

## Desterritorialización de la experiencia estética

Óscar del Castillo Sánchez

Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED)

### Resumen:

La belleza no se deja recluir en una definición. Tampoco posee una especificidad acusada, pues no se distingue en esencia de otras facetas de la vida consciente. Cuando se trata de fundamentar un concepto de lo bello en la “naturaleza humana”, la noción apenas permite dar cuenta de algunos fenómenos estéticos; además, esta presunta “naturaleza” muestra una plasticidad y una dependencia del medio que desmienten su posible carácter absoluto. Más que intentar acotar la idea de belleza, o de multiplicar las definiciones de sus ilimitadas variantes posibles, acaso importaría más ocuparse del contenido transmitido por la forma y de su relevancia existencial.

**Palabras clave:** Experiencia estética, Kant, Gestalt, paisaje, música

### Abstract:

Beauty cannot be confined to a definition. Nor does it possess a marked specificity, since it is not distinguished in essence from other facets of conscious life. When trying to ground a concept of the beautiful in "human nature", this notion hardly allows to account for some aesthetic phenomena; In addition, this presumed "nature" shows a plasticity and a dependence on the medium that belie its possible absolute character. Rather than try to limit the idea of beauty, or multiply the definitions of its unlimited possible variants, perhaps it would matter more to deal with the content transmitted by the form and its existential relevance.

**Keywords:** Aesthetic experience, Kant, Gestalt, landscape, music

## Introducción

Afirma Jacques Derrida, con respecto de la pregunta por la esencia de lo artístico, que “este procedimiento de la pregunta se instala en la presuposición de que el arte tiene una unidad y un sentido originario [...] Por debajo de la diversidad aparente de las formas históricas de arte, se estaría buscando un sentido uno y desnudo”<sup>1</sup>. Algo similar puede decirse acerca de la cuestión de lo bello: si en la declaración anterior sustituimos la palabra “arte” por la palabra “belleza”, el aserto mantiene plenamente su validez. Esto explicaría la abundancia de definiciones que se han dado del término a lo largo de la historia del pensamiento, lo que se debería antes a la dificultad de acotar el concepto, de responder a la pregunta por lo bello, que a su –por otra parte, manifiesto- devenir histórico. Si, ante la colección de acepciones reunidas por Wladyslaw Tatarkiewicz en su *Historia de seis ideas*<sup>2</sup>, resulta tentador señalar al placer derivado de la contemplación de lo bello como la principal particularidad de su experiencia –pues la mayoría de esas acepciones así lo sostienen-, que teorías estéticas tan relevantes como por ejemplo la de Martin Heidegger en *El origen de la obra de arte* nieguen esto expresamente debería poner en duda tal propósito. Esta larga historia de intentos de encerrar en un concepto algo tan esquivo como la belleza hace barruntar si no será este otro de esos conceptos, tan frecuentes en filosofía, que por su propia naturaleza elude toda demarcación; o si, como apuntaba Derrida, no se estará tratando de recluir bajo una categoría única una multiplicidad de fenómenos demasiado diversos como para encajar en un molde único que los abarque; o si, como observa de nuevo Derrida en el mismo lugar, la idea de belleza no sea sino puro convenio, presuposición que el sistema de la filosofía se da a sí mismo, un concepto circular que, tras su enunciado, se alimenta y se refuerza por aquellas facetas de la realidad que destaca, revela o ilumina<sup>3</sup>. El reconocimiento de la belleza requiere, según esto, de una idea previa de ella, y de una mirada que, gradualmente educada por esta, aprenda a contemplar el mundo de una manera determinada.

## Kant y la psicología de la *Gestalt*

Sí puede aducirse que la belleza es alguna especie de reacción subjetiva que tiene lugar en el encuentro entre un objeto y un sujeto. Esta idea, que supone que lo bello no reside únicamente en la forma del objeto contemplado, sino que dimana de una interacción entre ese objeto y el individuo que lo contempla, resulta algo obvio hoy en día. Sin embargo, contradice lo que Tatarkiewicz denomina la “Gran Teoría de la Belleza”<sup>4</sup>, concepción esencialmente objetivista que ha dominado la teoría del arte y la producción artística durante cerca de dos milenios. En la actualidad, si se pretende formular algo así como una teoría de la belleza, es decir, algo que aspire a algún grado de generalidad, se

debería poder identificar aquellas de nuestras “facultades” actuantes en la experiencia de lo bello, las cuales deberán mostrar una mínima estabilidad y universalidad para su conceptualización. Ello, sin olvidar que, como alegaba Derrida, este es acaso un intento equivocado desde su origen.

Una propuesta de este estilo sería la planteada por Kant en su *tercera crítica*, donde se sostiene que la belleza *pura* consistiría en el acuerdo entre las formas del objeto y nuestras facultades cognoscitivas. Para que se trate de una belleza pura, este acuerdo debe efectuarse al margen de todo interés práctico y, por ende, de todo concepto. La experiencia de lo bello tendría lugar en el curso de un *libre juego de las facultades* en que –*grosso modo*– el sujeto “exploraría” el objeto en una “verificación” de esa correspondencia, y en cuyo transcurso se originaría el goce estético. Ahora bien, este planteamiento guarda una estrecha afinidad con lo postulado por la *psicología de la Gestalt*, para la que ciertas formas se adecuarían mejor que otras a las peculiaridades de nuestra percepción, lo que es otra manera de aludir a una consonancia entre los caracteres formales de los objetos y aquellas de nuestras facultades implicadas en la percepción del mundo. A partir de aquí, la teoría de la *Gestalt* se propone, sobre una base empírica, identificar los rasgos formales de aquellos objetos que resuenan de manera más acusada con nuestro sistema perceptivo. Los resultados de esta investigación son bien conocidos: además de la condición básica que ha de cumplir, según esta teoría, cualquier estructura formal –a saber, que “el todo es superior a la suma de sus partes”<sup>5</sup>–, la *buena forma* se caracterizaría por su regularidad, su agrupamiento, su cierre, su pregnancia, o el modo en que se recorta contra un fondo, por nombrar solo algunos de sus rasgos<sup>6</sup>. Si, en línea con lo argüido por Kant, la belleza pura radica en el acuerdo entre las propiedades formales del objeto y las facultades subjetivas implicadas en su percepción, estos caracteres de la *buena forma* serán, en mayor o menor medida, las del objeto bello. En mayor o menor medida, pues no cabe equiparar sin más esta *buena forma* gestáltica a la belleza pura kantiana, pero, puesto que en ambos casos se trata de una consonancia entre objeto y sujeto, cabe esperar que aquella forme parte significativa de esta.

Este paso del nivel filosófico al nivel psicológico permite verificar experimentalmente las tesis formuladas por vía especulativa. El paso ulterior del nivel psicológico al biológico muestra cómo estos atributos de la buena forma se corresponden con estructuras neurales concretas, que la ciencia ha señalado como encargadas del procesado de cualidades determinadas de los datos sensibles<sup>7</sup>. Esta continuidad entre la estética kantiana, la escuela de la *Gestalt* y la neurociencia supondría que la primera podría cimentarse, en último término, en aquellas vertientes de lo humano que parecen en

principio más universales y más susceptibles de conceptualización, como es, en nuestro caso, el aparato perceptivo.

La posibilidad de definir una belleza fundamentada en la percepción humana tiene claras implicaciones para la producción artística. Los caracteres de las formas preferidas por el sistema perceptivo, revelados por la psicología experimental, pueden constituir la base para una poética *científica*, con una vocación tan universal como la de la teoría sobre la que se apoyan. Así lo entendieron al menos algunas de las vanguardias de comienzos del siglo XX, sobre todo aquellas de orientación más formalista. El éxito de estas iniciativas confirma en apariencia la validez de tales intuiciones. No obstante, cabe preguntarse en qué medida el valor artístico de estas experiencias ha dependido del grado en que sus creaciones se ajustaron a los postulados gestálticos, y sobre todo si no hallamos aquí, precisamente, una circularidad como la descrita por Derrida, en que cada idea de belleza engendra un gusto correlativo, el cual a su vez refrenda a aquella en una mutua y cíclica realimentación.

Nos centraremos ahora en esta posibilidad de considerar el aparato perceptivo humano como base para una teoría universal de lo bello. Gracias a la psicología experimental, hoy sabemos que ni siquiera la percepción proporciona un cimiento firme para una teoría de este cuño. Como afirma por ejemplo Paul Churchland, el procesado humano de la imagen se configura en el curso de la experiencia visual del individuo<sup>8</sup>, en particular durante sus primeros años de vida<sup>9</sup>. La percepción no nace hecha, sino que se construye en el ejercicio de percibir el entorno físico del sujeto. Esto dota al sistema de la capacidad de adaptarse a entornos concretos, lo que comporta claras ventajas para la supervivencia. Puesto que este entorno es hoy en día predominantemente artificial, que la percepción se constituya a imagen del medio construido supone que adopta la imagen del grupo humano en cuyo seno se desarrolla el individuo. Pero si la belleza es acuerdo entre las formas de los objetos y las facultades receptoras del sujeto, y si estas son modeladas en mayor o menor grado por aquellas, habrá al menos tantas bellezas/aparatos perceptivos como tipos de entornos humanos; eso, sin entrar en lo que supone la posterior interpretación de esas percepciones. Se hace difícil, pues, enunciar una idea universal de belleza, ni siquiera cuando esta se busca al nivel más básico, pues la biología de la percepción determina sólo hasta cierto punto el modo en que la mente organiza el material sensible. El cableado neuronal apenas proporciona la base necesaria para dar inicio a la interacción con el medio ambiente. Y, además, una vez ahormado, lejos de cuajar en una forma estable, el sistema perceptivo goza aún de un alto grado de plasticidad, como indica también la evidencia empírica.

Cuando se dice aquello de “la *posterior* interpretación de esas percepciones...”, se está considerando ya a la percepción y a la conciencia como instancias diferenciadas. Pero, aunque esa distinción, firmemente arraigada en la disciplina psicológica, determina la práctica investigadora o incluso la propia estructura de los departamentos universitarios<sup>10</sup>, la idea de *penetración cognitiva* la niega en último término, pues no sólo ocurre que la percepción se configura en buena medida en base al entorno del sujeto, sino que, de acuerdo con esta noción, el aparato perceptivo no es un órgano autónomo y cerrado al influjo de otros actores mentales –no es un sistema *encapsulado*, en términos técnicos-, puesto que las llamadas facultades cognitivas superiores informan y condicionan su funcionamiento. Pero, si lo que sabemos, preferimos o deseamos participa de algún modo en la organización de lo percibido por los sentidos, el límite entre cognición y percepción se desvanece<sup>11</sup>. Con objeto de demostrar esta tesis, se han publicado en los últimos diez años buena cantidad de estudios<sup>12</sup> que prueban, por ejemplo, cómo los estados de ánimo depresivos pueden provocar que el entorno se perciba con una luminosidad aparente inferior<sup>13</sup>, o incluso cómo un plátano representado en escala de grises tiende a verse con un ligero tono amarillento, debido en apariencia al conocimiento que el sujeto tiene del color real de los plátanos<sup>14</sup>. Pese a que la comunidad científica no admite hoy de manera unánime que el conocimiento intervenga en la percepción<sup>15</sup>, sí hay consenso en lo que respecta al influjo que el conocimiento, la atención, la motivación o los estados de ánimo ejercen, si no en el procesado perceptivo mismo, sí al menos en el modo en que dirigimos nuestros sentidos hacia el mundo, algo acerca de lo cual hay amplia y aceptada evidencia experimental. Parece haber también extenso acuerdo en cuanto a la idea de que la cognición afecta a la atención de manera directa, y esta a aquello a lo que se dirige selectivamente la mirada, a aquellos sonidos a los que se *presta atención* por encima de los demás<sup>16</sup>. De ahí que, por ejemplo, el experto, además de interpretar lo que ve de modo distinto a como lo hace el profano, contempla el objeto, pasea su mirada sobre él de modo diferente a como lo hace el no iniciado<sup>17</sup>. De manera que, incluso si aceptamos que el conocimiento no influye en el procesado visual –postura sin embargo sostenida por muchos científicos hoy en día-, sí puede declararse que aquél interviene en lo que este recibe como materia de su actividad.

Churchland describe además otros casos de penetración cognitiva, que, aunque no comprobados experimentalmente, se refieren a cuestiones bien conocidas. En concreto, interesan aquí aquellos que evidencian cómo la percepción, en virtud de su plasticidad, puede ser educada en modos que influyen de manera significativa en cómo organizamos e interpretamos lo percibido, o en cómo seleccionamos aquellos aspectos de la realidad a los que dirigimos nuestra atención, entre otros procesos –lo que se denomina aprendizaje perceptivo, o *perceptual learning*. Así, el músico experto, tras un largo

ejercicio en el uso de las formas compositivas musicales, percibe la pieza de música de un modo en esencia diferente de como lo hace el profano: aquel reconoce pautas, acordes, consonancias y disonancias allí donde el oído no adiestrado no halla más que un flujo sonoro más o menos agradable. Este no es un verdadero ejemplo de penetración cognitiva, en que el conocimiento intervenga en el procesado sensible<sup>18</sup>, pero los conceptos a los que remite de manera inmediata la escucha –de por sí dirigida ya por una atención regida desde el conocimiento implícito- son del todo diversos en el conecedor y en el lego, y por ende lo es también la experiencia de la belleza musical.

### **Pluralidad de la experiencia estética**

El aparato perceptivo humano, determinado hasta cierto punto por lo biológico, y sustancialmente condicionado por los hábitos perceptivos y por el influjo de los centros cognitivos superiores, constituye pues un débil cimiento para una teoría universal de la belleza. Las facultades perceptivas cambian, las “leyes de la buena forma” carecen de universalidad, aun cuando puedan acreditar cierta estabilidad en determinadas épocas y lugares. En cualquier caso, la idea de belleza *kantiano-gestáltica* resultaba demasiado limitada, pues no puede dar razón de buena parte de las experiencias que suelen darse por estéticas. En línea con esto, Tatarkiewicz observa que el vocablo “belleza” se habría empleado a lo largo de la historia sobre todo en dos acepciones distintas<sup>19</sup>. En un sentido limitado, el término se referiría a la belleza clásica, la correspondiente a lo que, como hemos visto, el autor polaco denomina “Gran Teoría de la Belleza”. Los objetos acreedores de esta se caracterizarían por una suerte de unidad o congruencia formal – simetría, armonía, *concinnitas*- que resulta de la aplicación de reglas compositivas preestablecidas, comúnmente aceptadas por artífices y destinatarios. La arquitectura del clasicismo o la música tonal responden a esta clase de belleza. Como veremos, esta noción de lo bello tiene importantes solapes con la belleza *kantiano-gestáltica*. Por otro lado, en un sentido amplio, serían experiencias de lo bello aquellas que, sin encajar en la acepción anterior, poseerían una naturaleza decididamente estética. Esta idea de belleza abarcaría lo sublime, lo grácil, lo decoroso, lo cómico, la conveniencia, la elegancia, la delicadeza, el esplendor, la sofisticación, la perfección, la monumentalidad, la nobleza, el encanto, la dignidad, la naturalidad..., lo que hace que la noción sea más o menos equiparable a la idea de experiencia estética en general. La necesidad de un concepto amplio de belleza que abrace una multiplicidad siempre creciente de modalidades de lo bello remite de nuevo a lo problemático de su acotación. El motivo de este concepto amplio estribaría en que, pese a la diversidad de objetos que suscitan las experiencias llamadas estéticas, parece haber algo en común entre ellas, de manera que la investigación debería acaso renunciar a buscar la esencia de la belleza en el objeto y

dedicarse en cambio a caracterizar su experiencia subjetiva. Cabe aquí la duda, empero, de si con esto no se trasladará el problema de la delimitación de lo bello a la quizás algo menos problemática descripción de esta experiencia, de la cual, como de la belleza, se han confeccionado abundantes y a menudo muy dispares teorías. Pues, y restringiéndonos de nuevo al lado del objeto, si la forma de la unidad de cada obra es específica de la obra concreta, su “tono emocional” será igualmente particular –aquí conviene recordar que la música asigna tonos emocionales a las obras en virtud de sus caracteres formales, al margen de su recepción subjetiva-, por lo que, en último término, cada obra verdaderamente original será tema de una experiencia estética propia y única, apenas encasillable en alguna variedad preconcebida de belleza. Eso, sin contar con que, de nuevo, la obra será recibida desde el horizonte de precomprensión individual, sólo en algún grado intersubjetivo, del sujeto receptor. Pero este “tono emocional” no es una facción menor de la obra, sino el *mundo* que ella encarna<sup>20</sup>, irreductible a concepto; constituye, en definitiva, su sentido, lo que la obra tiene que decir y sólo puede decir a través de la forma. Algo inclasificable, pues, en categorías genéricas como lo grácil, lo sublime, etc., por más que algo logren estas transmitir acerca del objeto y su experiencia.

Ante la indocilidad del asunto, una posibilidad reside en demarcar de un modo metodológicamente conveniente lo que se entenderá por experiencia estética, sin perder de vista el carácter tentativo y revisable de la acotación, así como la necesidad de ir corrigiendo el rumbo a tenor del contraste con los fenómenos estéticos y de la aptitud para dar cuenta de ellos.

Aunque muchos pensadores han señalado al placer dimanado de la contemplación de ciertos objetos como lo propio de la experiencia estética, hemos visto que otros autores –acertadamente, en nuestra opinión- niegan que ello sea una condición necesaria de lo bello en sentido lato, por lo que no se entenderá aquí que la experiencia estética sea una vivencia esencialmente gozosa, por más que vaya muy a menudo acompañada de ese deleite. Más acertado sería quizás conjeturar que lo propio de lo estético consiste en la transmisión de alguna especie de contenido que sólo a través de la forma puede comunicarse. Aceptado esto, aquí se estimará, además, que ese contenido debería poseer alguna relevancia existencial, y, en concreto, debería coadyuvar de algún modo al acrecentamiento espiritual del individuo. Para un autor como, por ejemplo, Niklas Luhmann, esto último no sería tampoco necesario, como se desprende de su noción de lo artístico. No obstante, esta relevancia para la vida distinguiría a la experiencia estética tanto del puro goce gastronómico, como de la mera constatación intelectual de un contenido derivado del posicionamiento de la obra en el espacio-contexto del arte contemporáneo –como se sigue de la concepción luhmanniana del sistema del arte<sup>21</sup>. Si

consideramos este mensaje existencial como lo peculiar de lo estético, ello supone que el sentido no sería exclusivo de la apreciación del objeto artístico –el cual se crea expresamente como vehículo de tales sentidos- sino que participaría incluso en la apreciación de los seres naturales y, en general, de aquellos entes que, aun no concebidos con fines estéticos, se hacen tema de tales experiencias en virtud de lo que aquí se denominará *procesos de estetización*. Este sentido existencial consistiría más en el tono emotivo que dimana de la apreciación del objeto que en un contenido enunciable en palabras, por más que algo pueda decirse de esa experiencia, y por más que esta pueda verse coloreada, orientada, alumbrada por narrativas determinadas, como se verá<sup>22</sup>. En muchos casos, aunque no necesariamente, de la apreciación estética se desprenderá una carga afectiva placentera. En muchos casos, lo percibido entrará en resonancia con la textura de nuestro aparato perceptivo –será motivo, pues, de una belleza *kantiano-gestáltica*-, aunque tampoco esto es necesario, como sucede en la apreciación de lo sublime o lo grácil, o en la de tantas obras de arte contemporáneo que, decididas transgresoras de las “leyes de la buena forma” gestáltica, no suscitan por ello una vivencia menos intensa. En la experiencia estética interviene, pues, una multiplicidad de ingredientes: percepciones puro-sensibles que acarrear tonos emotivos determinados, rasgos formales que sintonizan con nuestras facultades perceptoras, reflexiones lingüístico-conceptuales, reacciones afectivas. Posee, pues, un carácter polifónico, que se corresponde, en definitiva, con la naturaleza plural de la psique humana.

Esta última observación nos remite a las teorías contemporáneas de la mente: de nuevo, la psicología experimental ofrece la evidencia empírica de estas cuestiones. Los contenidos mentales no advienen puros a la conciencia, en un registro único –conceptual, sensible, afectivo-, sino que aparecen siempre acompañados de una pléyade de materiales anejos procedentes de diversos ámbitos de la psique. Así, la lectura de un texto hace que en nuestra imaginación aflore una diversidad de materiales en distintos registros –visual, auditivo, táctil...-; el fenómeno de la sinestesia revela cómo, por ejemplo, un estímulo sonoro suscita asociaciones visuales; en virtud del denominado *simbolismo fonético*, palabras en que dominan las consonantes oclusivas se vinculan en la imaginación con formas angulosas y quebradas, mientras que aquellas en que imperan las consonantes oclusivas evocan formas redondeadas<sup>23</sup>; los colores acarrear connotaciones éticas en su percepción, pues atribuimos al color blanco un valor positivo, y uno de signo opuesto al negro, y ello con una asombrosa constancia intercultural<sup>24</sup>. La percepción tiene, pues, una naturaleza simbólica: todo contenido consciente convoca de modo inmediato una constelación de materiales heterogéneos asociados. Consideraremos, pues, que la experiencia estética ostenta una estructura plural de este cuño, y que aquello que la diferencia de otras experiencias conscientes, y las variedades



en que se efectúa, responden a los modos diversos en que los distintos agentes mentales intervienen en ella.

### **Temporalidad de la experiencia estética**

La experiencia estética manifiesta, además, un carácter temporal, pues se trata de un *proceso* desplegado en el tiempo. Aunque pueda darse una apreciación estética instantánea de un objeto, la experiencia plena y cumplida se efectúa sólo en el curso durativo de una interacción entre objeto y sujeto, en el cual se suceden las apercepciones de los distintos aspectos del objeto, la reflexión acerca de lo percibido, la atribución de cargas afectivas a lo percibido/reflexionado, y el resto de los factores considerados al caracterizar la experiencia estética en su eje sincrónico. Todos estos aspectos interactúan entre sí, informándose mutuamente y estableciéndose nexos complejos entre ellos. Este decurso culmina, en el mejor de los casos -como afirman la mayoría de las concepciones de la experiencia estética, en particular, las de raíz fenomenológica-, en alguna forma de aprehensión del sentido del objeto contemplado, sentido que resulta de una síntesis unificadora y comprensiva de los distintos componentes que intervienen en el proceso, lo que suele ir acompañado de una reacción afectiva más o menos intensa. Esta culminación es en cualquier caso parcial y provisoria, pues la fruición del objeto estético es inagotable, siempre nueva, sobre todo cuando se trata de una obra de arte.

### **Procesos de estetización**

Como afirma J. Segal, la belleza no puede entenderse a partir de una serie de rasgos formales necesarios y suficientes que permitirían calificar de bello a un objeto dado<sup>25</sup>. El hecho de que, dada la diversidad de sus modalidades posibles, la experiencia estética sólo pueda caracterizarse de un modo genérico, apoyaría esta afirmación. Como hemos visto, ni siquiera la percepción ofrece una base sólida que permita identificar objetos que se ajusten de manera preferente a su naturaleza. Todo hace sospechar, pues, que cualquier objeto puede convertirse en motivo de una experiencia estética, con tal de que el sujeto establezca con él una forma determinada de interacción que se caracterizaría en esencia por el hallazgo, en el curso de esa interacción, de alguna clase de contenido de orden vital, acompañado –o no- de una reacción afectiva. Se entenderá aquí por *proceso de estetización* el género de práctica por la cual un objeto determinado es promovido a tema de una experiencia de esta índole, sin que haya sido necesariamente concebido con esa finalidad.

Estos procesos son hoy visibles en especial en el campo publicitario, una de cuyas estrategias más habituales consiste en el intento de crear un lazo afectivo entre el

consumidor potencial y la mercancía publicitada a través de una combinación de estímulos sensoriales –los que admiten los soportes físicos de la publicidad: imagen y sonido, casi siempre-, y de narrativas paralelas entrelazadas con aquellos, de manera que objetos que nos resultan indistintos excitan en nosotros, a tenor de tales combinaciones, respuestas afectivas que dispongan favorablemente hacia esas mercancías. A menudo, estas narrativas aluden a aspectos significativos de la existencia, por más que casi siempre se trate de los menos edificantes, como son el deseo de emulación o la importancia otorgada en nuestras sociedades al disfrute hedonista. Pero incluso en esta forma comercial de producción estética hallamos los ingredientes que hemos identificado como núcleo de la vivencia estética: los contenidos de valor existencial comunicados a través de la forma, la pluralidad de registros que intervienen en su apreciación, su desarrollo en el tiempo –esencial para su fin persuasivo-, incluso las componentes afectivas<sup>26</sup>. El objeto publicitario pretendería, con su diversidad de registros entrelazados, reproducir la condición plural de la experiencia estética y animar con ello al receptor a iniciar el correspondiente proceso de estetización, que en este caso tendría a una mercancía como asunto.

Empero, estas prácticas no son exclusivas del campo publicitario, y puede decirse que forman una pauta significativa de nuestra vida consciente. La denominada *estética de la vida cotidiana*<sup>27</sup> se propondría, a este respecto, identificar las narrativas y actitudes con que efectuamos la estetización de situaciones habituales en nuestra existencia diaria, tales como el simple contemplar el sol entrando por nuestra ventana, el apreciar el tacto de nuestras ropas, las tareas de higiene personal o el cocinado de alimentos. Para esta estética de lo cotidiano, las pequeñas vivencias domésticas pueden constituir materia de experiencias estéticas valiosas, que se desarrollarían a través de una tematización de las impresiones sensibles y de su refuerzo, potenciación o intensificación por medio de narrativas paralelas adecuadas, como ocurría en el caso de la publicidad. En ambos casos, la palabra efectúa una labor crucial, pues posee, como muestra el ejemplo de la obra literaria, una capacidad de suscitar la creación activa, por parte del receptor, de objetos imaginarios integrados por componentes de orden sensible, afectivo o conceptual. El protagonismo del lenguaje entre las instancias conscientes se refleja en esta aptitud, única entre ellas, de provocar la generación de contenidos en todos los demás registros mentales. Como prueba de ello, cabe recordar cómo a menudo se ha señalado el carácter pasivo y acrítico de la recepción de la imagen, la cual cobra significado sólo cuando el sujeto hace el esfuerzo por formular enunciados verbales explícitos a partir de lo percibido. Pero lo que eleva la vivencia de lo ordinario al nivel de experiencia estética tal y como se ha entendido aquí, más allá de la mera fruición sensible, es la ética que subyace a estas actitudes, la cual se identifica con el sentido

existencial de esta transfiguración de la vida cotidiana, de esta nueva apreciación de lo banal y lo menudo que es, a fin de cuentas, la materia de la mayor parte de nuestra vida consciente y, por lo tanto, de nuestra constitución como individuos.

El ejemplo de la publicidad y sobre todo el de la experiencia de la vida cotidiana pretenden mostrar brevemente cómo cualquier objeto, incluso cuando no se lo concibe con ese propósito, puede dar pie a un proceso de estetización incoado por el sujeto –aun cuando en interacción con el objeto real- que lo convierta en asunto de una experiencia estética, es decir, de una forma de belleza. Al margen del modo concreto en que esto ocurra –qué motivos elijamos para qué procesos de estetización, a través de qué narrativas, qué tono afectivo recubra todo el proceso-, la experiencia que resulte de ello no será muy diversa de la recepción de la obra de arte, y brindará asimismo un contenido de valor vivencial para la persona.

### **Disolución de la belleza kantiana**

Esta noción de experiencia estética supone, en último término, la disolución de las distinciones kantianas entre belleza pura y belleza adherente por un lado, y entre lo bello natural y lo bello artístico por otro. En el caso de la belleza pura, ocurre que, por efecto del fenómeno de sinestesia, o, en general, de la aureola de asociaciones con que lo percibido es inmediatamente recubierto, se desvanece la posibilidad de una percepción puro-sensible, puesto que los datos de los sentidos, en el acto de su recepción, se ven investidos de lo conceptual, lo afectivo y demás elementos procedentes de otros ámbitos de la conciencia. Nótese que esto no tiene nada que ver con el dispositivo kantiano de síntesis unificadora de las intuiciones sensibles por medio de las categorías del entendimiento –que, según Kant, no actuaría en la experiencia de la belleza pura, pues la unidad del objeto bello sólo puede referirse a conceptos *indeterminados*-; o, en otras palabras, con un presunto contenido proposicional de lo percibido inherente al acto de aprehensión, como defiende, por ejemplo, Wilfrid Sellars en *Empiricism and the philosophy of mind*<sup>28</sup>. Aquí se supone más bien la existencia de un hiato insoluble entre percepción y pensamiento conceptual. Pero sucede que la palabra concurre en los actos conscientes de modo diverso, complementando lo percibido; a veces, incluso de manera espontánea –por ejemplo, en forma de *habla interna*-, como afirman algunos planteamientos de la filosofía contemporánea de la mente<sup>29</sup>. Lo conceptual –o *narrativo*, si se quiere- aparece, pues, íntimamente *emulsionado* con lo sensible.

La distinción entre belleza pura y adherente mantiene en cualquier caso su pertinencia teórica, pues permite separar para su análisis uno de los momentos de la recepción estética. Pero si, como afirma Kant, la flor posee una belleza pura para todos menos para

el botánico, a tenor de estos mecanismos todos percibiremos la flor –ella, o incluso el ornamento más abstracto- más bien asociada a lo conceptual, entre otras adherencias. En cuanto al ornamento más abstracto, el simbolismo fonético revela cómo incluso la forma pura, en apariencia no significativa, remite siempre a entidades externas a ella misma, y actúa por ende como un verdadero símbolo.

En lo que atañe a la distinción entre lo bello natural y lo bello artístico, y en virtud de las operaciones referidas, no existe nada como una belleza natural libre de asociaciones extraestéticas, por la misma razón de que no hay una diferencia real entre belleza pura y adherente. Lo bello natural, como lo bello artístico, puede ser portador de ideas, sólo que en aquél es el propio observador, y no la mano del artista, quien asigna al objeto estos contenidos. Esto sucede de modo semejante a como Hegel afirma que ocurre con la forma artística simbólica, cuyos contenidos no son tanto representados por las imperfectas formas del arte primitivo o por las abstractas configuraciones de la arquitectura, como atribuidos a las obras por el medio social en que se conciben. Por otro lado, lo bello natural posee a menudo una belleza pura, un importante momento de belleza *kantiano-gestáltica*, pues la morfología de los seres naturales se caracteriza con frecuencia por su regularidad, su repetitividad, su cierre, su pregnancia, y otros rasgos de la buena forma gestáltica. Tanto es así, que criterios compositivos como los de proporción o coherencia, postulados por Alberti como necesarios para dotar a la obra de arquitectura de la debida *concinnitas* –es decir, los preceptos de la belleza clásica o belleza en sentido restringido, según la distinción de Tatarkiewicz- parecerían haberse aplicado en el diseño de numerosos entes de la naturaleza, como han demostrado gran cantidad de estudios acerca de las formas vegetales o incluso de la figura humana<sup>30</sup>. Las afinidades entre las nociones de buena forma gestáltica y de belleza clásica son por otro lado palmarias: casi todos los principios de la arquitectura del clasicismo pueden reformularse como leyes de la buena *Gestalt*. Así, por ejemplo, el modo en que los sistemas proporcionales clásicos garantizan la homogeneidad de las formas, es decir, el que dentro de un mismo objeto sus partes componentes muestren proporciones parejas, responde al principio gestáltico de *semejanza*, de acuerdo con el cual la similitud formal entre los elementos que intervienen en una totalidad refuerza la cohesión de esta. Otro tanto puede decirse acerca de rasgos de la buena forma como los de pregnancia, continuidad, simplicidad, regularidad, equilibrio o cierre. Pero, afortunadamente, en la historia del arte no ha cundido la tendencia a complacerse en una producción basada en una presunta “naturaleza humana” que, como se ha visto, ni siquiera es algo estable.

## Paisaje

«Con los paisajes ocurre lo que en las posadas de aldea. Cuando llega el viajero y pregunta a la posadera: “¿qué hay de comer?” –la posadera contesta-: “Señor, lo que usted traiga”. Pues esto es el paisaje; lo que cada cual traiga».31

Todo esto se hace patente en la contemplación del paisaje, en cuya apreciación participan casi todos los ingredientes que concurren en la experiencia artística. Como observa Georg Simmel, el paisaje, para ser calificado como tal, ha de integrar una unidad, un todo que supere la mera suma de sus elementos<sup>32</sup>. Para este autor, el paisaje, cuya apreciación – correlativa a la división del trabajo en el campo socioeconómico- surge tarde en la historia, sería invención del arte pictórico. En el cuadro de paisaje, el pintor extrae un fragmento de naturaleza a partir del cual elabora una composición en que los elementos del entorno, aislados y re combinados, son organizados en una nueva estructura formal, que el paisaje representado quizás no posea de por sí<sup>33</sup>. A partir de aquí, la pintura educa y modela la mirada que dirigimos al medio natural, que se aprecia ahora como si se tratase de una obra de arte. Señala Simmel además que el entorno, así contemplado, posee además un “humor”<sup>34</sup> característico, un tono afectivo irreductible a ninguno de sus rasgos. Como un rostro, detenta una fisonomía cuyo sentido unitario el observador capta de manera inmediata. Se trata, pues, de una forma simbólica que remite inmediata y simultáneamente a una multiplicidad de contenidos en virtud de los desarrollos ya comentados. De entre estos, destaca en primer lugar una componente de belleza *kantiano-gestáltica* debida a que, como el pintor, el ojo construye una “unidad de orden superior a la suma de sus partes” –primera ley de la buena forma *Gestalt*- en base a los elementos del paisaje, pero también debida a la presencia de otros caracteres de la buena forma, como puede ser la ya comentada coherencia formal inherente a ciertos seres naturales, cualidad que poseen tanto la flor como la cordillera montañosa. Pero, como decimos, estas no son formas asignificantes, pues, por el contrario, acarrear consigo un “humor”, una tonalidad espiritual específica, propia y concreta, que, inapresable por la palabra, constituye el tipo de mensaje propio de los objetos estéticos, aquel significado que sólo puede comunicarse a través de las formas.

Este “humor” del paisaje no es sino su sentido humano, que el panorama, producto de la naturaleza –y, por tanto, no referencial- no posee de por sí, sino que le es conferido desde la colectividad, y que el sujeto recibe de ese modo en virtud de un horizonte de precomprensión socialmente constituido.

Otro componente de esta fisonomía del paisaje lo aportaría el simbolismo inherente a la forma. Si los colores entrañan para el hombre resonancias éticas, otro tanto sucede con las formas naturales. Así lo atestigua, por ejemplo, el papel simbólico que el paisaje adopta con frecuencia en la obra literaria. El medio natural aparece además teñido por connotaciones emanadas de su historia o de su situación geográfica: aquí, al igual que sucedía con el cuadro de Picasso, el discurso puede alterar de raíz la recepción de lo purorvisual, otorgándole una profundidad de la que en principio carece. La apreciación del paisaje es, pues, una experiencia varia y compleja, inabarcable por una noción única de belleza paisajística; en ella intervienen componentes de belleza gestáltica, contenidos conceptuales, asociaciones de ideas, ingredientes afectivos, todo ello actuante en grado diverso y en mutua interacción. Como en el caso de la estética de lo cotidiano, esta experiencia se asemeja estrechamente a la de la obra de arte, aunque diverge de ella en que, si esta se muestra capaz de desvelarnos aspectos novedosos de lo real –es decir, favorece el acrecentamiento de nuestros horizontes espirituales–, en el caso del paisaje ocurre, como apunta Ortega, que en él hallamos “lo que cada cual traiga”, de manera que, por gratificador que sea su disfrute, carecerá del peso vital de la experiencia del arte.

## **Música**

Al otro extremo de las variedades de vivencia estética, la audición musical ha sido considerada a menudo como el paradigma de la experiencia artística, pues en la música, en cuanto forma abstracta, no referencial –al menos, en el caso de la música absoluta–, se da una apreciación de la forma pura, incontaminada, a diferencia de lo que ocurre en las artes representativas o en la arquitectura, por el concepto. La mayoría de las músicas ostentan una fuerte congruencia formal derivada del empleo de las estructuras compositivas musicales, lo que les confiere desde el principio una belleza/buena forma *kantiano-gestáltica*; esto respalda la idea de una recepción musical puro-sensible. En la recepción de la música sinfónica, el desentrañar la estructura de la pieza constituye un aspecto significativo de su disfrute; el primordial, al decir de los formalistas en la línea de Edouard Hanslick<sup>35</sup>. Desde este punto de vista, la música luce ante todo una belleza *kantiano-gestáltica*, acompañada, complementada o intensificada por la apreciación intelectual de las formas compositivas empleadas.

No obstante, la experiencia de la música es mucho más que esto: en el caso de las obras folclóricas o sobre todo de las comerciales, la aprehensión de la estructura formal no tiene tanto peso, pues su composición suele ser sencilla y poco innovadora. Algo que ocurre también en la música de vanguardia, pues, por ejemplo, en el serialismo integral, en que la obra se conforma en base a rigurosos patrones matemáticos, la lectura de la

forma de la obra queda excluida de su recepción, puesto que aquella resulta ininteligible incluso para el oído experto<sup>36</sup>

La recepción de toda música responde más bien a la pauta descrita para la experiencia estética en general. Las cualidades *kantiano-gestálticas* y puro-sensibles de la obra aparecen nimbadas en su apreciación por un halo de componentes conceptuales, sensibles y afectivos que se presentan a la conciencia anejas a los datos sensibles. Unos datos que, si bien pueden ser de naturaleza estrictamente personal –como en el efecto “nuestra canción”<sup>37-</sup>, las más de las veces tienen su origen en la sociedad de que se trate. Sonido, idea e imagen son enlazados entre sí en la memoria del receptor en las numerosas ocasiones en que la música comparece aneja a contenidos de todo género. Así ocurre en los usos sociales de la música, pero también en las bandas sonoras de las películas y, en general, en los medios de comunicación de masas y en la publicidad. Como apunta Roger Brown<sup>38</sup>, los atributos sensibles del mundo no lingüístico tienden a agruparse, y nosotros simbolizamos los atributos visuales o táctiles de tales agrupaciones mediante atributos auditivos del mismo grupo. La escucha musical no es, en esto, muy diversa de la apreciación del paisaje. Las formas abstractas, no referenciales, se ven investidas de toda clase de sentidos y significados procedentes del horizonte de precomprensión, colectivamente constituido, del receptor. Estos componentes, rechazados por el formalismo, prevalecen sin embargo en el disfrute de las músicas populares, las cuales se ven a menudo intensamente connotadas por factores externos a lo musical<sup>39</sup>. Algo a lo que, en definitiva, tampoco es ajena la obra sinfónica, pues ya su puesta en escena en la sala de conciertos orienta la forma de audición. Además, esta música se concibe a menudo para una escucha que no se limita a la apreciación de los aspectos formales, sino que se pretende suscitadora de evocaciones de toda índole–como ocurre en el poema sinfónico-, y se espera que en su experiencia intervengan materiales ajenos a lo musical, provenientes ya de los significados socialmente atribuidos al sonido, ya de las asociaciones más personales y menos intersubjetivas. La variedad de componentes que confluyen en grado diverso en la audición musical y las distintas formas de recepción a que la obra se presta impediría pues delimitar algo así como una especificidad de la belleza/experiencia estética de la música, acontecimiento plural y complejo casi propio y único de la obra y del receptor concretos.

## **Conclusión**

La belleza no se deja recluir en una definición ni siquiera cuando se la considera en su sentido amplio. Tampoco posee una especificidad acusada, pues no se distingue en esencia de otras facetas de la vida consciente. Cuando se intenta fundamentar una noción

de lo bello en lo que cabría estimar como lo más propio y estable del hombre, a saber, su textura orgánica, sucede que esta idea de belleza no basta para explicar más que una porción reducida de los eventos estéticos y, además, esta presunta “naturaleza humana” posee una plasticidad y una dependencia del medio que desmienten su presunto carácter absoluto. Más que pretender delimitar la belleza, o de multiplicar las definiciones de sus ilimitadas variantes posibles, acaso importaría más ocuparse de aquello que hemos señalado como su rasgo de mayor alcance para la vida: el mensaje transmitido por la forma. De este, aunque intraducible en palabras, sí podemos decir algo, sobre todo acerca de su trascendencia vital, de su valor político. Hedonistas o cognitivistas, formalistas o intuitivos, los diferentes planteamientos recogidos por Tatarkiewicz en su obra coinciden en el interés existencial del mensaje estético, que en sus mejores versiones revela una capacidad de ensanchar el mundo subjetivo del receptor, de cuestionar lo existente y no aceptar lo dado como inamovible, de alumbrar modos alternativos de vivir.

Desde este punto de vista, la misión de lo estético –y, por ende, el conocer cómo actúa– no puede ser más oportuno, pues, como indicó Foucault, el problema de nuestro tiempo es el de “pensar de otras maneras”. Nada de lo anterior puede cumplirse desde la experiencia tradicionalmente denominada “belleza”, y menos en un mundo que marcha hacia una estetización total, aunque *blanda*, en favor del lucro corporativo. Demasiado a menudo esta belleza ha sido utilizada en la modernidad tardía como sucedáneo de la vida buena, como ya advirtió Marcuse. Cuestiones epistemológicas aparte, hay pues buenas razones para abandonar el concepto de belleza.

---

<sup>1</sup> Derrida, Jacques. *La verdad en pintura*. Buenos Aires: Paidós, 2001, p. 32.

<sup>2</sup> Tatarkiewicz, Wladyslaw. *Historia de seis ideas. Arte, belleza, forma, creatividad, mimesis, experiencia estética*. Madrid: Tecnos, 2001, pp. 153-183.

<sup>3</sup> Derrida, p. 39.

<sup>4</sup> Tatarkiewicz, p. 157s.

<sup>5</sup> El introductor de esta idea, el psicólogo Christian von Ehrenfels, dice al respecto: “El paso decisivo en la fundamentación de la teoría de las cualidades gestálticas fue la afirmación, por mi parte, de que si las imágenes de tonos sucesivos en la memoria se presentan como un complejo consciente simultáneo, entonces puede surgir en la conciencia la presentación de una nueva categoría, una presentación unitaria que se conecta de un modo peculiar con las presentaciones del complejo de tonos correspondiente. La presentación de esta totalidad pertenece a una nueva categoría [traducción del autor]” (“The decisive step in the founding of the theory of Gestalt qualities was now the assertion on my part, that if the memory images of successive tones are present as a simultaneous consciousness-complex, then a presentation of a new category can arise in consciousness, a unitary presentation, which is connected in a peculiar manner with the presentations of the relevant complex tones. The presentation of this whole belongs to a new category”). Cf. von Ehrenfels, Christian. “On Gestalt Qualities”. En Smith, Barry (ed.). *Foundations of Gestalt Theory*. Munich y Viena: Philosophia, 1988, p. 93.



- 
- <sup>6</sup> Cf. por ejemplo Koffka, Kurt. *Principios de psicología de la forma*. Buenos Aires: Paidós, 1973, sobre todo el capítulo IV.
- <sup>7</sup> Cf. por ejemplo Teufel, Christoph y Nanay, Bence. “How to (and how not to) think about top-down influences on visual perception”, *Consciousness and Cognition*, 47, 2017, p. 18.
- <sup>8</sup> Churchland, Paul. “Perceptual Plasticity and Theoretical Neutrality: A Replay to Jerry Fodor”. *Philosophy of Science*, Vol. 55, N° 2 (Junio 1988), pp. 167-187.
- <sup>9</sup> Cf. por ejemplo McCauley, Robert. N. y Henrich, Joseph. “Susceptibility to the Müller-Lyer Illusion, Theory-Neutral Observation, and the Diachronic Penetrability of the Visual Input System”. *Philosophical Psychology* Vol. 19, N° 1 (Febrero 2006), p. 97.
- <sup>10</sup> Cf. Firestone, Chaz, y Scholl, Brian. J. “Cognition does not affect perception: Evaluating the evidence for ‘top-down’ effects”. *Behavioral and Brain Sciences*, 2016, p. 1.
- <sup>11</sup> Cf. McCauley y Heinrich, p. 17.
- <sup>12</sup> Puede encontrarse una relación de todos los artículos publicados desde 1995 hasta abril de 2017 acerca de la cuestión de la penetración cognitiva en el procesado visual –sólo informes experimentales, no discusiones teóricas- en [perception.yale.edu/TopDownPapers/](http://perception.yale.edu/TopDownPapers/).
- <sup>13</sup> Cf. Barrick, Christina. B., Taylor, Dianne y Correa, Elsa. I. “Color sensitivity and mood disorders: biology or metaphor?” *Journal of Affective Disorders* 68 (2002), pp. 67-71.
- <sup>14</sup> Cf. Hansen, Thorsten, Olkkonen, Maria, Walter, Sebastian, y Gegenfurtner, Karl R. “Memory modulates color appearance “. *Nature Neuroscience* Vol. 9 11 (Noviembre 2006), pp. 1367-1368.
- <sup>15</sup> Cf. Firestone y Scholl, *pássim*.
- <sup>16</sup> Cf. Wu, Wayne. “Shaking-up the mind’s ground floor: the cognitive penetration of visual attention”. *The Journal of Philosophy* Vol. CXIV, N° 1 (Enero 2017), pp. 5-6. : No obstante, como afirma Wu en este artículo, la *atención* intervendría incluso en el procesado perceptivo mismo, de manera que, dentro de lo ya percibido por la retina, el procesado visual otorgaría mayor importancia a aquellas entidades que, a tenor de nuestros conocimientos, actitudes, motivaciones, etc., nos resultan más importantes.
- <sup>17</sup> Acerca del modo en que el conocimiento condiciona el modo en que dirigimos la mirada al entorno, es interesante el experimento descrito por Wayne Wu, en el que muestra cómo los sujetos recorren un cuadro con su mirada de modos muy diversos en función de las preguntas que el experimentador les formula sobre el sentido de la obra. Cf. Wu, p. 15.
- <sup>18</sup> Sólo algunas formas de aprendizaje perceptivo constituyen al mismo tiempo ejemplos de penetración cognitiva. Cf. Connolly, Kevin, “Perceptual Learning”, *The Stanford Encyclopedia Of Philosophy* (edición de verano de 2017), Edward N. Zalta (ed.), URL = <<https://plato.stanford.edu/archives/sum2017/entries/perceptual-learning/>>. Consultado el 19/01/2018.
- <sup>19</sup> Tatarkiewicz, p. 206-208.
- <sup>20</sup> Por ejemplo, Mikel Dufrenne insiste particularmente en esta cuestión, que él relaciona con la idea fenomenológica de mundo. Cf. Mikel Dufrenne. *Fenomenología de la experiencia estética*. Valencia: Fernando Torres Editor, 1982.
- <sup>21</sup> Niklas Luhmann. *Art as a Social System*. Stanford: Stanford University Press, 2000.
- <sup>22</sup> El influjo del lenguaje en el modo en que percibimos la obra de arte queda bien ejemplificada en la anécdota que cuenta el arquitecto Josep Muntaner en *Las formas del tiempo I*. Dice Muntaner: “Robert Slutsky, al verme cómo observaba un cuadro, original de Picasso, en su apartamento, se tomó la molestia de ‘explicármelo’. Yo escuchaba, escéptico, una larga argumentación sobre qué día se pintó, qué pasaba por la cabeza de Picasso en aquellos días y, sobre todo, qué objetivos e intenciones pintaba Picasso con aquella serie de cuadros y qué lugar ocupaba aquél cuadro exactamente dentro de la serie. Ante mi estupefacción, y como por arte de magia [...] el cuadro empezó a cambiar a tres dimensiones consiguiendo profundidad

---

virtual". Muntañer, Josep. *Las formas del tiempo I: arquitectura, educación y sociedad*. Badajoz: Abecedario, 2007.

<sup>23</sup> Cf. Davies, Ryan. L. "The fitness of names to drawings. A cross-cultural study in Tanganika". *British Journal of Psychology* 52, 3, 1961, pp. 259-268.

<sup>24</sup> Cf. Osgood, Charles. "The Cross-Cultural Generality of Visual-Verbal Synesthetic Tendencies". *Behavioral Science*, 5, 2 (Abril 1960), pp. 146-169.

<sup>25</sup> Tatarkiewicz, p. 362.

<sup>26</sup> El modo en que la publicidad actual hace uso de los resortes emotivos para sus fines es algo ampliamente reconocido. Puede encontrarse una muestra de estos planteamientos en, por ejemplo, Gobé, Marc. "Making the emotional connection". *Brandweek*, 42, 5 (Enero 2001), pp. 23-27, de entre los innumerables ejemplos posibles.

<sup>27</sup> Dos obras representativas de esta propuesta teórica son Leddy, Thomas. *The Extraordinary in the Ordinary. The Aesthetics of Everyday Life*. Peterborough, Ontario: Broadview Press, 2012, y Saito, Yuriko. *Everyday Aesthetics*. Oxford: Oxford University Press, 2010.

<sup>28</sup> Sellars, Wilfrid. *Empiricism and the philosophy of Mind*. Cambridge: Harvard University Press, 1997, §16.

<sup>29</sup> De nuevo, en la escena filosófica contemporánea no hay en absoluto acuerdo acerca del papel del lenguaje en la conciencia. En nuestro argumento se asume una posición intermedia, desde la que el lenguaje no sería el medio esencial del pensamiento -de manera que no toda actividad mental acontece en el medio lingüístico-, ni tampoco constituiría una suerte de epifenómeno derivado de un quehacer cerebral que se efectuaría sobre todo en niveles no lingüísticos. Desde nuestra postura, el lenguaje acompaña y complementa en grado variable, a veces de manera espontánea, y en otras de forma deliberada, a un pensamiento que incluye a la vez componentes varias de tipo afectivo o sensible, sin confundirse con ellas. En ocasiones, el pensamiento adopta un carácter sobre todo conceptual; en otras, se muestra de naturaleza primordialmente emotiva o sensorial. La espontaneidad del pensamiento verbal se pone de manifiesto, por ejemplo, en el modo en que la conciencia pasa a un registro conceptual ante tareas espaciales difíciles, problemas matemáticos o en la interpretación de mensajes verbales ambiguos. Puede encontrarse una panorámica de la cuestión desde el punto de vista de la filosofía de la mente en Carruthers, Peter. "The Cognitive Functions of Language". *Behavioral and Brain Sciences* 25, 2002, pp. 657-726.

<sup>30</sup> Cf. por ejemplo Ghyka, Matila. *The Geometry of Art and Life*. Nueva York: Dover, 1977.

<sup>31</sup> Ortega y Gasset, José. *Notas de andar y ver. Viajes, gentes y paisajes*. Madrid: Alianza, 1988, pp. 47-48.

<sup>32</sup> Cf. Simmel, Georg. "The Philosophy of Landscape". *Theory, Culture and Society*, Vol. 24 (7-8), 2007, p. 21.

<sup>33</sup> Cf. Simmel, p. 21.

<sup>34</sup> Cf. Simmel, p. 26.

<sup>35</sup> En Hanslick, Edouard. *De lo bello en la música*. Buenos Aires: Ricordi Americana, 1947. Observa Nicolai Hartmann al respecto: "Ha habido opiniones que han querido restringir, por ejemplo, la música a lo puramente formal y negarle la capacidad de representar algo. Así es como Eduardo Hanslick, en su obra *De lo bello musical*, ha visto la música con una concepción formalista y racionalista, intentando presentarla como un mero juego de formas en movimiento del sonido que no pueden tomarse temáticamente". Hartmann, Nicolai. "Los estratos de la obra de arte". En Sánchez, Alfredo. *Antología de textos de estética y teoría del arte*. Méjico: UNAM, 1972, pp. 143-144.

<sup>36</sup> Cf. por ejemplo Boulez, Pierre. *Hacia una estética musical*. Caracas: Monte Ávila, 1990, p. 175.

<sup>37</sup> Cf. Kivy, Peter. *Introduction to a Philosophy of Music*. Oxford: Clarendon Press, 2002, pp. 111-112.

<sup>38</sup> Citado en Davies, p. 267.

---

<sup>39</sup> El estudioso de la cultura John Storey describe cómo, en el fenómeno de los *fans*, todo lo que rodea a los ejecutantes de la música –sus poses públicas, sus biografías- a menudo tiene para sus seguidores tanto peso –es tan vivencialmente importante, diríamos- como los significados transmitidos por la música misma. Podría decirse que esta se convierte en símbolo de aquellos. Cf. Storey, John. *Cultural Consumption and Everyday Life*. Londres: Arnold, 1999, pp. 56-59.