).

La “Gestaltheorie” permite, igualmente ligar la psicología con la estética. Jean-Marie Robine escribe:

Fué sin duda Laura Perls la primera en vincular explícitamente la estética y la Terapia Gestalt cuando afirmó: «Los conceptos fundamentales de la psicoterapia gestaltica son de orden filosófico y estético más que técnico.» Será sin duda la definición original de Baumgarten quién permite a Laura hacer uso del concepto de estética, más que la referencia contemporánea a la ‘belleza’. Este filósofo alemán del siglo XVIII acuñó dicho término, a partir del griego *aisthétikos*, para designar la ciencia del conocimiento sensible, que él opone así al conocimiento de los objetos de la lógica. Con la estética, es la sensibilidad y los sensibles quienes permiten volver a crear sentido y existencia, suscitar nuevas formas de subjetivación. Por tanto, Baumgarten es también el autor de la que probablemente sea, aún en la actualidad, una de las más bellas

definiciones de la estética: «El arte de pensar con belleza». (2012, pa. 4)

Muchos otros teóricos del arte también asumen algunas de las propuestas de la gestalt para explicar las estéticas contemporáneas, por lo que es una doctrina filosófica con gran influencia en los últimos cien años.

La gestalt no es la única teoría psicológica que aborda el problema del arte y la estética. El psicoanálisis fundado por Sigmund Freud también hace propuestas sobre la aproximación a la estética que tienen los elementos de la psiquis humana. Freud relaciona de cierta manera al arte con el subconsciente, y habla del arte como expresión de alguna forma de sexualidad o represión no manifestada, que busca satisfacciones de tipo cultural similares a las satisfacciones biológicas. Dice José Calderaro: “Es indudable que entre el goce estético y el goce sensual existe una cierta semejanza; de la misma manera el placer de la investigación científica buscadora de los secretos de la naturaleza, es semejante a la curiosidad sexual que va en busca de lo oculto y misterioso” (1961, p. 91). Los psicoanalistas suelen estar de acuerdo en que el impulso sexual puede convertirse en el motor que dinamice otras actividades lejanamente relacionadas con el sexo, tal como lo es el arte.

Ernst Kris, importante discípulo de Freud, en un particular texto llamado “Psicoanálisis y arte” habla también de “ilusión estética”, Podría decirse que ésta se trata del efecto catártico y delusor del hecho artístico; esto es que la obra de arte produce una vana recreación de la realidad que hace sentir al espectador una identificación por liberación ante el fenómeno artístico que percibe. Se produce la ilusión de participar, de compartir un hecho, sin formar parte de él. Una pintura nos permite contemplar un fragmento de lo real, sin involucrarnos, pero afectando nuestra sensorialidad. En una película, en una obra de teatro nos incorporamos de manera ilusoria a la acción, y esa apreciación estética es sinestésica, que involucra nuestros sentidos y nuestro inconsciente, permitiendo una liberación que se relaciona con

nuestro subconsciente. El escritor francés Jean Baudrillard tocará también este tema pero desde el punto de vista inverso. Él habla de la “desilusión estética”, señalando que a finales del siglo XX el progreso tecnológico ha convertido la representación artística en un hecho tan real que ya no hay campo para la ilusión. Por lo tanto las imágenes que se perciben actualmente niegan el espacio para la interpretación estética de la que habla Kris (Baudrillard, 1998).

Por otra parte, las teorías de Marx y Engels, desarrolladas por Lenin, conformadores del materialismo dialéctico, contribuirán a la formación de propuestas de concepciones estéticas afines al socialismo y al comunismo, no sólo en los países de la Europa Oriental sino en todo el mundo. El más notable pensador que formuló unas interesantes teorías en la dirección del marxismo (o neo-marxismo) es Theodor Adorno, quien en 1969 (año de su muerte) publicó su *Teoría Estética* –escrito un año antes-, un compendio y resumen de su pensamiento en esta materia, que había desarrollado durante más de 30 años. Si bien Adorno y los teóricos de la escuela de Frankfurt están asociados al marxismo, no estaban ligados ni a la Unión Soviética ni a las ideas de Lenin. Por ello Adorno tiene un enfoque crítico que tiene un punto de vista renovador.

Este texto comienza con una frase ya hoy famosa: “Ha llegado a ser evidente que nada referente al arte es evidente: ni en él mismo, ni en su relación con la totalidad, ni siquiera en su derecho a la existencia. El arte todo se ha hecho posible, se ha franqueado la puerta a la infinitud y la reflexión tiene que enfrentarse con ello” (Adorno, 1969, p. 3). Su postura ante la estética del siglo XX está signada por los planteamientos sobre cultura de masas e industria cultural característicos de la Escuela de Frankfurt (el así llamado grupo de teóricos del Instituto de Investigación Social, asentado por primera vez en 1924 en Fráncfort del Meno, Alemania, y luego de vuelta allí a partir de la década de 1950). Los más destacados de esta escuela, además de Theodor Adorno, fueron Max Horkheimer, Herbert Marcuse, Friedrich

Pollock, Erich Fromm y Jurgen Habermas (este último perteneciente a la segunda generación de la Escuela), quienes recibieron una fuerte influencia de Max Weber (Perlini, 1976).

La postura ideológica de pensamiento dialéctico negativo influye en esos dos grandes conceptos. En un libro clave escrito y publicado a mediados de los años 1940 (*Dialéctica del Iluminismo*), Adorno y Horkheimer definen “Industria Cultural”, que es la capacidad que tiene la sociedad capitalista para producir bienes culturales en forma masiva. Es decir que hay un gran sector de la economía que se desarrolla en torno a bienes culturales tales como el arte, el entretenimiento, el diseño, la arquitectura, la publicidad, la gastronomía y el turismo. Esto trae como consecuencia que la creación cultural pueda compararse con la producción de cualquier otro tipo de mercancía capitalista en la sociedad industrial (en serie, de baja calidad, pensada para un público masivo y poco exigente). Además su función principal viene a ser la de afirmar el orden socio-económico vigente (alienando toda iniciativa crítica), anulando la autonomía y la capacidad reflexiva de los receptores. Y en este sentido los medios de comunicación de masas son partícipes de primer orden (Perlini, 1976).

Esta industria cultural alimenta lo que a su vez se conoce como “Cultura de masas” o “Masscult”, que en esencia es *pseudocultura* en términos de la Escuela de Frankfurt, es decir, aquella producción de obras de arte, entretenimiento, diversión o información concebidas para el gran público, elaboradas de manera masiva en grandes cantidades y con alcance indiscriminado; y cuyo valor trascendente es relativamente pobre pero altamente alienante. Rafael Paz señala:

La característica fundamental de la cultura popular es la estandarización. En su artículo "On Popular Music", Adorno nos brinda un análisis estético de la música popular para argumentar su tesis: la cultura popular es estándar y estandariza a la audiencia, facilitando las labores de control, de dominio y de opresión en el capitalismo. (2012, pa. 5)

En *Teoría Estética* dice Adorno, definiendo primero “arte” para luego abordar “estética”: “La definición de aquello en que el arte pueda consistir siempre está predeterminada por aquello que alguna vez fue, pero sólo adquiere legitimidad por aquello que ha llegado a ser y más aún por aquello que quiere ser y quizás pueda ser” (1969, p. 4). Y después: “Toda obra de arte es un instante; toda obra de arte conseguida es una adquisición, un momentáneo detenerse en el proceso, al manifestarse este al ojo que lo contempla” (1969, p.11).

Ello muestra el análisis que hace desde la perspectiva histórica dialéctica de la creación artística. Más adelante dice: “La formalización de lo bello es un momento de equilibrio, que es constantemente destruido, porque lo bello no puede retener la identidad consigo mismo, sino que tiene que encarnarse en otras figuras que, en ese momento de equilibrio, se le oponían” (Adorno, 1969, p. 91). Es característico entonces la contraposición y el equilibrio para entender el significado de lo bello.

Y finalmente, como resumiendo la relación entre la obra de arte, la belleza y la naturaleza como componentes de la estética:

El espíritu de las obras de arte no es un concepto, pero por su medio aquéllas se hacen conmensurables al concepto. Cuando la crítica de la configuración de una obra llega a percibir en ella el espíritu y a confrontar los diferentes momentos entre sí y también con el espíritu que en ellos se muestra, está acercándose a su verdad más allá de la configuración estética. Por eso es necesaria la crítica de las obras. Ella es la que reconoce en el espíritu de las obras su contenido de verdad o la que lo separa. Y en este acto, y sólo en él, convergen arte y filosofía, y no en esa filosofía del arte que prescribe a éste lo que ha de ser su propio espíritu. (Adorno, 1969, p. 130).

Se puede concluir que para Adorno estética implica un proceso de objetivación de la obra como totalidad lograda. Incluye su belleza, su naturaleza y su trascendencia espiritual. Pero también incorpora la idea de conciencia estética y experiencia estética, relacionadas con la vivencia de la obra de arte, cuando está la obra, y por lo

tanto la comprensión de ésta, que debe negar su contexto y no referirse a él directamente para abstraerse de los factores referenciales. Sobre estas ideas hay mucho aún qué discutir, tan importante es su aporte al conocimiento de la estética contemporánea.

Otro teórico próximo a los pensamientos marxistas es Georg Lukács, sociólogo húngaro que entre varios análisis críticos políticos, económicos y sociológicos, establece una historia de la estética en 1953 en la que además de analizar culturalmente bajo la óptica del materialismo dialéctico la evolución de las estéticas históricas, define una concepción del desarrollo histórico del arte con la autoconciencia del género humano como expresión concreta y totalidad intensiva. Ello implica comportamientos subjetivos en el desarrollo de cada manifestación estética de cada sociedad determinada. Igualmente, así como se puede establecer que detrás de estos comportamientos subjetivos podemos rastrear fuerzas objetivas histórico sociales, Lukács dice que se puede sostener una relación entre los diferentes medios homogéneos (una particular percepción del mundo), posiblemente mejor entendidos como poéticas que como obras de arte aisladas, y los diferentes modos de hacer vida cultural (Lukács, 1966).

Para Lukács será clave entonces la dialéctica entre la diferenciación y especificidad del medio homogéneo (entendido éste como principio formativo de las objetividades y sus vinculaciones con la práctica) y la comunidad de la vida cotidiana. Visto de otra manera es la constante confrontación entre el hombre común de la vida cotidiana, cuyos impulsos pasan a la obra de arte y se convierten en elementos constructivos objetivos de ésta y el hombre transformado que deviene tal en el medio homogéneo de su experiencia estética, en la que no pierde su capacidad de aceptar la variedad de determinaciones y tendencias que se le presentan, sino que cobra también una forma nueva en la concentración y preservación del medio homogéneo, en su desarrollo como portador de un mundo, como órgano del reflejo estético de la realidad (Lukács,

1966). Si bien sus planteamientos de revisión marxista le acercan a la Escuela de Frankfurt, sus diferencias en el enfoque (sobre todo con las ideas de Adorno) le convierten en un pensador autónomo con un aporte nuevo al enfoque crítico de la estética universal. Pero no fue el único, naturalmente. Otros pensadores también abordaron las ideas de industria cultural y sociedad de masas, dándoles otros matices.

Sin pertenecer a la Escuela de Frankfurt, sino a la muy estadounidense Universidad de Harvard, el sociólogo Daniel Bell también desarrolló la idea de sociedad de masas y la estética que ello conlleva; afirmó: “Hoy la masa forma parte de la sociedad y constituye para la cultura el público más amplio de la historia” (1974, p. 39). Señala entonces que los medios de comunicación masivos contribuyen a la reafirmación de los valores mercantiles de los productos culturales, bien sea por el entretenimiento o por la información y la educación.

Destaca también Bell que:

La estética moderna se ha convertido, de un modo prepotente, en una estética visual. Hasta los diques, puentes, silos y redes de caminos -la relaciones ecológicas entre las estructuras y el ambiente- son objetos de interés estético. La organización del espacio, ya sea en pintura, arquitectura o escultura, es el problema estético esencial de la cultura de mediados del siglo XX, así como el problema del tiempo -en Bergson, Proust y Joyce- constituyó la principal preocupación estética de los primeros decenios. El interés por el espacio y la forma expresó la vitalidad de la cultura moderna, sobre todo en la arquitectura, el cine y la pintura. Son las artes más importantes de mediados del siglo XX y las que le dan carácter a la época. (1974, p. 38)

Daniel Bell es uno de los precursores en la descripción y análisis de que hoy se conoce como sociedad de la información y del conocimiento.

En un campo del conocimiento similar se desenvuelve Max Bense, que es un filósofo y matemático alemán, teórico en semiótica, quien propuso a mediados de los años 1950 una aproximación a la estética desde el punto de vista de la información,

haciendo referencia a la semiología de los componentes que constituyen las obras creativas humanas. Su mayor aporte viene dado por el enfoque semántico con que relaciona lo estético y lo comunicacional.

Sus propuestas indagan en el arte y estética, la cibernética y comunicación, la filosofía y semiología. En su obra aparecen rasgos e influencias de autores como Charles Peirce, Charles Morris, Abraham Moles, Norbert Wiener, y algunos teóricos funcionalistas de la comunicación como Claude Shannon. Trata de combinar las ciencias "del espíritu" y las ciencias exactas a través de la dupla arte-tecnología. Vincula la semiótica a la cibernética, a las nuevas teorías de la comunicación. Lejos de los planteamientos filosóficos especulativos, busca una estética numérica desde una perspectiva que se puede decir es neopositivista y estructuralista.

Bense habla de "estética matemática" y "estética tecnológica", que busca ser una estética "objetiva y material", que no opere con medios especulativos, sino racionales. Más que una estética del gusto, Bense plantea una estética empírico-racional de la constatación. Esto sobre la base de los significados y sus estructuras. El arte es información y "estados estéticos", como los llama, observables a través de valores numéricos y distintas clases de signos. La "estética de la información", se basa, pues, en medios semióticos y matemáticos, que permiten analizar la obra creativa.

Dice Max Bense: "En una primera aproximación, la estética es una teoría de los estados estéticos, que, como he dicho, se encuentran realizados en "facticidades" ("portadores") naturales, artísticas y técnicas. Estas facticidades y hechos dados pueden ser tanto objetos como acontecimientos" (1976, p. 58). Así vemos que lo interesante de esta posición es que se aleja de las teorías filosóficas y se acerca a las científicas, tratando de explicar de manera racional, las reacciones intelectuales ante las obras de arte y de comunicación. Los criterios usados son en cierta forma matemáticos: demostrabilidad y verificabilidad. Por esta razón también podemos

decir que es una "estética generativa" que se interesa en el campo de la cibernética, que es analítica y descriptiva.

Entendemos según esto por estética a una estética abstracta, que implica su aplicación a cualquier campo de objetos estéticos especiales, trátase de arquitectura, escultura, pintura, diseño, poesía, prosa, teatro, cine, música o multimedia. No es una estética filosófica, puesto que no está inserta en un sistema filosófico, sino una estética científica, por cuanto se decanta por la forma en la teoría. Por ello está concebida como investigación, no como interpretación; se orienta más hacia lo tecnológico que hacia lo metafísico. Su interés apunta hacia el tema de lo relativo en la objetivación, más que en una concepción subjetiva absoluta como podría ser la estética kantiana. Por lo tanto es una teoría abierta, susceptible de ampliación y revisable, y no una doctrina cerrada, y definitiva (Bense, 1964).

Un concepto central en la teoría de Bense es lo que se llama "estado estético". Se entiende por ello el estado relativamente extremo y objetivo de todos los entes y acontecimientos a considerar, de procedencia más o menos artística, en tanto pueda diferenciarse del estado físico y semántico de estos objetos o acontecimientos. El concepto central de la estética abstracta no se da por lo tanto mediante la expresión "belleza" y sus derivados filosóficos o subjetivos, sino mediante una constatación objetivista. En consecuencia, el estado estético no queda determinado como "ideal", sino como "realidad"; se puede observar y describir como un estado real del objeto contemplado (Bense, 1969). Esta propuesta busca separar entonces la apreciación estética subjetiva por la vía de la belleza de aquella que puede definirse por sus características apreciables que definen su estilo. Finalmente, las ideas de Bense pueden asociarse por su aproximación metódica a las de los lingüistas por ejemplo, que también buscan un estudio objetivo de los componentes de las lenguas y sus estructuras.

Los lingüistas y sociólogos tendrán su aporte a principios del S. XX: Ferdinand de Saussure y Charles Sanders Peirce, cada uno desde su punto de vista, padres de la semiología y la semiótica, contribuyeron con la formación del pensamiento estructuralista, que a su vez conformará teorías estéticas fundamentadas en la permanencia y estabilidad de las estructuras que duran y derivan su significado solamente de sí mismas y de sus raíces en una naturaleza humana, en cuanto realidad plenamente determinada, como los demás objetos del mundo.

Un autor que maneja en estos términos el concepto de belleza es Benedetto Croce (1945). Para él la belleza o la fealdad no son parte de la obra de arte, puesto que ésta se hace sobre la base de la intuición y no de un criterio preconcebido, considerando que es la conciencia inmediata de un objeto lo que de algún modo representa la forma de ese objeto, es decir, la aprehensión de cosas en lugar de lo que uno refleje de ellas. Por lo tanto las obras de arte son la expresión, en forma material, de tales intuiciones; y consecuentemente expresan cualidades del espíritu comprensibles en su significación.

La estética para Croce entonces se configura como actividad teórica basada en los sentidos, en las representaciones e intuiciones que tenemos de la realidad. Y más allá del arte, el objeto fundamental de la estética, que es también la ciencia de la expresión, es el lenguaje (Croce, 1945). El arte no es por lo tanto una producción meramente sensible, sino una reflexión conceptual, que no es sólo un hecho social, pues posee un grado particular y específico: el arte es la expresión de una intuición inmaterial que conmueve emocionalmente al intelecto, pues vincula sentimiento y sentido.

Croce va a servir de referencia para otros teóricos de la estética en relación con la semiótica, como lo es, por ejemplo, Umberto Eco. Su enfoque está relacionado con la semiología, y aquello que las obras nos quieren decir, desde el punto de vista

semántico. Eco hace varios aportes abordando el tema de la belleza y la estética sin criticar o contradecir las ideas de otros filósofos, sino buscando una nueva categoría estética. En su libro de 1970 *La definición de arte*, Umberto Eco trabaja varias ideas en relación al arte, la belleza y la estética, aunque respecto a lo bello y lo feo, Eco editó después dos libros entre 2007 y 2007 con este tópico específico (*Historia de la Belleza e Historia de la Fealdad*). Plantea en *La definición del arte* una concepción de estética:

La estética, por lo menos a partir de Kant, no establece un canon de belleza, sino que define las condiciones formales de un juicio estético: dentro de estos esquemas descriptivos de experiencia posibles se mueve la variedad de experiencias personales dotadas cada una de ellas en un sello de originalidad. Frente al problema del juicio estético, como frente a cualquier otro problema, la estética como disciplina filosófica procede, pues, como fenomenología de apariencias concretas para elaborar su contenido. La estética no alcanza su máximo carácter científico estableciendo científicamente (de acuerdo con las leyes psicológicas o estadísticas) las reglas del gusto sino definiendo el carácter acientífico de la experiencia del gusto y el margen que se deja en ella al factor personal y perspectivo. (Eco, 1970, p. 33)

Es así que desarrolla entonces un concepto ontológico del arte. De esta forma se asume que la obra de arte sólo existe en su interpretación, en la multiplicidad de significados que pueda tener para el espectador. Por lo tanto la estética no puede ser entendida de un modo absoluto o unidimensional, como en la ciencia. Un poco antes en ese mismo libro, hace relación justamente a esa interpretación, que señala la inviabilidad de aproximación “científica” al arte. Apunta:

¿Qué significa hablar científicamente de una obra de arte? Las respuestas son diversas y no se excluyen unas a otras: en primer lugar, el discurso científico es una exposición de hechos históricos en conexión con la obra (producida el día tal, por tal artista, usando tal material, etc.); también podrían presentarse los documentos comprobatorios del origen de la obra, bocetos, apuntes, redacciones preliminares; por último, podrían catalogarse los juicios que otros individuos han dado de la obra. En todos estos casos el discurso será científico porque se basaría en datos realmente controlables,

pero no sería discurso sobre la obra. Es evidente que la obra es algo más que su fecha de aparición, sus antecedentes y los juicios sobre ella formulados. (Eco ,1970 p. 21)

Por otra parte, en *Arte y belleza en la estética medieval* Eco define lo que para él será su Teoría Estética, que es perfectamente aplicable a las estéticas contemporáneas:

Entenderemos pues, por Teoría Estética, cualquier discurso que, con algún intento sistemático, y poniendo en juego conceptos filosóficos, se ocupe de fenómenos que atañen a la belleza, al arte y a las condiciones de producción y apreciación de la obra artística; a las relaciones ente el arte y otras actividades, y entre el arte y la moral; a la función del artista; a las nociones de agradable, de ornamental, de estilo; a los juicios de gusto así como a la crítica sobre estos juicios y a las teorías y las prácticas de interpretación de textos, verbales o no, es decir a la construcción hermenéutica. (1999, p. 8-9)

El aporte de Umberto Eco no es criticar o contradecir teorías anteriores sino pensar en un enfoque expresivo, que acepte lo bello, lo feo, lo de buen y mal gusto, como maneras de comunicación, de forma que la estética sea un reflejo del acontecimiento social que le da origen, y una manera de interpretar eso es entendiendo los significados de cada obra artística.

Su propuesta está dirigida no hacia la valoración de lo estético por lo bello, sino hacia una significación de las expresiones que se llamen artísticas, y lo que sus componentes estructurales son capaces de comunicar. Inclusive hace referencia a la estética del “kitsch” o mal gusto, señalando que los patrones que la definen son sus intenciones como parte de la industria cultural y del consumo de masas, pero desde el punto de vista de sus significados.

La posición de Eco no es la única en esa dirección. El francés Etienne Souriau propone a su vez otra forma de definir y entender la estética, que sin ser semiológica, también se basa en la comprensión de las manifestaciones artísticas según su realización. Para Souriau la obra de arte es el signo del ser, siendo éste aquello logrado. Para él la única realidad auténtica es la realizada. Señala Jordi Claramonte:

El pensamiento estético de Souriau podría caracterizarse como un pensamiento modal, en la medida en que sabe de la inevitable y gozosa pluralidad de lo que él llama los modos de existencia y sabe de la importancia de aprender a modular nuestra inteligencia para poder atenderlos a todos y poder saltar de uno a otro con elegancia y sin perder la compostura (...). Parte pues Souriau de suponer un universal estado de inacabamiento, un generalizado estar en el proceso de lograrse o malograrse. (2012, pa. 6)

Un punto clave es el que él llama “instauración”, que es “todo proceso abstracto o concreto, de operaciones creadoras, constructivas, que conduzca a la posición de un ser en su fatalidad de ser, es decir, con un destello suficiente de realidad”, como dice en el libro *L'instauration philosophique* de 1939, citado por Raymond Bayer (1965, p. 409). Sostiene entonces la viabilidad de un verdadero discurso estético. Y es la imaginación *en* las formas que puede instaurarse la creación.

Souriau elabora entonces una concepción del arte que es síntesis de esa idea de instauración junto con el pensamiento formal y formador del hecho creativo. Para ello el análisis existencial de la obra debe considerar varios planos, puesto que el ente artístico tiene presencia tangible y material, además de su valor expresivo. “El objeto tiene una existencia física y también una existencia fenomenológica, una apariencia sensible presentada por *qualia*, que da al objeto de arte su aspecto irreductible y específico” (Bayer, 1965, p. 410). El concepto de *qualia* va a ser un aporte muy importante en las teorías de Souriau, y una de sus claves para entender la estética más allá del punto de vista de la belleza o el verismo.

Se entiende por “*qualia*” las cualidades sensibles de una creación artística, aplicable a toda obra indistintamente de su técnica o ámbito expresivo. Souriau las clasifica según siete “*qualia* sensibles” o “cualidades sensibles”: a) *Qualia* de las líneas: arte de primer grado, arabescos; arte de segundo grado, pintura. b) *Qualia* de los volúmenes: arte de primer grado, arquitectura; arte de segundo grado, escultura. c) *Qualia* de los colores: arte de primer grado, pintura pura; arte de segundo grado,

pintura representativa. d) *Qualia* de las luminosidades: arte de primer grado, iluminación y proyecciones luminosas; arte de segundo grado, aguada-fotografía y cine. e) *Qualia* de los movimientos: arte de primer grado, danza; arte de segundo grado, pantomima. f) *Qualia* de los sonidos articulados: arte de primer grado, prosodia pura; arte de segundo grado, literatura-poesía. g) *Qualia* de los sonidos musicales: arte de primer grado, música; arte de segundo grado, música dramática o descriptiva. Esta es una herramienta para el análisis y estudio sumamente útil, que además refleja tanto un punto de vista estructuralista como semiótico de espectro universalista (Souriau, 1965).

La obra de arte tiene entonces una realización “cósica” que se obtiene gracias a su “instauración”, en tanto se puede comprobar por sus *qualias*, y una existencia trascendente con un mensaje de “sobre-existencia”, como señala Bayer (1965). Para Souriau se trata de indagar en diferentes modos de realización y en qué medida, la obra artística se muestra como expresión cultural. Esta propuesta es válida para el arte digital y la comunicación multimediática, entendiendo las realidades del siglo XXI.

Como vemos hay una preocupación por establecer una concepción de general y aplicable de estética, que sobrepase las valoraciones del gusto y la época. Pero naturalmente hay que aceptar el hecho de que es difícil hablar de ella de manera absoluta y definitiva.

2.2.-La estética hoy

La influencia de todas estas teorías, aproximaciones y definiciones de estética que se han desarrollado en los últimos siglos, hace que la orientación actual de este concepto tenga múltiples variantes. No obstante, se busca también integrar estas nociones para una mayor precisión y comprensión de este fenómeno. Igualmente las nociones contemporáneas van a permitir entender una definición de estética digital para el siglo XXI.

Esta actitud de interpretación de fenómeno estético en toda su riqueza y alcance recibe la influencia de varias orientaciones filosóficas recientes: la axiología (Rickert, Hartmann), la fenomenología (Husserl, Geiger), la teoría de la expresión (Scheler, Cassirer), el movimiento existencial (Heidegger, Jaspers) por nombrar algunos, todos de alrededor de la primera mitad del siglo XX, contando aquellos que también son reflejo de las anteriores teorías estéticas. La intención podría verse como un empeño de elaborar una teoría bien diferenciada hacia la objetividad, entendiendo ésta como “objetos de conocimiento”.

Es por ello que la tendencia general de la teoría estética contemporánea es aportar ópticas gnoseológicas que permitan delimitar fenómenos sin necesariamente reducir sus enfoques. Se puede decir que actualmente se destina atención al estudio de los temas siguientes, según López Quintás (2012):

- 1) La sensibilidad humana, su relativa autonomía en el campo estético y su constitutiva versión a la inteligencia y, con ello, al ámbito de las realidades metasensibles.
- 2) La intuición creadora en su condición sensible-intelectual, supraempírica y discursiva, teórica y práctica, especulativa y experiencial.
- 3) El proceso genético de creación, ejecución y contemplación artísticas (fenomenología de la experiencia estética, de la formatividad).
- 4) El objeto estético en toda su variedad y complejidad. En esta línea metodológica se hallan gran parte de los análisis actuales sobre el objeto estético y sus diversos planos, la obra de arte, su origen y dialéctica interna, las categorías estéticas, el ritmo musical, la apertura a lo sagrado por parte de las artes plásticas, las leyes que rigen las interrelaciones de las formas).
- 5) El carácter “envolvente” de los objetos de conocimiento que, más que cosas, son ámbitos que llenan al sujeto que se sumerge en su campo de influencia con la disposición debida.
- 6) Lo que “acontece” en el encuentro de un sujeto creador, ejecutante o contemplador y un objeto estético (estética del acontecer de lo bello).
- 7) El sentido y alcance del fenómeno de integración de los elementos que constituyen la experiencia estética y la

relación de esta forma singular de unidad con la fundación de belleza (estética fenomenológica existencial). 8) La vinculación profunda que media entre la constitución expresiva y la explosión de belleza (el caso del lenguaje, por ejemplo), el compromiso con las grandes realidades del entorno y la autonomía creadora, como en los estudios sobre la relación de arte y estética, la conexión social del arte, el impersonalismo artístico, el realismo crítico y la deshumanización del arte. 9) El estatuto ontológico del objeto estético.

Una revisión de la historia de la estética ayuda a entender el análisis preciso y profundo de los diversos modos de realidad y de objetividad, y permite evitar la diatriba entre objetivismo y el subjetivismo, que no han podido evitar tradicionalmente las corrientes filosóficas que sustentan las diferentes propuestas sobre la estética tradicional.

El análisis de las múltiples aportaciones al estudio de la estética contemporánea a la luz de una metodología ligada a las realidades suprasensibles, basada en un estudio bien combinado de la categoría de objetividad y de la intuición intelectual intrínseca, puede mostrar en la actualidad un método conclusivo que explique los problemas que suscita la experiencia estética hoy en día.

Es en este sentido que se tratarán estos conceptos, buscando su relación con la comunicación y los hechos comunicacionales contemporáneos, que influyen en estos enfoques. Sin duda los medios tecnológicos son claves para comprender cómo se generan y relacionan estas ideas de estética y digitalismo, por lo que de seguidas se abordará el tema de la comunicación y la multimodalidad para la conexión temática respectiva. Para ello se hará una primera parte dedicada a la definición de comunicación y una aproximación a sus modelos, para establecer luego el vínculo entre comunicación multimedia y la estética que llamaremos digital.

CAPÍTULO II: MULTIMEDIA

1.- Primera parte: ideas sobre comunicación

Es sorprendente que un concepto que está indiscutiblemente ligado a la humanidad como el de comunicación no haya sido estudiado metódicamente sino desde hace unos cien años. En el mundo antiguo se daba por sentado que el hombre hablaba por naturaleza, y no había mayor cuestionamiento ante este hecho evidente.

El nombre mismo, “comunicación”, poner en común, es ya una referencia a la cultura clásica, y asoma lo que se trata. Dice Manuel Ocampo Ponce: “La palabra comunicación viene del latín *communicatio*, *communicationis*, que significa participación y se explicita en el verbo *communicare*: hacer partícipe a otro de lo que uno tiene” (2009, p. 29). Seguro que esta concepción no se puede aplicar hoy literalmente, pero sirve como partida para entender de qué se está hablando.

Por otro lado, el investigador venezolano Antonio Pasquali propuso una definición en su libro *Comprender la comunicación*, original de 1970:

Adoptamos el término *Comunicación* propiamente dicha para nombrar el nivel de esquematización comunicacional de la categoría social de Comunidad y restringimos su definición a *la interlocución recíproca y simultánea de seres racionales actuando como emisores-perceptores, creadora de una relación dialéctica y sintética de inter-dependencia en la que el otro es “alter-ego” y “par”*. El “repartir” la carga del *cum munis* o *communis*, que aplicado al tejido social daba el concepto de Comunidad, trasiega ahora su prístino sentido de la Comunicación como coparticipación equitativa en el reparto o intercambio de mensajes. (1990, p. 116)

Pero la idea de que hay algo que nos une en la forma de lenguaje es antigua, a pesar de no haberse entendido como “comunicación”. Quien hiciera una aproximación a lo que pudiera verse como un modelo aplicable a la idea de comunicación fue Aristóteles. En sus tres libros sobre retórica, escritos hacia 360 a.C. hace referencia a los elementos participantes en el discurso retórico. Estos son un “Quién”, el que habla

y dice el discurso, un “Qué”, el contenido de lo dicho, y un “Quiénes”, los que escuchan o reciben lo hablado. Esto se puede aplicar también al texto escrito. En esencia, el modelo dice que hay un orador o “Dicente”, un mensaje o “Discurso” y un escucha o “Oyente” (Ramírez Trejo, 2002). Para Aristóteles es el emisor quien define la retórica y su objeto, puesto que su forma de concebir y argumentar, debe adaptarse al público. Esto debe reflejarse en el carácter moral de orador (ethos). El receptor es el público, cuyo carácter, costumbres y pasiones, influyen para disponer el favor del orador hacia la gente (pathos). El texto del mensaje es el discurso (logos). Y se estudia la disposición de las diferentes partes del discurso, su estilo y forma de declamarlo (Aristóteles, 2004). Estas ideas van a influenciar el pensamiento occidental durante siglos, y van a servir de base a los conceptos de comunicación que se acuñarán en el siglo XX.

1.1.- Comunicación

Desarrollar toda la teoría de la comunicación es una tarea extensa que además queda inconclusa, considerando lo mucho que se ha desarrollado, propuesto y discutido sobre ella en los últimos cien años. Por lo tanto, en este apartado se hará sólo una aproximación que resulte práctica para los efectos de esta investigación.

Para estos fines debemos resumir lo que pueden considerarse las tres tendencias básicas que buscan una explicación a lo que podemos entender como comunicación, sin que ello implique valoración particular hacia alguna de ellas en principio. Por supuesto que esta no es la única división propuesta, pero ante la gran diversidad, ésta es útil para estos fines. Por ejemplo, Robert Craig habla de siete “tradiciones” para estudiar la comunicación: retórica, semiótica, fenomenológica, psicológica, sociocultural y cibernética (Craig, 1999). Sin embargo algunas de estas se entremezclan.

En virtud de los modelos y definiciones desarrollados por las diferentes escuelas de pensamiento en el siglo XX, podemos tener tres aproximaciones a grandes rasgos: a) la Funcionalista, cuyos postulados se basan en modelos explicativos cercanos a las teorías matemáticas, y cuyos mayores exponentes provienen de las escuelas y universidades estadounidenses; b) la Crítica, relacionada con la filosofía marxista y socialista, que tiene varios enfoques, desde los originados en la llamada “Escuela de Frankfurt” hasta los desarrollados por teóricos latinoamericanos que en las últimas décadas han propuesto nuevos caminos en esta línea de pensamiento; c) la Estructuralista, que observa la comunicación desde el punto de vista de la semiología, entendiendo los significados, los signos y las interrelaciones perceptivas en los componentes del proceso. Cada una revisa los medios de comunicación de distinta manera, sin que haya tampoco unidad de criterio en cada una de estas tendencias (Checa Godoy, 2008).

Muchos autores han elaborado teorías, modelos, explicaciones, definiciones y análisis de lo que es la comunicación, que se pueden enmarcar en esas tres líneas ideológicas, pero también en otras variantes y algunos abarcan diversas tendencias a la vez. Las distintas visiones se van definiendo en el tiempo. Las primeras explicaciones metódicas son aquellas que incorporan el elemento intermediario en la comunicación, los llamados “medios”, y se desarrollan en los Estados Unidos bajo la corriente positivista y cognitiva (Hernández, 2012). Una de las primeras concepciones formales en este sentido se debe al sociólogo estadounidense Harold Lasswell, quien a final de la década de los años 1920 formuló la idea de comunicación como aguja hipodérmica, señalando que el proceso de la comunicación funciona como una “inyección” en la que se inyecta a la audiencia el contenido ideológico del mensaje. Cerca de veinte años después, el mismo Lasswell reformuló su planteamiento, y estableció un modelo que con el tiempo sería conocido como el “Paradigma de Lasswell”: “Quien dice qué por qué canal a quién y con qué efectos”. De alguna forma este esquema refiere a la idea aristotélica de retórica, y va a servir como base

para muchos otros posteriormente (Martínez Terrero, 2006). Es también en este período cuando se separa la comunicación humana de la comunicación masiva, que se llamará luego comunicación social (De Fleur, 1980). Dice Igor Colina sobre la comunicación humana: “Estamos en presencia de un proceso multicausado y dialéctico, en donde factores genéticos, práticos cerebrales, ecológicos y culturales interactúan en un devenir” (1992, p. 38). Esto define primero que la comunicación es una manifestación exclusivamente humana (los animales por definición no se comunican), y que es un componente cultural fundamental; y segundo que la presencia de los medios de comunicación de masas redefinen el proceso comunicativo en la sociedad.

Durante la segunda mitad del siglo XX se postulan entonces diversos modelos “matemáticos” y “sistemáticos”, algunos propuestos por ingenieros, como el de Shannon y Weaver, que plantea un sistema general de la comunicación que parte de una fuente de información desde la cual, a través de un transmisor, se emite una señal, la cual viaja por un canal, y que a lo largo de su recorrido puede ser interferida por algún tipo de ruido. La señal sale del canal, llega a un receptor que *decodifica* la información convirtiéndola posteriormente en *mensaje* que llega a un destinatario. Este modelo, afín a la teoría de la información, trata de llegar a determinar la forma más económica, rápida y segura de codificar un mensaje, sin que la presencia de algún ruido complique su transmisión. (Berlo, 1975). Este esquema matemático sirvió a su vez de modelo a otros que explican la comunicación desde el mismo punto de vista: el de Raymond Nixon, que es una modificación del de Lasswell; el de David Berlo, que explica los elementos del modelo desde el punto de vista social; el de Abraham Moles, que aplica el de Berlo a la comunicación masiva; y los de Wilbur Schramm, que adopta y adapta los diferentes modelos anteriores para aplicarlos al mensaje propiamente dicho, a los emisores como entes intencionales y a los medios de difusión colectiva (Berlo, 1975).

En particular Schramm propone en los años 1960 distintos focos en el estudio de la comunicación. Uno de ellos se centra en el discurrir mismo, estudiando el emisor como fuente de la información siendo quien determina la intencionalidad comunicativa; otro enfoque que analiza el mensaje como bisagra del proceso, desmenuzando sus componentes y cómo influye en el receptor; y otro que toma como foco los mismos medios, en un modelo que se llamó de “tuba” por su forma parecida al instrumento de viento del mismo nombre, y en el que explica el funcionamiento de toda la comunicación mediada (Fernández y Galguera, 2009). En la Tuba de Schramm el mensaje emitido por un emisor está transmitido por diferentes medios o canales técnicos (como pueden serlo la T.V. la radio, el cine o la prensa), y hace que ese mensaje sea similar pero no exactamente igual en cada medio, y llegue de esta forma a un gran público receptor, que a su vez puede difundirlo, y responde de manera indirecta a la intención del emisor, con un nuevo mensaje codificado de manera diferente y en un tiempo no simultáneo. Todo esto se desarrolla en un contexto de experiencias comunes, y superando las barreras o ruidos que afectan el proceso general. Observa Wilbur Schramm:

La comunicación dentro de una sociedad está constituida por circuitos complicados y por largas cadenas de transmisores y receptores. Nada es más característico de la comunicación moderna que estas largas cadenas; por ejemplo las cadenas que llevan las noticias de un punto a otro del mundo. Uno de los aspectos más importantes de esas cadenas es que toda persona en la cadena, excepto la primera y la última, opera como una compuerta; esto es, puede o no pasar el mensaje según decida. Puede dejar parte de él fuera o agregarle algo. Por tanto, ejerce gran poder sobre el mensaje y sobre el conocimiento de los que están después de él en la cadena. (1982, p. 17)

Este modelo de Schramm aplica a la comunicación masiva el esquema básico que resulta de la compilación de los diferentes dibujos propuestos por la escuela funcionalista: Un emisor emite un mensaje a un receptor, a través de un medio,

superando los posibles ruidos, dentro de un contexto determinado, esperando una respuesta o “feedback” (“realimentación”) en un tiempo no establecido.

En el campo de las teorías positivistas, varios autores han expresado distintas condiciones y características para la comunicación: Paul Lazarsfeld, Herbert Menzel, y Robert Merton trabajaron los mecanismos de influencia, opinión pública, flujo de comunicación en dos etapas y grupos objetivos, usando encuestas, sondeos y entrevistas (Schramm, 1982). Melvin De Fleur desarrolló distintas teorías sobre la comunicación social, analizando y diferenciando la comunicación humana de la masiva, estudiando las diferentes categorías sociales y cómo los medios se sistematizan (De Fleur, 1980). Por su parte autores como Elihu Katz, Jay G. Blumler y Michael Gurevitch, desarrollaron la teoría de usos y gratificaciones, que centraba su análisis en cómo cada individuo selecciona los estímulos a los que quiere responder, atendiendo a causas como sus valores, intereses y funciones sociales. Por tanto, más que ser los medios los que dicen al espectador qué ver, son los usuarios de forma activa los que lo deciden, atendiendo a sus necesidades y la gratificación que les proporcionen (Schramm, 1982). En los años 1950 el psicólogo Leon Festinger propone la teoría de la “Disonancia Cognoscitiva”, para señalar que los públicos reaccionan y se identifican con comportamientos que tienden a superar aquellas brechas entre las inconsistencias entre lo que se hace y lo que se percibe (Schramm, 1982).

El método científico también es aplicado, no sólo como lo hicieron Shannon y Weaver, sino desde el punto de vista reactivo y de formación colectiva que los medios tienen en las sociedades masivas; Dan Lacy y Daniel Riffe son los más destacados autores de estas ideas (Lacy, 1968). Por su parte Gerhard Maletzke parte de un esquema elemental que luego va progresivamente aumentando en complejidad hasta llegar al modelo que gráfica el proceso de comunicación social tomando en cuenta todos los factores: emisor, mensaje, canal y medio masivo, receptor y efectos,

incluyendo ruido y contexto. Su interés sin embargo se centró en el público, porque en la sociedad contemporánea la oferta comunicativa de los medios es enorme y en consecuencia el receptor debe llevar a cabo una selección de los medios a los que va a prestar su atención. Así, el receptor toma una parte activa en el proceso de la comunicación social determinando qué mensajes son los que van a producir una reacción en él; pero el receptor no es un individuo aislado, sino que se halla integrado, por un lado, en numerosas relaciones sociales y, por otro lado, forma parte de un público disperso (Maletzke, 1970).

Otro muy connotado investigador de la comunicación en esta línea es Marshall McLuhan, quien en tres textos muy famosos (*La novia mecánica*, *La galaxia de Gutenberg* y *La Aldea Global*), define los medios y resalta su importancia, acuñando la ya célebre frase “El medio es el mensaje” (Bourdín, 1973); McLuhan es ubicado en la tendencia cibernética que explica la comunicación como un complejo “ecológico” (junto con Norbert Wiener) en la que la tecnología juega un papel clave (Fernández y Galguera, 2009). Todas estas teorías buscan explicar la comunicación desde el punto de vista de cómo funciona el proceso.

Por otro lado, los teóricos que desarrollan un enfoque crítico para entender cómo es la comunicación, han basado sus conceptos en interpretaciones del marxismo y otras doctrinas dialécticas. Los primeros y más connotados son los de la llamada Escuela de Frankfurt (ya nombrada anteriormente en el capítulo 2), heredera del Instituto de Investigación Social de la universidad de esa ciudad alemana. En este grupo formado hacia 1920, destaca Theodor Adorno, quien como se vio, también formuló una teoría estética con estos mismos fundamentos. Además de Adorno, como se señaló anteriormente, destacaron Walter Benjamin, Max Horkheimer, Herbert Marcuse, y más recientemente Jürgen Habermas, y Erich Fromm. En esencia esta escuela “neo-marxista” plantea tres análisis: primero entender los sistemas de estructuras de poder y las creencias que dominan en las sociedades, y a qué intereses sirven; segundo,

como consecuencia de lo anterior, descubrir las condiciones sociales que fomentan esa opresión (entre ellas la influencia de los medios de comunicación) para entender los mecanismos de subordinación y alienación y poder contrarrestarlos; y tercero fusionar la teoría con la acción, tratando de proponer alternativas a esta condición de las sociedades capitalistas (Perlini, 1976). Sin embargo estas propuestas no se formalizan en hechos específicos. Señalan Carlos Fernández y Laura Galguera: “Los teóricos críticos son mucho menos específicos sobre aquello en lo que están a favor. En sus ensayos abundan las llamadas a la liberación, la emancipación, la transformación y la concientización, pero a menudo resultan muy imprecisos en cómo conseguir estos loables objetivos” (2009, p. 15).

Durante la década de 1980 y las siguientes estas ideas fueron retomadas y reformuladas por diversos autores latinoamericanos, que sin ser necesariamente neo-marxistas, entienden la comunicación y el uso de los medios como un hecho clave para la liberación de las sociedades de su opresión. Un grupo de éstos delineó lo que se llamó Comunicación Alternativa, entre los que destacan los venezolanos Marcelino Bisbal y Antonio Pasquali. De Pasquali al principio de este capítulo se cita su definición de comunicación. De Bisbal se puede citar de su libro escrito junto a José María Aguirre en 1981 *La ideología como mensaje y masaje*, un punto en relación con la visión tecnocrática:

Frente a tales ilusiones individualistas que aseguran el inmovilismo de los procesos sociales, cabe hacer hincapié en que el uso correcto de los medios de comunicación social y el despliegue de sus posibilidades humanas exige una organización, basada en métodos colectivos de producción y configurada como auto-organización de las necesidades sociales. (p. 89)

Estas propuestas significaron un nuevo enfoque en los problemas de la comunicación de finales del siglo XX. Armand Mattelart previene sobre el magnetismo que los medios tecnológicos esparcen sobre las clases menos favorecidas en las sociedades,

en particular las del llamado “Tercer Mundo”: “En una sociedad dependiente, el medio masivo cumple la unción de materializar la concepción -refractaria al cambio- del cambio propio del sistema imperialista” (1973, p. 39). Y por supuesto, señala a esos medios como multiplicadores del lenguaje de dominación, siendo factores de alienación y subordinación de los pueblos a las clases dominantes. La comunicación como replicante de las condiciones de explotación y subrogación, en vez de ser factor de liberación. Por su parte, Antonio Gramsci habla de hegemonía (cultural y mediática) para explicar que el poder de las clases dominantes sobre el proletariado y todas las clases sometidas en el modo de producción capitalista se basa no sólo en lo político o lo militar o lo económico sino también en lo cultural y comunicacional, por lo que la ideología debe contrarrestar estas imposiciones (Martínez Terrero, 2006).

En una nueva interpretación, Jesús Martín-Barbero y Néstor García Canclini enfocan el problema del uso de los medios y de la comunicación como elemento de transculturización y aculturización; García Canclini habla de “hibridación cultural”, en la que los medios de comunicación tienen gran influencia. (Martínez Terrero, 2006). Por su parte Martín-Barbero establece lo que se llamaría “Estudios Culturales de la Comunicación”, y entre sus varios libros destaca uno en el que propone un enfoque diferente para comprender los medios de comunicación: *De los medios a las mediaciones* de 1987. La aceptación de que las nuevas tecnologías estaban reformulando la manera como circulan los mensajes, hizo entender que había que considerar el otro “lado” del proceso de la comunicación, la llamada “recepción”, conformado por las resistencias y las variadas formas de apropiación de los contenidos de los medios (Martín-Barbero, 1991). La comunicación se hace así cuestión de cultura, que exige mirar los *mass media* en un contexto más amplio, teniendo en cuenta las distintas redes que se configuran y los procesos que allí tienen lugar. De esta manera se sustituye el concepto de comunicación en relación con la simple transmisión o circulación de mensajes para buscar un espectro más complejo

en el que la comunicación es un hecho sociocultural de creación de común sentido (Martínez Terrero, 2006).

La consideración sobre los medios y su relevancia es una de las cuestiones claves en estas propuestas. Pero hay, en cambio, otras teorías de comunicación que se centran en el mensaje y en su estructura. Ferdinand de Saussure a principios del S. XX en Europa estableció los principios de la ciencia social de los signos, la que se llamó Semiología, y en 1916, poco después de su muerte se publicó su *Curso de lingüística general* (Saussure, 1945), que sentaría las bases de la teoría de los signos y serviría de referencia para los teóricos del estructuralismo. Influyó en Claude Lévi-Strauss, Román Jakobson, Jacques Lacan y más recientemente en Gilles Deleuze, Jacques Derrida y Umberto Eco. Por su parte, a fines del S. XIX y principios del S. XX el estadounidense Charles Sanders Peirce desarrolló también una teoría de los signos desde el punto de vista positivista, llamándola Semiótica, y en la que los signos son vistos como entes “triádicos”, es decir con tres componentes: referente, representamen e interpretante. La filosofía positivista tuvo mucha influencia en los EE.UU. y además pesó en las concepciones de lingüistas como Charles Morris y Louis Hjelmslev. Todas estas ideas se revisarán luego en las teorías estructuralistas de la comunicación.

Charles Morris es quien primero establece una teoría que liga la semiótica con la comunicación directamente, desde que en 1938 escribió sus *Fundamentos sobre la Teoría de los signos*. Si bien su fundamento filosófico es positivista, sus propuestas van servir de base a distintos enfoques semiológicos en la comunicación o “semeiósicos” como acuñó el mismo Morris. El estudia la comunicación sobre la base del manejo de los signos: “Cualquier signo puede ser examinado en función de las condiciones psicológicas, biológicas y sociológicas de su uso” (Morris 1985, pág. 80). La existencia del signo implica tres condiciones: presencia, ausencia y eficacia. La presencia es la condición de que algo aluda a otra cosa (la cosa no puede ser signo

de sí misma). La ausencia es la condición de que haya algo aludido (que debe tener existencia real, aunque no necesariamente concreta). La eficacia es la condición de producir un efecto (que en Morris es el comportamiento evidente, y que se relaciona con el efecto en la comunicación). Esto hace referencia entonces a la sintaxis, que es la relación lógica que se establece entre los signos, y a la semántica en función a la denotación y connotación de esos mismos signos (Morris, 1985).

Otro antecedente es el propuesto por el filósofo crítico Walter Benjamin, quien se dedicó al estudio del lenguaje como hecho. Es uno de los pioneros del giro lingüístico y considera que todo fenómeno artístico no se puede comprender en términos de sujeto y objeto, sino desde la realidad anterior que corresponde, precisamente, al lenguaje. Y en un mundo donde la obra de arte se reproduce *ad infinitum*, sus valores comunicativos se desdibujan y manipulan. Lo que Benjamin concluye es que al pasar de una contemplación individual a una contemplación masiva que favorece la distracción, se pasa a un medio utilizable políticamente (Benjamin, 1989). Benjamin además va a influir notablemente en muchos pensadores estructuralistas: Claude Lévi-Strauss, Román Jakobson, Roland Barthes entre otros, quienes sentarán las bases para la interpretación semiológica de la comunicación.

Roland Barthes define a la semiología como aquella disciplina que tiene como objeto el estudio de todo sistema de signos, cualquiera que sea su sustancia o límites: las imágenes, los gestos, los sonidos intencionales, los objetos creados y los complejos sistemas que se encuentran en ritos, protocolos o espectáculos que constituyen, sí no lenguajes en sí, al menos sistemas de significación (Barthes, 1993). Por su parte Claude Lévi-Strauss también a mediados del siglo XX tomó la noción de "estructura" empleada por lingüistas, psicoanalistas, matemáticos e incluso ingenieros (aquellos ligados a las comunicaciones) y aplicó ese concepto analítico a las categorías de la etnografía clásica. Ciertamente fue un enfoque que cambió la visión de la antropología y la sociología, puesto que había sido formulada una noción de

estructura diferente para estas disciplinas, fundada en lo biológico (Leach, 1972). Ahora bien, como el propio Lévi-Strauss ha reconocido, el estructuralismo no es nuevo en el ámbito de las humanidades; más aún, el enfoque estructuralista (que vendría a ser otra forma del proceder científico-humanístico), está condicionado por el propio nivel de complejidad del objeto de estudio, al tiempo que no es exclusivo de ninguna disciplina en particular. En el caso de la semiología y la comunicación, la complejidad de éste objeto de estudio hace que el sistema sea complejo y multifocal. (Leach, 1972). En todo caso, esto servirá de base para otros puntos de vista, como los desarrollados por Jacobson, Lacán y los posteriormente llamados post estructuralistas, como Edgar Morin, Christian Metz, Michel Foucault, Gilles Delleuze, Jacques Derridá, Jean Lyotard, Eliseo Verón y Umberto Eco, que escribieron en la segunda mitad del siglo XX.

Dada la variedad de autores que se consideran forma parte de esta corriente, es difícil dar una definición terminante de lo que es “post-estructuralismo”, que además se ha asociado con el “post-modernismo” (cosa que muchos de ellos han negado), y varía según el enfoque fenomenológico. En el caso de la comunicación, el post estructuralismo “cambia de lugar” a la semiótica; es decir, la significación se convierte en un sistema poderoso en el cual el conocimiento humano está totalmente involucrado. Ya no se considera el aspecto meramente formal, puesto que hay un poder en los lenguajes que va más allá de su simple estructura. Esto valoriza el potencial de las maneras comunicacionales humanas, y resalta el valor del mensaje y su construcción como parte de un complejo sistema de relaciones interculturales y sociales.

Jacques Derridá desarrolla sus ideas de “deconstrucción” para indicar que la significación de un texto dado (ensayo, novela, artículo de periódico) o mensaje comunicacional, es el resultado de la diferencia entre las palabras y los elementos empleados, y no la referencia a las cosas que ellas representan; se trata de una

diferencia activa, que trabaja en el sentido de cada uno de los vocablos o términos que ella opone, de una manera análoga a la significación diferencial en lingüística (Derridá, 1989). En tanto Michel Foucault habla del control y distribución del discurso como forma de dominación colectiva (Foucault, 1976). Un concepto también relacionado con estas ideas es el de “contexto”. Es muy conocido el trabajo de Teun Van Dijk en este sentido, así como en del análisis del discurso. Contexto es el conjunto de situaciones reales, sociales, espaciales y temporales que afectan e influyen en los sujetos, los grupos sociales y sus interlocuciones determinando experiencias y consecuencias (Van Dijk, 2001). Esto es importante para ubicar el proceso semántico, semiológico y comunicacional.

Umberto Eco, por su parte, quien es uno de los autores contemporáneos más importantes en el campo de la semiología, aborda la comunicación señalando la necesidad de enfocarla bajo un método de análisis consistente, basado en una teoría semiótica que permita interpretar cualquier fenómeno cultural como un acto social regido por códigos al margen de cualquier interpretación metafísica o idealista. Dada su posición filosófica, Eco aborda el problema de la comunicación masiva y la cultura de masas desde una visión crítica. Dice al respecto:

Si la cultura es un hecho aristocrático, cultivo celoso, asiduo y solitario de una interioridad refinada que se opone a la vulgaridad de la muchedumbre, (...) la mera idea de una cultura compartida por todos, producida de modo que se adapte a todos, y elaborada a medida de todos, es un contrasentido monstruoso. La cultura de masas es la anticultura. Y puesto que ésta nace en el momento en que la presencia de las masas en la vida social se convierte en el fenómeno más evidente de un contexto histórico, la “cultura de masas” no es signo de una aberración transitoria y limitada, sino que llega a constituir el signo de una caída irrecuperable, ante la cual el hombre de cultura (último superviviente de la prehistoria, destinado a la extinción) no puede más que expresarse en términos de Apocalipsis. (1986, p. 11)

La perspectiva de Eco, que se refleja en los términos usados (“apocalípticos” e “integrados”), le permite hablar de una dicotomía que se aplica a los medios y a la cultura. Esta disposición en relación con la comunicación nos permite entender su orientación hacia los medios y cómo el sentido de los mensajes terminan siendo determinantes en el proceso social de integración colectiva.

Como se ve, el enfoque semiótico es controversial y variado. De hecho, la posición de Manuel Ocampo, por ejemplo, es también semiológica pero desde un punto de vista contrario a los anteriores, puesto que hace un abordaje metafísico a la semiótica. Escribe: “Urge rescatar el tema del signo desde una perspectiva filosófica realista, desde la ontología y la gnoseología, que nos permita recuperar una concepción adecuada del concepto como signo formal de la realidad” (2009, p. 83). Esta visión será útil para analizar la comunicación y la multimedialidad desde otra ubicación intelectual.

Revisadas estas tres grandes tendencias en el abordaje de las definiciones teóricas de comunicación, se observa una relación entre ellas y ciertos principios psicológicos, que comparten algunas aproximaciones filosóficas. Así tenemos que las teorías funcionalistas y positivistas se pueden asociar al conductismo, las teorías críticas y culturales al psicoanálisis y las teorías estructuralistas y semióticas a las escuelas gestálticas. No es una correlación siempre evidente y biunívoca, pero sí con claras afinidades.

Para los efectos de la presente investigación se definirá como comunicación al conjunto de procesos mediados en los que intervienen diversos individuos o grupos sociales, y en los cuales, mensajes intencionados y estructurados, discurren en períodos de tiempo no determinados, y que sobre la base de un contexto, producen algún tipo de respuesta o efecto que puede considerarse consecuencia del mismo.

Esta definición se aplica igualmente para la comunicación humana y la mediática, y en la que intervienen elementos tecnológicos e interactivos, sin olvidar que por principio, la comunicación es un hecho exclusivamente humano.

Delimitar el concepto de comunicación es importante para relacionarlo con el recurso multimedia, no desde el punto de vista tecnológico sino desde el sociológico, y particularmente en consideración al sentido y significado que el mensaje lleva en relación con su soporte mediático. Es en esta dirección, semiótica, perceptiva y comunicacional, que la estética digital se relaciona con la comunicación multimediática y sus componentes semánticos. Para ello entonces es importante definirla comunicacionalmente.

1.2.- Tecnologías de la Información y la Comunicación

Para establecer las características de una estética digital y su relación con la comunicación multimediática es importante hablar sobre las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs). Dice Julio Cabero:

En líneas generales podríamos decir que las nuevas tecnologías de la información y comunicación son las que giran en torno a tres medios básicos: la informática, la microelectrónica y las telecomunicaciones; pero giran, no sólo de forma aislada, sino lo que es más significativo de manera interactiva e interconexionadas, lo que permite conseguir nuevas realidades comunicativas. (1998, pa. 9)

Hay varios enfoques sobre lo que son las TICs: el tecnológico, el educativo, el comunicacional propiamente dicho; pero en general se puede aceptar que son tecnologías para el almacenamiento, recuperación, proceso y comunicación de la información. Apunta Consuelo Belloch:

Existen múltiples instrumentos electrónicos que se encuentran dentro del concepto de TIC, la televisión, el teléfono, el video, el ordenador. Pero sin lugar a duda, los medios más representativos de la sociedad actual son

los ordenadores que nos permiten utilizar diferentes aplicaciones informáticas (presentaciones, aplicaciones multimedia, programas ofimáticos,...) y más específicamente las redes de comunicación, en concreto Internet. (2012, pa. 5)

Para la comunicación debemos entender entonces que las tecnologías de la información y comunicación son aquellos instrumentos, artefactos, adminículos o aparatos que manejan, almacenan y actúan sobre la información, entendida ésta como data convenientemente procesada, cuya interconexión flexible permite una manipulación conveniente relacionada con la convergencia digital y la interactividad. (Castells, 2005). Al respecto señala Giovanni Sartori, con su punto de vista crítico:

La revolución multimedia es, en su premisa tecnológica, la revolución digital. Y el elemento distintivo del *going digital*, del “ser digitales” de Negroponte, es que modifica radicalmente nuestro “situarnos en el mundo”. Hasta ahora el hombre ha afrontado y reflejado el mudo real; ahora es proyectado en la creación de mundos virtuales. (1999, p. 231)

Ello entonces nos proyecta en el tema de la comunicación multimedia, su definición, su relación con el hombre contemporáneo, la información que maneja y sus soportes. Las computadoras en todas sus formas (PC, Laptops, *tablets*), teléfonos celulares, y muchos otros adminículos, así como los nuevos aparatos de video y sonido, construyen un entorno de comunicación envolvente que convierte este mundo globalizado del siglo XXI en un torbellino de informaciones, datos y mensajes que cada vez más cuesta ser digerido. Incluso cuesta entender en su percepción, apreciación y estética. Sin embargo, dado que ha sido un cambio inexorable, es inevitable estudiarlo y comprenderlo a la luz de la nueva cultura cibernética contemporánea, sin abarcar el tema sociológico o político, que implicaría otra gran cantidad de consideraciones que escapan el objetivo de este trabajo.

2.- Segunda Parte: Comunicación Multimediática

Una vez establecidos los conceptos de comunicación y los elementos tecnológicos que influyen en su proceso, se han de definir aquellos elementos que tienen que ver específicamente con la multimedialidad y el digitalismo, y el uso de la World Wide Web. No hay que olvidar que la comunicación en red es orgánica, personal y cercana, contraria a la comunicación de tipo “*broadcasting*”, que es aquella distante y elaborada, ligada a los medios masivos.

2.1.- Interfaz multimedia y comunicación

Se puede decir que un medio de comunicación es el canal por el que llega un mensaje determinado a un público o persona susceptible de responder a la intención del emisor (Biagi, 1999). En realidad esta definición está ligada a la visión funcionalista de la comunicación, pero sigue teniendo aplicación en ciertas visiones científicas. Hay una tendencia a asociar al medio o canal con el medio masivo, aunque no todas las teorías comunicacionales lo formulan así.

Una concepción contemporánea es aquella que identifica al medio de comunicación con la interfaz mediática. Hoy en día la idea de medio, mediación y mediamorfosis (Fidler, 1998) ha ido modificándose, y se ha incorporado el concepto de interfaz más allá de ámbito de lo computadora. Dice Gui Bonsiepe: “La interfaz vuelve accesible el carácter instrumental de los objetos y el contenido comunicativo de la información” (1999, p. 17). De esta forma se puede decir que un medio de comunicación es una interfaz, que permite la relación entre el contenido y el usuario.

El término “interfaz” proviene del mundo de la informática, y en principio se designa para definir a un conjunto de métodos dispuestos para lograr interactividad entre un usuario y una computadora. Más específicamente, la interfaz de usuario es un

conjunto de protocolos y técnicas para el intercambio de información entre una aplicación computacional y el usuario (Bonsiepe, 1999).

Desde una visión más amplia, se le considera como la conexión física y funcional entre dos aparatos o sistemas independientes. Para los efectos del diseño y la comunicación, es un espacio en el que se articula la interacción entre el cuerpo humano, la herramienta y objeto de la acción. Gui Bonsiepe señala a la interfaz como la categoría central que une tres ámbitos: un usuario o agente social, un utensilio o artefacto, y una tarea a realizar (Bonsiepe, 1999).

En la comunicación la interfaz está compuesta por dos elementos, el soporte o espacio-formato y el signo u objeto-gráfico. Ambos entes conformarán el sistema de mediación, que en conjunto con el mensaje, conformarán los componentes de la comunicación. Se define como medio al instrumento o forma de contenido por el cual se realiza el proceso comunicacional.

En este sentido, la aparición de la tecnología digital ha contribuido al desarrollo de todo tipo de interfaces, sin que ello implique que se hayan eliminado las interfaces analógicas. Diarios, libros, cine, radio, TV, aficheras siguen estando presente y conviviendo con celulares, tabletas, laptops, PC y otros nuevos adminículos. En este sentido, Nicholas Negroponte hizo perspicaces observaciones.

Una de sus ideas más interesantes es la que explica el paso del mundo de los átomos al mundo de los bits. Su libro *Being Digital (Ser Digital)*, de 1995) tiene que ver con lo que será el dominio del bit sobre la materia: el bit como ADN, el elenco de los bits... bits entremezclados... es decir, una aproximación al mundo de la tecnología cibernética finisecular (Negroponte, 1995).

Este texto versa sobre el desarrollo de las nuevas interfaces. Es aquí donde se enfrenta a lo que en su momento, finales del siglo XX, era un conjunto de nuevas tecnologías

de relación entre usuarios y artefactos, computadoras, faxes, reproductores de DVD y Cd, automóviles inteligentes, y realidad virtual. Justamente en este aspecto es donde Negroponte estuvo menos atinado, porque supuso que estas tecnologías avanzarían a una velocidad muy rápida, cuando la realidad es que su desarrollo ha ido por otro camino impredecible: ipods, celulares inteligentes, kindles, tabletas y otros; no lejanos pero sí diferentes a las interfaces que él supuso dominarían, hace ya casi 20 años. No obstante, su concepto de digitalización en la comunicación sigue siendo acertado (Negroponte, 1995).

Una vez entendido el medio como interfaz, se puede definir “multimedia”. Es importante entender las ideas de multimedia y comunicación multimediática, para establecer su relación con la cultura digital, tal como se estableció anteriormente. En principio podemos resumir, de muchas definiciones, que multimedia es cualquier sistema que utiliza múltiples medios de comunicación al mismo tiempo para presentar información. Generalmente se combinan textos, imágenes, sonidos, videos y animaciones. El Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española dice: “Que utiliza conjunta y simultáneamente diversos medios, como imágenes, sonidos y texto, en la transmisión de una información” (DRAE, 2001, p. 1553). En el libro *Impacto de los medios* Shirley Biagi dice: “El término multimedia se utiliza para describir cualquier medio que combine texto, gráficas, sonido y video” (1999, p. 206).

No obstante, esta definición debe incorporar el hecho de que lo multimedia está ligado a la computación, y el soporte debe sustentarse en las computadoras, cualesquiera sean sus manifestaciones, puesto que la T.V., la radio, la prensa o el cine sumados independientemente no son “multimedia”. De ahí que podemos tomar la definición de Roberto Aparici en la que "se denomina multimedia a la integración de diferentes medios audiovisuales. Pudiéndose distinguir dos tipos: los que pueden desarrollarse en soportes múltiples, integrando la información de manera complementaria (vídeo, audio-casete, libro, etc.) y los que lo hacen a través del

ordenador" (1993, p. 23). Efectivamente entonces, la multimedia combina las posibilidades de diversos medios de comunicación interconectados y controlados a través del computador. Lucía Amorós Podeva y María Trinidad Rodríguez Cifuentes señalan que “el término multimedia es utilizado por la UNESCO no como sustantivo sino como adjetivo de la palabra capacidad, así, hace referencia a la capacidad multimedia que tiene un ordenador personal” (1998, p. 81). Por lo tanto hay que destacar la aclaración que se da a esta denominación, a saber, capacidad multimedia como la capacidad que ofrece el computador personal de "presentar texto, imágenes y sonido al usuario" y son estos recursos en simultáneo los que definen específicamente lo multimedia.

Igualmente, Amorós y Rodríguez destacan otra aproximación, esta vez de Cabero y Márquez en 1999, que contribuye al propósito de clarificar una definición más precisa. Estas autoras destacan que la verdadera significatividad del material multimedia es precisamente la posibilidad que, a través del medio informático, ofrece de combinar e interactuar de manera unívoca los diferentes sistemas simbólicos. Esto también de manera digital (Amorós y Rodríguez, 2006). Esta relación semántica es la que hace diferente a los medios singulares (T.V, radio, prensa, etc.) de los multimediáticos.

De esta forma entonces estableceremos que se entiende por multimedia al conjunto de tecnologías fundamentadas en el uso del computador que utilizadas simultáneamente permiten al usuario acceder y procesar información usando por lo menos tres de los siguientes medios: textos, imágenes (fijas y/o en movimiento) y sonido. Sobre esta base podemos también comprender la comunicación multimediática.

Parece no haber duda en que la aparición de conceptos como “digital”, “interactivo” o “multimedia”, de los que se habló arriba, marcaron un antes y un después en las relaciones humanas, y su manejo de la comunicación. También es innegable que,

aunque de forma algo imprecisa, podemos entender que la comunicación multimedia alude a cualquier forma de comunicación que utiliza informaciones almacenadas digitalmente.

Pero la combinación de esos elementos, o lo que podríamos denominar en términos generales como convergencia tecnológica, no ha sido en realidad la que ha generado en sí misma nuevos medios de comunicación. En realidad entendemos que esta convergencia ha dado lugar a nuevos canales de comunicación, más o menos útiles y razonables, y que evidencian un estado de actividad mayor del espectador, convertido éste en internauta, o en trabajador de la información. Es la forma de utilizar esos nuevos recursos digitales con una concepción diferente la que los define como nuevos medios.

Lo que ha permitido, por otra parte, esa convergencia de medios, esa nueva concepción y utilización, es la tecnología digital, que logra sintetizar y agrupar las múltiples posibilidades de los soportes sensoriales, que han de transmitir mensajes adaptados a estas nuevas interfaces. La convergencia multimediática es uno de los grandes retos de la era digital. En un entorno donde desaparecen las fronteras entre medios masivos y servicios de comunicación como el teléfono, la televisión, la radio y la computadora, entre otros, esta puede entenderse como un fenómeno con múltiples dimensiones: tecnológicas, económicas, sociales y políticas. Y naturalmente, culturales.

De hecho, tal como lo señala Emerson Peña, estamos viendo el paso de los *massmedia* a los multimedia:

El paso del massmedia hacia el multimedia se da a partir del colapso de los medios unos sobre otros. Ciertamente elimina las fronteras entre un medio como el localizador (biper, skytel) y el teléfono, a partir de la nueva tecnología celular pero no se detiene en el hecho de satisfacer

necesidades sino que a su vez crea nuevas que al principio son tan solo bienes satisfactorios pero pronto la industria cultural los coloca como artículos de primera necesidad, tómesese en cuenta el caso del celular con acceso a Internet o a televisión, radio, cámara, videojuegos, video y más. (2007, pa. 3)

Más allá de la complejidad que esto conlleva, no debemos perder de vista la relación que esto trae con la creación o definición de un tipo de cultura basada en la comunicación digital y en la interactividad.

2.2.-Multimedia interactivo

Uno de los mayores propulsores de lo digital es el contexto multimediático interactivo en que se desarrollan las comunicaciones contemporáneas. Es por esto que sin duda podemos establecer el paralelismo entre la comunicación multimedia y las expresiones de cultura digital. En este sentido uno de los medios en lo que esto se destaca más ampliamente es en la Internet.

La Internet es probablemente la herramienta más ilustrativa de la comunicación interactiva multimediática, con todas sus potencialidades y la dinámica globalizadora que ha logrado desarrollar en los últimos años. Y como extensión la World Wide Web, especialmente la actual Web 2.0 y la próxima Web semántica. Esta “Web semántica” es la forma como se manifiesta el mundo de la comunicación multimediática a través de Internet a fines de la primera década del siglo XXI. Sitios como Facebook, YouTube y Twitter muestran claramente lo que es esta Web donde el significado es lo importante, y las redes sociales están generando una nueva forma de cultura, que naturalmente está basada en la comunicación digital.

Se produce entonces un tejido de relaciones basadas en el uso de estos medios, que sin desplazar a los tradicionales, genera una manera distinta, hiper-veloz (hiper-

textual e hiper-mediática) de manejar mensajes, contenidos y hechos culturales. Pero para poder entender mejor esto, debemos definir entonces qué puede ser llamada cultura digital.

Esa manera contemporánea de acceder a los hechos sociales y culturales, vía medios digitales es la que determina que haya una relación entre la cultura digital y la comunicación multimediática. Nuevas formas de manejar contenidos, enfoques y una interacción totalmente dinámica construyen redes sociales que cambian los patrones actuales de interrelación social.

Pero no sólo la Web y la internet representan el hecho multimediático. Los actuales teléfonos celulares, teléfonos inteligentes, tabletas y demás artilugios digitales permiten el envío de contenidos (imágenes, fotos, videos, sonidos, música y textos) que hacen el proceso comunicacional completamente diversificado. Y eso, genera una nueva cultura colectiva, basada en la interactividad.

Es por esto que podemos hablar entonces de una cultura digital en relación con la comunicación multimedia. Esta aparición de la comunicación digital también trae otras consecuencias, como la creación de mundos virtuales, literatura, música y artes digitales, y una nueva estética que abarca los aspectos culturales de todo tipo. Un buen ejemplo es la propuesta del mundo virtual llamado “Ciberia”, creado por el escritor Douglas Rushkoff, que describe en su libro *Ciberia. La vida en las trincheras del ciberespacio*, de 1995, que es una indudable referencia para entender la realidad virtual posible de hoy en día. En este texto, Rushkoff señala una y otra vez cómo la tecnología informática permite ser comprendida como una extensión del cerebro humano, una extensión en la que éste encuentra su ampliación y superación definitiva de lo material y terrenal.

Del libro podemos extraer varias afirmaciones interesantes: “Ciberia parecía ser una manera de resquebrajar la cerrazón mental de nuestra civilización” (Rushkoff, 2000 p. 23). O esta otra: “Aunque muchos vieron el ordenador simplemente como una gran metáfora del cerebro, los ciberianos consideraron estas terminales y sus diversas redes como extensiones de la mente humana” (Rushkoff, 2000, p. 29). Esa es una buena alegoría. También esta “Los ciberianos interpretan el desarrollo de la infosfera como la creación de un cerebro global integrado” (Rushkoff, 2000, p. 30). Más aún: “En Ciberia, el ordenador es una herramienta pero también una metáfora. Ir colándose de un sistema a otro, y todavía a un tercero, significa descubrir habitaciones y pasadizos secretos que nadie ha recorrido con anterioridad. La red de redes de ordenadores interconectados proporciona la extensión neural electrónica definitiva para la mente en expansión” (Rushkoff, 2000, p. 41).

Otro ejemplo de cultura digital en el mundo virtual está ligado a la llamada inteligencia colectiva que genera la Web, y el concepto de “Webness”, que propone Derrick De Kerckhove. Parte de la observación de que se ha consolidado una múltiple convergencia de hipertexto, multimedia, realidad virtual, redes neuronales, agentes digitales y vida artificial que configuran una nueva condición cognitiva a la que él llama Webness, es decir, la esencia de una red. Detrás de esta convergencia, De Kerckhove percibe la digitalización de todos los contenidos, la interconexión de todas las redes, la humanización del software y del hardware de interfaz y los efectos globalizadores de los satélites (De Kerckhove, 1999).

Lo que es indudable, es que el mundo digital ha creado nuevas formas de cultura, y los mismos medios digitales son los encargados de difundirlas, expandirlas y modificarlas, cuando no crearlas. El mundo globalizado del siglo XXI sigue validando esta frase de Sigmund Freud referida por Fidencio López Beltrán en el sitio web de “La voz del Norte” (2011): “La función capital de la cultura, su verdadera razón de ser, es defendernos contra la naturaleza”. Esto referido a la naturaleza

humana, de violencia, destrucción y dominación. La cibercultura interactiva puede contribuir a cambiar esto.

2.3.-Comunicación Multimodal

Parte de los conceptos que ayudan a entender la estética digital, junto con la cibercultura y la multimedialidad, es la multimodalidad. Ésta última está también ligada a la idea de interfaz discutida anteriormente. Estos dos términos, “interfaz” y “multimodalidad” tienen ambos su origen en la informática.

Si bien interfaz era considerado como el dispositivo capaz de asegurar el intercambio de datos entre dos sistemas (*hardwares*, por ejemplo), ha devenido en una idea más amplia que incluso pasa a ser una suma de interacciones. Dice Carlos Scolari:

Si bien se mantiene todavía la idea de un intercambio de información, la interfaz ya no es considerada como un dispositivo de hardware sino un conjunto de procesos, reglas y convenciones que permite la comunicación entre el hombre y las máquinas digitales. La interfaz se presenta así como una especie de gramática de la interacción entre el hombre y la computadora. (2004, p. 42)

En realidad el concepto de interfaz puede abarcar, entonces desde el mecanismo de interacción como las metáforas que ello implica. Igual sucede con el concepto de comunicación multimodal.

En principio se puede definir la comunicación multimodal como aquella comunicación en la que intervienen modos humanos, como por ejemplo: la voz o el habla, los gestos, los ojos, los movimientos. El objetivo de la comunicación multimodal es hacer más natural la interacción hombre máquina. En la actualidad, la comunicación multimodal es un campo en el cual se está investigando y se ha convertido en una nueva frontera para las comunicaciones. La dificultad reside en

cómo adaptar todos estos datos e información de manera que una interfaz electrónica los pueda interpretar y permita interactuar al hombre con las computadoras mediante estas convenciones (Kress y Van Leeuwen, 2001).

De hecho, en sentido amplio multimodalidad puede implicar la suma de “modos de comunicación”, puesto que los gestos, las señas, los sonidos, la suma de expresiones y actos de habla pueden ser considerados como tales. Pero tal como pasa con “interfaz”, para los efectos de la comunicación multimodal se debe buscar un concepto que si bien no sea estrictamente informático, esté anclado al digitalismo y se aplique en este campo.

En ese sentido señala Joaquim Llisterri que las computadoras deben manejar diferentes formas de interacción para que sus relaciones con los usuarios sean más fluidas y menos asimétricas. En la “Multimodalidad asimétrica” normalmente se considera el gesto, el habla y las expresiones faciales en la salida del sistema. En la “Multimodalidad simétrica” se considera el habla, el gesto y las expresiones faciales no sólo en la entrada del sistema (usuario), sino también en la salida (sistema) (Llisterri, 2013). Para lograr ésta última, destaca la aplicación de los siguientes componentes:

- *Transcripción ortográfica.
 - La transcripción ortográfica de corpus orales
- *Transcripción fonética segmental.
 - La representación fonética segmental de corpus orales
- *Transcripción prosódica.
 - La representación fonética suprasegmental de corpus orales
- *Anotación lingüística.
- *Anotación pragmática.
- *Anotación de expresiones faciales.
- *Anotación de gestos.
- *Anotación de emociones.

Estos componentes contribuyen entonces a que la interrelación máquina hombre sea un diálogo multimodal, y que fomente la creación de recursos para el análisis de la interacción funcional; que haya estandarización en la anotación de diálogos y anotación de fenómenos que aparecen en el discurso. Para que esta comunicación sea efectiva deben darse entonces propuestas de esquemas de codificación de las expresiones faciales y de los gestos y propuestas para anotar información prosódica relacionada con la información gestual (Llisterri, 2013).

A su vez el usuario a través de la interacción multimodal puede determinar el modo o modos de interacción que quiere utilizar para acceder a la información, lo que extiende y mejora la interfaz del usuario, ya que se hace posible la utilización conjunta de la voz y otros tipos de dispositivos de introducción de datos como teclados, ratones, lápices digitales o pantallas táctiles. Aunque esta forma de interacción conjunta está especialmente dirigida a las aplicaciones móviles, que incorporan controles por voz y disponen de pantallas de dimensiones reducidas, también está pensado para otros sectores como la automoción (navegadores integrados, pantallas táctiles), la oficina (pantallas digitales de las fotocopiadoras), o los electrodomésticos más avanzados que ofrecen múltiples opciones interactivas.

Finalmente, como contrapartida se habla de monomodalidad en la comunicación en la que interviene un solo medio o un solo modo de comunicación (la prensa, por ejemplo, la radio o incluso la T.V. puesto que no hay interactividad), en tanto los dispositivos multimedia sí son multimodales, aunque no siempre se produzca una combinación interactiva de muchas formas comunicacionales. Parte de la definición implica la existencia de un discurso multimodal. Señalan Gunther Kress y Theo Van Leeuwen: “Definimos a la multimodalidad como al uso de varios modos semióticos en el diseño de un evento o producto semiótico, así como la forma particular en la que estos modos se combinan; pueden reforzarse mutuamente (“decir lo mismo de formas diferentes”), o cumplir roles complementarios” (2001, pá. 11).

Todas estas formas, realidad virtual, interfaces mediáticas, multimedias, multimodos y comunicación interactiva están estrechamente ligadas al digitalismo, y se establece una conexión estética en función de su estructuración, semiótica y por supuesto, estilo. Para ello entonces se analizarán sus componentes sobre la base de un método comprensivo que permita definir las características de la estética digital y cómo se relaciona ésta con la comunicación multimediática.

**CAPÍTULO III: ESTÉTICA DIGITAL Y
COMUNICACIÓN MULTIMEDIA**

3.- La estética digital en la comunicación multimedia

Para definir una estética de la cibernética hay que delimitar los parámetros que permitirán identificar los elementos básicos para su identificación. Uno de estos es lo que se conoce como “régimen escópico”; otro es el “digitalismo”; y finalmente los modelos de análisis estéticos cuyos enfoques ayudan a la comprensión formal de una metodología de clasificación y comprensión de la estética perceptiva.

3.1.-Régimen escópico

Una idea de referencia importante, ligada a la comunicación visual y audiovisual, tan importante en la multimedialidad, es la que se conoce como “régimen escópico”, y que tienen que ver con el manejo de las imágenes visuales.

Estamos rodeados de imágenes. Como nunca, este siglo como continuación del pasado, es el de las imágenes. Román Gubern (1996) dice que vivimos en una Iconosfera. James Gibson (1986) definió una “ecología de las imágenes” y Cristian Metz (2001) señaló que comenzamos a vivir en un “régimen escópico”, que tiene que ver con aquello que relaciona el momento histórico y las circunstancias sociales con aquello que se nos hace verosímil visualmente. Esta idea fue desarrollada luego en extenso por Martin Jay (2003), y es muy interesante porque nos explica por qué comprendemos el mundo de la imagen digital tal como lo vemos hoy en día.

El “régimen escópico” tiene que ver con aquellas cosas a las que nos acostumbramos a ver, y que representan la realidad que socialmente hemos construido. La ciberestética es un reflejo de eso. Ahora aceptamos y tenemos como ciertamente posibles una cantidad de imágenes que son reflejo de nuestra “verdad” perceptiva contemporánea. Según Jay, y desde este punto de vista, se considerará verosímil a la coincidencia entre lo que se ve y lo que la época considera normal que se vea y serán

consideradas impropias aquellas imágenes que escapen a la “normalidad”, a la opinión, o al gusto de la época.

Aquello que cada era considera verosímil en relación a lo visible conforma un régimen escópico determinado. Este concepto alude a la existencia de un cierto modo de ver corriente en cada época y determinado por un conjunto de aspectos históricos, culturales y epistémicos. Un régimen escópico supone entonces un cierto modo “normal” de mirar, característico en cada formación histórica. Esta idea de cómo es percibida la imagen en una época determinada es muy importante, y ha sido abordada por diversos autores, desde John Berger (1980) con sus “modos de ver” hasta Michael Baxandall (1978) con su idea del “Ojo de la Época”.

Este régimen escópico aplicado a la estética digital es el que nos explica porqué aceptamos la actual iconografía como representativa de este momento histórico, social y cultural. Estamos hechos a la nueva tecnología. Los medios nos han ayudado a construir el ojo con que sabemos ver el hecho digital, refrendado en toda la enorme producción visual, audiovisual, Multimediática, virtual y multimodal que hoy nos rodea.

3.2-Estética según parámetros Bense-Souriau (una metódica)

Una vez visto el enfoque a desarrollar, se puede establecer cómo la estética digital queda definida y cómo se construye su relación con la comunicación multimediática. Epistemológicamente es clave entonces el manejo de diferentes conceptos: estética; digitalismo; cibercultura; comunicación; comunicación multimediática; comunicación multimodal; Tecnologías de la Información y la Comunicación o TICs; interfaz; internet y globalización. En los capítulos anteriores se desarrollaron estos conceptos, por lo que el establecimiento y análisis de todos estos factores ayuda a comprender cómo funcionan la percepción, el discurso, la mediación y la comunicación en este

mundo digitalizado en que han cambiado patrones, valores y construcciones. Y de esta manera llegar al objetivo final de este trabajo, que es definir la estética digital como forma expresiva y su relación con la comunicación contemporánea y sus modalidades multimediáticas.

Los basamentos teóricos y la metodología a aplicar se remiten a lo que señalan Max Bense (1976) y, fundamentalmente, Etienne Souriau (1965), así como una consideración a lo que trabaja Manuel Ocampo (2009) desde el punto de vista metafísico. Pero para ello antes hay que definir lo que se entiende como “digitalismo”.

3.3.- Lo digital

El digitalismo se asocia a la aplicación de la tecnología y concepción digital de la realidad en las diversas actividades que se desarrollan en la vida común contemporánea. Naturalmente entre ellas la comunicación, y cómo esta se percibe. Es aquí donde cabe entender la estética del digitalismo como parte importante del universo comunicacional. Para ello entonces es importante definir qué es “lo digital”.

En primer término, se puede admitir como válida la idea de Otl Aicher (2001) de dividir la visión del mundo en Analógico y Digital según su estructura compositiva. Según este autor, el concepto de digitalismo tiene un origen griego, desde el momento en que se analiza el mundo desde el punto de vista de sus componentes, aunque no es sino hasta el siglo XVII en que se consolida la idea de comprender la naturaleza bajo parámetros matemáticos. Es René Descartes quien transforma la realidad analógica, es decir, lo que se reproduce desde su origen tratando de imitarlo, en una realidad alfa-numérica. El método cartesiano de definir puntos sobre planos (“coordenadas X-Y”) es el principio del sistema digital: unos-ceros, “*on*”-“*off*”, sí-no, equis-ye. La naturaleza ya no es más un lugar (arriba, lejos, allá) sino una combinación

matemática: ecuaciones y valores sobre ejes y planos. El caso de las curvas es un ejemplo notable. Una línea curva deja de ser un dibujo para ser una operación, siendo el mejor modelo una cuadrática: $y = ax^2 + bx + c$. Cualquier ubicación en el plano puede obtenerse con dos dígitos. Incluso con una convención (que se utiliza en la geometría acotada) un par de números en un plano y una tercera referencia da una ubicación en el espacio. Este es el principio del mundo digital (Aicher, 2001).

Aceptando esto entendemos lo que afirma Aicher: “La comunicación analógica produce comprensión porque está acoplada a la percepción sensorial, ante todo con el ver. Su dimensión científica es la geometría, la matemática de las posiciones, en contraposición a la matemática de las magnitudes” (2001, p. 76). O sea, que la presentación de la realidad a través de la fórmula digital está ligada a su abstracción, por contrario a la representación analógica que se liga a la evidencia sensorial.

Esta abstracción depende hoy en día, fundamentalmente, del uso del computador. Nunca antes había podido desarrollarse tan íntimamente una proyección de lo real sobre la base de una herramienta tecnológica. Y ello trae como consecuencia un nuevo estilo, una nueva estética, que debe ser considerada como identificación propia de las expresiones contemporáneas. Esto sin perder de vista un nuevo factor: la consolidación de los medios masivos de comunicación, que son capaces de extender esas expresiones a gran velocidad y a lo largo y ancho de todo el planeta.

En segundo lugar, para entender la influencia que el ciberespacio tiene en el mundo de la comunicación y el conocimiento, debemos admitir que la nuestra es una sociedad basada en el pensamiento digital. Esta sociedad del conocimiento está inmersa en la actividad informática, multimedia e internáutica, accesible a todas las mentes y culturas, propiciando nuevos entornos perceptivos. Dice Jordy Micheli: “La Sociedad del Conocimiento es aquella en la cual las tecnologías digitales de comunicación están crecientemente integradas al trabajo generador de la información

y conocimiento” (2009, pa. 6). Esa integración incorpora también los elementos de identificación que la hacen absolutamente diferenciable y le dan un estilo propio, que podemos definir como “ciberestética”.

3.4.-Elementos para definir una estética digital y Ciberestética

Para poder aceptar entonces que vivimos en un mundo con una nueva estética, que nos hace comprender la sociedad y la comunicación de una manera novedosa, hay que referirnos a los elementos que académicamente definen un movimiento estético. Si bien es verdad que esos factores tienen un fundamento en la teoría del arte, como vimos en las distintas aproximaciones a la estética en los últimos 250 años, no es menos cierto que ahora podemos aplicarlos a todo componente cultural, incluyendo los más contemporáneos: la Internet y los multimedia.

En este sentido, un primer análisis es posible tomando los parámetros de estética informacional de Max Bense. En su texto *Introducción a la estética teórico-informacional* (original de 1965) define tres ideas interesantes para delimitar y conceptualizar las formas estéticas que se relacionan con la comunicación y la informática.

Algunas de sus propuestas incluyen lo que él llama el “estado estético”, así como las medidas “macro y micro estéticas” de los objetos artísticos y culturales (Bense, 1976). En particular Bense plantea allí un análisis estético sobre la base de las ideas matemáticas de Garrett Birkhoff y establece un método semiótico para definir ciertas categorías estéticas. Una de estas categorizaciones es la que llama "Familia Estética". Este es un concepto interesante que contribuye al establecimiento de una clasificación de los hechos estéticos, combinando los valores semiológicos de las formas y su sistema de orden y complejidad.

Por ejemplo, las formas geométricas simples, rectángulos, cuadrados, rombos y polígonos sencillos determinan propiedades "cursantes de orden", como equilibrio y rotación, así como verticalidad y ligereza, que le proporcionan agradabilidad a las figuras. La geometría entonces es importante para entender la semiología estética de las figuras. El cuadrado, el rectángulo y el triángulo, por su conformación son las más equilibradas pero más simples, por lo que representan una estética que se podrían llamar "burda", en tanto las formas complejas, que logran simpleza y equilibrio con mayor dificultad, son de una estética considerada "fina". Un buen ejemplo es la tipografía, que toma formas simples pero trabajadas de forma compleja, con simetría, equilibrio y orden, y crean figuras claras pero bellas en el sentido clásico.

Los polígonos pueden crear patrones que en conjunto arman una superficie visual cuya estética constituye una red que forma parte de una "familia estética"; este es otro ejemplo de lo que es una familia estética: aquel conjunto de formas o de figuras o de elementos que teniendo unas características comunes, se combinan para generar un elemento semántico nuevo, que permite la acepción de un nuevo contenido para su morfología resultante.

Señala Bense que los sistemas de puntos y rectas, como unidades de información estética, conforman planos con propiedades de incidencia. Sin embargo acota que los elementos del repertorio semántico deben ser considerados de modo selectivo:

Naturalmente, "caos", "estructura" y "gestalt" o también "mezcla", "simetría" y "forma" y "repertorio", "patrón" y "configuración" designan clases muy amplias, extensas de estados estéticos. Pero se dan ejemplos inequívocos de su realización artística, sobre todo en el campo de la visualidad. Tanto la pintura clásica como la moderna, con la pintura figurativa, por un lado, y con la pintura concreta, por otro, manifiestan una típica orientación macroestética a las formas, mientras el claroscuro de Rembrandt y posteriormente el impresionismo y expresionismo, el tachismo y el informalismo están constituidos de un modo decididamente microestético, es decir configurativo. (1976, p. 95)

De esta forma se pueden establecer parámetros para identificar una propuesta estética, según su repertorio semiótico.

Para la expresión digital, definida ésta como toda aquella obra artística o comunicacional en la que interviene la computación, la informática o los soportes digitales, podemos establecer unos patrones estéticos según estas ideas de Bense que ayuden a su identificación. Estos son los que conforman su “familia estética”: las formas, los colores, las texturas y las configuraciones.

Sobre esta base se pueden aceptar algunos patrones característicos. Para ello también es conveniente tomar ciertos términos que utiliza Etienne Souriau, para estudiar la estética desde varios puntos de vista. Souriau compuso una “estética comparada”, lo cual permite establecer procesos comunes entre distintos tipos de artes, aceptando incluso una “estética de la vida cotidiana” (1963 p. 16, 17, 18 y 19.). Es así que podemos hablar de siete “*Qualia*” (cualidades sensoriales subjetivas) que son la base de la percepción estética: líneas, volúmenes, colores, luminosidades, movimientos, sonidos y voces (en una línea de pensamiento similar a la de Bense). Sobre esta base se desarrollan las “artes de primer grado” (abstractas) y las de “segundo grado” (aplicadas) que incluyen todas las actividades de la cultura humana. Esas cualidades sensoriales, producen las características especiales que nos permiten identificar un estilo, una estética, de manera que aún siendo subjetivas, pueden ser consideradas generales. La diferencia con Bense es que él hace énfasis en los aspectos “matemáticos” y Souriau en los “culturales”. Por ello se puede establecer una comparación entre los diferentes momentos históricos y culturales, dependiendo de cómo se presenten esas “*qualia*”.

Tenemos así que en el Renacimiento, por ejemplo, la estética viene dada por el uso de líneas rectas, de una geometría simple, de un ornamento “clásico”, de una búsqueda del orden limpio, directo. Esto no sólo lo vemos en la arquitectura, la pintura o la

escultura, sino incluso en la música y la literatura. El Barroco, en cambio, presenta un predominio de la geometría compleja, las curvas y el movimiento como patrón de diseño, y la abundancia de elementos que hacen denso el resultado final. Igual lo vemos en las artes no visuales como la música y la literatura. Incluso en el vestido y en las costumbres del quehacer cotidiano. Lo importante es que no se aplica sólo a una forma especial de vida, sino que afecta a toda la población (hasta los más pobres en Europa tenían acceso a una Iglesia Barroca, por ejemplo, por lo que sus características visuales les eran conocidas). El Modernismo, por su parte, muestra sin dudas una estética característica, que hace a sus productos claramente reconocibles por sus componentes visuales, estructurales, estilísticos y conceptuales. Otra cosa importante es que si bien es cierto que un estilo tiene identificación con una sociedad y un momento histórico, sus características pueden aplicarse en otra cultura y en otro espacio temporal. Naturalmente, ese estilo “transportado” puede verse como una impostura, si no se adapta a la nueva realidad. De nuevo el modernismo es un buen ejemplo: imitar el diseño de los años 1950 en el SXXI, puede ser visto como “retro” o mala copia, si no incorpora la actual visión del mundo. Pero un objeto con el espíritu modernista, amoldado al mundo contemporáneo, es un hecho absolutamente válido y expresivo.

De modo que podemos estudiar las experiencias culturales de hoy bajo las *qualia* del presente, para establecer los elementos de la Estética Digital propuesta. Ahora bien, ¿por qué es importante definir una estética digital? Porque entender la forma de ver el mundo y representarlo, crearlo o reproducirlo, en un momento histórico y un contexto determinado, nos permite comprender la realidad humana y sus patrones sociales y culturales, de manera de proyectar las reacciones, las necesidades y en particular, las formas de comunicación de una sociedad cada vez más globalizada.

Reconociendo esto entonces, podemos determinar las características que definen una estética digital, insertas en el mundo contemporáneo, sobre la base de las *qualia*

perceptivos aplicados a la interfaz visual desarrollada mediante el uso de la tecnología informática, sin perder de vista tampoco el punto de Bense. Interfaz es aquel conjunto coherente de elementos perceptibles o físicos que permitirán establecer una relación entre un usuario o público y su creador o emisor, en función de un contenido y una intención de comunicación, en espera de una respuesta o reacción (Bonsiepe, 1996). Entonces esta interfaz visual presenta una serie de características apreciables, que le dan una identidad comprensible, y que refleja la intencionalidad del emisor del mensaje, la concepción del contenido, y manifiesta también, notablemente, el momento en que se crea ese mensaje.

Conociendo que hay elementos para comprender la estética sobre la base de las *qualia* y tomando como referencia los componentes perceptivos de la interfaz visual y multimedia, podemos señalar aquellos elementos que la hacen identificable e inequívocamente ligada a su era. Esto con el fin no sólo de comprender el modo cómo vemos y cómo nos comunicamos, sino para entender también la idea contemporánea de sistemas multimedia, que seguramente se expandirá a lo largo de los próximos años, como una forma imprescindible de comunicación.

3.5.- Las *Qualia* Digitales

Asumiendo la idea de que las características perceptibles valen como identificadores de un momento cultural, tomaremos las siguientes cualidades sensoriales subjetivas con las que definiremos la estética digital, basados tal como se señaló en las propuestas de Etienne Souriau (ver el punto 4.2.1 de este trabajo). Estas *Qualia* son: líneas, volúmenes, colores, luminosidades, movimientos, sonidos y voces. Para estudiar estos elementos, vamos a referirnos no a su concepción sino a su elaboración y utilización. Está claro que una línea será siempre una línea, lo que la hace afín a un hecho histórico es su uso y realización. Un ejemplo claro es el Barroco, donde el uso de la línea ondulada se hizo distintivo de un estilo, que partiendo de un concepto

visual, se convirtió en una forma de ver el mundo propia de la Europa del siglo XVII. Lo mismo para las otras *qualia*. Tomando esto en cuenta, descubrimos que uno de los factores fundamentales para identificar esos elementos sensoriales es su producción, es decir, cómo se hacen.

Y es en este sentido en el que hay un factor indiscutible inherente a la realización de todos los componentes estéticos de este mundo digital: el uso de la informática. La computadora y sus herramientas programáticas han cambiado la manera de construir los discursos comunicacionales y culturales en general. La capacidad del ordenador (primero las grandes computadoras y hoy en día las personales o PC) de manejar datos sensoriales, transformarlos, re-crearlos y manipularlos parece ser infinita. Aquí cabe el lema aquel de “el cielo es el límite”. En este caso, la imaginación del creador es el límite. Y si bien es cierto eso ha sido siempre el corazón de la creación (la imaginación es el límite), nunca como hoy los equipos de “hardware” y “software” han dado mayores posibilidades a los artistas, comunicadores, científicos y público en general para poner en práctica sus ideas y sueños más originales.

Esto por supuesto aceptando los aspectos positivos del instrumento informático, y no la visión apocalíptica de un mundo subvertido por las computadoras, o temiendo que la máquina suplante la inteligencia humana. Debemos entender que la PC es más que nada una herramienta que nos permite desarrollar más eficazmente nuestras potencialidades y ayuda a la creación, dejando que sea la mente la que determine hasta dónde se puede llegar. Destaca Román Gubern: “La gran novedad cultural de la imagen digital radica en que no es una tecnología de reproducción sino de producción” (1996, p. 147). La digitalización es, sin duda, un factor poderosísimo, que ha modificado la manera en que la gente de hoy en día puede percibir su realidad.

Siendo así, es el uso de la computadora la que ha creado nuevos lenguajes, nuevas visiones y es que le determina la nueva estética que comienza a imponerse globalmente desde finales del s. XX. Comprobémoslo.

Líneas. La línea ha cobrado en este mundo digital un nuevo sentido, siendo llevada a nuevas cotas de elaboración, desde las rectas digitales hasta las líneas fractales. La línea ahora es manejada con mayor libertad aún puesto que los límites en su realización (no que en su concepción) ahora se han ampliado. Y los contornos que esas líneas pueden producir adquieren características especiales de forma y color, con una inmensa variedad de gamas y de estructuras. Un ejemplo de estos son las Fractales de Mandelbrot.

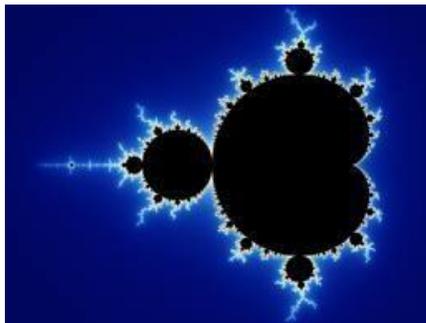
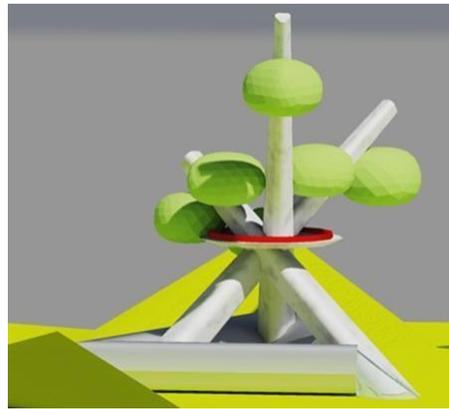


Figura 1

Modelo de una fractal de Mandelbrot, generada por computador usando fórmulas matemáticas,

Volúmenes. En el caso de la construcción de sólidos perceptibles, el uso de la computadora ha logrado cuerpos sorprendentes. Los programas permiten el desarrollo de lo que se llaman superficies de revolución, nunca antes vistas. Lo más notable es que esas formas imaginadas pueden llevarse a cabo, como lo demuestran algunas obras arquitectónicas como el Museo Guggenheim de Bilbao. Ni el arquitecto catalán Antoni Gaudí con toda su imaginación hubiera logrado construir un edificio con esa volumetría. Las coberturas espaciales logradas aquí son de una originalidad

cuyo origen está en el uso de la informática como soporte del diseño. Ello no quiere decir que la concepción analógica sea limitada y que la digital sea superior, sino que la posibilidad de llevar a cabo nuevas formas, volúmenes y superficies se potencia con la aplicación de programas y equipos digitales.



Figuras 2 y 3

Dos volúmenes creados con programas digitales según una composición abstracta

Dentro del manejo volumétrico se puede incluir lo que toca a las superficies y texturas de los cuerpos, puesto que les identifican como objetos espaciales. El tema de las texturas y las superficies es también fundamental en la identificación de una estética digital. Nunca se había conseguido una variedad y una gama de texturas visuales en las superficies del diseño gráfico como hoy en día. Dado entonces que esos componentes forman parte de los volúmenes, los incorporamos a este análisis aquí.

Es que los programas de dibujo han alcanzado una capacidad de texturización sin precedentes y sin parangón, creando sensaciones visuales únicas y sorprendentes. Más aún, uno de los elementos más distintivos de la ciberestética es la textura visual obtenida a través de la computación gráfica. Películas, imágenes, fotos, páginas web, esculturas; todas tienen una sensibilización visual de sus planos, que sin duda las hacen totalmente reconocibles y lo más importante, no podrían haberse logrado de

otra manera. Es el uso del ordenador y su programación la que otorga esa identidad inconfundible a los volúmenes que vemos en las expresiones artísticas y comunicacionales aparecidas en los medios contemporáneos.

Colores. Lo mismo que se ha dicho para los volúmenes y las texturas, se aplica al uso de los colores. En la actualidad, bien sea por procesos químicos o digitales, la gama y variedad de colores disponibles es tan infinita como la naturaleza misma. Con otra ventaja: podemos manipularlos como nunca antes. El vocabulario cromático se ha ampliado, y nuestros ojos son capaces de identificarlos claramente, dando una identidad única al lenguaje visual digital. Este “idioma” nos permite establecer parámetros de comunicación que apelan al mundo informático colectivo mundial, creando una lengua que podría ser comprendida universalmente.

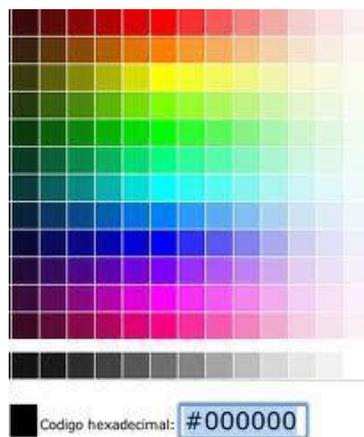


Figura 4

Sistema codificado de colores para dispositivos digitales

Luminosidades. El uso de la luz también es característico, dominado por la tecnología contemporánea. En este caso, la computadora es sólo parte del progreso que se ha experimentado en los últimos cien años en lo que respecta al uso de la luminiscencia y la visualidad. En específico, el uso de las luces en el diseño gráfico

contemporáneo, si bien es heredera de tradiciones centenarias, ha evolucionado hasta dejar un estilo que podemos llamar actual, donde la luz hace juego con las sombras, los colores, las texturas, y las formas, de una manera que nos es hoy sumamente familiar a pesar de su novedad. Es el ojo de esta época.

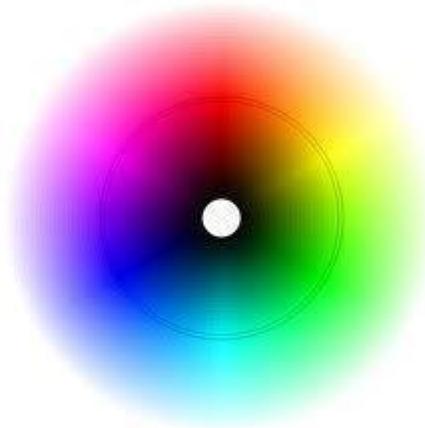


Figura 5

Focalización y distribución del círculo cromático y su relación con la luz

Movimientos. La estética del dinamismo visual contemporáneo también está signada por el desarrollo de los programas de animación por computadora. Si bien es cierto que en la modernidad del siglo XX la aparición del cine dio una nueva opción a la reproducción del movimiento, y que las bases de la percepción dinámica de nuestro mundo están en las tecnologías cinéticas de las últimas décadas, no es menos cierto que el cine y la TV digital, así como las animaciones computarizadas, han hecho que la percepción del movimiento haya tomado una condición sin precedentes. Baste pensar en las películas de animación digitalizada, o en los “anime” japoneses, o en los juegos de video, para comprender que la representación del movimiento multidimensional actual ha adquirido unas características tan propias que la hacen no sólo identificable e inconfundible, sino también incomparable con todo lo que se había visto con anterioridad.



Figura 6

El primer largometraje de animación digital, “Toy Story” de 1993 nos muestra cómo se perciben los movimientos de los cuerpos y figuras creados bajo los patrones de estética digital.

Los avances incluyen capturas de movimientos, fotogramas renderizados en tiempo real, modelado en 3D y animación fractal. Todo esto sumado a la gran capacidad de memoria y manejo de data de las computadoras ha permitido nuevas expresiones del dinamismo, tanto en el arte como en los medios masivos de comunicación.

El cine digital en 4D de reciente desarrollo, también demuestra el manejo de los movimientos desde el ámbito perceptivo de esta nueva estética. Hay así una combinación multimedia y multimodal dinámica, en la que hay un fuerte componente cinético.

Sonidos. El mundo del sonido digital también ha creado toda una nueva estética, también basada en desarrollos analógicos, pero que toman forma final con el uso de los sistemas digitales. En este caso, el mejor ejemplo es la invención del sintetizador. Este instrumento musical se inventó sobre la base de sintetizar de manera electrónica sonidos que se reproducían con sistemas de parlantes eléctricos. Los sintetizadores inventados por Robert Moog hacia finales de los años 1960, eran, naturalmente, analógicos, pero daban sonidos totalmente novedosos porque procedían de fuentes eléctricas. Hacia mediados de los años 1980, los sintetizadores se hicieron digitales, y

los sonidos se procesaban mediante chips, lo cual les dio mayor gama y calidad. Es indudable que los instrumentos electrónicos no cambian la música como tal, es decir, las composiciones estarán siempre relacionadas con el oído y su percepción, y la creación no depende de la máquina sino del hombre, pero no es menos cierto que ahora las posibilidades sonoras se han multiplicado, alcanzando cotas inimaginables décadas atrás. El ejemplo característico es la obtención del llamado “ruido blanco”, que es la suma de todas las ondas sonoras audibles por el hombre. Sin los sintetizadores eso no se podría haber logrado, aunque su uso hasta ahora no sea más que experimental. En resumen, la utilización del computador y sus programas para la definición sónica, han creado una nueva estética auditiva y musical, acorde con los tiempos del digitalismo.



Figura 7

Los programas de manejo de sonidos son un componente fundamental en los dispositivos electrónicos y digitales.

Voces. Finalmente, la *qualia* de las voces podemos referirla a dos aspectos: el uso de la voz y el uso del vocabulario. Respecto a la voz, es innegable que hemos cambiado el lenguaje verbal por los lenguajes múltiples: textos iconográficos, multisignos, idiomas políglotas (varias lenguas conjugadas), creando con esto una comunicación de nueva dinámica que se expresa en el uso generalizado de aparatos, dispositivos y gadgets que incorporan tecnologías multimediáticas que permiten formas creativas polisémicas en los diferentes grupos sociales que conforman el espectro comunicativo actual. Pero también podemos señalar que nuestro vocabulario se hecho fuertemente

visual, con la aparición de toda una nueva simbología basada en las experiencias digitales, que tienen su origen, como era de prever, en el uso de esas computadoras y esos nuevos artilugios, como el teléfono celular, que incorpora cámaras y grabadoras, que son una fuente inagotable de comunicación multimodal.



Figura 8

El cine contemporáneo es un buen ejemplo de manejo de lenguajes múltiples. Aquí una imagen del film Avatar de 2009.

Es así que sobre la base de estas aseveraciones, bajo un punto de vista estrictamente teórico (la comprobación gráfica y sensorial se hace observando nuestro entorno globalizado usando estos criterios), no cabe duda de que el uso de la computadora, la informática, los programas de diseño, edición gráfica, sonido y demás, han creado una forma de percibir el mundo muy propia de esta época, que refleja con certidumbre la presencia de una nueva estética, que podemos llamar “ciberestética”, en consonancia con la idea señalada anteriormente de Douglas Rushkoff de llamar a nuestro mundo actual “Ciberia” (Rushkoff, 1995, p. 10, 11.), donde la interconexión global y el hipertexto, el hipervínculo y el ciberespacio crean un nuevo planeta interconectado, que pareciera dejar pequeña a la Aldea Global de Marshall Mc Luhan (Mc Luhan, 1969).

Podemos entonces, una vez aplicada la metodología de Souriau, determinar que por todas estas condiciones, hay sin duda una forma nueva de construir realidades sobre la base de las herramientas tecnológicas. Consecuentemente, el mundo digital está

basado en la **reconstrucción** de la realidad, en contrapartida del mundo analógico, fundamentado en la **reproducción** de la realidad.

Visto todo esto, se confirma la definición de **estética digital** como el conjunto de elementos estilísticos y temáticos que se caracterizan por tener origen en el uso de la herramienta informática y en los programas de computación, y se valida en las artes visuales y multimediáticas, así como en la comunicación y otras manifestaciones culturales. Esta estética, comprobada por sus *qualia* propios, se aplica al arte, a la comunicación, a los medios y a la cultura contemporánea en general. Ciertamente el Arte Digital, la Música Digital o la Comunicación Multimedia tienen valores propios y definiciones por sí mismos, pero están enmarcadas en esta nueva ciberestética. Hay que repetir entonces, con Etienne Souriau, que la estética es al arte, “lo mismo que una ciencia teórica a la ciencia aplicada correspondiente” (Huisman, 2000, p. 149). Esto además justifica, sin ninguna duda, el valor de entender y aplicar los conceptos de estética, que ayudan a comprender nuestra sociedad actual, inmersa en tecnologías digitalizadas, que afectan a todos por igual, sin distinguir clases sociales o grupos culturales. Es una verdadera estética globalizada.

3.6.-Estética digital informacional

No obstante hay también otras observaciones sobre esta estética digital que se pueden hacer desde otras ópticas filosóficas. Tal como se señaló, Max Bense hace una propuesta informacional para entender la estética, y en ese sentido la aplicación de los conceptos informáticos son muy válidos para complementar esta definición.

Según Bense, se pueden tomar los siguientes criterios para definir los elementos que determinan una estética, lo que él llama el “estado estético”: es aquella condición (o condiciones) extrema y objetiva que es propia de los objetos y hechos que de alguna forma tienen procedencia artística y diferenciada del propio estado semántico del

acontecimiento, que permite identificar sus características más allá de lo que significa. Por lo tanto, en la estética digital, más que el significado debemos considerar sus condiciones, en este caso el origen de su realización.

Así tenemos los repertorios formales y los materiales, y aquellos elementos que articulados nos permiten identificar una obra según sus referencias. Éstas son semánticas no en el sentido de su significado sino en su componente informativo o “facticidades”. Escribe Max Bense:

En una primera aproximación, la estética es una “teoría de los estados estéticos”, que, como he dicho, se encuentran realizados en “facticidades” (“portadoras”) naturales, artísticas y técnicas. Estas facticidades y hechos dados pueden ser tanto objetos como acontecimientos. De cualquier manera, están realizados “materialmente”; por tanto, de ningún modo se dan pensados o imaginados. Estos estados estéticos abarcan toda una clase de propiedades de aquellas facticidades, que en nuestro lenguaje habitual acostumbramos a designar con expresiones como “bello”, “feo”, “encantador”, “sublime”, “atractivo” y otras semejantes”. (1976, p. 25)

De esta forma se define una estética material, diferente a una estética del gusto, que es interpretativa y no cualitativa. La estética digital entonces tiene como facticidades aquellos elementos materiales que le diferencian de otras estéticas clásicas: la estructura, las texturas, la coloración, las formas y todos sus componentes materiales, que derivan del uso de la programación y la cibernética.

Consecuentemente hay una lectura diferente de los hechos visuales, audiovisuales y multimedia, fundamentados en estas facticidades digitales. Como se ha visto esto trasciende la calificación de “bello” o “feo”, “agradable” o desagradable”, valorándose en sus formas, elementos constructivos y estructurales y semánticos (que no semióticos, aunque Bense también aborda esta categorización), propios de la computación y la informática.

Esto reafirma la concepción planteada sobre la base de los elementos cualitativos de Souriau, por lo que las *qualia* informacionales pueden identificarse igualmente desde el punto de vista de Bense, lo cual contribuye a definir la estética digital. No obstante se pueden estudiar también otros abordajes filosóficos para corroborar la validez de esta estética así establecida.

3.7.- Estética digital realista

Un buen modelo es el de Manuel Ocampo, que desde la perspectiva realista, habla de una condición corpórea-espiritual de los elementos perceptibles, que definen sus elementos estéticos. Ocampo se basa en los postulados aristotélicos y tomistas para su aproximación ideológica, que finalmente hace referencia a Dios y su creación, y lo que puede considerarse bello desde este punto de vista.

Para establecer una estética, Ocampo se basa en las ideas de Santo Tomás de Aquino (y de su metafísica) y señala: [...] “la belleza supone la fusión de tres elementos que son integridad o perfección, proporción o concordancia y claridad” [...] (2009, p. 118), por lo que para definir una estética hay que tomar esos tres factores: integridad, proporción y claridad.

Naturalmente, estos parámetros se aplican a la belleza que se puede apreciar con esos tres elementos. En ese sentido, el uso de los programas y las herramientas digitales los logran, bajo la subjetiva percepción de qué es íntegro, qué está proporcionado y qué es claro y nítido.

Si “íntegro” es completitud y ausencia de defectos, ello está ligado a la construcción y sus maneras, lo cual nos lleva al campo de la apreciación del autor y el perceptor, reforzado por las características del lenguaje que se utiliza.

La proporción es una noción que se valida en casi todas las nociones de belleza y estética y viene dada por las relaciones entre los componentes del hecho artístico, comunicacional o expresivo. Implica el uso de aquellas condiciones que ofrece el utensilio digital para el control del orden, la armonía, el ritmo, la simetría y todas aquellas características “universales” de belleza y consonancia.

Dice Ocampo: [...] “es patente que lo ordenado y lo proporcionado es bello, mientras que lo desordenado y desproporcionado es feo” (2009, p. 119). Dado que se considera “proporción” a la relación entre dos o más objetos (o seres, si se extrapola a la vida) o entre las partes de los mismos, cuando convienen a pesar de sus diferencias, entendiendo como convenir al logro de una unidad. Ocampo destaca que se puede establecer una analogía entre la idea de proporción y la causa y el efecto en la comunicación, puesto que la consecución de la primera produce una consecuencia en el perceptor.

En las obras realizadas digitalmente se mantienen los cánones de proporcionalidad que incluyen armonía, simetría y consonancia. Y entre los elementos compositivos destaca el ritmo, que debe ser visto más cómo un concepto que como un sistema: [...] “se habla de ritmo cuando se trata de seres móviles y de simetría cuando se trata de seres estáticos” (Ocampo, 2009, p. 120). Todo lo que está completo en el cosmos está compuesto de materia y forma, por lo que todos los entes infinitos del universo material se mueven según sus ritmos. Finalmente, lo desproporcionado es contrario a lo que se estima debe ser un ideal estético, lo cual debería aplicarse también a la estética digital.

En lo que se refiere al tercer elemento, la claridad, lo asume Ocampo como aquel que está más relacionado con la comunicación y con el propio ser del hecho estético. Lo “claro” es un principio que está relacionado con un acto fundamental de la belleza, que es el acto de *esse*, es decir, el ser en una forma inteligible. Señala que [...] “la claridad

también se puede aplicar de modo análogo a los entes intelectualmente aprehendidos, como en el caso de la evidencia, en la que lo entendido tiene significado gracias a la claridad o inteligibilidad” (2009, p. 121). Esta idea de claridad está ligada al concepto de esencia.

La claridad entonces es la relación entre las propiedades fundamentales de la obra o el hecho artístico y comunicacional, de manera que la forma resulte de esa unidad entre partes, componentes y contenidos. En el caso del digitalismo, estas nociones se aplican a la materialización de la esencia del mensaje vía informática, siendo la mediación de este mensaje una interfaz basada en la computación y la programación de sus elementos. Ello sin desligarse de la esencia misma de su inteligibilidad.

Concluye Ocampo: “De modo que la integridad, la proporción y la claridad son los elementos de lo bello que se implican y se soportan unos a otros ordenándose entre sí, uniéndose y distinguiéndose sin confundirse y sin darse aisladamente” (2009, p. 121). Si bien esto pareciera muy ligado a la visión metafísica (y “analógica”) de la estética clásica, la estética digital, basada en el uso de los utensilios informáticos, la concepción cibernética y el lenguaje multimedia, puede igualmente responder a esos parámetros analógicos.

3.8.- Estética digital y Ciberestética.

Una vez definida la estética digital como aquella que engloba las manifestaciones artísticas, culturales y comunicacionales cuyos elementos estilísticos y temáticos se caracterizan por tener origen en el uso de la informática y en los programas de computación y sus dispositivos, podemos ver en muchas de las obras creadas en las últimas cinco décadas -en particular desde los años 1980- todas esas características (las *qualia*, las facticidades y los elementos realistas) que responden a la utilización de los utensilios digitales.

Así todas esas expresiones cuyo origen es la computadora o sus variantes y que muestran como parte de su elaboración esa condición, pueden ser catalogadas como manifestaciones de la estética digital. Naturalmente, desde el punto de vista semiótico también pueden ser identificadas, puesto que sus significados están íntimamente ligados a la forma digital de ver el mundo, en contraposición de la percepción analógica, tal como lo destacó diseñador gráfico y tipógrafo alemán Otl Aicher (Aicher, 2001).

Como variante de esa estética digital se puede definir la “ciberestética”, que es aquella que está presente en el espacio cibernético. La estética digital puede presentarse en espacios públicos, y como muestra de ello hay manifestaciones artísticas multimedáticas en las calles, cuyo origen es el uso de la herramienta digital, así como otras obras artísticas creadas usando computadores y otros dispositivos electrónicos.

Todas las circunstancias y características estéticas de la estética digital se aplican en la ciberestética, sólo cambia el sustrato mediático donde esta se soporta. No obstante, el ciberespacio va a determinar también algunas condiciones de formato y estructura que particularizan estas expresiones, pero sus propiedades son las similares en la mayoría los casos. Igualmente la ciberestética responde a las condiciones de cibercultura y comunicación multimedática, puesto que las relaciones conceptuales están igualmente referidas a sus *qualia*, variando sólo en la forma de interactividad e hipertextualidad, que son particularidades del ciberespacio.

Por lo tanto la estética digital y la ciberestética pueden compartir teóricamente las mismas propiedades y son reflejo de un mismo concepto: la nueva estética surgida del uso de los instrumentos digitales, informáticos y computacionales, con su estructura propia, su vocabulario formal, su sintaxis y sus nuevos sentidos comunicacionales, que sin necesariamente romper con la tradición semiológica del lenguaje estético universal,

añade nuevas interpretaciones en todas sus manifestaciones, ampliando la percepción sensorial del ser humano contemporáneo y su realidad.

3.9.-Estética digital y comunicación multimedia.

Habiéndose visto anteriormente que multimedia se puede entender como cualquier sistema que utiliza múltiples medios de comunicación al mismo tiempo para presentar información en la que generalmente se combinan textos, imágenes, sonidos, videos y animaciones, y que está ligado a la interfaz digital (no son multimedia los medios de comunicación de masas usados a la vez, como la prensa, la radio y la televisión en sus individualidades), y habiendo visto la definición de estética digital y sus características, podemos comprender la relación intrínseca entre ambos hechos culturales. Esto porque en las expresiones multimediáticas están presentes las qualia digitales y las facticidades que le diferencian de otras estéticas: la estructura, las texturas, la coloración, las formas y demás propiedades que derivan del uso de la programación y la informática.

La multimedialidad ha generado nuevas formas y lenguajes de intercomunicación, tanto en el aspecto individual como en el colectivo, y esas maneras tienen a su vez una estética que se relaciona justamente con la interfaz que sirve de medio a esa comunicación. Eso lo podemos percibir en las distintas manifestaciones sociales y mediáticas de hoy día, en los distintos campos en que el ser humano se desenvuelve aún sin tener conciencia de ello.

La estética digital multimedia está presente en el arte cibernético, en las redes sociales, en la cibercultura, en la web, en la comunicación multimodal y en todas aquellas expresiones ligadas a las interfaces no analógicas. En este sentido hay muchos cambios, sobre todo en la comunicación colectiva. La fotografía, por ejemplo, ha pasado a formar parte del arsenal digital accesible a cualquier individuo, que puede

contar con administradores de captura y manipulación que le permiten utilizar las imágenes con una nueva interpretación. Igualmente pasa con los videos y con el sonido. Los *gadgets* o administradores electrónicos son una muestra de utensilios de manejo digital que representan la capacidad de expresión en otros términos, para los tradicionales elementos comunicativos.

Siendo este fenómeno multimedático y digital un hecho relativamente reciente (probablemente con menos de 30 años a esta fecha), es aún pronto para concluir modelos y consecuencias definitivas. Sin embargo, no hay duda de que tiene importantes repercusiones y afecta a toda la cultura actual. Dice Antonio Bolívar Botia: “Cualquier hecho social es un fenómeno de comunicación, y como tal simbólico, cuya lógica expresaría la mente humana, origen de toda cultura” (1985, p. 79). Esta aparición del digitalismo en la sociedad actual es sin duda un fenómeno globalizador que afecta las formas culturales y genera particulares términos de interrelación entre los individuos y entre sus manifestaciones.

Es importante señalar que los dispositivos comunicacionales de la última década han incorporado esos elementos que permiten una multimedialidad accesible, por lo que se han hecho comunes al grueso de la población urbana del mundo. Ciertamente hay expresiones multimedia no digitales, como las presentaciones musicales donde hay múltiples efectos, o las obras tipo "happenings", pero la comunicación multimedática debemos referirla al uso de los recursos informáticos digitales: computadoras, laptops, tabletas, celulares, cámaras y reproductores. Por ello es que podemos establecer una relación entre los elementos de la estética digital y su presencia en los soportes multimedia. Los principales son:

- Texto/hipertexto.
- Imagen digital.
- Sonidos procesados.

- Video digitalizado.
- Gráficos animados.
- Interactividad.

Esta división se hace sobre la base de todo lo aquí expresado en esta investigación, y a continuación se explica cada elemento.

3.9.1.-Texto/Hipertexto

Ideas como hipertextualidad e hipermedia varían si se las aborda desde la informática o desde la comunicación, aunque finalmente tienen acepciones parecidas. Igual pasa con la idea de multimodalidad. En este caso, para la comunicación multimedia es clave la interconexión de textos, entendiendo estos como parte integral de la interfaz del mensaje.

Visualmente (y sensorialmente) los textos e hipertextos digitales (que no son la misma cosa) son percibidos de manera diferente que los que se leen en el mundo analógico. El soporte papel o sustrato físico tradicional influye en la lectura. La tipografía, el color, la diagramación hacen que haya una percepción estética diferente y propia en las interfaces que además va más allá del espacio usual de los contenidos.

Los textos en los dispositivos digitales tienen una presentación diferente, luz, colores formas, por las que su legibilidad varía. En el caso de los hipertextos, que en esencia son maneras informáticas que relacionan información verbal y no verbal, se tiene una escritura no secuencial, que permite interconexiones en el tiempo y espacio entre distintos contenidos. Ello hace aún más distinta su percepción. Observa María Lamarca:

Con el hipertexto nace una nueva clase de soporte capaz de aglutinar en sí mismo a los otros soportes (papel, material magnético, material óptico, etc.) y que puede ser reproducido en estos mismos soportes. También se

entremezclan las morfologías usadas en el mensaje: documentos y archivos textuales (libros, revistas, artículos, folletos...), gráficos (dibujos, mapas, planos, infografías, gráficos animados...), iconográficos (iconos, diapositivas, fotografías, cuadros), sonoros (música, sonidos de todo tipo, programas de radio...) y audiovisuales (películas, vídeos, programas de televisión), tridimensionales (objetos plásticos y de realidad virtual), informáticos (programas, aplicaciones, archivos legibles por ordenador...) y multimedia (combinaciones de varios de los códigos anteriores). Todo se enlaza mediante el hipertexto, constituyéndose así una nueva clase de documento o hiperdocumento llamado hipermedia. (2007, pa. 6)

Consecuentemente, el texto en el universo digital y su derivado informático, el hipertexto, tienen una condición visual diferente a la analógica, y responde a las *Qualia* aplicados en la definición de ciberestética.

3.9.2.-Imagen digital

En los dispositivos multimedia de diversos tipos, y en la comunicación multimedática en general, la imagen digitalizada es uno de los factores fundamentales de su constitución. Ahondar sobre el peso de la imagen en la multimedialidad no es necesario. Dice Fernando Zamora:

A las imágenes sensibles las podemos tocar, mutilar o ampliar; podemos mirarlas desde lejos o en distintos grados de acercamiento; son reales o virtuales, fijas o en movimiento, bidimensionales, volumétricas u holográficas; son sonoras, táctiles o visuales; son frías o cálidas; son coloreadas o sin color, hechas a lápiz o a tinta, con acuarelas o al óleo, con piedras o con barro. En suma, son *cosas* como las nubes, el fuego o los libros, que al contacto con nosotros se vuelven objetos. Y son objetos a los que se les ha adscrito una enorme variedad de usos y valores. (2007, p. 125)

Es sabido el adagio que reza "una imagen dice más que mil palabras". Pues bien, hoy en día no sólo dicen mil palabras sino que pueden llevarnos a mil lugares, sea desde la imaginación o sea desde la interconexión.

En el sentido visual, las imágenes que hoy dominan los soportes digitales reflejan su origen, no tanto en el contenido o en la morfología, sino en su estructuración. Están formadas por unidades informáticas, bits que pueden ser manipulados a conveniencia, y que necesitan del dispositivo respectivo para ser visualizadas. Texturas, colores, formas, luces, sombras, elementos de percepción que son únicos de la tecnología digital, y que dan al mensaje un cariz muy distintivo.

Igualmente podemos aplicar los conceptos de *Qualia* a estas imágenes, y considerando su procesamiento, quedan definidas dentro de lo que hemos llamado estética digital.

3.9.3.-Sonidos procesados

La historia de la digitalización del sonido es anterior a la de la imagen y por eso ha llegado hoy día niveles de perfeccionamiento tecnológico mayores. En los aparatos electrónicos, en particular los digitales, el sonido analógico es convertido en información, en lenguaje binario (unos y ceros), en bits, de manera que durante el proceso sufre transformaciones que en principio no alteran su forma, pero sin duda en la percepción hay una ligera diferencia, sobre todo si son manipulados convenientemente.

Los sonidos grabados en un soporte digital no pierden calidad con el paso del tiempo ni por el uso (los soportes como los CDs, en cambio, sí son delicados y se deterioran con facilidad). La calidad de este tipo de sonido es mucho mayor que la calidad del audio analógico, aunque esto tenga sus puntos de vista divergentes. La manipulación y edición del sonido digitalizado es más sencilla y ofrece muchas más posibilidades. Asimismo el almacenamiento de archivos de audio digitales puede ser técnicamente infinito, mientras que en el sonido analógico está limitado por el espacio. También las copias del mismo archivo pueden hacerse tantas veces como se quiera sin perjudicar al original.

No sólo los sonidos grabados forman parte de este nuevo espectro de la digitalización, sino también la radio, tanto en su versión vía web como digital. Señalan María Gabino y José Pestano: “La radio se convierte en digital cuando la información sonora se traduce al lenguaje binario de unos y ceros. La radio digital presenta tres variantes tecnológicas según sea el canal de emisión: la radio digital por satélite, la radio digital terrena y la radio web” (2004, pa. 2). De esta forma las versiones de la radio ligadas a la multimedialidad aportan diferentes valores estéticos.

Lo primero que hay que diferenciar es “radio digital” de “radio web”, que también implica una comunicación digital, pero que está en el ciberespacio, de “radio”. En este caso, lo que se conoce como Radio Digital Terrestre es un sistema de radiodifusión de audio, que se distingue por la emisión de señal digital en vez de analógica. Probablemente la radio digital sea el más significativo avance en tecnología de radiodifusión desde la introducción del FM stereo.

Por otro lado, a diferencia de la radio digital, la radio vía web es aquella que consiste en la difusión de contenido auditivo dotado de las características propias del medio radiofónico (tales como su guiones y sus lenguajes) a través de Internet mediante la tecnología *streaming*. El *streaming* que también puede ser llamado lectura en continuo, difusión en flujo, lectura en tránsito, difusión en continuo o mediaflujo (de la palabra inglesa *stream* que significa justamente flujo o corriente) y es la distribución de multimedia a través de una red de computadoras de manera que el usuario consume el producto al mismo tiempo que se descarga (Castro, 2013). Se refiere entonces a una corriente de información continua (sin interrupción). Este tipo de tecnología funciona mediante un *buffer* de datos (memoria activa) que va almacenando lo que se va descargando en la estación del usuario para luego mostrarle el material descargado. Esto se contrapone al mecanismo de "descarga de archivos", que requiere que el usuario baje por completo los archivos para poder acceder a su contenido.

Esto es lo que hace que la radio funcione realmente como "radio", con la transmisión en vivo y en tiempo real de los contenidos que efectivamente se están emitiendo. Por lo tanto su manejo mediático refleja el de la radio tradicional, pero con una diferencia: puede producirse a mucho menos costo y con muchísima más cobertura. Aquí radica una de sus mayores virtudes.

Es por todo esto que el sonido digitalizado ha aportado una nueva estructura mediática y con ella una estética propia de su multimedialidad.

3.9.4.-Video digitalizado

Sin duda uno de los elementos más destacados en la comunicación multimedia es el uso del video. Hasta hace no muchos años realizar una producción era cosa de profesionales. Los equipos para video, que grababan en cinta, solían ser costosos, y de no muy fácil manejo. Ya en la última década del siglo XX eso fue cambiando, y la aparición de los equipos digitales cambió por completo el uso y grabación de los videos.

Hoy muchos teléfonos, cámaras, tabletas y demás dispositivos son capaces de grabar videos de todo tipo y calidad, lo cual hace omnipresente este elemento en cualquier componente multimediático. Sitios web como Vimeo.com y YouTube.com han hecho de la difusión libre algo común, en todos los países del mundo. Se han creado además múltiples formas de manipulación de videos, como en la realidad virtual o en la realidad aumentada, e incluso existe "Vine", un sitio del portal Twitter que permite realizar pequeñas obras de hasta seis segundos con una técnica especial de edición.

Todo este avance termina fusionando los elementos visuales y audiovisuales en lo que llama Roger Fidler mediamorfosis, en este caso aplicado al video, la T.V. y el cine: "Se puede esperar que en las décadas que vienen la tecnología de imagen digital de la próxima generación [...] disuelvan las últimas diferencias entre estas dos formas de

medios de difusión” (1998, p. 322). El video ya no se limita a los aparatos ad hoc, sino que hacen presencia en todos los dispositivos de comunicación de hoy.

Todo este uso de la tecnología digital produce una forma estética que caracteriza a los elementos de estética digital, similares a los de la imagen digitalizada. Como ya se ha visto, toda la producción audiovisual de los últimos años asociada a las computadoras y sus variantes presenta muestras de ello. Las películas de animación son uno de los más notables ejemplos, no sólo por su originalidad sino también por su gran difusión.

3.9.5.-Gráficos animados

Uno de los elementos más dinámicos y novedosos en la tecnología multimedia es el que se relaciona con la animación de información y contenidos. Los gráficos animados y la infografía son componentes usuales en la comunicación digital actual, ya por la web, ya por la interconexión inalámbrica.

Dicen Charlotte y Peter Fiell: “La revolución digital también ha derribado muchas barreras creativas, favoreciendo una cohesión cada vez mayor del diseño gráfico con las bellas artes, la ilustración, la música y la moda” (2010, p. 7). Es así como la graficación en los ambientes multimedia cobra gran importancia, y son capaces de transmitir gran cantidad de información.

Muchos programas y técnicas complementan las ilustraciones, dibujos y animaciones que hoy circulan por los dispositivos y medios informáticos, que no sólo las integran sino que terminan siendo parte del mensaje en sí. Existen películas, videos, GIFs, infografías y otros tipos de ilustraciones que forman parte del universo comunicacional en sus diferentes formas.

El caso de las infografías animadas es el más relevante, sobre todo desde el punto de vista de la información periodística, puesto que es capaz de transmitir un contenido

complejo con muchos elementos que facilitan su comprensión. La infografía consiste en una representación visual en la que los propios textos son parte de la visualización; intervienen descripciones, narraciones o interpretaciones, presentadas de manera gráfica normalmente figurativa, que pueden o no coincidir con grafismos abstractos y/o sonidos (Cairo, 2011). La infografía nació como un medio de transmitir información gráficamente, pero ha evolucionado trascendiendo su condición noticiosa.

Asimismo son un factor importante en la publicidad, bien sea en banners o bien sea en avisos. Estos avances tecnológicos y de programación, en especial de los GIFs (Graphic Interchange Format o Formato de Intercambio Gráfico) y de las animaciones digitales, son las que dan a la comunicación multimedia ese carácter que tanto se identifica con la ciberestética.

3.9.6.-Interactividad

Un factor muy distintivo en el ámbito de la comunicación digital es la interactividad. De manera natural el ser humano es interactivo, es decir, establece relaciones dinámicas con sus pares, pero durante el desarrollo de los llamados "medios masivos de comunicación" (televisión, cine, radio, prensa) esta interacción no se daba de manera paritaria. Muchos críticos llamaban a estos "medios de difusión" puesto que la idea de comunicación implica una igualdad entre los interlocutores, que si bien no necesariamente debe ser idéntica, sí ha de ser equitativa (Fernández y Galguera, 2009).

Los actuales dispositivos multimedia y las conexiones digitales permiten que haya una interactividad básicamente dinámica y accesible a todos, no sólo en términos de comunicación sino también de relaciones con las máquinas y las informaciones y contenidos. En electrónica, la idea de multimedia interactivo se refiere a todos aquellos sistemas que se emplean hoy donde mediante diversos elementos, se permite la interacción del usuario con los contenidos de manera diferente, y en relación con sus intereses.

Cuando un documento impreso se traslada a la forma electrónica y digital, las características semánticas y visuales del documento se pueden hacer simultáneamente presentes las unas a las otras. El documento no necesitará entonces ser leído dentro de los marcos del espacio-tiempo habituales, sino que todos y cada uno de los documentos separados se pueden hacer simultáneamente presentes, así como todas las partes de los documentos. La automatización lo que permite es ordenar las formas secuenciales en formas multiseuenciales del conocimiento y de la experiencia. Se produce así un engarce entre las formas abstractas y complejas, un nuevo orden para los documentos que pueden ser leídos, enlazados, navegados, explorados, recuperados, usados y reusados. La Web es también un espacio de información relacionada, pero que precisa de una semántica para ser comprendida (Lamarca, 2007, pa. 8).

Esta relación entre los contenidos, las interfaces y los usuarios genera a su vez una forma de estética que como ya se ha visto, pertenece al ámbito del digitalismo, la cibercultura y la ciberestética, más aún cuando se aplica a la Web. Hay allí justamente un diálogo entre usuarios y contenido, donde diseño y realización son factores claves para captar la atención, pues el éxito depende de que la persona, receptor o usuario consiga relacionarse totalmente con el mensaje.

3.10.- A manera de cierre, por ahora.

De esta forma queda establecida la relación entre estética digital y comunicación multimedia, que incluye la multimodalidad. Desde el punto de vista de la comunicación, la forma multimodal ha existido siempre, porque los seres humanos nos comunicamos a través de "múltiples modos" de manera simultánea de forma natural: hablamos, oímos, hacemos gestos, nos movemos, señalamos, incluso olemos como parte de la comunicación interpersonal. En tanto para los soportes digitales, multimodalidad se refiere, como vimos con anterioridad, a aquella comunicación en la que intervienen modos humanos (la voz o el habla, los gestos, los movimientos y

otros) entre las computadoras y los usuarios. El objetivo de esta "comunicación" multimodal es hacer más "natural" la interacción hombre-máquina. Y ello trae como consecuencia una nueva forma de apreciación que afecta la estética que percibimos.

Se habla igualmente de la interfaz y sus metáforas, en relación con el intercambio entre dos sistemas: el informático y el comunicacional. Para que estos dos sistemas se hagan afines al ser humano, se han desarrollado metáforas conversacionales que facilitan la interacción entre las partes, con sus signos y relaciones. Carlos Scolari (2004) habla de conversar con el sistema:

Al extender al ámbito digital un modelo teórico creado en principio para el análisis de textos audiovisuales, los semióticos han reforzado indirectamente la perspectiva que ilumina los aspectos dialógicos y de intercambio presentes en cualquier proceso de interacción. (p. 58)

Prever cómo se desarrollará la estética digital asociada a la comunicación multimedia dependerá de cómo la tecnología se desenvuelva. Lo que no hay duda es que las nuevas formas estéticas se seguirán sumando a las que durante su evolución cultural el hombre ha ido generando. Como ha analizado Ernst Gombrich, el problema es siempre el de "cómo" (con qué recursos) se representa la realidad, y en este sentido se ha de establecer una diferencia entre proyección y percepción. El artista no se pregunta cómo ve el mundo sino cómo proyecta en una superficie aquello que ve. Por lo que, por ejemplo, no hay que preguntarse por qué los artistas egipcios veían el mundo de "esa" manera sino más bien por qué no lo representaban como lo veían, dado que sin duda lo verían como lo vemos ahora (Gombrich, 1992). Eso muestra que las concepciones afectan las percepciones en cada momento histórico-cultural, por lo que entonces así es cómo hay que asumir la estética digital: es nuestra forma de interpretar la realidad que vemos hoy.

CONCLUSIONES

Conclusiones

Hace cuatro décadas, en la edición de 1973 del libro *La sintaxis de la imagen*, la diseñadora estadounidense y profesora de comunicación visual, Donis Dondis (1976) señaló:

El arte y el significado del arte han cambiado profundamente en la era tecnológica, pero la estética del arte no ha respondido al cambio. Más bien ha ocurrido lo contrario: la estética del arte se ha ido fijando cada vez más a medida que el carácter de las artes visuales y su relación con la sociedad ha cambiado espectacularmente. (p. 31)

Esa relación finalmente sí logró cambiar la estética del arte (y de la comunicación) al hacerse de acceso colectivo, fácil y barato, con la explosión de la tecnología digital y sus artefactos durante el tránsito hacia este milenio.

Ciertamente aún hay algunas dificultades de tipo técnico y sobre todo económico para que lo digital se haga accesible a todo el mundo, sin embargo ahora, como nunca antes, una gran población tiene acceso al digitalismo, bien sea por televisión, telefonía o internet; sin contar con las múltiples expresiones artísticas que aparecen en museos y calles de las ciudades en todo el mundo.

Es por esto que es relevante entender lo que la presencia digital nos afecta, especialmente en la comunicación y sus formas de relación, más allá del arte y su propia estética. Más aún en esta época en que ya los medios no están aislados, sino que, como dice el periodista de origen checo, diseñador y experto en nuevas tecnologías, Roger Fidler, vivimos en una convergencia de medios. En su libro de 1998, *Mediamorfosis*, señala:

La mediamorfosis es la transformación de los medios de comunicación, que generalmente es resultado de la interacción compleja entre las necesidades percibidas, las presiones políticas y de la competencia, y de las innovaciones sociales y tecnológicas. (p. 21).

Es en ese sentido que se entienden históricamente los cambios en los medios de comunicación, con múltiples ejemplos y enfoques: función mediamórfica del lenguaje, la mediamorfosis en el dominio interpersonal, y especialmente la influencia de las tecnologías en estos cambios. En principio se plantea que hay tres mediamorfosis: la del lenguaje hablado al documental, la del documental al mediático y la del mediático al digital (Fidler, 1998). Esta última podemos verla como la consolidación de la era multimedíatica, en la que la combinación de medios se ha impuesto, por lo que obliga a los "tradicionales" a adaptarse, en especial a los medios informativos o noticiosos.

Dentro de este contexto de mediamorfosis digital es que tenemos el dominio de internet, que no es sólo la web sino todo lo que implique interconexión con el ciberespacio. Esto lleva a la aparición de cibermedios, que si bien tienen todos alguna referencia a medios tradicionales, incluso con soportes tradicionales (libros, bitácoras, diarios, periódicos, radios, videos), están completamente reenfocados, fundamentados en la nueva manera que tiene el público usuario de acceder y utilizar y necesitar de estos medios.

Estas mediamorfosis no eliminan medios, sólo los transforman, dado que la palabra oral y escrita no desaparece, el libro y la prensa no desaparecen, la radio, el cine y la TV no desaparecen, sino que se modifican y adaptan a las nuevas realidades sociales y tecnológicas. Fidler destaca como ejemplo el teléfono, un medio de comunicación interpersonal que ha tenido una serie de cambios en 100 años, los cuales lo han llevado de ser una excentricidad en el siglo XIX a convertirse en el artefacto omnipresente del siglo XXI. Es de esta forma como se da la convergencia de los medios. Entonces es importante comprender estos cambios y entender cómo los enfrentamos. Cómo estas inevitables verdades generan nuevas formas de relacionarnos, nuevas formas de comunicarnos, nuevas formas de manejar la economía y, por supuesto, nuevas formas de apreciar las dimensiones estéticas y culturales. Ello a su vez observando cómo el digitalismo influye en la comunicación contemporánea.

Esta evolución de lo digital es también -gracias a los medios- accesible a un gran público que así es expuesto a las nuevas formas estéticas, que responden a las cualidades sensoriales que la misma tecnología proporciona. Y para entender estas características estéticas se pueden asumir diferentes abordajes teóricos, como el que propone con sus cualidades (*qualia*) Souriau (1965), junto con la mirada informacional de Bense (1976).

Así se determinan las *qualia* propios de lo que puede llamarse una estética digital, referida a todas aquellas manifestaciones culturales, artísticas y comunicacionales cuya creación y realización están ligadas al instrumento computacional. Según Souriau (1965) las *qualia* son unidades cualitativas que permiten distinguir e identificar sensaciones y esencias intrínsecas de una obra o un conjunto estético.

Souriau especifica cuáles son, y aplicándolas a las producciones que están creadas mediante la informática, se tiene una caracterización de la estética digital: líneas, volúmenes, colores, luminosidades, movimientos, sonidos, voces. Y en los volúmenes se señalan las superficies y sus texturas, todas ellas con propiedades sensoriales provenientes del uso del computador en la concepción y elaboración.

Por su parte Bense (1976) habla de unidades estéticas de información, que son componentes estructurales y configurativos de los objetos artísticos, las cuales se relacionan con los componentes semánticos y semiológicos que provienen del mundo informático. De esta forma los signos que se crean mediante la informática, además de estar cargados de contenidos semióticos, reflejan las propiedades de la herramienta que les da origen. Y ello a su vez construye un elemento comunicacional que muestra la estética que le es referencial. En este caso, la estética digital.

Para los efectos y en consideración a todo lo expresado en este trabajo de investigación, queda definida la estética digital como aquella que se refiere al conjunto de elementos estilísticos y temáticos que se caracterizan por tener origen en el uso de

la informática y la computación, y se aplica a las artes visuales y multimediáticas, así como a la comunicación y otras manifestaciones socioculturales. Estas condiciones que vienen dadas por sus *qualia* característicos, la hacen identificable y discernible de otras estéticas y de otras expresiones culturales en diferentes momentos históricos y sociales.

Asimismo se puede definir la ciberestética como la estética digital en el ciberespacio, que es el entorno generado por la internet y la web, donde se manifiestan estas nuevas formas comunicacionales. Es por ello que la comunicación multimedia digital y la multimodalidad muestran en sus *qualia* los elementos de esa nueva estética. En este sentido, el término ciberestética es el que más se liga a la multimedialidad, puesto que la internet ha permitido el desarrollo de toda una forma de interrelación e interactividad que ha divulgado masivamente los elementos del lenguaje sensorial digital.

Incluso con la web se han difundido formas sensitivas que producen también una sinestesia informática, con el trasvase de una percepción sensorial a otra, en múltiples combinaciones sensibles. Y notablemente la ciberestética escapa a la discusión clásica de la belleza tradicional, puesto que ve la definición estética desde el punto de vista del sentido y los estilos, evitando una disquisición sobre lo bello que puede considerarse superada.

Todo este novedoso proceso obliga a repensar muchos factores sociales, desde simplemente formales hasta éticos, puesto que las relaciones entre los mensajes, los medios, los soportes y los perceptores, se han hecho muy complejas y multidireccionales, generando un mundo diferente de interacción entre los grupos sociales, que ahora tienen nuevos modos de entender y manejar la realidad. Y ello no significa necesariamente una relación con los valores morales y éticos aceptados.

El tema ético y moral no deja de ser relevante en esta nueva forma comunicacional y estética, pero tampoco es diferente su problemática al de otros momentos culturales y períodos históricos. En su libro de 1994 *Ética y cibernética*, el filósofo venezolano de origen español, Juan Nuño, hace una reflexión sobre los hechos reales contemporáneos y cómo se pueden aplicar valores éticos sin caer en contrastes entre la teoría y la práctica; sobre todo considerando las realidades cibernéticas finiseculares.

Por eso señala que no es de sorprender que la realidad marche por un lado y las teorías (éticas en este caso) vayan por otro. Piensa que el problema pasa por entender la "realidad" y sus "valores" sin apelar a ejemplos y hechos. Dice Nuño al respecto:

Si por 'realidad' se entiende, en este caso, hechos culturales que caracterizan una época, habrá que aceptar el encuadre sociológico del viejo problema de los valores. Dicho de otro modo: ¿Cómo entender cualquier teoría ética sin acudir a su aplicación o concreción, así sea por la inevitable vía de los ejemplos? Es entonces esa aplicación la que hace a la teoría ética tributaria del contexto social. (p. 39)

Como consecuencia, habría que hablar de una relatividad valorativa, en la que según Nuño, aún reina una confusión por la ambigüedad del problema de los valores, para finalmente llegar al meollo ontológico: la valoración de los valores. Dado que es un tópico que debe ser visto desde múltiples puntos de vistas (culturales, morales, sociológicos, políticos, entre otros), es complicado abordarlo en este estudio. Más aún cuando en los últimos 50 años se ha producido, como afirma la antropóloga Margaret Mead (1988), una ruptura generacional única en la historia, que se marca no en el cambio de contenidos viejos hacia nuevas formas (o viceversa), sino mediante una transformación en la naturaleza del proceso, donde diversas tradiciones culturales se solapan en tiempo y espacio, compartiendo un nuevo mundo tecnológico regido por las combinaciones sinestésicas de imágenes, sonidos, gustos y tactos, entrelazadas a gran velocidad.

Dado que la cibernética y el ciberespacio son ahora fenómenos universales, que la convergencia mediática es un hecho generalizado y que la nueva estética digital es accesible a las grandes mayorías, entender esta realidad se hace fundamental para comprender los actuales procesos comunicacionales desde el punto de vista del sentido y sus percepciones. He ahí la pertinencia de este tema: cómo los mensajes nos son enviados hoy en día y de qué manera nos afectan.

Para definir esta nueva estética es importante también tener claras las referencias a estéticas anteriores. En este trabajo se hace una descripción (no exhaustiva pero sí necesaria) de la evolución de los conceptos de belleza y estética, que si bien no aplica en muchos casos a la estética digital, es necesaria para tener una visión histórica y general de su estudio a lo largo de la historia. Sin duda la complejidad de este tema no está totalmente abordada aquí. Bien dijo Tzvetan Todorov: “La estética empieza en el momento preciso en que termina la retórica. El ámbito de la una no es exactamente el de la otra” (1981, p. 169). Por ello en esta investigación se hace toda una panorámica introductoria que ayude a comprender esta realidad, y que sin embargo no pretenda abarcar todo lo que este contenido implica.

Igualmente se presenta una breve pero necesaria explicación sobre la comunicación y los medios, para entender la multimedialidad contemporánea. En ese sentido queda expresada una relación entre los elementos estéticos que identifican la tecnología digital y la comunicación que deriva de ella. Los mensajes están afectados por su interfaz, la manera como éstos nos llegan va en relación con los soportes, por lo que la forma de percibirlos y entenderlos queda bajo la influencia del digitalismo.

Sin duda, la perspectiva técnica marcada por la novedad de la multimedia digital puede copar e incluso obviar toda reflexión crítica. Esto no debe soslayarse; pero las consecuencias sociopolíticas del digitalismo cibernético y sus mediaciones, inherentes

a los valores, intenciones y consecuencias económicas y culturales son un asunto que va más allá de los objetivos de esta investigación.

La definición de una estética digital sirve aquí para abordar los problemas de percepción y comunicación desde la óptica de las transformaciones tecnológicas y sus consecuencias en la sociedad y sus individuos en el siglo XXI.

Siendo el objetivo final de este trabajo establecer la definición de estética digital y su relación con la comunicación, en especial con la multimedia, quedan claros entonces los conceptos: la estética digital es aquella que se define gracias al conjunto de elementos estilísticos y temáticos que le caracterizan y cuyo origen está en el uso de la herramienta informática y en los programas de computación. Se aplica a las artes visuales y multimediáticas, así como a la comunicación y otras manifestaciones culturales. Esa estética, que cuando se relaciona con el ciberespacio se puede llamar también ciberestética, queda claramente establecida utilizando los patrones de análisis señalados.

Por otra parte, multimedia es, según se resume de todas las ideas analizadas y expuestas en esta investigación, aquel sistema que utiliza conjunta y simultáneamente diversos medios de comunicación en la presentación de la información, como imágenes, animación, videos, sonido y texto, todos bajo un mismo dispositivo informático. Básicamente, multimedia es la cualidad de una interfaz o documento que utiliza más de una plataforma comunicacional al mismo tiempo.

Dado que la multimedialidad digital está ligada al uso de la informática y la percepción de los usuarios pasa por captar los elementos sensoriales de la interfaz digital, el hecho estético que construye el sentido del mensaje y su significación y que sirve de intermediario es muy importante para la identificación del contenido y su relación con el emisor y el perceptor.

En definitiva, la estética que genera la tecnología digital afecta y modifica las formas y percepciones de la sociedad contemporánea mundial, magnifica los acontecimientos y produce una nueva visión mediática cargada de sensorialidades y contenidos (a veces excesivo en su volumen y velocidad) que sin duda hacen al mundo de hoy un espacio vertiginoso y culturalmente complejo, como nunca antes se había visto.

Las consecuencias de esta realidad aún están por saberse, lo que constituye, sin duda alguna, un campo sobre el cual habrá que hacer nuevas consideraciones. Ello traerá otros espacios para futuras y necesarias investigaciones, en respuesta a los problemas que la tecnología, la cibercultura y la globalización nos vayan presentando en el ámbito de la comunicación.

REFERENCIAS

Referencias

- Aguirre, J. y M. Bisbal. (1981). *La ideología como mensaje y masaje*. Caracas: Monte Ávila Editores.
- Aicher, O. (2001). *Analógico y digital*. Barcelona: G.G.
- Amorós Podeva, L. y Rodríguez Cifuentes, M. (1998). *Nueva tecnología educativa*. Sevilla: Grupo de Tecnología Educativa. Recuperado el 03 de abril de 2006, de <http://tecnologiaedu.us.es/edutec/paginas/57.html>.
- Aparici, R. (Coord.) (1993). *La revolución de los medios audiovisuales. Educación y nuevas tecnologías*. Madrid: Ediciones de la Torre.
- Aranguren, J. (1975). *La comunicación humana*. Madrid: Guadarrama.
- Arias, A. (2011). ¿Ha logrado Dennet quinear los Qualia? *A Parte Rei, Revista digital de Filosofía*, 73 (enero), 1-26. Recuperado el 11 de julio de 2012, de <http://serbal.pntic.mec.es/~cmunoz11/arias73.pdf>
- Aristóteles. (2004). *Retórica*. Buenos Aires: Distal.
- Aston, M. (1996). *Panorama del Renacimiento*. Barcelona: Destino.
- Aumont, J. (1998). *La estética hoy*. Madrid: Cátedra.
- Barthes, R. (1993). *La aventura semiológica*. Buenos Aires: Paidós.
- Barthes, R. (2003). *El grado cero de la escritura*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Baudrillard, J. (1998). *La ilusión y desilusión estéticas*. Caracas: Monte Ávila Editores.
- Bayer, R. (1965). *Historia de la estética*. México: Fondo de Cultura Económica.

- Baxandall, M. (1978). *Pintura y vida cotidiana en el renacimiento*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Bell, D., Adorno, T., Shils, E., Horkheimer M., Merton, K., Lazarsfeld, P. y MacDonald, D., (1974). *Industria cultural y sociedad de masas*. Caracas: Monte Ávila Editores.
- Belloch, C. (2012). *Las tecnologías de la información y comunicación en el aprendizaje*. Recuperado el 27 de agosto de 2012, de <http://www.uv.es/bellohc/pedagogia/EVA1.pdf>
- Belting, H. (2011). *La imagen y sus historias: ensayos*. México: Universidad Iberoamericana.
- Benjamin, W. (1989). *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. Recuperado el 08 de noviembre de 2011, de <http://diegolevis.com.ar/secciones/Infoteca/benjamin.pdf>
- Bense, M. (1964). *Estética: consideraciones metafísicas sobre lo bello*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Bense, M. (1969). *Breve estética abstracta*. Stuttgart: Universidad de Stuttgart.
- Bense, M. (1972). *Estética de la información*. Madrid: Comunicación B.
- Bense, M. (1976). *Introducción a la estética teórico-informacional*. Madrid: Comunicación B.
- Berger, J. (1980). *Modos de ver*. Barcelona: G.G.
- Berger, R. (1976). *El conocimiento de la pintura (vol. 1, 2 y 3)*. Madrid: Noguera.
- Berlo, D. (1975). *El proceso de la comunicación*. Buenos Aires: El Ateneo.

- Biagy, S. (1999). *El impacto de los medios*. México: Thomson Editores.
- Bolívar Botia, A. (1985). *El estructuralismo, de Levi-Strauss a Derridá*. Madrid: Cincel.
- Bonsiepe, G. (1996). *Del objeto a la interfase*. Barcelona: G.G.
- Bourdin, A. (1973). *Qué ha dicho verdaderamente Mac Luhan*. Madrid: Doncel.
- Brea, J. L. (2007). *Cultura_RAM. Mutaciones de la cultura en la era de su distribución electrónica*. Barcelona: Gedisa. Recuperado el 03 de diciembre de 2011, de http://www.joseluisbrea.net/ediciones_cc/c_ram.pdf
- Cabanne, P. (1986). *Hombre, creación y arte; enciclopedia del arte universal*. Barcelona: Argos-Vergara/Enciclopedia Británica.
- Cabero, J. (1998). *Las aportaciones de las nuevas tecnologías a las instituciones de formación continuas: reflexiones para comenzar el debate*. Recuperado el 10 de enero de 2012, de <http://tecnologiaedu.us.es/bibliovir/pdf/85.pdf>.
- Cairo, A. (2011). *El arte funcional: infografía y visualización de la información*. Madrid: Alamut Ediciones.
- Calabrese, O. (1987). *La era neobarroca*. Madrid: Cátedra.
- Calderaro, J. D. (1961). *La dimensión estética del hombre*. Buenos Aires: Paidós.
- Cappelletti, A. (2000). *La estética griega*. Caracas: FAHE.
- Carey, J. (2007). *¿Para qué sirve el arte?* Barcelona: Debate.
- Castells, M. (2005). *La era de la información (vol.1): Economía, sociedad y cultura. La sociedad red*. Madrid: Alianza Editorial.

- Castro, L. (2013). *¿Qué es el streaming?* Recuperado el 20 de agosto de 2013, de <http://aprenderinternet.about.com/od/ConceptosBasico/g/Que-Es-Streaming.htm>
- Cereceda, M. (2012). El excelente analista o de cómo tratar al padre de la estética. *Fedro, Revista de Estética y Teoría de las Artes*, 11 (abril), 18-26. Recuperado el 28 de junio de 2012, de <http://institucional.us.es/fedro/uploads/pdf/n11/cereceda.pdf>
- Checa Godoy, A. (2008). *Historia de la comunicación: de la crónica a la disciplina científica*. La Coruña, España: Netbiblo S.L.
- Claramonte, J. (10 de octubre de 2012). Estética y teoría del arte [Mensaje en un blog]. Recuperado de <http://jordiclaramonte.blogspot.com/2012/10/souriau-instauracion-estetica-y-modos.html>
- Colina, C. (2002). *El lenguaje de la red*. Caracas: UCAB.
- Colina, C. (2003). *Mediaciones digitales y globalización*. Caracas: CEP-FHE.
- Colina, I. (1992). *La comunicación humana*. Caracas: UCV-CDCH.
- Coomaraswamy, A. K. (1983). *Sobre la doctrina tradicional del arte*. Palma de Mallorca: Olañeta.
- Craig, R. (1999). *Communication Theory as a field*. USA: University of Colorado. Recuperado el 15 de noviembre de 2011, de <http://www9.georgetown.edu/faculty/irvinem/theory/Craig-CTF-1999.pdf>
- Croce, B. (1945). *Breviario de estética*. Buenos Aires: Espasa-Calpe.
- De Fleur, M. (1980). *Teorías de la comunicación masiva*. Buenos Aires: Paidós.

- De Kerckhove, D. (1999). *La piel de la cultura: investigando la nueva realidad electrónica*. Barcelona: Gedisa.
- Debray, R. (1994). *La muerte de la imagen*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- Debray, R. (2001). *Introducción a la mediología*. Barcelona. Paidós.
- Deleuze, G. (1984). *La imagen-movimiento*. Barcelona: Paidós.
- Deleuze, G. (2007). *Pintura. El concepto de diagrama*. Buenos Aires: Cactus.
- Derridá, J. (1989). *La escritura y la diferencia*. Barcelona: Anthropos.
- Derridá, J. (1999). *El libro por venir*. Recuperado el 13 de agosto de 2012, de http://www.jacquesderrida.com.ar/textos/libro_por_venir.htm#_edn1
- Dery, M. (1998). *Velocidad de escape*. Madrid: Siruela.
- Dimitriadis, C. (2001). *Mínima antología de estética*. Caracas: FHE.
- Dondis D. (1976). *La sintaxis de la imagen*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Dorfles, G. (1968). *El diseño industrial y su estética*. Barcelona: Labor.
- Dorfles, G., Bizet, J., Brandi, C., Brelet, G., Francastel, P., Metz, C., Mirty, J. y Nodelman, S. (1969). *Estructuralismo y estética*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Eco, U. (1970). *La Definición de arte*. Barcelona: Martínez Roca.
- Eco, U. (1974). *La estructura ausente*. Barcelona: Lumen.
- Eco, U. (1982). *Cómo se hace una tesis*. Buenos Aires: Gedisa.

- Eco, U. (1984). *Apocalípticos e integrados*. Buenos Aires: Lumen. Recuperado el 10 de septiembre de 2012, de http://www.bsolot.info/wp-content/pdf/Eco_Umberto-Apocalipticos_e_integrados.pdf
- Eco, U. (1997). *Kant y el ornotorrinco*. Barcelona: Lumen.
- Eco, U. (1999). *Arte y belleza en la estética medieval*. Barcelona: Lumen.
- Eco, U. (2004). *Historia de la belleza*. Barcelona: Lumen.
- Eco, U. (2007). *Historia de la fealdad*. Barcelona: Lumen.
- Fernández, C. y L. Galguera. (2009). *Teorías de la comunicación*. México: McGraw-Hill.
- Fidler, R. (1998). *Mediamorfosis. Comprender los nuevos medios*. Buenos Aires: Granica.
- Fiell, P. y C. Fiell. (2010). *Diseño gráfico contemporáneo*. Colonia, Alemania: Taschen.
- Fogel, J-F. y B. Patiño. (2005). *La prensa sin Gutenberg*. Madrid: Punto de Lectura.
- Foucault, M. (1966). *Las palabras y las cosas*. México: Siglo XXI.
- Foucault, M. (1976). *Vigilar y castigar*. Buenos Aires: Siglo XXI. Recuperado el 02 de mayo de 2012, de <http://www.ivanillich.org.mx/Foucault-Castigar.pdf>
- Gabino, M. y Pestano, J. (2004). La radio digital: análisis de la difusión web. *Sala de Prensa*, 5 (2). Recuperado el 07 de mayo de 2013, de <http://www.saladeprensa.org/art518.htm>.
- García Sierra, P. (2010). *Diccionario filosófico*. Recuperado el 26 de octubre de 2012, de <http://www.filosofia.org/filomat/df649.htm>.

Gibson, J. (1986). *The Ecological Approach to Visual Perception*. New Jersey, USA: LEW Publishers.

Gombrich, E. (1992). *Sobre la interpretación de la obra de arte; el qué, el por qué y el cómo*. Recuperado el 15 de junio de 2008, de <http://www.gombrich.co.uk/showdoc.php?id=32>.

Gombrich, E. (2008). *La historia del arte*. Londres: Phaidon Press Ltd.

Grüner, E. (2001). *El sitio de la mirada*. Buenos Aires: Norma.

Gubern, R. (1996). *Del bisonte a la realidad virtual*. Madrid: Anagrama.

Gubern, R. (1997). *La mirada opulenta*. Barcelona: Gustavo Gili.

Hegel, G. W. F. (1832). *Lecciones de estética* (Vol. I). Traducción de Raúl Gabás (1989). Barcelona, España: Edicions 62. Recuperado el 15 de noviembre de 2010, de www.ddooss.org/libros/HEGEL.pdf.

Hernández Díaz, G. (2012). *Cómo hacer un proyecto de investigación en comunicación*. Caracas: Ediciones UCAB.

Horrocks, Ch. (2004). *Marshall Mc Luhan y la realidad virtual*. Barcelona: Gedisa.

Huisman, D. (2002). *La estética. Metodología del arte*. Madrid: Presses Universitaires de France.

Ierardo, E. (2010). *Kant, Schiller y la experiencia de la belleza*. Recuperado el 23 de diciembre de 2010, de <http://www.temakel.com/ensayobellezakantschiller.htm>.

Jakobson, R. (1992). *Arte verbal, signo verbal, tiempo verbal*. México: Fondo de Cultura Económica.

- Jay, M. (2003). *Regímenes escópicos de la modernidad en Campos de fuerza. Entre la historia intelectual y la crítica cultural*. Buenos Aires: Paidós.
- Kant, I. (1787). *Crítica de la razón pura*. Recuperado el 08 de agosto de 2011, de www.librodot.com.
- Kant, I. (1951). *Crítica de la razón pura*. Buenos Aires: Losada.
- Kant, I. (1961). *Crítica del juicio*. Buenos Aires: Losada.
- Kandinsky, W. (1979). *De lo espiritual en el arte*. México: Premia Editora.
- Kandinsky, W. (1994). *Punto y línea sobre el plano*. Colombia: Labor.
- Kepes, G. (1976). *El lenguaje de la visión*. Buenos Aires: Infinito.
- Klimke, F. y E. Colomer. (1961). *Historia de la filosofía*. Buenos Aires: Labor.
- Kosko, B. (2000). *El futuro borroso o el cielo en un chip*. Barcelona: Crítica.
- Kress, G. y Van Leeuwen, T. (2001). *Discurso multimodal. Los modos y los medios de la comunicación contemporánea*. México: FBA; UNLP. Recuperado el 06 de febrero de 2013, de http://comunicacioniuna.com.ar/wp-content/material/2011_kress_discurso_multimodal.pdf
- Lacy, D. (1968). *Problemas y perspectivas de la comunicación de masas*. Buenos Aires: Troquel.
- Laddaga, R. (2006). *Estética de la emergencia*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo Editora.

- Lamarca Lapuente, M. (2007). *El nuevo concepto de documento en la cultura de imagen*. Recuperado el 06 de marzo de 2013, de <http://museosvirtuales.azc.uam.mx/sistema-de-museos-virtuales/sinapsis/hipertexto.html>.
- Leach, E. (1972). *Introducción al estructuralismo; mito y totemismo*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Leone, G. (2011). *Leyes de la Gestalt*. Recuperado el 08 de diciembre de 2012, de <http://www.guillermoleone.com.ar/LEYES%20DE%20LA%20GESTALT.pdf>.
- Lieser, W. (2009). *Arte digital*. Colonia, Alemania: H. F. Ullmann Editor.
- Lipovetsky, G. (1997). *El imperio de lo efímero: la moda y su destino en las sociedades modernas*. Madrid: Anagrama.
- Llisterri, J. (2013). *Los sistemas de diálogo multimodales*. Barcelona, España: Universidad Autónoma de Barcelona. Recuperado el 14 de febrero de 2013, de http://liceu.uab.es/~joaquim/speech_technology/tecnol_parla/dialogue/dialogue_multimodal/multimodalidad_dialogo.html#concepto_multimodalidad.
- Llovet, J. (1979). *Ideología y metodología del diseño*. Madrid: G.G.
- López Beltrán, F. (18 de diciembre de 2011). *Psicología y Cultura. Semanario La Voz del Norte*. Recuperado de <http://www.lavozdelnorte.com.mx/semanario/2011/12/18/psicologia-y-cultura/>.
- López Quintás, A. (2012). *Estética, filosofía*. Madrid: Rialp. Recuperado el 22 de octubre de 2012, de http://mercaba.org/Rialp/E/estetica_filosofia.htm.
- Lukács, G. (1966). *Aportaciones a la historia de la estética*. México: Grijalbo.

- Maigret, E. (2005). *Sociología de la comunicación y de los medios*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Maletzke, G. (1970). *Psicología de la comunicación de masas*. Quito: CIESPAL.
- Marías, J. (1958). *Introducción a la filosofía*. Madrid: Revista de Occidente.
- Martín-Barbero, J. (1991). *De los medios a las mediaciones*. México: G.G.
- Martin-Barbero, J. y G. Rey. (1999). *Los ejercicios del ver*. Barcelona: Gedisa.
- Martínez Terrero, J. (2006). *Teorías de comunicación*. Ciudad Guayana: UCAB, Núcleo Guayana. Recuperado el 12 junio 2012, de http://www.riial.org/espacios/teoriacom/teoriacom_docbase.pdf.
- Mattelart, A. (1973). *La comunicación masiva en el proceso de liberación*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Mc Luhan, M. (1969). *The Gutenberg Galaxy*. New York: Signet Books.
- Mead, M. (1988). *Cultura y compromiso*. Barcelona: Gedisa.
- Metz, Ch. (2001). *El significante imaginario: psicoanálisis y cine*. Barcelona: Paidós.
- Michaud, Y. (2002). *El juicio estético*. Barcelona: Idea Books.
- Micheli, J. (2003). *La brecha digital*. Recuperado el 28 de Noviembre de 2010, de http://narxiso.com/brecha_digital.html
- Moles, A. (1991). *La imagen. Comunicación funcional*. México: Trillas.
- Morris, Ch. (1985). *Fundamentos de la teoría de los signos*. Buenos Aires: Paidós.

- Muller-Brockman, J. (1994). *Historia de la comunicación visual*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Munari, B. (1973). *Fundamentos del proyecto gráfico*. Barcelona: G.G.
- Munari, B. (1981). *¿Cómo nacen los objetos?* Barcelona: G.G.
- Munari, B. (1983). *Diseño y comunicación visual*. Barcelona: G.G.
- Negroponte, N. (1995). *Being digital*. Nueva York: Vintage Book, Random House.
- Nuño, J. (1994). *Ética y cibernética*. Caracas: Monte Ávila Editores.
- Ocampo, M. (2009). *Comunicación, semiótica y estética*. México: Trillas.
- Panofsky, E. (2007). *Arquitectura gótica y pensamiento escolástico*. 1951. Madrid: Siruela.
- Parsons, M. (2002). *Cómo entendemos el arte*. Barcelona: Paidós.
- Pasquali, A. (1990). *Comprender la comunicación*. Caracas: Monte Ávila Editores.
- Pater, W. (1977). *Leonardo Da Vinci*. Barcelona: Nauta. Círculo de Lectores.
- Paz, R. (2012). *Apuntes sobre la cultura de masas*. Recuperado el 12 de marzo de 2013, de <http://www.ilustracionliberal.com/50/apuntes-sobre-la-cultura-de-masas-rafael-paz.html>.
- Peña, E. (2007). *Los medios y la cultura*. Recuperado el 12 de marzo de 2013, de <http://grupos.emagister.com/ficheros/dspflashview?idFichero=39016>.
- Perlini, T. (1976). *La escuela de Francfort*. Caracas: Monte Ávila Editores.

- Piscitelli, A. (2002). *Ciberculturas 2.0*. Buenos Aires: Paidós.
- Platón. (1945). *Hippias Mayor*. México: Universidad Autónoma de México.
- Pochat, G. (2008). *Historia de la estética y de la teoría del arte. De la antigüedad al siglo XIX*. Madrid: Akal.
- Puerta V., J. M. (1997). *Historia del pensamiento estético árabe: Al-Andalus y la estética árabe clásica. Volumen 52 de Arte y Estética*. Madrid: Akal.
- Quintero, A. (2012). La influencia de Kant en la estética contemporánea. En *VEREDA, Venezuela Red de Arte*. Mérida, Venezuela: ULA. Recuperado el 25 de febrero de 2012, de http://vereda.ula.ve/historia_arte/?page_id=759.
- Ramírez Trejo, A. (2002). *Aristóteles. Retórica*. Ciudad de México: Universidad Autónoma de México.
- Rangel, A. e I. Chacón. (2003). *Voces digitales*. Caracas: CEP-FHE.
- Ratto, S. (2007). *Grecia*. Barcelona: Mondadori Electa.
- Ratto, A. (2010). Naturaleza e historia en la obra de Denis Diderot. *Memoria Académica*, 41, 129-153. Recuperado el 12 de noviembre de 2011, de http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.4485/pr.4485.pdf.
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. (2001). *Diccionario de la lengua española*. (XXII edición) Madrid: Espasa-Calpe.
- Rivera, J., Osorio, J., y Sánchez, U. (2006). *La imagen. Una mirada por construir*. Medellín: Universidad de Medellín.
- Robine, J. M. (2012). *La psicoterapia como estética*. Recuperado el 25 de febrero 2012, de <http://gestaltnet.net/fondo/articulos/la-psicoterapia-como-estetica>.

- Rushkoff, D. (1995). *Ciberia. La vida en las trincheras del ciberespacio*. Barcelona: Ed. Grijalbo.
- San Agustín. (2004). *Confesiones*. Lima: Oala.
- Santayana, G. (1999). *El sentido de la belleza*. Madrid: Tecnos. (Trabajo original publicado 1896).
- Sartori, G. (1997). *Homo videns (La sociedad teledirigida)*. Madrid: Santillana.
- Saussure, F. (1945). *Curso de lingüística general*. Buenos Aires: Losada.
- Schramm, W. (1982). *La ciencia de la comunicación humana*. México: Grijalbo.
- Scolari, C. (2004). *Hacer clic. Hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales*. Barcelona: Gedisa.
- Sexe, N. (2001). *Diseño.com*. Buenos Aires: Paidós.
- Sosa, F. (1995). *Epistemología del arte*. Mérida: Universidad de Los Andes.
- Souriau, E. (1965). *La correspondencia de las artes*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Souriau, E. (1990). *El devenir de las artes. Elementos de estética comparada*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Souriau, E. (1998). *Diccionario de estética*. Madrid: Akal.
- Steimberg, O., Traversa O. y Soto, M. (2008). *El volver de las imágenes: mirar, guardar, perder*. Buenos Aires: La Crujía.
- Tatarkiewicz, W. (2002). *Historia de seis ideas*. Madrid: Tecnos.

- The Harvard Classics by Charles Elliot. (2012). *David Hume; Of the Standard of Taste*. Recuperado el 25 de marzo de 2012, de <http://www.bartleby.com/27/15.html>.
- Tribe, M. y R. Jana. (2006). *Arte y nuevas tecnologías*. Madrid: Taschen.
- Todorov, T. (1981). *Teorías del símbolo*. Caracas: Monteavila Editores.
- UPEL. (2006). *Manual de trabajos de grado, de especialización y maestría y tesis doctorales*. Caracas: Fedupel.
- Van Dijk, T. (2001). *Algunos principios de la teoría del contexto*. Recuperado el 09 de octubre de 2010 http://material.producciondetextos.com.ar/2012_bib_21_van_dijk_algunos_principios_teor%C3%ADa_contexto.pdf.
- Vásquez Montalbán, M. (1985). *Historia y comunicación social*. Madrid: Alianza.
- Web-Islam.com. (2012). *Las ideas estéticas de Al-Andalus*. Recuperado el 12 de julio de 2012, de http://www.webislam.com/articulos/27415-las_ideas_esteticas_de_al_andalus_i.html.
- Wong, W. (1990). *Fundamentos del diseño*. Barcelona: G.G.
- Wong, W. (1991). *Diseño bidi y tridimensional*. Barcelona: G.G.
- Zamora, F. (2007). *Filosofía de la imagen*. México: Espiral. Escuela Nacional de Artes Plásticas, Ciudad de México.
- Zanonni, L. (2008). *El imperio digital*. Buenos Aires: Ediciones B.
- Zátonyi, M. (2005). *Aportes a la estética*. Buenos Aires: La Marca.

Fuente de las ilustraciones

Figura 1: Fractal de Mandebrot, disponible en

<http://www.newscientist.com/gallery/mandelbrot-fractals-in-3d>

Figura 2: Sólido con vista superior, disponible en

<http://www.nodolab.com/jacaranda-volumen-digital/>

Figura 3: Sólido con vista lateral, disponible en

<http://www.nodolab.com/jacaranda-volumen-digital/>

Figura 4: Colores y su sistema de codificación, disponible en

<http://colorial.wordpress.com/2009/04/20/colores-en-html-rgb/>

Figura 5: Círculo cromático y luminosidad, disponible en

<http://laurarosabal-laura-laura.blogspot.com/>

Figura 6: Movimientos: escena de la película Toy Story de 1995, disponible en

<http://toystory.disney.com/toy-story-gallery>

Figura 7: Sonidos digitalizados, disponible en

www.sietecolinas.es/materiales/inf/multimedia.pdf

Figura 8: Voces digitales, escena de la película Avatar de 2009, disponible en

<http://www.avatarplanet.net/2009/10/29/official-avatar-website>