

## **La dimensión comunicológica del arte: un acercamiento a su función social**

**Autora:** Dra. Vivian Romeu Aldaya, Universidad Autónoma de la Ciudad de México, México mynameisariel@hotmail.com

### **Resumen:**

El presente trabajo aborda desde un punto de vista epistemológico el estatuto comunicológico del arte en la Postmodernidad. Se propone replantear la función social de la práctica artística contemporánea en las coordenadas de la comunicación masiva. Este abordaje arrojó como resultado central una propuesta teórico-conceptual que atiende a la dialogicidad del arte, y por ende, a su dimensión socializadora.

### **Palabras clave:**

Arte, estético, comunicología, metáfora, hermetismo, esteticidad

### **Tabla de contenido:**

1. Los inicios
  - 1.1. Introducción al tema y problema de investigación
  - 1.2. Supuestos básicos de partida
  - 1.3. Objetivos generales de la investigación
  - 1.4. Justificación y trascendencia del tema al interior de la reflexión sobre el estado del arte de la cuestión
2. El desarrollo
  - 2.1. Situación teórico-metodológica actual en torno a la problemática de estudio
  - 2.2. Tipo de investigación y diseño metodológico
  - 2.3. Aparato teórico y conceptual
3. Los resultados
  - 3.1. Hacia un replanteamiento de la función social del arte en las coordenadas del capitalismo tardío. Resultado central

3.2. Diálogo, metáfora y hermetismo: tres conceptos ejes para la construcción conceptual de lo estético. Resultados periféricos

3.3. Apuntes para el estudio del arte y la comunicación. Resultados específicos

4. Referencias Bibliográficas

5. Notas

## **1. Los inicios**

### **1.1. Introducción al tema y problema de investigación**

En la Antigüedad el arte constituía un vínculo de unión donde se concretaba la fusión entre lo religioso y lo social. Pero en la Modernidad, frente al descreimiento colectivo ante la magia y el desencantamiento de la fe, se transitó en busca de certezas mediante la Razón, por una parte, y mediante lo Sublime, por la otra. (Kant, es una figura de verdadero resumen en esta dicotomía). La búsqueda de la Razón corrió a cargo de la Ciencia y la Política, mientras que la búsqueda de lo Sublime, a cargo del arte. Como han afirmado tanto Taylor (2004) como Belting (1994), la acción del ritual religioso en las comunidades antiguas culminó en la Modernidad con el traspaso de la religiosidad del ritual al arte, y sus razones hay que hallarlas en los efectos que el fetiche artístico otorga a una comunidad moderna ávida de respuestas y Verdades conectadas con lo Superior.

El culto del arte se entronizó como vínculo con lo Divino, con la Verdad Suprema a la que sólo unos pocos podían acceder, y entre ellos los artistas. De ahí que con el surgimiento de la Modernidad Histórica en el siglo XV, no sólo se separa el arte de lo religioso, sino que se divide también la vida religiosa de la social. Esta última, sin embargo, permanece hasta nuestros días vinculada al arte, aunque no ya a través del ritual que posibilitaba la relación de la imagen con lo sagrado, ni la relación entre la imagen y la Historia. La relación

entre el arte y la vida, pretensión de los románticos del siglo XVIII, se convirtió en el ideal de las Vanguardias, aunque en la práctica su acción consistió justamente en lo contrario. El movimiento de la Vanguardia reivindicó quizá como nunca antes la función-autor, la cual llegó a manifestaciones extremas con la obra de Warhol en la que se exponía a sí mismo como escultura viviente, es decir, como pieza de arte.

Con las Vanguardias, la tradicional exaltación del artista como genio creador individual —característica del despliegue de la función-autor— se transforma al sugerir al artista como creación misma. La creación como estado máximo de sublimidad encarnada en la figura del artista se manifiesta a través de su pensamiento creador, de su capacidad pensante y subversiva (los múltiples manifiestos que pueblan el periodo de la Vanguardia dan muestra de ello), pero este sentido de sublimación hace que se distancie de lo Colectivo, es decir, desestima gran parte del potencial de movilización colectiva, transformando a los artistas en figuras de culto y trastocando el lugar del ritual colectivo por el del ritual actoral. En ese sentido, las Vanguardias, al reivindicar la función-autor, cancelan el estatuto comunicológico del arte, es decir, cancelan la “puesta en común” de su mensaje porque producen un arte que pocos entienden y con el que también pocos se identifican (a pesar de la pretensión restituidora de su función social). Con ello clausuran también el acceso al diálogo social, que se traduce en la posibilidad que tiene el arte de ser partícipe de, y hacer participar a, una comunidad en una práctica interpretativa colectiva, o sea, en una práctica de colaboración. Actualmente dicha cancelación es aún observable a través del hermetismo presente en las obras de arte que la práctica artística contemporánea exhibe como producto final de su hacer.

Añadimos a ello que en los inicios del siglo XX, al poner al alcance de las mayorías “minoritarias” los bienes y productos culturales que

tradicionalmente estaban reservados a unos pocos, los términos de cultura, cultura de masas, y más adelante el de cultura popular, quedaron subsumidos en una misma clasificación. La cultura, acaparada en gran parte por el poder del capital y el mercado en manos de las Industrias Culturales, fue entretrejiéndose con los medios y con el arte bajo un mismo principio unificador. El funcionalismo estético bahausiano es un antecedente de ello, y su legado en la incipiente "cultura de masas" propició una disminución en la distancia entre suntuosidad, función y belleza. Dicha disminución fue aprovechada por el poder del capital y el mercado a través de las Industrias Culturales, convirtiendo la cultura de lo bello-funcional en cultura de ocio, entretenimiento y banalidad. Lo estético trascendió así el campo del arte, y el arte traspasó a su vez (en su deseo de tomar distancia) los límites de su libertad.

En ese sentido, plantearse una investigación sobre la dimensión comunicológica del arte, requiere cuestionar asimismo su función social, tanto en lo general como en lo particular. Por ello, decidimos objetivar dicha función en la práctica artística contemporánea, lo que dio lugar a un abordaje analítico desde los puntos de vista epistemológico y metodológico en dos momentos o niveles de análisis.

Un primer momento o nivel lo constituyó el abordaje epistemológico de la función social de la práctica artística contemporánea, lo que condujo en primera instancia a situarla en coordenadas espacio-temporales. Ello conllevó definir a su vez las condiciones políticas, sociales, económicas, culturales, ideológicas y estéticas en que se gestan estas prácticas, así como el papel incidente de las mismas y sus actores, en la reproducción de su contexto. En ese sentido, circunscribimos la práctica artística contemporánea al período histórico conocido como Postmodernidad, que comprende cronológicamente desde la década de los años 70 hasta la actualidad,

desde el punto de vista económico, el período correspondiente a la consolidación del capital financiero a nivel internacional, y desde el punto de vista cultural, al período que define una lógica del consumo como lógica cultural del capitalismo tardío (Jameson, 2005), una época en la que los medios masivos de comunicación juegan un papel importante en la construcción y re-construcción de la memoria histórica del presente y el pasado.

El segundo momento epistémico de esta investigación estuvo circunscrito al abordaje analítico de la función social del arte. En términos metodológicos, este segundo nivel marcó la pauta para el primero, pues al problematizar dicha función desde el concepto de “inteligibilidad” o “razón comunicativa” del arte —un legado de la Pragmática Estética—, se abordó la necesidad de replantear la función social de la práctica artística contemporánea a partir de la demostración de la dimensión comunicológica del arte, que es lo que sostiene teóricamente el atributo de dialogicidad propio de su ritual socializador.

Como se puede notar, el problema de investigación que esta tesis se planteó, quedó organizado en la siguiente pregunta: ¿a partir de que enfoques teórico-metodológicos puede pensarse el replanteamiento de la función social de la práctica artística contemporánea bajo las coordenadas actuales de la comunicación masiva, qué conceptos explicarían dicho replanteamiento y cómo se relacionaría ello con la dimensión comunicológica del arte? Así, el problema teórico de la investigación (la función social del arte a través del análisis de su dimensión comunicológica) fue planteado a partir de la delimitación del problema práctico (la función social de la práctica artística contemporánea) ya que el segundo no podía ser pensado sin el primero.

## **1.2. Supuestos básicos de partida**

Se partió del supuesto que el papel del arte en la reproducción de la cultura se estaba viendo "afectado", toda vez que el peso de las industrias mediáticas y específicamente de la industria televisiva en la construcción cultural de los sentidos sobre el mundo está generando, en las sociedades actuales, dinámicas de recepción cada vez más rígidas que obstaculizan la construcción de esquemas mentales reestructuradores, es decir, de esquemas cognitivos capaces de procesar y transformar la información nueva.

También consideramos que el proceso de legitimación y re-mitificación que está teniendo lugar desde hace algunos años en el panorama artístico contemporáneo, como una especie de respuesta a la omnipresencia de la sociedad de consumo y la Industria Cultural, homogeniza las expectativas acerca de los productos culturales (de los que el arte no está exento) y convencionaliza las prácticas de consumo e interpretación en pos de un deterioro de la dialogicidad immanente del arte. Esto provoca, creemos, la aparición de propuestas estéticas cada vez más herméticas a través de las cuales el artista (y su obra) se distancian de la dinámica anónima que instaaura el consumo cultural masivo como opción preferente en las nuevas condiciones sociohistóricas, restituyendo mediante dichas estrategias una especie de "culto" a su figura y hacer social (que en raras ocasiones toma la forma primigenia de un proceso de ritualización colectiva, incluyente y solidario), lo que genera un estado de paralelismo entre las formas de arte y las formas que adquieren las relaciones sociales al interior de una práctica hegemónica de evidentes tintes jerárquicos y clasistas. Por ello, hemos considerado también que el hermetismo de la práctica artística contemporánea disminuye el riesgo de asimilación de los productos artísticos e intelectuales por la denominada "cultura de masas" y, al mismo tiempo, logra garantizar la transmisión de dichos productos en la dinámica reproductiva de la cultura.

Por todo lo anterior, lo que permitió pensar la necesidad de replantear la función social de la práctica artística contemporánea fue justamente la preocupación en torno al creciente hermetismo en las propuestas artísticas de las últimas décadas del siglo XX, el desinterés del público por dichas propuestas, el bajo índice de consumo artístico-cultural en el mundo y la notable lucha del campo del arte por restituir “el culto” a la figura del artista y al producto del arte (la obra), debido a la invasión de las industrias mediáticas y tecnológicas en el tejido cultural de las sociedades actuales, y el despliegue de la lógica de consumo estetizado que va aunado a ello.

### **1.3. Objetivos generales de la investigación**

- a) Construir un marco teórico y conceptual que permita articular al arte y su función social, con la comunicación masiva y el tipo de consumo que de ella se deriva.
- b) Desarrollar teóricamente los conceptos de diálogo, metáfora, hermetismo y esteticidad como conceptos clave para construir un modelo teórico que dé cuenta del estatuto comunicativo y comunicológico de la práctica artística contemporánea.
- c) Desarrollar teórica y conceptualmente la relación existente entre los conceptos anteriores y la función social de la práctica artística contemporánea

### **1.4. Justificación y trascendencia del tema al interior de la reflexión sobre el estado del arte de la cuestión**

El despliegue de la lógica del consumo estetizado denunciado por Salizzioni, Brea y Welsh, entre otros teóricos del arte, se ha consolidado como preocupación en el debate actual sobre la cultura, y a pesar de la ambigüedad con la que se le ha definido, el fenómeno de la estetización —como se ha dado en llamar— se ha instalado desde hace algunos pocos años como tópico de reflexión de estetas,

filósofos y sociólogos. Desde el punto de vista de la filosofía del arte, este fenómeno no ha sido conceptualizado como tal, pero sí se ha reflexionado sobre él en dos direcciones básicas: por una parte, al interior del debate liderado por Arthur Danto en torno a la idea de la crisis de la representación en el arte contemporáneo, y por la otra en términos del pensamiento débole de Gianni Vattimo, que entiende al arte contemporáneo desde posiciones autorreflexivas, ambiguas y experimentales.

Sin embargo, en cualquiera de las dos vertientes, la caracterización del arte contemporáneo, según Rossi (2007) va desde el enrarecimiento del lenguaje, el experimentalismo, la búsqueda de un grado cero, hasta su lado opuesto, es decir, la proliferación de significantes sin referente legitimado y la cancelación de la metáfora a partir de la recreación del simulacro de lo real. Ello indica que lo que se entiende por muerte del arte se puede resumir, amén de las distancias entre una y otra postura, como muerte del lenguaje. Esta postura, sin embargo, resulta incorrecta a nuestros ojos toda vez que entendemos al lenguaje como materia prima para la interacción social y en consecuencia para la comunicación. En ese sentido, si bien el fenómeno de la estetización<sup>i</sup> no forma parte del problema de investigación de este trabajo, sí sirve para ubicar la discusión sobre el replanteamiento de la función social de la práctica artística contemporánea en las coordenadas de la comunicación masiva.

Queda claro entonces que la caracterización a la que nos referimos más arriba es pensada solamente desde la filosofía del arte a partir de una postura disciplinar que desvincula, en lo particular, al arte del tejido social, enfocándose en la obra y no en quienes la producen y/o consumen. En ese sentido, esta tesis se sitúa en el lado contrario, en tanto comprende al arte como producto y práctica social, por lo que partir de una preocupación sobre el hermetismo presente en gran parte de las obras de arte en la actualidad, se cuestiona el "rescate" o

“retorno” del culto al artista y a su obra, toda vez que en raras ocasiones dicho retorno toma la forma primigenia de un proceso de ritualización colectiva, incluyente y solidaria.

A nuestro modo de ver, la práctica productiva hermética del quehacer artístico contemporáneo, al asegurar estructuralmente la pertenencia del artista a un tipo social distinguido, reduce el riesgo de ver asimilados sus productos artísticos e intelectuales por la denominada “cultura de masas” y con ello cancela la posibilidad de retornar a esa función ritual solidaria y colaborativa que era posible observar en los orígenes del arte. Esta cancelación sin duda alguna obedece al distanciamiento del artista de lo social, o lo que es lo mismo, a la pretensión de su pertenencia distintiva al campo del arte como campo aurático, autónomo.

Es por ello que parte de la importancia de este trabajo radica en el énfasis que sostiene sobre el rescate de la función social del arte, y el vínculo que esto supone entre práctica artística, acción transformadora y valor social. La prístina función del arte como ritual de cooperación y dialogicidad de (con) lo colectivo posibilita pensarlo como portador de diálogo social. Sin embargo, al plantear una reflexión sobre la función social del arte desde los ámbitos de lo comunicológico, esta tesis pone a dialogar desde una perspectiva sociológica, al menos dos campos temáticos distintos entre sí, a saber, el campo de la teoría de la comunicación y el campo de la teoría del arte. Por ello, como se notará, parte de la trascendencia sobre el estado de la cuestión se halla indefectiblemente unido a la situación teórico-metodológica en torno al objeto de estudio, tal y como se explica a continuación.

## **2. El desarrollo**

### **2.1. Situación teórico-metodológica actual en torno a la problemática de estudio**

En el campo de la teoría de la comunicación, el estudio del arte como producto y práctica ha sido y continúa siendo hoy en la primera década del siglo XXI, un enorme pendiente, por lo que este trabajo de investigación se suma a los esfuerzos de quienes han tomado partido a favor de incluir al arte como ámbito de estudio de la comunicación. Ello es posible sólo si se parte de un enfoque sociocultural e interactivo de la comunicación que la conciba desde una perspectiva compleja y sustancialmente vinculada al hecho social. Ello implica, por ejemplo, que tópicos tradicionalmente relacionados con el campo de la comunicación como la producción de discurso mediático, los estudios de recepción, la comunicación política, propagandística y publicitaria, etc., cohabiten no sólo con temas relacionados con los discursos literarios, la discusión teórico-metodológica, la relación entre la comunicación y la educación, las nuevas tecnologías, las representaciones sociales, la cultura, la subjetividad, sino también que se planteen objetos de estudio desde ángulos menos descriptivos y más interventores, es decir, más incidentes y resolutivos en la realidad social donde se insertan.

No obstante, si bien esta mirada sociocultural de la comunicación se ha desarrollado con el paso del tiempo en las escuelas latinoamericanas, en las escuelas norteamericanas prevalece una perspectiva más clínica que induce a pensar lo comunicativo como una especie de herramienta para solucionar problemas de comunicación. Esta visión metodológica aunque no llega a soslayar la importancia que adquiere la comunicación como práctica y producto en la configuración de lo social, reduce en muchas ocasiones el estudio de lo comunicativo al empleo de estrategias para la resolución de conflictos. En consecuencia, tanto la visión mediática —enfocada en la difusión como lugar de lo comunicativo— como la visión metodológica —enfocada en lo clínico como perspectiva procedimental y resolutiva de la intervención social e interpersonal en

comunicación— adolecen de una concepción fundante de la comunicación como hecho y proceso humano, que es el lugar desde donde esta tesis se posiciona.

Por todo lo anterior, la comunicación no puede ser menos que un objeto transdisciplinar, multidimensional, y complejo, a partir de su conceptualización como configurador y articulador de las relaciones sociales. De esa manera, la relación que puede tener la comunicación con la cultura como campo, y con los hechos y fenómenos de la cultura en lo general, no expresa meras articulaciones circunstanciales, sino redes de estructuración social donde lo comunicativo deviene precisamente factor organizador e incluso regulador. En tal sentido, resulta coherente pensar al arte como producto y práctica al interior del campo de lo comunicativo, en tanto constituye red estructurada y estructurante —como dijera Bourdieu (1990, 1995) — de las relaciones sociales, ya se trate de grupos, individuos o colectividades.

En este trabajo, como se podrá apreciar más adelante, las relaciones entre el arte y la comunicación, al hacerlas converger en lo que hemos llamado “dimensión comunicológica del arte”, cobran una posición que no debe ser entendida bajo ningún concepto como la conjunción coyuntural entre un objeto de estudio y otro (la interacción social, como objeto de la comunicación, y la obra como objeto de estudio del arte). Por ello, hablar de la dimensión comunicológica del arte, aunque parezca un camino trillado, revela aristas epistémicas que al menos para la comunicación como campo de investigación, resultan a todas luces novedosas y reveladoras.

Desde el campo de la teoría del arte, en cambio, el problema adquiere otros matices. La teoría del arte ha estado tradicionalmente mezclada con la teoría estética. No es hasta bien entrado el siglo XIX, con el advenimiento de las vanguardias europeas, que la teoría

estética recupera el lugar del sujeto en la experiencia estética, y la teoría del arte comienza a centrar su preocupación en la ontología de la obra, o lo que es lo mismo, en la reflexión sobre su autonomía. Gracias a esta escisión, la teoría estética recupera la raíz comunicológica de su objeto de estudio (la experiencia estética del sujeto) —tan presente en las reflexiones estéticas de mediados del siglo XVIII— y relocala con ello al sujeto y a su experiencia ante la obra en el centro de la discusión sobre el arte. Al mismo tiempo, esta relocalización sitúa también al arte como hecho y práctica (y no como campo de saber) en una dimensión humana, es decir, en un pensar y hacer propio, distintivo de lo humano, y en consecuencia como parte de lo social-humano.

Pero el rechazo y negación de esta relación impidió durante muchos años (y aún impide) el abordaje del arte, por ejemplo, desde perspectivas comunicológicas. Ello hizo circunscribir la relación entre el arte y la comunicación a las circunstancias de la relación entre ambos campos, que ya eran escasas e insuficientes. Sin embargo, con el paso del tiempo, sobre todo desde la aparición de la semiótica como herramienta para la apreciación artística y para el análisis estructural, crítico y pragmático —empleados en la Historia del Arte y los Estudios Literarios respectivamente—, el vínculo entre el arte y la comunicación ha radicado en el papel de la significación atribuible a las obras de arte, como materia prima de la comunicación.

En nuestra opinión, la idea de que la significación de la obra es el soporte de la relación entre comunicación y arte resulta ser una fallida expectativa que la gran mayoría de los estudiosos y críticos del arte dan por establecida, a partir de la falsa idea de que el hecho de que la obra de arte comunique se debe a que produce y transmite información significativa, es decir, información que está “vertida” en símbolos, y en ese sentido no puede —como afirmara Goodman

(1976)— ser forma pura. Sin embargo, si bien la apreciación sobre la forma es correcta, la conclusión de que por ello comunique no lo es.

Hjmslev, en *Prolegómenos para una teoría del lenguaje* (1971), señala que la forma es expresión y contenido, por lo que si bien en términos del lingüista de Copenhague, la forma se supedita al contenido (a la sustancia), el contenido es ontológicamente especulativo. Esta conclusión es justamente lo que marca la pauta para pensar el atributo comunicativo de la obra de arte a partir de una perspectiva relacional que necesariamente debe incluir al otro, y en ese sentido fundarse como postura pragmática. Por ello, en esta tesis se soslaya la teoría del arte y se privilegia la teoría estética, de manera particular la corriente conocida como Estética Pragmática, ya que al poner en relación dialógica inmanente al lector y la obra, conceptualiza también la experiencia estética como piedra angular de las relaciones entre comunicación y arte.

Un breve rastreo por el estado de la cuestión de estas relaciones revela que si bien se remontan a la reflexión filosófica sobre el arte<sup>ii</sup>, en la actualidad se registran claramente cuatro enfoques teórico-metodológicos que dan cuenta de ellas: primero, el enfoque estructural que define el modelo de la comunicación artística (Everaert) como un proceso regido por reglas de ciframiento y desciframiento codicial. Otros dos que se agrupan todos bajo el manto conceptual de la Escuela de Constanza, o enfoques teóricos sobre la estética de la recepción, y se diferencian entre sí por la manera en que entienden los procesos de recepción del arte. Uno de ellos, el esencialista (Iser), propone que el arte comunica porque posee comunicabilidad intrínseca, es decir, porque posee comunicabilidad al interior de la obra; mientras que para otro la comunicabilidad del arte reside en los procesos de recepción que activan las huellas históricas del reconocimiento hermenéutico (Jauss). El cuarto enfoque cifra la comunicabilidad del arte en la

interpretación, es decir, en las relaciones dialógicas entre obra y lector (Eco) y mantiene evidentes conexiones con la semiótica y la teoría de la interpretación, y es en él donde se posiciona esta tesis.

Sin embargo, como se puede notar, ninguno de los ámbitos de trabajo anteriormente consignados como parte del estado del arte de las relaciones entre arte y comunicación es abordado directamente desde la comunicación como campo constituido. Tampoco aparecen abordados desde la teoría estética propiamente dicha, aunque esta última mantiene un mayor número de articulaciones, en tanto ha sido constante su preocupación sobre la significatividad de la obra de arte. En ese sentido, la revisión del estado del arte sobre las relaciones entre arte y comunicación permitió afirmar que la aceptación secular (y cierta) de que la obra de arte comunica, ha estado sustentada más en un acto de fe que en una constatación científica. No obstante, el motivo de tal "olvido" no debe ser colocado en los predios de la teoría estética, mucho menos en la teoría del arte. La razón de ese olvido obedece a la ausencia del arte en los ámbitos de estudio de la comunicación, que como ya explicamos constituye un problema epistémico y no un mero "lapsus" del campo.

Por otra parte, nuestro objeto de estudio, al abarcar un problema concreto en el marco de las relaciones entre arte y comunicación, debió también indagar en las relaciones entre el arte y la comunicación masiva, también poco estudiadas, aunque trabajos pioneros como los ensayos de Adorno y Horkheimer sobre el arte y las industrias culturales, los trabajos de Marcuse, Walter Benjamin, Huysen y Umberto Eco, además de los de Bourdieu, Jameson y Baudrillard, dan cuenta de que el tema en sí mismo ha estado presente, mas no constante a lo largo del tiempo. Cabe señalar que estos trabajos no lograron integrarse en una perspectiva de estudio interdisciplinar, lo que propició a nuestro juicio su falta de continuidad. En este sentido, esta investigación pretendió responder

también a la emergencia que supone la ausencia de trabajos de esta índole en el campo de la comunicación, y específicamente en el campo de la comunicación social como lugar de lo comunicológico.

Esa es la razón por la que nos ubicamos en esa zona inter, multi, pluri y transdisciplinar que se ocupa de la interacción y relación entre sistemas y subsistemas sociales que gestan redes de información y comunicación. Estos organizan y configuran lo social, toda vez que la existencia de lo social presupone un ordenamiento emergente basado en los procesos históricos de interacción de los elementos al interior de un sistema, y de los sistemas entre sí. De esta manera resulta claro comprender que dichas relaciones no pueden gestarse fuera de la comunicación, en tanto esta constituye la base de los mismos.

En consecuencia, el arte, al ser actividad simbólica por excelencia — producida por agentes sociales concretos (artistas) e inserta en tanto quehacer humano en la vida social—, se halla sometido como cualquier otra práctica productiva y de consumo, a las reglas que hacen posible su reconocimiento, reproducción simbólica e inserción en el campo. Dichas reglas son configuradas por y desde las prácticas productivas de los artistas, los que junto con los críticos, las instituciones del arte, los públicos, etc., conforman el tejido social que permite que el campo del arte geste relaciones estables y coyunturales con otros campos y otros agentes pertenecientes también a otros sistemas, y de cuya interrelación depende la organización misma del sistema social.

## **2.2. Tipo de investigación y diseño metodológico**

La investigación que se planteó realizar fue de tipo básica o teórica en tanto se encargó de construir un marco teórico —hasta ese momento inexistente— desde el que abordar el cuestionamiento sobre la función social de la práctica artística contemporánea en las coordenadas de la comunicación masiva. Por otra parte, esta

investigación al proponerse conceptualizar la dimensión comunicológica del arte para referirse a su función social en general, y a la de la práctica artística contemporánea en particular, tuvo también que construir un marco teórico y conceptual desde el que sostener tal conceptualización.

El diseño metodológico en ese sentido debía articular de forma paralela ambos núcleos de investigación, siendo las técnicas empleadas en ambos casos la revisión documental y el análisis de la información. Con ello se esperaba obtener información con la que se pudiera construir el andamiaje teórico y conceptual que se necesitaba para responder las preguntas de investigación planteadas.

La revisión documental se aplicó a textos escritos sobre el modelo sociológico de Pierre Bourdieu, el modelo de la comunicación artística de Nicole Everaert, la teoría sobre la semiótica de la cultura de Iuri Lotman, la teoría sobre la comunicación masiva de Charles Wright, la teoría del aprendizaje por esquemas de Norman y Rumelhart, la teoría estética desde la perspectiva pragmática de Goodman y Vilar, y dos de los enfoques teóricos de la Escuela de Constanza, el de Iser y el de Jauss.

El análisis de la información obtenida mediante la revisión de los documentos vinculados a las tres primeras áreas teóricas, aportaría los conceptos básicos para comprender el arte como fenómeno comunicativo y práctica social, mientras que la información obtenida mediante el análisis de las dos últimas permitiría indagar en qué y cómo se constituye lo estético como cualidad del arte, posicionando este concepto como centro del ejercicio de conceptualización sobre la dimensión comunicológica del arte y en consecuencia de su función social.

Por otra parte, el análisis de la información obtenida de los textos sobre la teoría de la comunicación masiva y la teoría del aprendizaje

por esquemas aportaría, por un lado, el marco teórico desde el que problematizar nuestro objeto de estudio, y por otro, información para construir las categorías a partir de las cuales describir los mecanismos y procesos que se gestan en la construcción de esquemas cognitivos a los que convocan los massmedia y contrastarlas con los del arte, toda vez que de dicho contraste se desprendería información sobre la necesidad del replanteamiento de la función social de la práctica artística contemporánea.

Los resultados teóricos, conceptuales y metodológicos de la investigación pudieron haber sido "ilustrados" mediante un estudio de caso, pero la falta de espacio lo impidió, y en su lugar se decidió desarrollar esta investigación sólo en el plano de lo teórico, toda vez que con ello contribuía a poblar la dimensión de estructuración de la comunicación como campo del saber, dimensión esta cuyas aristas conceptuales sostienen al mismo tiempo la concepción de la comunicación desde lo comunicológico y no desde lo meramente comunicativo.

Otra de las razones estuvo vinculada al hecho de que el arte ha estado tradicionalmente fuera de las áreas de investigación "propias" de la comunicación, aún cuando el arte como producción cultural obedece a procesos y prácticas productivas al interior de la producción de bienes simbólicos. Sin embargo, aunque ha habido acercamientos analíticos a las obras de arte, desde la semiótica por ejemplo, la diversidad y asistematicidad de dichos acercamientos indica, aún hoy, la ausencia y la necesidad de establecer presupuestos teóricos, conceptuales y metodológicos en esa área, los que consideramos esta investigación aporta.

### **2.3. Aparato teórico y conceptual**

En esta investigación consideramos la práctica artística contemporánea como práctica comunicativa correspondiente al

período histórico que se sitúa entre los años 70 del siglo XX y la actualidad. Para ello, debe ser abordada la función social del arte en términos generales. Esto implica para nuestra investigación, como ya se ha mencionado, un posicionamiento en dos niveles de análisis; uno concreto que se corresponde con el objeto de estudio que ya hemos mencionado (función social de la práctica artística contemporánea), y otro general (función social del arte).

En ambos niveles la articulación teórica y conceptual parte del análisis y reflexión teórica en torno al objeto de estudio desde la perspectiva comunicológica. Esta ubicación epistemológica implica anclar en una primera instancia, el abordaje sobre la función social de la práctica artística contemporánea —entendiendo a la práctica artística como un tipo concreto de práctica comunicativa— en los campos de la Teoría Estética (específicamente de la Pragmática Estética) y la Teoría de la Comunicación (específicamente en la perspectiva interactiva y sistémica de la comunicación y en el enfoque teórico-conceptual del ala más esencialista de los estudios sobre la Estética de la Recepción). Un segundo anclaje nos sitúa de manera más precisa en los predios del Cognitivism Social, de corte constructivista y fenomenológico, y de la sociología estructural-constructivista. Estas últimas filiaciones conforman el encuadre teórico que manejamos y exponemos a continuación.

### **2.3.1. Enfoques teórico-metodológicos que permitieron el abordaje de las relaciones entre el arte y la comunicación masiva**

Aquí nos auxiliamos por un lado, de los enfoques críticos sobre la comunicación de masas planteadas por Wright y Schiller, los enfoques teórico-semióticos sobre la neo-televisión de González Requena, Sánchez Noriega y Debray, y las reflexiones de Imbert sobre la hipervisibilidad de lo cotidiano y la espectacularización de lo

real. Con esta mezcla epistémica, algo heterodoxa, reflexionamos sobre las dinámicas de recepción neo-televisivas explicándolas a la luz de las teorías cognitivistas sobre el aprendizaje por esquemas de Norman y Rumelhart. Todo ello permitió comparar las dinámicas de recepción mediáticas y estéticas, tal y como se observa en la figura 1.

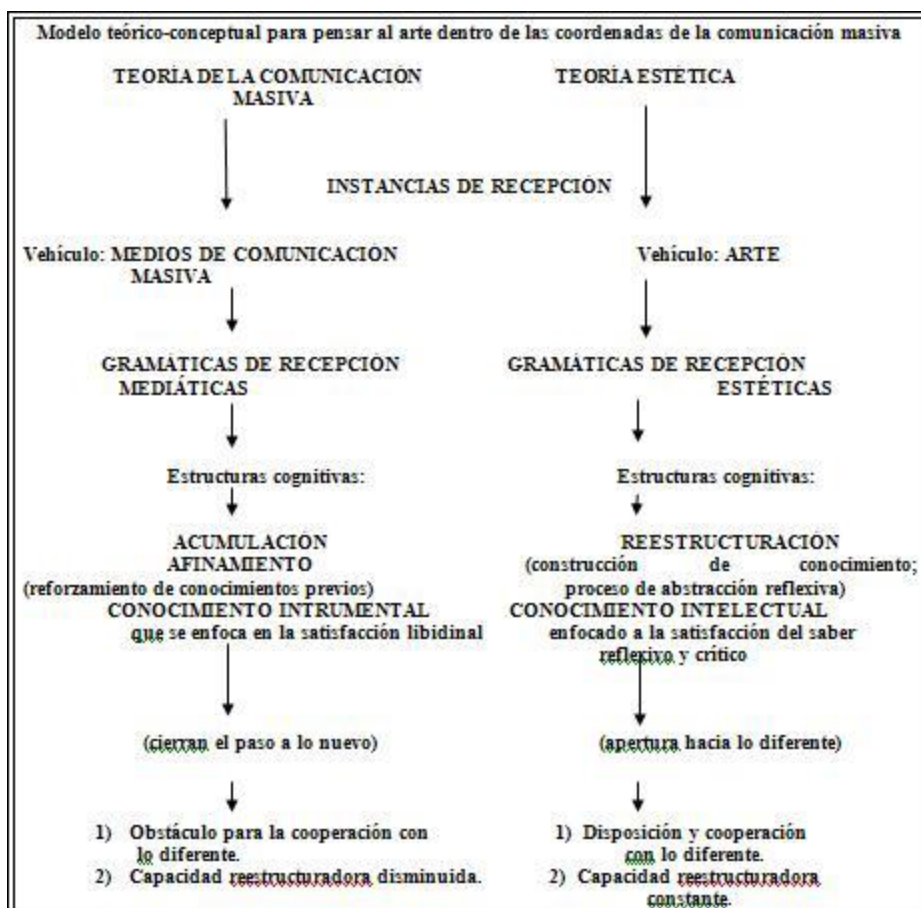


Fig. 1 Modelo Teórico-conceptual para pensar el arte dentro de las coordenadas de la comunicación masiva.

### 2.3.2. Conceptos y categorías que permitieron el abordaje de la dimensión comunicológica del arte

Como ya se ha mencionado esta investigación partió de los postulados teóricos y conceptuales de la sociología de Pierre Bourdieu, de quien tomamos concretamente los conceptos de campo, habitus, práctica y estrategia. El abordaje bourdiano sobre la práctica nos permitió enfrentar las reflexiones sobre la relación arte y comunicación masiva desde puntos de vistas flexibles y ajustables,

evitando recargar la intención en la maniquea postura de la perversidad de los medios, y en la otra no menos maniquea de la democracia semiótica de los receptores. En ese sentido, partir de Bourdieu permitió pensar al individuo como sujeto condicionado social e históricamente en la construcción de los sentidos que tiene del mundo, y al mismo tiempo como agente individual y social capaz de soslayar convenientemente las ataduras estructurales de dicho condicionamiento.

La sociología bourdiana permitió también pensar la práctica artística como una práctica social en tanto el arte es quehacer legitimado y legitimante de agentes sociales concretos, que ocupan un lugar específico en el orden de lo social y cuyos productos forman parte de la red simbólica disponible para el consumo de bienes sociales y culturales. En tanto práctica social de un grupo de actores, el arte constituye un campo delimitado de/por acciones y creencias concretas que gesta en su relación con otros campos una configuración social determinada.

También tomamos los postulados sistémicos que anima el concepto de comunicología, concebido por Eulalio Ferrer y desarrollado posteriormente por el Dr. Jesús Galindo y el grupo GU-COM<sup>iii</sup>, misma que comprende la comunicación como interacción, lo que implica concebir lo comunicativo en términos comunicológicos. La perspectiva comunicológica en comunicación centra su enfoque en la teoría de sistemas, la sociología fenomenológica y la psicología social, y parte del principio interactivo de las relaciones sociales como base de la existencia de lo social<sup>iv</sup>. Como se puede observar, las conexiones entre lo sociológico y lo comunicológico en este trabajo no se conciben como una relación fortuita, sino constitutiva, la cual es atendida en lo particular desde la reflexión sobre la práctica artística contemporánea, aunque en realidad plantee una reflexión general

sobre la función social del arte a partir de los vínculos que desde la práctica artística se gesta con lo comunicológico.

### **2.3.3. Conceptos y categorías que permitieron el abordaje de la función social del arte**

Para abordar la función social del arte indagamos en las reflexiones conceptuales de la Estética Pragmática, específicamente en el concepto de experiencia estética de Goodman quien considera a la experiencia estética como una experiencia sensible y cognitiva. Para Goodman (1990), la experiencia estética es una experiencia cognitiva que se distingue por el dominio de ciertas características simbólicas y se juzga por las normas de la eficacia cognoscitiva, es decir, se trata de la experiencia que tiene un individuo para conformar su conocimiento y su mundo.

Sin embargo, aunque el concepto de experiencia estética fue manejado en esta tesis, no formó parte del aparato categorial de la misma toda vez que nuestro objeto de estudio era la función social de la práctica artística contemporánea y no la experiencia estética de artistas y públicos. No obstante, partir de dicho concepto sirvió a la investigación para abordar los conceptos de diálogo, metáfora y esteticidad que constituían los pilares conceptuales sobre los que descansaba nuestra propuesta de replanteamiento de la función social del arte en lo general y de la práctica artística contemporánea en lo particular.

Para desarrollarlos, revisamos las tesis hermenéuticas de Paul Ricoeur y la vinculación que dichas tesis sostienen respecto a la teoría de la metáfora de este autor. Ricoeur señala que el método hermenéutico permite al sujeto tomar conciencia de sí mismo, en tanto el ser humano es un ser anclado en el lenguaje e interpretado por sí mismo. La hermenéutica es así un modo de acercamiento a la identidad del sujeto, entendiendo por identidad el relato de vida que

el propio sujeto construye a lo largo de su vida. Este relato de vida, sostiene Ricoeur, permite pensar al sujeto como personaje y a la identidad como un proceso de búsqueda y construcción mediante el contacto del sujeto con el arte y la cultura. El arte, afirma Ricoeur, es escenario para la metáfora, es decir, es escenario de un mecanismo de tensión que permite liberar la creatividad, a través del abandono del sentido literal. La metáfora se convierte así en el lugar del diálogo, en tanto lugar de la apertura al sí mismo. Como se puede observar, esta relación dialógica es inmanente a la metáfora, y se puede objetivar en los textos estéticos.

También nos auxiliamos de los enfoques teóricos de la Estética de la Recepción. Aquí nos anclamos, por una parte en las posturas conceptuales de Hans Robert Jauss, para quien la condición estética de un texto reside en la pluralidad de lecturas que genera, y por la otra, en los posicionamientos de Wolfgang Iser y Hans Ulrich Gumbrecht, los que sostienen que la estructura del texto resulta importante para la recepción estética (Iser), y que lo anterior es punto de partida para pensar a la literatura (el arte) en su función constituidora de la Historia (Gumbrecht).

También revisamos la Teoría de la Interpretación de Umberto Eco y la teoría de los discursos sociales de Eliseo Verón. De Eco tomamos el concepto metodológico de naturaleza textual que revela la existencia de una esencia en el texto independiente de la intención del autor o del receptor; de Verón tomamos el concepto de circularidad que permite pensar al proceso de producción como un proceso de reconocimiento.

#### **2.3.4. Conceptos y categorías que permitieron considerar la dimensión comunicológica del arte como escenario para replantear la función social del arte en lo general y de la práctica artística contemporánea en lo particular**

Como nuestro tema estaba circunscrito a la función social de la práctica artística en general y contemporánea en lo particular, tomamos la propuesta de Lotman sobre el papel del arte en los mecanismos de reproducción cultural, pues el enfoque semiótico de la cultura que él propone da cuenta del nivel de significatividad presente en las relaciones sociales, históricas y culturales. Para Lotman, y eso es lo que hallamos interesante en su propuesta, la cultura es información no hereditaria expresada en un determinado sistema de obligaciones y prescripciones, en cuyo núcleo se haya el sistema modelizador primario o lengua de primer orden, el cual sirve de soporte a los lenguajes de segundo orden, como el arte, por ejemplo. Es por ello que el arte al formar parte del lenguaje secundario, pertenece a la esfera de los textos cuya transmisión de información se ve dificultada u obstaculizada por su alto grado de intraducibilidad. En ese sentido, su papel en la reproducción de la cultura consiste en "sabotear" la reproducción de lo viejo, de lo tradicional, abonando con ello el terreno para la creación de lo nuevo que es lo que asegura la tensión funcional necesaria para la reproducción cultural. Lotman piensa que esto es posible porque a mayor intraducibilidad, mayor esfuerzo creativo, y a mayor esfuerzo creativo, más reproducción.

### **3. Los resultados**

Los resultados de este trabajo de investigación se dividieron en tres partes: resultados centrales, periféricos y específicos, tal y como se describen en los apartados siguientes. Además, las figuras 2, 3 y 4 recogen sintéticamente dichos resultados.

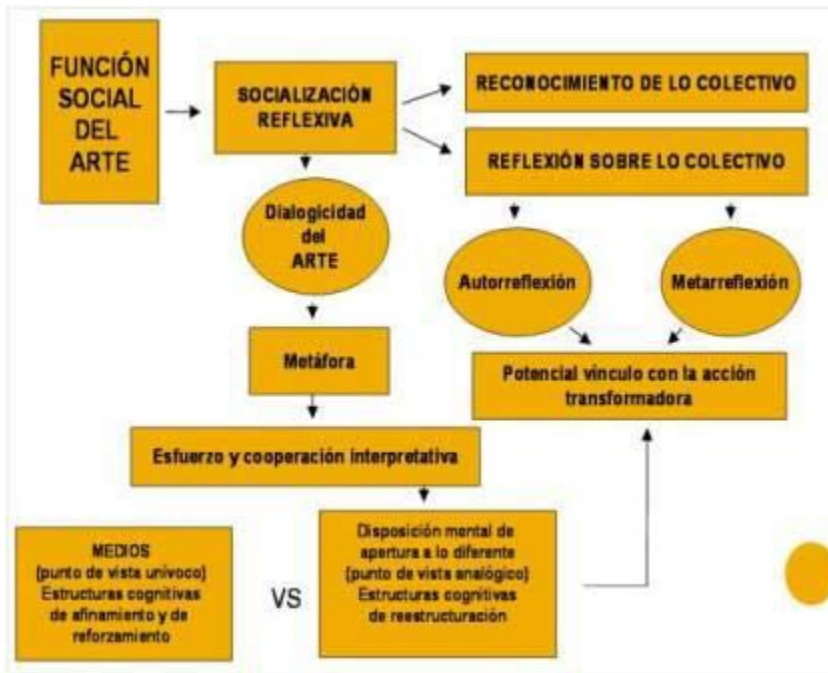


Fig. 2 Resultados



Fig. 3 Resultados

## Conceptos para pensar al arte como herramienta de conversación social

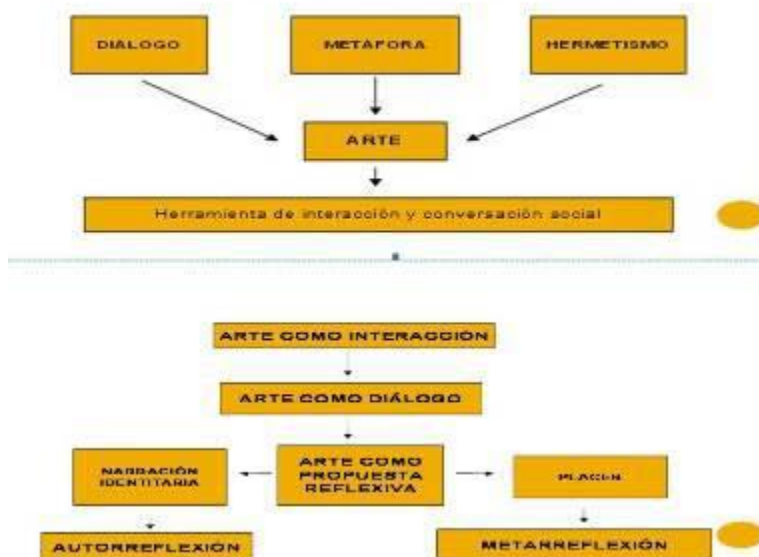


Fig. 4 Resultados

### 3.1. Hacia un replanteamiento de la función social del arte en las coordenadas del capitalismo tardío. Resultado central

Hemos conceptualizado en este trabajo la función social del arte como aquella función de corte ritual que permite establecer relaciones entre el Arte, como práctica simbólica, con lo Colectivo, por ello aunque nuestra propuesta sobre la función social del arte no excluye su funcionamiento como ritual colectivo, situamos dicha actividad bajo una perspectiva comunicológica que se distancia de los enfoques míticos-religiosos que tuvo en sus orígenes.

En ese sentido, hemos demostrado que el principio estético del hermetismo no puede hallarse en el acto de producir una obra inentendible e incommunicable, sino en el gesto de los efectos movilizados del arte a partir de un entendimiento parcial, principio que la práctica artística contemporánea mediante el empleo de estrategias de incommunicabilidad pone en entredicho en tanto diluye el papel sociocomunicativo del arte a través de la ejecución de obras de arte "ilegibles" o "inentendibles", es decir, desvinculadas de lo social-histórico, y en consecuencia incommunicables para la

colectividad que la consume. La práctica artística contemporánea manifiesta una marcada preferencia por obras de temática personal basadas en una subjetividad que pocas veces se conecta —en términos incluso de inteligibilidad— con la praxis de la comunidad. Ello tiene por resultado una práctica artística que exagera la función-autor, al tiempo que vehicula al Arte y al artista como instituciones de culto, es decir, como instituciones trascendentes, que se desarticulan paulatinamente del ritual colectivo. Lo hermético es un arma de doble filo; es propiedad inmanente de lo estético, pero al mismo tiempo es estrategia discursiva que obstaculiza el despliegue de la función social del arte.

Como propiedad inmanente, lo hermético convoca al diálogo porque contiene indeterminación (vacíos o absurdos de información) que el lector debe completar, de ahí que el hacer hermético del artista sea una necesidad incluso para seguir haciendo arte. Pero en cuanto estrategia de incomunicabilidad, lo hermético corre el riesgo de tornarse ininteligible (las obras subjetivas, de un individualismo extremo, recrean la expresividad del mundo interior del artista e intentan cancelar con ello —y muchas veces lo logran— la articulación artista-colectividad).

Es por ello que el replanteamiento de la función social de la práctica artística contemporánea halla entonces su principal motivo justo en un sentido de reunión e integración con (de) lo colectivo, pero no a partir del retorno al ámbito de lo sagrado-religioso, sino como cierta reorientación de su “hacer” hacia los ámbitos de la ritualización estética, reenfocando con ello su tarea hacia 1) la disolución de la función-autor que separa, excluye e incomunica al artista de lo Colectivo (y viceversa), y 2) por medio del restablecimiento de estrategias discursivas que lo fusionen con lo social, o lo que es lo mismo, a través de la activación del estatuto comunicológico del arte, objetivado en sus prácticas más recientes.

### **3.2. Diálogo, metáfora y hermetismo: tres conceptos ejes para la construcción conceptual de lo estético. Resultados periféricos**

A través de los conceptos de diálogo, metáfora y hermetismo, en esta tesis se ha desarrollado el concepto de lo estético. Este permite articular la función social del arte como una función socializadora de corte ritual, desde la que puede sostenerse el vínculo del Arte con la Historia, con lo Colectivo. La función social del arte radica en hacer de la práctica artística una herramienta de conversación social gracias a su condición comunicológica que está dada a la vez por su dialogicidad.

En ese sentido, el estatuto dialógico del arte tiende a restablecer su primigenia función como movilizador colectivo a partir de su dimensión comunicológica. Así, el arte, al ser lenguaje, posee facultad para comunicar, en el sentido de "poner en común". Esta facultad está dada por la presencia de lo que hemos denominado en esta tesis "metáfora" que se manifiesta a través de un texto cuyo ciframiento codicial es hermético. La estructura hermética posibilita, a través de la opacidad del sentido resultante de tal hermeticidad, la visibilización de núcleos de indeterminación del sentido que, a la manera de "ruidos", son —en lugar de obstáculos— fuentes de significación, toda vez que el lector, dispuesto a la búsqueda de significaciones, participa activamente en la interpretación.

La participación del lector entonces es garantizada precisamente por el estatuto comunicológico de la obra (que está dado al mismo tiempo por el diálogo al que convoca la presencia de lo hermético), es decir, mediante su capacidad para "decir", que es a lo que le hemos llamado: esteticidad. Lo estético, así entendido, surge desde el lenguaje, en tanto manifestación del decir; pues sin brotar de una sensibilidad social, el artista tampoco puede sustraerse a ella, y esto

hace que no pueda “desactivar” la circunstancia que le rodea para configurar su propio discurso artístico. Estas conexiones pueden ocurrir, justamente, gracias al lenguaje, que es una apuesta en común de nodos estructurantes del sentido correspondientes tanto a los procesos y mecanismos de la representación como a los del reconocimiento, lo que sitúa al lenguaje (y al discurso, en tanto forma y contenido de este lenguaje) como red social para el entendimiento, la comprensión y el diálogo, imprescindible en todo acto comunicativo. En ese sentido, el arte, al formar parte de otras prácticas comunicativas, define su intrínseca condición como comunicación, restableciendo con ello su prístina función como herramienta conversacional.

El arte, al ser una práctica humana inscrita en la cultura, y en tanto tal, manifestación de la humanidad del ser humano, es también creación de éste al mismo tiempo. No hay cultura humana sin práctica artística, por ello su raíz social y cultural —léase colectiva, compartida— no puede soslayarse. Pero este principio comunicativo del arte en tanto lenguaje, convierte a la producción artística en producción simbólica, que es en primera instancia producción y reconocimiento del sentido. De ahí que el estatuto estético del arte no se active por el simbolismo presente en sus objetos, sino por la propiedad significativa de los mismos, es decir, por su condición intrínseca de significación y comunicación.

### **3.3. Apuntes para el estudio del arte y la comunicación. Resultados específicos**

Los resultados que a continuación se puntuarán corresponden a los principales hallazgos conceptuales que fueron formando parte de los pilares del proceso reflexivo que concretó nuestra propuesta sobre el replanteamiento de la función social del arte en general y de la práctica artística contemporánea en particular.

De esta manera, de la propuesta teórico-conceptual del arte como herramienta de conversación social que es nuestra conclusión principal, se desprenden las siguientes aportaciones:

a) La dimensión comunicológica del arte se verifica a través de su estatuto estético, y éste se expresa mediante su propiedad dialógica, la que se manifiesta ante la presencia de la metáfora.

b) Lo estético es lo comunicológico y lo comunicológico es lo dialógico, de ahí que la función social del arte, en tanto dialógica se describa como ritual estético, que consiste en la posibilidad de generar el diálogo.

c) La práctica artística contemporánea cancela el ritual estético debido al excesivo hermetismo de sus propuestas que responde a una necesidad del campo artístico de restituir la función-autor.

#### **4. Referencias Bibliográficas:**

1. BOURDIEU, P. Las reglas del arte: génesis y estructura del campo literario. Anagrama, Barcelona, 1995.

2. BRUNER, J. Realidad mental y mundos posibles. Los actos de la imaginación que dan sentido a la experiencia. Gedisa, Barcelona, 2001.

3. ECO, U. Los límites de la interpretación. Lumen, Barcelona, 1992.

4. EVERAERT-DESMENDT, N. "La comunicación artística: una interpretación peirciana". Signos en rotación Año III No. 18, 2005. Artículo en línea, disponible en: <http://www.unav.es/gep/Articulos/SRotacion2.html>

5. GALINDO, J. "Sistémica y comunicología. Una mirada al mundo complejo de las relaciones sociales contemporáneas". Razón y Palabra No. 40, artículo disponible en línea en:

<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/jgalindo.html> (fecha de consulta: febrero 2005)

6. GONZÁLEZ REQUENA, J. El discurso televisivo: espectáculos de la postmodernidad. Cátedra, Madrid, 1988.

7. GOODMAN, N. Maneras de hacer mundos. Visor, Madrid, 1990.

8. ISER, W. El acto de leer. Taurus, Madrid, 1987.

9. IMBERT, G. "Nuevos imaginarios / nuevos mitos y rituales comunicativos: La hipervisibilidad televisiva", en Gerád Imbert (coord.) Televisión y cotidianidad (la función social de la televisión en el nuevo milenio), libro disponible en línea, en [www.uc3m.es/uc3m/inst/MU/LibroIORTV.doc](http://www.uc3m.es/uc3m/inst/MU/LibroIORTV.doc)

10. JAUSS, H.R. Pequeña apología de la experiencia estética. Paidós. Barcelona, 2002.

11. LADDAGA, R. Estética de la emergencia. Adriana Hidalgo Editora, Buenos Aires, 2006.

12. LOTMAN, I. y Escuela de Tartú. Semiótica de la cultura. Cátedra, Madrid, 1979.

13. MAYORAL, J.A. Estética de la Recepción. Arcos, Madrid, 1997.

14. RICOEUR, P. La metáfora viva. Megalópolis, Buenos Aires, 1977.

15. ROMEU, V. "De la estética trascendental a la pragmática estética. Esbozos de una teoría comunicativa sobre el arte". Revista de Filosofía Contemporánea Observaciones Filosóficas No. 5, Sección Estética y Teoría del Arte, 2do. semestre, julio 2007. Artículo disponible en línea en: <http://www.observacionesfilosoficas.net/delaestetica.html>

16. ROMEU, V. "La dimensión comunicativa del arte. Apuntes para un estado de la cuestión". XV Anuario CONEICC (Consejo Nacional para

la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación), México, D.F., 2008, pp. 123-140.

17. RUMELHART, D.E. y NORMAN, E. "Accretion, Tuning and Restructuring. Three Modes of Learning", en J.W. Cotton y R. Klatsky (eds.) *Semantic Factors of Cognition*, Lawrence Erlbaum: Hillsdale, New Jersey-EE.UU, 1978.

18. VILAR, Gerard. *Las razones del arte*. Colección Filosofía, La Balsa de la Medusa, Barcelona, 2005.

#### 5. Notas:

i Se le llama estetización al fenómeno observable hoy en la cultura contemporánea que otorga un papel preponderante a los atributos formales (atractivos) de los productos, y que está transformando la percepción sobre la realidad. Para mayor información se puede consultar: Vattimo, Giani, *El fin de la modernidad. Nihilismo y hermenéutica en la cultura postmoderna*, Gedisa, Barcelona, 1994.

ii Los antecedentes de las relaciones entre arte y comunicación tienen su origen en la conceptualización del arte como lenguaje. En ese sentido, hemos determinado que hay 4 nodos conceptuales bajo los cuales se agrupan, ellos son: el nodo estético-histórico, el estético-cognitivo, el estético-intuitivo, y el estético-semiótico. Aristóteles, Hauser, Dewey, Collingwood y Adorno son los exponentes del primero; Kant, Hegel, Heidegger, Gadamer lo son del segundo. El tercer nodo está representado por Bayer, Croce y Pareyson; y el cuarto por Eco, Lotman y Calabrese.

iii GU-COM es el nombre del grupo Hacia una Comunicología Posible, que además de desarrollar un proyecto académico para el campo de la comunicación, se da a la tarea de intentar erigir a la comunicación en una disciplina teórica autónoma. Para mayor información al respecto, consulte: [http://www.geocities.com/comunicología\\_posible/](http://www.geocities.com/comunicología_posible/)

iv La Comunicología se sostiene en las siguientes premisas principales: 1) la esencia de la comunicación reside en los procesos de relación e interacción, 2) todo comportamiento humano tiene necesariamente un valor comunicativo, 3) la interacción comunicativa es un acto de significados subjetivos e intersubjetivos y 4) es imposible no comunicar.