

# Estéticas de la recepción, meteorología de las preferencias y motivos preferenciales<sup>1</sup>

MAURICIO VÁSQUEZ ARIAS<sup>2</sup>

Artículo recibido el 24 de agosto de 2015, aprobado para su publicación el 15 de octubre de 2015

## Resumen

Con el fin de analizar el mal llamado fenómeno de la recepción, el presente artículo realiza una revisión del modo en que la participación de públicos, audiencias, espectadores opera a partir de un complejo dispositivo que incluye una amplia variedad de factores. El ángulo para esta revisión está construido en la postura de una estética expandida que no se concentra en la obra de arte, ni en la experiencia interior o subjetiva de quien observa. En otro sentido, establece relaciones con toda la exterioridad que acompaña la denominada experiencia de la recepción. Así, a partir del estudio de las preferencias se plantea un nuevo modo de comprender la participación de los receptores en el mundo contemporáneo.

**Palabras clave:** estética, recepción, preferencias, postproducción, obras

## Aesthetic of reception, meteorology preferences and preferential reasons

### Abstract

In order to analyze the wrongly called Phenomenon of reception, this article presents a review of the way participation of audience, spectators, operates from a complex device that includes a wide variety of factors. The angle for this review is built in the position of an expanded aesthetic that does not focus on the work of art, or in the inner or subjective experience of the viewer. In another sense, it establishes relations with all the externality that accompanies the called reception experience. Thus, from the study of preferences, a

- 
- 1 El presente artículo hace parte del proyecto de investigación: *Hacia una meteorología de las preferencias* adscrito al Grupo de Investigación en Comunicación y Estudios Culturales de la Universidad EAFIT.
  - 2 Licenciado en Filosofía y Letras, Universidad de Caldas. Especialista en Estética, Universidad Nacional de Colombia, Magíster en Educación y Desarrollo Humano, Universidad de Manizales-CINDE. Profesor Asistente II. Coordinador de la Maestría en Comunicación Transmedia. Grupo de Investigación en Comunicación y Estudios Culturales. Departamento de Humanidades. Universidad EAFIT. Correo electrónico: mvasqu23@eafit.edu.co

new way of understanding the participation of recipients in the contemporary world arises.

**Keywords:** aesthetics, reception, preferences, postproduction, works.

## Introducción

Hace algunos años, no tantos como para haber perdido el calor de la conversación, ni la densidad de los afectos, intentábamos reconstruir las pretensiones y alcances de la propuesta heideggeriana sobre un habitar poético y los posibles trayectos que este planteamiento propiciaba.

Hoy las derivas de la vida y el pensamiento nos convocan a hablar ya no solo de la poética del habitar, sino además de las *prosaicas del estar aquí*. En este sentido, nuestro problema ya no es solamente el erigir eminente, sino construir las operaciones anónimas (en el sentido que propone Michel De Certeau, 2000) de agenciamientos colectivos y subjetivos, en los que se intenta una invención y firma de la propia existencia, a partir de tácticas que *incorporan, performan, posproducen y diseminan* de manera creativa y renovada los códigos, símbolos y textos ya instalados, ya erigidos por otros.

Todo ello, en el marco de una *economía del sentido* que se vale del reciclaje y el montaje como parte de las *operaciones* usuales de posproducción cultural, y de una *política de las microrresistencias* que se juega en los espacios discursivos y simbólicos ordenados, como hemos dicho, por otros.

Se trata, en cualquier caso, de las prácticas estéticas de los mal llamados receptores, públicos, usuarios o consumidores que necesitan de un modo distinto de comprensión que acoja esa actividad anónima, en el marco de la movilidad y dinamismo que les caracterizan.

Consideraciones de las cuales surge una noción distinta de espacio y lugar, menos inspirada en su objetivación fiscalista y más en su antropologización fenomenológica. Es decir, nos interesan aquí las concepciones de espacio y lugar entendidos como sistemas de relaciones tramadas por formas de operar, practicarse y vivir, mucho más que su carácter o, más bien, su descripción topográfica objetivante. Como se registra en la tabla siguiente, intentamos, derivado de esta consideración, una triple ruta que nos lleve de una cartografía del gusto, a una topología del consumo y, de allí, a lo que hemos denominado una *meteorología de las preferencias*.

En esta dirección, proponemos una redefinición de la noción de experiencia estética que ha dominado en algunas teorías tradicionales, para un nuevo despliegue o, por lo menos, para una deriva que parte de una estética de la recepción entendida a la manera de Rainer Warning, como "(...) una dirección de investigación que estudia los modos y resultados del encuentro de la obra y su destinatario" (1989, p. 13).

Esto para dar lugar a:

1. La consideración de las operaciones dinámicas de los usuarios, sus formas y configuraciones preferenciales como formas de creatividad.
2. La ampliación del concepto de obra como texto eminente a la vida como obra de creación cotidiana.
3. La desustancialización de las teorías que concentraban su interés más que en la *aisthesis* —en las relaciones e intersticios—, en alguno de los términos en relación —el autor/la producción— o la obra/texto.

Para dar lugar a una *estética expandida de la recepción*, esto es a la indagación por las relaciones estéticas que se establecen entre los sujetos y su mundo, de cara a la configuración de modos de estar, habitar, relacionarse y actuar tanto singular como colectivamente.

Lo anterior, revisando críticamente los marcos dados para entender la recepción en el contexto de una teoría del gusto, concentrada en los problemas de la sensibilidad, el placer y el goce estéticos, cultos y cultivados, para hacer de ellos juicio crítico con pretensiones de universalidad y por lo tanto de norma; o bien en el ámbito de los estudios culturales que se preguntan por las prácticas de recepción, en tanto modos específicos de un fenómeno más amplio: el del consumo cultural, el cual se concentra en la descripción de los procedimientos doméstico-familiares de selección, uso y apropiación en el marco del capitalismo avanzado.

Es necesario reconsiderar los alcances de estos horizontes teóricos en un contexto de producción estética y discursiva, que rebasa los conceptos de obra en tanto texto, como los de autor en el individuo (en su sentido tradicional). Todo esto para: primero, dar lugar a una idea ampliada de *creación* de espacio-lugar humano, en tanto resultante de complejas operaciones de incorporación; y segundo: una posproducción de sentidos que son materia de experimentaciones, transmisiones de memorias del hacer y operaciones colectivas.

Ello nos permite redirigir nuestro interés hacia una serie de campos divergentes de producción significativa, cuyos “efectos” resultan diseminados, haciendo consistencia estética en el cuerpo social (en concordancia con los planteamientos de Leroi-Gourhan). Lo referido, bien como una forma de domesticación espacio-temporal<sup>3</sup>, bien como uno de los factores constituyentes de modos de identificación, que permiten la inserción de los individuos en los grupos (o como un depósito colectivo en el que se estructuran a la vez gustos, consumos y preferencias), lo que Leroi-Gourhan denominará “ordenamiento de las sensaciones”, bases éstas de modos diversos de configuración de las emociones estéticas. Asuntos todos que enmarcan este interés, insistimos, en el ámbito de indagación de un pensamiento estético en su dimensión expandida.

De esta manera nuestro interés gira en torno a la confección de una serie de dispositivos de pensamiento, que permitan ahondar en las configuraciones de los gustos, los consumos y las preferencias que hacen del supuesto lector más un usuario, consumidor y sobre todo un “postproductor”, agente activo que reanima la actividad estética a través de operaciones más allá de la obra, el texto o el producto comunicativo.

Se trata de entender las formas creadas por los públicos para la diseminación del sentido, a la vez que investigar en torno a otras posibilidades del sentir y a nuevas formas para el devenir de lo sensible. Tal vez por las vías de una estetización de la vida cotidiana, a lo mejor en la configuración de complejos que mezclan al mismo tiempo la recepción y la actividad de (re)creación atravesadas, según lo ha dicho Nicolás Bourriaud (2007), por procedimientos de recorte, montaje y desviación en los que se instauran modos específicos del habitar humano, en cualquier caso, prosaico, pero que insistimos en abordar poéticamente.

---

3 Resulta interesante considerar la descripción que realiza Leroi-Gourhan (1971) sobre los medios de comunicación como uno de los principales configuradores de la espaciotemporalidad social dentro del apartado titulado “Los símbolos de la sociedad”.

## Sobre los usos de las imágenes: preámbulo al concepto de motivos preferenciales como postproducción

Existen modos específicos a través de los cuales las imágenes y las formas expresivas toman cuerpo, se instalan, se encarnan, se inscriben para seguir su proceso de reproducción viral<sup>4</sup> en el recomienzo permanente de los procesos de (*post*)producción de sentido. No se trata de una relación vertical de descenso de la alta cultura a lo popular, sino de una encarnación de doble y triple vía, de una *corporeización* o *inscripción* de las imágenes y los gestos (expresiones en general) para hacerse a la vez estilo, *modo* y, sobre todo, *moda*.

Las imágenes y las expresiones toman cuerpo, se *incorporan* en prácticas, fundan modos de ver y posibilidades no solo de representarse sino, y sobre todo, de *presentarse*, de *aparecer* o *desaparecer*<sup>5</sup>. Así, se hacen base de las actividades performativas cotidianas<sup>6</sup>, intersección del decir en el hacer, de la representación en la exposición más o menos improvisada, fluida, acontecimental.

De tal suerte que la eficacia simbólica no está en el simple *traspaso* de un sentido y un efecto prefabricado, sino más bien en las opciones que le preceden en términos de actividades de selección, uso y apropiación, así como las operaciones estéticas a las que da lugar una expresión, a su capacidad diseminatoria y mutágena<sup>7</sup>.

Estas dinámicas de la imagen y de las expresiones, en general, como incorporación, como inscripción en el cuerpo social, como estetización de la vida cotidiana han sido firmemente presentadas en el trabajo que Debray dedica al problema de la imagen desde una perspectiva mediológica, nos referimos a su texto *Vida y muerte de la imagen. Historia de la mirada en Occidente*, en el cual el autor señala la función imagen en distintas épocas, evidenciando que las "(...) imágenes y los rituales a los que están asociadas, han afectado a las representaciones subjetivas de sus espectadores y, en consecuencia, han contribuido a formar, a mantener o a

---

4 Vírico o viral, en ambos casos el concepto establece como referente el contagio y los modos de reproducción de los virus, esto es, copia y trasplante de nueva información en los cuerpos en los que se hospeda.

5 Como veremos más adelante el presentarse y el aparecer se juega en las variaciones que a propósito se hacen sobre los regímenes de visibilidad establecidos por un sistema determinado, a tal punto que una modalidad performativa puede ser la opacidad, esto es, jugar con el régimen de visibilidad de un sistema determinado para ocultarse, para hacerse invisible a voluntad.

6 No acudimos aquí a designaciones asociadas a lo dramáticas o a lo teatral sobre todo por su condición subsidiaria a un guion y al lenguaje sintácticamente ordenado, hablamos en nuestro caso de verdaderos performances (en el sentido artístico y en el sentido pragmático), de flujos (*fluxus*) y dinámicas acontecimentales (*happenings*).

7 La metáfora de la cultura como virus y como contagio ha sido ampliamente explotada por los movimientos postsituacionistas, para quienes la cultura como: "...el Virus sería un elemento simple cuyo único objetivo es la propia reproducción en otros seres. El elemento invasor no es esencialmente maligno ni busca destruir el sistema que empieza a parasitar, sino todo lo contrario, ya que sus propias posibilidades de reproducción dependen por completo de las posibilidades de reciclaje de dicho sistema, tanto como su propia existencia no se manifiesta sino como un cambio en la forma del mismo. Sin embargo tiende a provocar siempre un desajuste cuando esta forma de existencia no ha sido plenamente adaptada. Si el elemento ya ha sido procesado el sistema dispondrá de anticuerpos que desactivarán el mensaje desequilibrante, pero este mecanismo no está garantizado, ya que los microorganismos, en función de su simplicidad, son capaces de una gran plasticidad, y consiguen transmitir con frecuencia los mismos síntomas bajo codificaciones siempre nuevas" (Blisset, 1997).

transformar su situación en el mundo, pues transmitir un ismo no es sólo popularizar valores, es también modelar comportamientos, instaurar un estilo de existencia” (1998, p. 47).

Nótese cómo la función imaginal se compone de por lo menos dos niveles: uno referido al producto (la imagen como tal) y el otro asociado a su incorporación (el ritual que define sus usos y apropiaciones). Al primer nivel asocia Debray transformaciones en el plano de lo representacional (modos de ver subjetivos, códigos perceptivos y de la emoción estética) y al segundo al ámbito de lo performativo propiamente dicho, esto es, a la labor de darse, conservar o transformar un lugar antropológico (domesticación espaciotemporal), frente al cual se instauran comportamientos y se instituyen estilemas existenciales, prácticas decográficas (Pardo, 2007), actos de territorialización (Deleuze & Guattari, 1988), o como quiera que se les intente denominar.

De este modo, continuará diciendo Debray, detrás de las imágenes hay *operaciones simbólicas* que superan el plano de la simple recepción decodificatoria (meramente cognitiva, representacional) o de la comunicación lingüística y se convierten, por esta vía, en modos de instauración de estilos, en modos de habitar y comportarse.

Es claro con esto que la *expresión* tiene por principio un comportamiento diseminatorio, de contagio epidémico, proclive a la *mezcla*, pero sobre todo a la *remezcla*, vinculada particularmente a la mutación según los contextos y los tipos de operaciones de adaptación y singularización; en esto residen las posibilidades y la vitalidad de aquello que llamamos cultura, al devenir expresivo del mundo para hacernos en éste a un lugar.

De ahí que resulten inoperantes las visiones clasificatorias de la cultura, considerando que su comportamiento contagioso hace cada vez menos legibles las distinciones entre lo popular y la cultura de élite. Se trata más bien de la configuración de foros de legitimación distintos, de modos-modelos de producción y recepción diversos, de formas de exposición diferenciales, de gradaciones sí, pero nunca de *degradaciones* como han querido mostrar algunas teorías del *kitsch*.

Al mismo tiempo, otros trabajos ocupados de los usos de las imágenes resaltan una serie de configuraciones producto de los procedimientos que ya hemos descrito (performances, inscripciones y diseminaciones). Hablemos en primer lugar del *parasitismo* y las *interferencias*. Este concepto, retomado en principio de las tipologías de los modos de relación entre organismos en el campo biológico, da cuenta de aquellas prácticas en las que un uso redirige la fuerza expresiva, los contenidos y la capacidad diseminatoria de un símbolo, una imagen, un producto cultural en general, introduciendo pequeñas variaciones en el mismo que permiten resignificarlo y movilizar en él opciones divergentes, incluso antagónicas, respecto al material inicial. Todo esto incide lo menos posible en su estructura a fin de que aparezca ante los ojos del poder como inmaculado y semánticamente correcto, como práctica típica de los contextos en los que se intentan procesos de inculturación y colonización.

De este modo, los parasitismos y las interferencias se ocupan de cambiar la significación sin modificar la estructura formal de los signos, su modo de aparición, *encryptando* variaciones imperceptibles que posibilitan los nuevos usos y significados. Esta práctica ha sido descrita en el análisis que Gruzinski realiza de los usos de la imagen barroca en México. Al respecto el autor muestra como “De visiones en analogías, de confusiones en recuperaciones parciales, lo imaginario del ídolo contamina lo imaginario del santo, sin que la Iglesia colonial o contemporánea haya podido jamás eliminar interferencias y parasitismos, sin que siquiera haya percibido

claramente lo que se tramaba ante sus ojos” (1995, p. 180). Nótese cómo Gruzinski resalta una doble condición propia del parasitismo y la interferencia: de *visibilidad normalizada* en el ámbito de aquellos a quienes se oculta la operación y de *opacidad significativa* para quienes se produce la variación. La eficacia de la práctica se resuelve de este modo no en el ámbito de la pura visibilidad, sino en la performatividad y en la capacidad de contagio de la operación.

Pero, pasemos a otra de las prácticas ubicadas en este recorrido por la producción de los usuarios. Se trata del *escamoteo*, operación que sirve de modelo a Michel De Certeau (2000, p. 29) para construir sus planteamientos sobre las tácticas de los usuarios. En términos generales el escamoteo busca, instalándose en un contexto institucional determinado, invertir el orden quebrando la racionalidad de la planificación que ha dado origen a tal lugar, volcando sus modos específicos de organización del tiempo y el espacio, así como la economía inscrita en el manejo de sus recursos en función de un logro que le es ajeno, de una producción para la que dicha institución u organización no está programada, violando indirectamente (nunca de manera frontal) las reglas que garantizan un orden de producción, repetición y verificación. Como lo muestra Certeau:

Este fenómeno se generaliza por todas partes aun si los ejecutivos lo penalizan o <<se hacen de la vista gorda>> para no ver nada. Acusado de robar, de recuperar material para provecho propio y de usar las máquinas por cuenta propia, el trabajador que <<escamotea>> sustrae de la fábrica el tiempo (más que los bienes, pues sólo utiliza desechos) con el propósito de llevar a cabo un trabajo libre, creativo y precisamente sin ganancia. En los lugares mismos donde impera la máquina a la cual debe servir, el trabajador se las ingenia para darse el placer de inventar productos gratuitos destinados únicamente a expresar por medio de su *obra*, una pericia propia y a responder, por medio de un *gasto*, a las solidaridades obreras o familiares (2000, p. 30).

Lejos de pretender una estrecha taxonomía, esta reconstrucción busca hacer presente la variabilidad y la circunstancialidad de tales prácticas, a medio camino entre la informalidad de los usos y la necesidad de formalización de las narraciones.

Lo interesante del escamoteo es que muestra que estas prácticas no tienen que ver con un ejercicio artesanal, asociado con lo retro y lo folclórico. Por el contrario, representan el esfuerzo colectivo de insertar márgenes de libertad en el espacio de la producción industrial hoy, incluso informacional, a fin de volcar el tiempo racional ordenado por otros, en tiempo propio para la creatividad. En este sentido Certeau plantea cómo “Muy lejos de constituir una regresión hacia unidades artesanales o individuales de producción, el escamoteo reintroduce en el espacio industrial (es decir, en el orden presente) las tácticas ‘populares’ de antaño o de otra parte” (2000, p. 31).

Es claro con esto que ya no hablamos de cultura popular, ni de *kitsch*, desde una lógica de lo pintoresco. Hablamos de las modificaciones que suceden en el seno de los sistemas de producción eficientistas, racionalizantes, contagiados por las dinámicas vitales, conformamos para darnos un lugar y estetizar nuestra experiencia.

Finalmente, para cerrar este breve recorrido, traigamos a cuenta dos formalizaciones más de algunas prácticas de usuario. Se trata de la *producción de acontecimientos verdaderos con informaciones falsas*, y del *fake* o la falsificación de marcas. Para el caso de la primera práctica,

la misma consiste básicamente en intervenir los flujos discursivos que rodean a un grupo, o que constituyen cualquier foro de discusión con informaciones referentes a situaciones reales, por lo general, de alto contenido emotivo e incertidumbre en las posibilidades de resolución, injertando datos ciertos con informaciones especulativas, pero verosímiles, que abren hacia un horizonte funesto las posibilidades de solución de la situación a la que se refiere, con el propósito de producir en quienes participan de dicha situación un descontento desestabilizador, el cual conducirá necesaria y paradójicamente a realizar la proyección nefasta. De esta manera, un autor múltiple, Luther Blisset, describe este procedimiento:

Para poder difundir eficazmente un acontecimiento inventado, generalmente se necesita una instancia que infunda credibilidad y autoridad, sirviendo de esta manera de aval (involuntario) para la <<veracidad>> de la invención. Hay que utilizar, o bien inventar, el nombre de un autor o de un medio. Acontecimientos bien inventados se sirven de temas con mucha carga emocional en determinadas situaciones políticas o sociales, temas relacionados con medios o deseos (...) Una vez inventadas las informaciones correspondientes y comunicadas a través de un medio adecuado, la creación de acontecimientos <<verdaderos>> se produce automáticamente (2000, pp. 59-60).

Como puede verse esta práctica amateur se ha profesionalizado. Se trata de un perfeccionamiento del chisme y el rumor, para hacer de ellos teoría de la conspiración que activa los sensores paranoicos, produciendo efectos inversos en los contextos de control.

Ahora bien, en segundo lugar, tenemos el *fake* o falsificación. Esta designación da cuenta de una práctica de apropiación que reelabora una marca, introduciendo variaciones imperceptibles en la misma con el propósito de obtener, con un producto de menor costo o con una forma desviada, los beneficios en términos de distinción y prestigio que otorga el uso de una marca determinada, en un juego que vuelca hacia el común de los practicantes del sistema de la moda, entre otros, los beneficios de atribución de un autor, en este caso empresarial y corporativo. Para tal efecto:

Un fake logrado juega con la atribución de autor y texto. Despliega toda su eficacia justamente cuando ya no es posible construir una relación unívoca entre ambos. En este momento empiezan a oscilar también las significaciones de las declaraciones hechas y se abre la posibilidad de crear nuevas interpretaciones. El principio de la variabilidad interpretativa –considerado en los procesos de comunicación convencionales como un factor perturbador inevitable– se convierte en los fakes en el fundamento sin el cual el modo de comunicación del fake no sería posible. El fake no quiere ser entendido literalmente, sino que intenta provocar reflexiones sobre el contenido del mensaje. Su indefinición, sin embargo, conlleva también que sus resultados nunca sean predecibles con toda seguridad. El fake pretende introducir lecturas subversivas en los textos y en los modos discursivos del poder. Cada fake convincente constituye una negación lúdica del principio estructuralista que dice que <<el texto escribe al autor>> (Blisset, 2000, pp. 67-68).

Se trata, en cualquier caso, de un uso social del buen nombre (*good will*), sea este comercial o político, creado en torno a un producto: el equivalente al aura de la obra (derivada del renombre del productor), que reaparece en las sociedades urbanas, para hacer de ella una estrategia de inserción democrática en un espacio social altamente segmentado y codificado.

## Motivos preferenciales: intentos clasificatorios

*He registrado las arbitrariedades de Wilkins, del desconocido (o apócrifo) enciclopedista chino y del Instituto Bibliográfico de Bruselas; notoriamente no hay clasificación del universo que no sea arbitraria y conjetural. La razón es muy simple: no sabemos qué cosa es el universo.*

*El mundo -escribe David Hume- es tal vez el bosquejo rudimentario de algún dios infantil, que lo abandonó a medio hacer, avergonzado de su ejecución deficiente; es obra de un dios subalterno, de quien los dioses superiores se burlan; es la confusa producción de una divinidad decrepita y jubilada, que ya se ha muerto (Dialogues Concerning Natural Religion, V. 1779).*

*Cabe ir más lejos; cabe sospechar que no hay universo en el sentido orgánico, unificador, que tiene esa ambiciosa palabra. Si lo hay, falta conjeturar su propósito; falta conjeturar las palabras, las definiciones, las etimologías, las sinonimias, del secreto diccionario de Dios.*

Jorge Luis Borges

Los órdenes clasificatorios reportan ambigüedades y arbitrariedades por estructurados que ellos sean, dado su carácter convencional, la intraducibilidad absoluta de nuestra experiencia del mundo y la mediación de las culturas. Una clasificación, un esquema, una selección, una taxonomía, son siempre movimientos tentativos que se hunden en la pluralidad caótica de los acontecimientos, y los objetos para establecer ordenamientos y, con ellos, componer rutas que nos permitan navegar por los mares de sentidos, hacer cartografía, pero sobre todo trayecto y proyecto.

Nada diferente sucede cuando intentamos componer (capturar) instantáneas sobre los flujos de imágenes, textos y sonidos que constituyen nuestra experiencia de la cultura presente. No pueden ser más que tentativas para redondear lo obtuso e inasible de unas prácticas, para cuya comprensión no contamos con los beneficios de puntos de vista arquimédicos, es decir, de los puntos de vista externos y absolutos; dicho en otros términos, puntos de vista objetivos sobre la situación cultural, pues nos encontramos imbuidos en la vivencia del presente continuo del cual los productos culturales son una parte central. Sin embargo, como propone Borges la imposibilidad de penetrar en “un” esquema absoluto del universo “(...) no puede, sin embargo, disuadirnos de planear esquemas humanos, aunque nos conste que éstos son provisorios” (1960, p. 265).

A esta dirección apunta la construcción de motivos preferenciales, en tanto aproximaciones siempre provisionales que conglomeran procedimientos de posproducción, textos y contextos de las preferencias o sensibilidades de época, más allá de una teoría de los estilos artísticos y más acá de una idea simple de moda<sup>8</sup>.

---

8 Es importante aclarar que no estamos predisponiéndonos aquí a las interesantes teorizaciones que sobre la moda han realizado autores como Simmel, Barthes o las consideraciones del profesor Pere Salabert al respecto. Por el



Se trata pues de exponer tendencias de los gustos, que pueden disolverse fácilmente y que constituyen siempre una lectura de presente en continua transformación, sin referentes normativos previos que los determinen. Se trata de una captura instantánea del flujo de los acontecimientos, que asume los mismos tanto como el lente de mira, sobre las lógicas de lo móvil. Nunca nos propondremos, al menos en lo que se proyecta de esta empresa, un sistema clasificatorio acabado ni definitivo.

Las relaciones resultan arbitrarias y se basan en la continuidad de órdenes basados en semejanzas. Sin embargo, resulta conveniente y necesario advertir en los agrupamientos, diferencias entre los conjuntos para, por esta vía, lograr ubicar la singularidad de nuestros gustos y consumos de época y, de este mismo modo, la singularidad de las producciones culturales contemporáneas. Lo anterior en congruencia con los planteamientos de Omar Calabrese quien se propone "(...) buscar las huellas de la existencia de un «gusto» de nuestro tiempo por los objetos más dispares, desde la ciencia hasta las comunicaciones de masa, desde la literatura hasta la filosofía, desde el arte hasta los comportamientos cotidianos" (1999, p. 11).

Se trata, en este sentido, de proponer una articulación de lo disímil a través de *figuras de la exterioridad*, motivos y composiciones que pese a tener pretensiones interpretativas, se asumen como esquemas provisionales para comprender los flujos de sentido presentes en las producciones culturales contemporáneas. Estos esquemas permiten la posibilidad de describir<sup>9</sup> y realizar apuestas interpretativas al respecto de las producciones culturales contemporáneas, como una manera de enfrentar la desidia de las teorías apocalípticas, del vacío que desprecian las mismas producciones y las experiencias estéticas por ellas potenciadas, por representar supuestamente el espíritu de una época enferma y esquizoide.

En este sentido nos acompaña un espíritu de coleccionistas que preparan un *gabinete cosmopédico*, es decir, dinámico, hipertextual y multimedial, que hurgan a la vez en las mediasferas y semiosferas de nuestra sociedad interconectada, rastreando en las escrituras e inscripciones de época, señas y señales que nos permitan conectar lo fragmentario de las actividades de los usuarios, no con el propósito de hacerlo unidad de sentido, sino reconociendo en la articulación que intentamos un esfuerzo por componer en una escritura renovada –a través de las sugerencias de técnicas como el *collage* y el montaje–, un palimpsesto intencionado, en el mar de información que nos circunda.

## Los motivos en tanto figuras de la preferencialidad

Los motivos preferenciales pueden considerarse, en este sentido, como la continuación en un nuevo contexto, el de la producción cultural, de los esfuerzos de los observadores del cielo quienes zurcían con imagerías las estrellas vistas individualmente, para hacer de ellas constelaciones; es decir, figuras y motivos a las cuales atribuir significado, no por sí mismas, sino por las sensaciones de conjunto que proporcionan. Intentamos, en cierto sentido, una especie de *arquetipología efímera* de las culturas contemporáneas, ejercicio que intenta con

---

contrario, señalamos aquí las apreciaciones o, mejor, los desprecios bastante ligeros que sobre los fenómenos de la moda se han consolidado en los escenarios intelectuales, aspecto que no logra más que desconocer las transformaciones de un campo que se vuelve más influyente en la cultura contemporánea.

9 Esto de manera semejante a como lo señalaba Michel Foucault (1984, p. 132) refiriéndose a la *episteme* taxonómica de la historia natural inaugurada por Linneo.

ahínco disolver los dejos metafísicos de las teorías psicológicas de lo arquetípico<sup>10</sup>, para pasar a la búsqueda de cierta cantidad de atractores extraños e imágenes fuerza que movilizan y activan diversas formas de performatividad social. Bastante se ha escrito sobre las formas de la interioridad en tanto consolidación de los juicios del gusto, expresadas en categorías de amplio recorrido en la historia de la estética como es el caso de lo bello, lo siniestro, lo grotesco, lo pintoresco, por citar sólo algunas de las más conocidas.

Ahora bien, en el contexto de las sensibilidades y culturas contemporáneas se han producido, si no nuevas formas de la experiencia estética, por lo menos sí mutaciones e hibridaciones que conectan los modos de darse de esa experiencia con las incorporaciones, y exteriorizaciones de las mismas. Todo lo mencionado a través de amalgamas entre designaciones que responden a una teoría de los estilos a la vez que con formas propias no sólo de la recepción, sino además de lo que se denomina posproducción de sentidos.

## Del texto a los gustos, los consumos y las preferencias

Surge una pregunta: si nuestro problema central es el discernimiento de gustos y preferencias de época ¿por qué la pregunta inicial se configura en torno a los productos culturales, y no en torno a las actividades exclusivamente de recepción?

Calabrese nos ayuda a resolver esta falsa dicotomía cuando, aludiendo a lo neobarroco, sugiere cómo es completamente legítimo "(...) ocuparse del modo en que la sociedad contemporánea manifiesta sus propios productos intelectuales, independientemente de su cualidad y de su función (...)", mientras de otra parte se "(...) vislumbra su horizonte común en el gusto con el que se expresan, se comunican y se reciben" (1999, p. 14).

En este horizonte de comprensión, resulta conveniente aclarar que los motivos como formas exteriorizadas de la preferencialidad, admiten e integran el conjunto de escorzos que arman los procesos de producción de sentido; es decir, un motivo preferencial es el resultado de una producción colectiva, el texto de una cultura y el conjunto de gustos, consumos y preferencias sedimentados de un agenciamiento grupal que se disponen, expuestos en los ambientes culturales como exposición de modos de ser y estar.

En los motivos preferenciales encontramos en realidad una amalgama o, si se prefiere, un magma expresivo que concentra al mismo tiempo autorías, textualidades-gestualidades y formas de recepción en su sentido activo (lo cual implica renunciar temporalmente a la segmentación analítica, que sobre cada ámbito se ha realizado para efectos de su estudio en el contexto del campo de la comunicación, y algunas teorías estéticas de inspiración semiótica y hermenéutica).

Por supuesto, en congruencia con el propósito que nos anima, desplegar las categorías y conceptos de una *estética expandida de la recepción*, nuestra entrada han sido los motivos como exteriorización y materialización de las preferencias, los consumos y los gustos. Pese a esto deberemos echar mano del instrumental del que nos proveen disciplinas y miradas

---

10 Un ejemplo de ello son las consideraciones de Jung, quien ubica lo arquetípico en los dejos más profundos del inconsciente. Consideración que no invalidamos, sino que por efectos de nuestras motivaciones teóricas no asumimos de lleno. Más bien aprovechamos lo sugerente de ciertas indicaciones de este mismo autor, la de la presencia en la cultura de imágenes con cierto poder convocante, de atracción y referencia común, que sirven para los propósitos de nuestra exploración.

existentes para comprender el complejo magmático del que nos ocupamos; esto mientras hacemos consistir técnicas diversas en un modo propio de indagación.

## Los motivos preferenciales como una forma de la exterioridad

Los motivos preferenciales deben considerarse como exteriorizaciones de las figuras y formas del gusto, y como consolidaciones de las opciones y preferencias que logran formas específicas de espaciación, temporalización e incorporación.

Entendidos de este modo, los motivos preferenciales materializan en dispositivos tecnosimbólicos, las operaciones resultantes de la tomas de decisión, las opciones y finalmente las operaciones creativas de sujetos y grupos, siendo, no obstante, causa y efecto de prácticas articuladas en la confluencia en ocasiones accidental, incidental o situacional de operaciones conexas a la preferencialidad de sujetos o grupos agenciantes. De tal suerte que no deberían considerarse, en sentido estricto, como el efecto de una idea que es puesta afuera, puesto que en ocasiones los motivos operan como potenciadores de operaciones y prácticas y, a través de éstas, como motivadores de opciones, preferencias y por tanto decisiones. En ciertas circunstancias la conjunción de ciertos tipos de preferencialidad, operaciones y prácticas de espaciación y temporalización, configuran motivos significativos a la luz de la observación de las culturas.

## Los motivos preferenciales como suscripción de un pacto grupal

Dicho esto, cabe también considerar cómo los motivos preferenciales no son objetos o fenómenos dados por sí mismos, son, más bien, resultantes de composiciones y capturas de momento cultural. En otros términos, materia de un ensamblaje heurístico logrado en el ámbito de la comprensión estética de lo social. Ahora bien, los motivos preferenciales no son puras entelequias mentales, resultan además como entornos de vivencia y estilos de vida armados y experimentados por sujetos y por grupos, de tal suerte que se constituyen en el ámbito en el que los cuerpos hacen sinergia con otros cuerpos, de manera directa o mediada. Esto permite ver en ellos modos de inserción e inscripción grupal (en congruencia con la visión estética de Leroi-Gourhan), a través de la configuración y modelamiento técnico y étnico de las emociones estéticas, exteriorizadas en modos de ver, estar, exponerse, aparecer y comparecer en multiplicidades de performancias sociales.

De este modo, insistir en el carácter intersubjetivo de los gustos, nos remite a la preferencia como una de las modalidades de suscripción de un pacto grupal, en tanto condición para una experiencia colectivizada del mundo. Esta vía, como posibilidad de inserción del individuo en el grupo a partir de la configuración de afinidades estéticas por medio de códigos, dispositivos y formas de actualización de las potencias inscritas en los motivos.

Dicho en otros términos: los motivos preferenciales constituyen uno de los modos en los que las sensibilidades se comparten, a través de formas espacializadas y temporalizadas, dando soporte a las performatividades y agenciamientos identitarios. Son pues a la vez formas de la sensibilidad y formas de expresividad; modos de interiorización y modos de incorporación;

configuraciones del gusto y estilos de vida; variedades de la experiencia estética y variaciones de la expresión creativa en el ámbito de comportamientos estético-sociales.

## Preclusión

Puede verse, en lo dicho anteriormente, cómo cuando las identidades son etiquetadas y el cuerpo sujetado, los intersticios del espacio-tiempo, la suscripción de pactos grupales dinámicos y cambiantes, y los pliegues de la interioridad y la exterioridad que son la piel, se convierten en territorios desde los cuales habitar creativamente.

## Referencias

- Blisset, L. & Brunzels, S. (2000). *Manual de guerrilla de la comunicación*. Barcelona: Virus Editorial.
- Blisset, L. (1997). Defecación. Resistencia vírica, en: *Notas sobre la naturaleza de la conspiración*. Texto aparecido en el # 5 del fanzine *Amano*, Madrid, Industrias Mikuerpo.
- Borges, J. L. (1960). *Otras inquisiciones*. Buenos Aires: Editorial Emecé.
- Bourriaud, N. (2007). *Postproducción. La cultura como escenario: modos en que el arte reprograma el mundo contemporáneo*, Buenos Aires: Adriana Hidalgo Editora.
- Bozal, V. (1999). *Necesidad de la ironía*. Madrid: Visor.
- Calabrese, O. (1999). *La era neobarroca*. Madrid: Cátedra.
- Certeau, M. (2000). *De, La invención de lo cotidiano. Artes de hacer*. México, Universidad Iberoamericana, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente.
- Crow, T. (2002). *El arte moderno en la cultura de lo cotidiano*. Madrid: Ediciones Akal.
- Debray, R. (1998). *Vida y muerte de la imagen. Historia de la mirada en Occidente*. Barcelona: Paidós.
- Delleuze, G. & Guatari, F. *Mil mesetas*. Valencia: Editorial Pre-Textos.
- Dorfles, G. (1975). *Del significado a las opciones*. Barcelona: Editorial Lumen.
- Eagleton, T. (1985). *La función de la crítica* Barcelona, Paidós.
- Eco, U. *Obra abierta*. Barcelona: Planeta-Agostini.
- Foucault, M. (1984). *Las palabras y las cosas*. Barcelona: Planeta-Agostini.
- Gruzinski, S. (1995). *La guerra de las imágenes. De Cristóbal Colón a "Blade Runner" (1492-2019)*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Iser, W. (1984). *El acto de leer. Teoría del efecto estético*. Madrid: Editorial Taurus.
- Leroi-Gourhan, A. (1971). *El gesto y la palabra*. Caracas: Universidad Central de Venezuela.
- Morley, D. (1996). *Televisión, audiencias y estudios culturales*. Buenos Aires: Amorrortu editores.
- Olea, Ó. (1989). *Catástrofes y monstruosidades urbanas. Introducción a la ecoestética*. México: Editorial Trillas.
- Pardo, J. L. (2007). *Esto no es música. Introducción al malestar en la cultura de masas*. Madrid: Galaxia Gutenberg / Círculo de Lectores.
- Serres, M. (1995). *Atlas*. Madrid: Cátedra.
- Sunkel, G. (coordinador) (2006). *El consumo cultural en América Latina. Construcción teórica y líneas de investigación*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- Vattimo, G. (1994). *El fin de la modernidad. Nihilismo y hermenéutica en la sociedad posmoderna*. Barcelona: Gedisa.
- Vattimo, G. (1990). *La sociedad transparente*. Barcelona: Paidós.
- Virno, P. (2002). *Gramática de la multitud. Para un análisis de las formas de vida contemporáneas*. Madrid: Traficantes de Sueños.
- Warning, R. (ed.) (1989). *Estética de la recepción*. Madrid: Visor.