

## ETNOESTETICA Y COMUNICACION: UNA PROPOSICION PARA EL ESTUDIO ANTROPOLOGICO DEL ARTE

M. Ester Grebe Vicuña

— I —

La presente ponencia recoge, como punto de partida, las siguientes propuestas de Boas (1927) referentes a la universalidad de los fenómenos estéticos: (1) Todos los pueblos de la tierra han creado y siguen creando obras de arte que producen placer estético. (2) Aun en las sociedades de menor complejidad, hay individuos especialmente dotados que dedican gran parte de su tiempo y energía a la creación de obras de arte o de artesanía. (3) El placer estético es patrimonio de todos los seres humanos. (4) La emoción estética suele ser incentivada tanto por la forma artística en sí como también por sus significados simbólicos y respectivos procesos de comunicación.

Estas propuestas justifican el énfasis de este estudio en la etnoestética y comunicación del arte, que comparte, asimismo, algunos marcos teóricos desarrollados recientemente en la Antropología del Arte y Antropología Estética (Otten 1971, Jopling 1971, Greenalgh y Megaw 1978, y Maquet 1979).

La Antropología Sociocultural y la Etнологía han ejercido una influencia decisiva en el desarrollo de la Antropología del Arte al establecer la calidad estética del así llamado arte primitivo y su jerarquía frente a las artes de las altas culturas de Oriente y Occidente. La orientación antropológica predominante ha sido y sigue siendo el estudio del arte en el contexto de la cultura y la sociedad, con el fin de comprender y analizar sistemáticamente varios aspectos problemáticos

y poder responder a sus respectivas interrogantes. Destacamos las siguientes:

(1) *El arte como fenómeno etnoestético*: ¿Es el arte una proyección estética que refleja el sistema ideacional del hombre-artista, sus concepciones, creencias, valores y normas? ¿Es el arte, por tanto, capaz de representar y condensar estéticamente el contexto sociocultural en el cual está inserto el artista creador? ¿En qué nivel y grado se da la correspondencia estética entre arte y cultura global?

(2) *El arte como medio comunicativo*: ¿Entre quiénes, con quiénes y por qué se establece la comunicación artística? ¿Qué contenidos socioculturales se intenta comunicar? ¿Cuáles son los canales o medios para hacer llegar dichos contenidos al receptor? ¿Qué interferencias pueden bloquear al receptor en su comprensión del arte?

(3) *El arte como proceso creativo*: ¿Cuál es la naturaleza y características del proceso creativo artístico? ¿Cómo se integran en él las experiencias previas del artista, tanto conscientes como inconscientes? ¿Cuáles son los contextos o medioambientes que favorecen o desfavorecen el trabajo creativo, y por qué? ¿Cómo operan los procesos selectivos e integrativos de la creación artística, y por qué?

(4) *El arte como resultado de un proceso de enculturación y aprendizaje*: ¿Cómo influye y se expresa en el arte la experiencia sociocultural internalizada por el artista a

través de los procesos de enculturación y de aprendizaje formal e informal? ¿Cómo se asimila, interpreta, recrea o transforma el legado o patrimonio artístico colectivo internalizado por el artista? ¿Cómo influye el proceso de enculturación del artista en la continuidad y cambio, tradicionalismo e innovación de su arte?

(5) *El arte en la perspectiva de las redes socioculturales y marcos situacionales del artista y su medio*: ¿De qué modo ejercen influencia las redes socioculturales y sus interacciones en la creación artística? ¿Hasta qué punto puede reflejarse en el arte la experiencia vivida por el artista? ¿Cómo se evocan el medio ambiente y las situaciones específicas vividas por el artista en su obra de arte?

Debido a su calidad interdisciplinaria y niveles de desarrollo reciente, la Antropología del Arte posee un ancho campo de investigación para explorar la complejidad de estos y otros aspectos problemáticos y sus interrogantes. Para los efectos de la presente ponencia y sus limitaciones de tiempo, hemos circunscrito el universo de estudio a los dos temas iniciales: arte como etnoestética y como medio de comunicación.

Entendemos por *etnoestética* el enfoque antropológico que estudia las ideas de los individuos de cualquier sociedad, cultura o subcultura referentes a lo bello, centrado en sus propias concepciones, valores, categorías y criterios estéticos compartidos, validados y legitimados en sus respectivos contextos socioculturales, de los cuales dependen sus juicios estéticos y la incidencia de éstos en sus apreciaciones de las obras de arte. Entendemos por *comunicación del arte* el enfoque antropológico del proceso de transmisión de las formas artísticas y sus significados simbólicos, centrado en los puntos de vista del artista (emisora), del intérprete (encodificador) y del público (receptor y decodificador), y en las formas y contenidos o códigos de la obra de arte transmitida a través de un canal o medio. El proceso de comunicación es complejo y parece operar como un circuito de retroalimentación, en el cual interactúan diversos fenómenos integrados en una red polisémica. La dinámica de esta red suele incidir tanto en la generación de transforma-

ciones simbólicas como en la mantención de una base consensual que da estabilidad al sistema.

En un trabajo previo (Grebe 1983:20–21), hemos analizado las bases teóricas y metodológicas de la etnoestética, en su calidad de orientación renovada y muy actual de la Antropología del Arte. Resumimos, a continuación, sus conceptos fundamentales:

— II —

El enfoque etnoestético posee las siguientes características: (a) permite estudiar la capacidad humana de crear, apreciar y juzgar lo bello; (b) permite redescubrir al hombre como protagonista del quehacer estético-creativo; (c) abre un ancho cauce para comprender el arte en su doble perspectiva: como síntesis trascendente de una expresión individual y como parte de un todo sociocultural; (d) permite estudiar el arte en el contexto de cualquiera cultura —incluso la nuestra— y su aplicación flexible a cualquier estrato o especie de arte.

Cabe señalar que este tipo de etnoestética posee un desarrollo escaso en la documentación etnográfica y en la investigación antropológica sociocultural. Se ha trabajado poco con las ideas estéticas que el artista-creador posee en su mente, que se ponen en juego durante el proceso creativo guiando la toma de decisiones y selección entre alternativas. Tampoco se ha estudiado las ideas básicas que el artista y su público utilizan para enjuiciar la obra de otros artistas (Stout 1971:31).

El enfoque etnoestético favorece el estudio antropológico de las expresiones artísticas de cada cultura a partir del individuo y sus respectivas matrices socioculturales; y no de acuerdo a una escala de valores impuesta desde fuera por criterios occidentales. La definición de “lo bello”, “lo sublime”, “lo feo” que preocupaba a la estética tradicional deja de ser un problema central (Munro 1966:21).

El manejo crítico del concepto antropológico de *etnocentrismo artístico* —la sobreestimación de nuestro propio arte que bloquea o filtra la apreciación estética cabal de

artes ajenas— contribuye a evitar que la evaluación artística “sea algo más que una aseveración dogmática o la expresión del gusto personal” (*loc. cit.*). Un caso específico de etnocentrismo artístico es la homologación del arte no occidental y, en especial, del arte tradicional o “primitivo” con el arte infantil de Occidente. Es imperativo comprender dichas expresiones artísticas como productos independientes con plena validez intracultural e histórica (Stout *loc. cit.*).

Proyectado en el campo del arte, el relativismo cultural impulsa el estudio comparado de las diferentes pautas estéticas. De él surge una revisión de principios que se condensa en las siguientes proposiciones: (1) El arte occidental, a pesar de sus contribuciones y valores relevantes, no es el único bueno e importante, puesto que existen diversas otras estéticas y filosofías del arte alternativas en las culturas no-occidentales. (2) Las reglas y principios establecidos por la filosofía y crítica de Occidente no pueden ser validadas para el arte en general. (3) Cada estilo de arte debe ser comprendido y apreciado en relación a los objetivos estéticos y sistema valórico del grupo humano que lo produce (Munro *op. cit.*: 222).

Se perfilan dos alternativas metodológicas: el estudio del arte en sí mismo —desde el punto de vista del investigador— y el estudio del arte en el contexto de su cultura y sociedad —desde el punto de vista de sus respectivos actores del proceso artístico. Ellas se asocian, respectivamente, a dos orientaciones coexistentes en Antropología del Arte: la comprensión del “arte por el arte”, a partir de modelos estéticos explicativos del analista ajenos a la cultura artística en estudio; y la comprensión del arte a partir de las representaciones estéticas y modelos ideacionales de la gente —el artista y su público—, que permiten captar cómo conciben ellos su propio universo estético. Estas dos orientaciones reciben respectivamente las denominaciones *etic* y *emic*, que derivan analógicamente de la Lingüística Estructural (Pike 1954:8). *Etic* deriva de *fonétic(o)* —cómo suena y se representa el sonido del lenguaje—, aplicándose antropológicamente al criterio del investigador frente a una realidad ajena a la

suya. *Emic* deriva de *fonémic(o)* —qué significa el sonido del lenguaje—, aplicándose antropológicamente al criterio del actor frente a su propia experiencia.

El hombre suele proyectar su propia visión estética de una realidad en lo artístico. En este sentido, el arte parece cumplir la función de un test proyectivo complejo, en el que el hombre condensa y sublima su experiencia generando un producto estético trascendente. El estudio antropológico del arte en sociedades homogéneas parece ofrecer la posibilidad de someter a prueba teorías sobre las interrelaciones entre estilo artístico y contexto sociocultural, por lo cual diversos autores concuerdan en la factibilidad de establecer dichas interconexiones. Fischer (1971:173) resume esta posición en su hipótesis de trabajo: “El hombre proyecta su sociedad en sus artes visuales”.

Otros autores —en especial los críticos de arte— no aceptan esta proposición, enfatizando la importancia de otros factores que inciden en la comprensión de las artes: las relaciones históricas y la evolución técnica, el estímulo de las formas del medio ambiente natural, y las limitaciones del material trabajado (*loc. cit.*) Se destaca la relevancia de las orientaciones estéticas “universales” proyectándolas más allá de su dimensión intracultural específica.

Desde un punto de vista epistemológico, ambas orientaciones —*emic* y *etic*— parecen ser antagónicas. No obstante, ambas poseen limitaciones, por lo cual algunos sostienen que no son mutuamente exclusivas sino complementarias (Geertz 1977:480—492). La validez y reciprocidad de ambas podrá ser evaluada en estudios que permitan poner en práctica y someter a prueba sus aportes, limitaciones y eventual complementación.

Dos conclusiones pueden ser inferidas de los conceptos sobre etnoestética recién expuestos:

- (1) La obra de arte suele ser un mapa cognitivo y simbólico del hombre-artista que refleja su sistema estético y visión de mundo.
- (2) Dicho mapa suele representar una versión selectiva de su cultura y sociedad, con distorsiones predecibles.

El arte como medio de comunicación y producto trascendente de la creatividad humana provoca reacciones instintivas y afectivas de diversa índole, intensidad y alcance, de acuerdo a diferencias individuales y factores socioculturales. Se ha dicho que el arte posee la capacidad de “hablar por sí mismo”, lo cual es sólo posible cuando el proceso de comunicación artística —que opera mediante estructuras, pautas estilísticas, significados y capacidad evocadora— descansa sobre una base consensual de connotaciones asignadas a la obra de arte por los hombres de una cultura, sociedad y época particulares. En efecto, el arte puede comunicar mensajes vacíos de sentido si se comunica a mentalidades carentes de preparación, receptividad y sensibilidad artística. Incluso, una verdadera obra de arte puede llegar a no ser considerada ni categorizada como tal. Sus formas producen emociones sólo en base a distinciones percibidas, pero los hábitos de percepción y asociación de emociones con formas artísticas son aprendidos a través de la experiencia cultural y social. Las ideas y sentimientos asociados y asignados a la obra de arte pueden hacerse explícitos ya sea mediante las palabras, los gestos o movimientos corporales que la acompañan, o bien por las connotaciones expresivas consensuales de la materia artística en sí. Pero es posible acceder a sus significados esenciales sólo mediante una decodificación de sus símbolos claves que podrán revelar, quizás, la complejidad de la trama interna del campo semántico del arte.

La teoría de la comunicación aporta un enfoque analítico apropiado para la comprensión de la dinámica comunicativa de la obra de arte. Se conjugan los siguientes seis componentes:

- (1) fuente emisora: el artista creador
- (2) codificador: el intérprete
- (3) contenido o mensaje: la obra de arte en sí
- (4) canal o medio: el conducto portador de la obra de arte
- (5) decodificador: el crítico o el público “entendido”
- (6) receptor: el gran público.

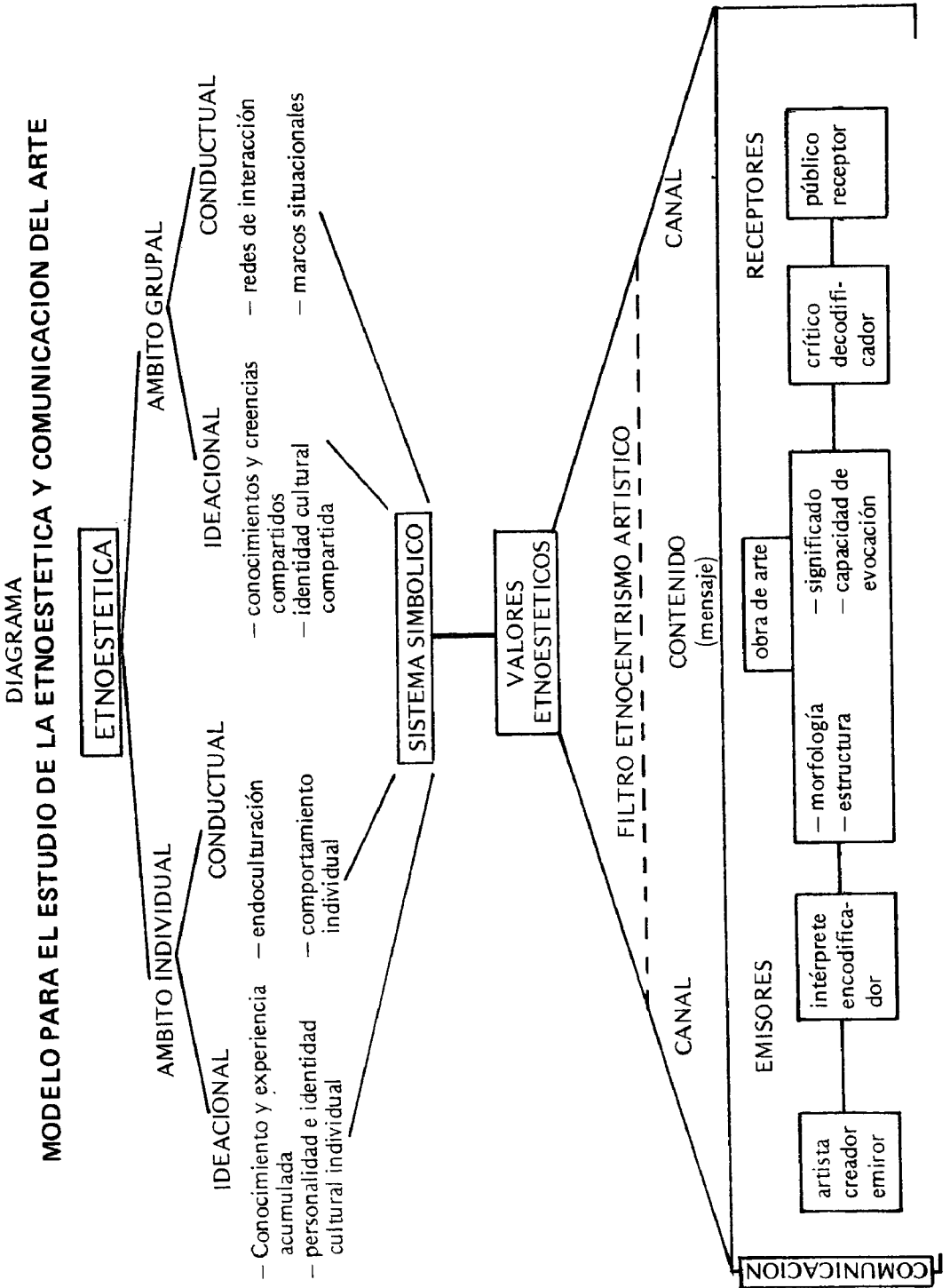
El rol de cada uno de estos seis componentes depende de las habilidades comunicativas y/o receptoras, actitudes, niveles de conocimiento y experiencia artística, orientaciones estéticas y posiciones en el sistema sociocultural tanto del artista creador y del intérprete como del crítico y público receptor. En el proceso comunicativo influye, asimismo, la calidad etnoestética de la obra de arte y el acceso y comprensión de sus códigos y significados; la calidad del canal o medio, vehículo mediante el cual se transfieren los contenidos de la obra a los decodificadores y receptores; y las interferencias que pueden bloquear la fluidez de la comunicación. En suma, el estudio comunicativo del arte en su contexto sociocultural puede desarrollarse tomando como centro de gravitación la articulación de estos seis componentes.

A modo de síntesis, propongo el siguiente modelo analítico-explicativo para el estudio antropológico del arte como fenómeno etnoestético y comunicativo: (Véase Diagrama adjunto.) Este modelo es provisorio, por cuanto está sujeto a los nuevos aportes y descubrimientos de la investigación en Antropología del Arte. Estimo de importancia tanto las inferencias y proposiciones que de él deriven como los enfoques alternativos o críticos estimulados por él. En dicho modelo se consideran inicialmente los ámbitos individual y grupal en que se desarrolla la etnoestética y los fenómenos ideacionales y conductuales que influyen en los procesos y productos etnoestéticos y comunicativos. Estos se asocian tanto a fenómenos individuales cognitivos, de personalidad e identidad cultural, enculturación y comportamiento, como a fenómenos grupales consensuales de conocimientos, creencias e identidad cultural compartidas que se dan en redes de interacción y sus marcos situacionales respectivos. Todo ello parece gravitar en el sistema simbólico y en el sistema valórico que genera los juicios etnoestéticos, reducidos por el filtro etnocéntrico. Estos, a su vez, estimulan y activan la dinámica del proceso comunicativo.

De este modo, el estudio antropológico del arte centrado en la etnoestética y comunicación abre nuevos caminos para la comprensión conceptual y sensitiva de la densa

trama de la obra artística guiada por el hilo

conductor del hombre, su cultura y su sociedad.



## REFERENCIAS

- BOAS, Franz. (1927) 1955. *Primitive Art*. New York, Dover.
- FISCHER, John L. 1971. "Art Styles as Cultural Cognitive Maps". En Carol F. Jopling ed., *Art and Aesthetics in Primitive Societies*. New York, Dutton, pp. 171–192.
- GEERTZ, Clifford. 1977. "'From the Native's Point of View': On the Nature of Anthropological Understanding". En J.L. Dolgin et al. eds., *Symbolic Anthropology*. New York, Columbia University Press, pp. 480–492.
- GREBE VICUÑA, M. Ester. 1983. "Etnoestética: Un Replanteamiento Antropológico del Arte". En *Aisthesis* (Universidad Católica de Chile), 15, pp. 19–27.
- GREENALGH, M. y MEGAW V. eds. 1978. *Art in Society*. London, Duckworth.
- JOPLING, Carol F. ed. 1971. *Art and Aesthetics in Primitive Societies*. New York, Dutton.
- MAQUET, Jacques. 1978. *Introduction to Aesthetic Anthropology*. Malibu, Undena.
- MUNRO, Thomas. 1966. "Aesthetics". En *Encyclopaedia Britannica*, 1. London, W. Benton, pp. 221–224.
- OTTEN, Charlotte m. ed. 1971. *Anthropology and Art*. Austin, University of Texas Press.
- PIKE, Kenneth L. 1954. *Language in Relation to a Unified Theory of the Structure of Human Behavior*. I. Glendale, Summer Institute of Linguistics.
- STOUT, David B. 1971. "Aesthetics in 'Primitive Societies'". En C.F. Jopling ed., *Art and Aesthetics in Primitive Societies*. New York, Dutton, pp. 30–34.