

## **Recursos epistémicos y conceptuales para comprender el fundamento comunicativo del arte**

Vivian Romeu\*

**Resumen:** En el presente trabajo se ofrece una serie de recursos epistémicos y conceptuales que posibilitan pensar al arte como objeto de la comunicación. En el entendido de que el fundamento comunicativo del arte recorre tanto la dimensión sensible como la cognitiva, se pretende reflexionar sobre estos dos aspectos. Para ello el texto se divide en una introducción en la que se realiza un recuento muy breve sobre la omisión del arte en los estudios de comunicación, y dos grandes partes centrales. En la primera parte se reflexiona sobre la sistémica y la semiótica como epistemologías de la comunicación, permitiendo el anclaje de posturas conceptuales sobre la dimensión comunicativa del arte; y en la segunda se intenta una formalización de los dos aspectos que conforman la dimensión comunicativa del arte, a saber: el aspecto sociológico y el aspecto estético-dialógico.

**Palabras clave:** arte, comunicación, estética

### **1. Introducción**

---

\* Vivian Romeu es Doctora en Comunicación, Universidad Autónoma de la Ciudad de México. E-Mail: [vromeu.romeu@gmail.com](mailto:vromeu.romeu@gmail.com)

En América Latina, la herencia del pensamiento de Luis Ramiro Beltrán, Juan Díaz Bordenave, Daniel Prieto, Mario Kaplún y Antonio Pascuali, entre otros teóricos enfocados en la concepción de la comunicación como factor de transformación social, junto a la influencia de la concepción anglosajona sobre los medios, fraguó la dirección de la investigación latinoamericana en comunicación. Debido a ello, la difusión ha sido su dimensión más abordada, y los *mass medias*, en cambio, su objeto de estudio por excelencia.

Con el surgimiento de las nuevas tecnologías, el panorama de la investigación se enfrenta a un nuevo reto: la necesidad de entender la interacción mediada por computadora, y este viraje a la relación sujeto-sujeto coloca a la reflexión teórica y empírica en comunicación en los predios de la sociología cultural y fenomenológica, el Interaccionismo Simbólico, las ciencias cognitivas, la psicología social y la microsociología que son áreas que si bien no tienen al arte como objeto, por el tipo de reflexión epistémica que desarrollan permiten su abordaje.

Este lente interdisciplinar ha permeado la comprensión de la comunicación como un lugar de encuentro y no sólo de partida o llegada, como comúnmente se le entiende, y simultáneamente nos ha permitido entenderla como proceso de interacción social y humana donde tiene lugar el intercambio de información y significación a cualquier nivel entre diversos “hablantes”. Esta conceptualización, digamos, interactiva, posibilita explicar la manera en que se lucha o negocia por la posesión, circulación y consumo de los significados, además de la construcción y transformación de flujos de información y comunicación a través de los cuales se gestan los mismos.

En ese sentido, desde esta perspectiva la comunicación permite arrojar luz sobre los procesos de producción y recepción del arte como práctica y producto sociocultural, lo que ayudará a comprender este fenómeno desde otras aristas científicas y contribuirá a que la comunicación misma, como campo de investigación teórica y empírica, se abra al arte como tópico de estudio; ése es, de alguna manera, el objetivo subyacente en este trabajo.

## **2. Propuesta epistémica para el abordaje de las relaciones entre comunicación y arte desde los estudios de comunicación**

Como hemos mencionado en otras ocasiones, las relaciones entre arte y comunicación tienen su origen en la idea del arte como lenguaje y, en consecuencia en su vínculo con la significación; estas relaciones pueden ser agrupadas en cuatro nodos conceptuales (Romeu, 2008), ellos son: el nodo estético-histórico que aborda la relación entre el arte y la vida desde una perspectiva contingente e histórica (Aristóteles, Hauser, Dewey, Collingwood y Adorno son los exponentes más representativos); el nodo estético-cognitivo que se enfoca en la concepción del arte como vehículo del conocimiento universal, es decir, del conocimiento de lo inmutable y verdadero, y se ancla en una dimensión mayormente trascendentalista y metafísica (Kant, Hegel, Heidegger y Gadamer son los filósofos que apoyan esta línea de pensamiento); el nodo estético-intuitivo que reflexiona en torno a los procesos de creación del arte como procesos intuitivos, posicionándose con ello a las puertas de la comunicación en tanto concibe la expresión clara de lo intuido como el objeto del arte (específicamente autores de la Estética francesa e italiana del siglo XX como Bayer, Croce y Pareysson); y el nodo estético-semiótico, que aborda semióticamente los procesos de interpretación en el arte como parte insoslayable de cualquier proceso comunicativo (autores más representativos: Eco, Calabrese, Lotman y Gumbrecht).

En el mismo texto la autora menciona que de estos nodos han abrevado tres enfoques teórico-metodológicos que posibilitan el abordaje del arte desde una perspectiva comunicativa. Se trata del enfoque estructural que se corresponde con el modelo de la comunicación artística propuesto por Nicole Everaert, el cual entiende este proceso regido por reglas de ciframiento y desciframiento codicial.

Otro enfoque es el que podemos agrupar bajo el manto pragmático de la Escuela de Constanza o estudios sobre la estética de la recepción, sólo que este está representado por dos posturas hasta cierto punto contrapuestas: la postura antropológica e inmanentista de Wolfgang Iser que propone un complejo mecanismo para comprender la recepción del arte basado en un modelo fenomenológico que parte de contemplar los vacíos de información presentes en el texto artístico; la otra postura es representada por Hans Robert Jaus -la cual podríamos llamar enfoque historicista- y plantea la comunicabilidad en el arte en

términos de los procesos de identificación de géneros y el reconocimiento hermenéutico por parte del lector.

El último enfoque cifra la comunicabilidad del arte en la interpretación de los públicos a partir de las relaciones dialógicas entre lector y obra. Y aunque éste mantiene evidentes conexiones con la semiótica, está claro que linda con la postura de Iser; es desarrollado mayormente por Umberto Eco a partir de su modelo de interpretación.

Como se puede notar, ninguno de los enfoques ni nodos conceptuales anteriores han sido abordados desde la comunicación, como tampoco lo han hecho desde la teoría estética; sólo desde la teoría moderna del arte con su anclaje semiótico, y específicamente desde la Pragmática Estética con Nelson Goodman y Gerard Vilar es posible hablar ya de un fundamento comunicativo del arte.

Para argumentar lo anterior partimos de considerar lo comunicativo como expresión y estructuración de lo humano y lo sociocultural –lo que a su vez nos lleva a abandonar una perspectiva lineal, informacional y aislada de la comunicación para posicionarla como proceso configurador y articulador de las relaciones sociales donde el arte históricamente ha jugado un papel importante (Bourdieu, 1995) y desde donde también se constituye, como bien dice Luhmann (2005) en un fenómeno que pretende integrar a una estructura de mundo la experiencia de lo sensorial. Debido a ello, a nuestro juicio, los lugares epistémicos desde los que se puede partir para considerar al arte como un fenómeno comunicativo se hallan en la sistémica y la semiótica.

La sistémica, como bien afirma Galindo (2008), es una de las cuatro corrientes epistemológicas que se encuentran soportando las fuentes teóricas de las que se nutre el campo de la comunicación. Tiene como punto de partida general la teoría de sistemas proveniente de la biología y la cibernética, y en lo que a la comunicación respecta marca sus antecedentes en el Interaccionismo Simbólico y en la Escuela de Palo Alto. La sistémica es un paradigma epistémico que da cuenta de las relaciones entre los elementos que componen un sistema, en tanto comprende dichas relaciones como constitutivas del sistema en cuestión, de manera que configuran su estructura y funcionamiento.

Como se puede notar la sistémica es un paradigma enfocado en los procesos de relación, lo que necesariamente conduce a entender dichos procesos como la base de la existencia y el funcionamiento de los fenómenos físicos y simbólicos.

La semiótica, por su parte, al decir de Vidales (2011) es una epistemología enfocada a dar cuenta de los procesos de producción de significados. A diferencia con la sistémica que en el caso de la comunicación vehicula sólo el intercambio de información, la semiótica va más allá enfocándose en los sistemas de significación y los procesos que tienen lugar al interior de lo biológico, lo humano y lo social (Vidales, 2011: 281) como procesos de producción de sentido.

Para John Deely (citado en Vidales, 2011: 284) “la totalidad de nuestra experiencia, desde sus más primitivos orígenes en la sensación hasta sus más refinados logros del entendimiento, es una red o trama de relaciones sígnicas”. En ese sentido, la comunicación en tanto intercambio de significados está fincada en la semiosis. Dice Vidales al respecto: “la semiosis sólo nombra un proceso de movimiento de sentido y de formas de modelización, mientras que la comunicación es un nivel de organización de relaciones de sentido y mundos empíricos” (Vidales, 2011: 288).

Como se podrá notar, lo anterior supone entender a la comunicación dependiente de los procesos semiósicos en tanto estos constituyen la manera a través de la cual la comunicación se da; se trata de entender la semiosis como un medio que aporta conocimiento para la comunicación de una forma, lo que a su vez hace comprender al signo (o conjunto de signos) no sólo como aquello que sustituye al objeto, sino como lo que ofrece información en términos de un sistema semiótico que produce, transmite, recibe e interpreta signos de cara a la acción comunicativa, es decir, de cara a la interacción entre agentes a partir de señales significativas (Martin Serrano, 2007).

Dado lo anterior, si bien la sistémica posibilita definir la comunicación, como se plantea desde la Escuela de Palo Alto, como procesos de relación e interacción que gestan, en tanto fundan, lo social (Bateson y Ruech, 1984), la semiótica, específicamente desde la Cibersemiótica y la Biosemiótica (Vidales, 2011: 286), posibilitan pensar la comunicación como acción que organiza el sentido de la relación entre el ser humano y su entorno. Así, por una parte lo

comunicativo se instala como principio constructivo y configurador de las relaciones sociales vía la interacción; y la comunicación como fundación de lo social, incluyendo al arte como sistema de sentido en función de la distinción social (Bourdieu, 1995) y como sistema organizador de la experiencia sensible (Luhmann, 2005).

A continuación, ofrecemos un brevísimo acercamiento de lo que en otros textos (Romeu, 2011a) hemos manejado en torno al fenómeno del arte desde la sociología cultural y la tradición interpretativa de raíz hermenéutica, con el objetivo de aterrizar dicho abordaje en función de los enfoques epistemológicos antes mencionados.

### ***2.1. El arte como práctica comunicativa. Una visión desde la sociología cultural***

La sociología cultural hace su aparición en la década del 60 a partir de la comprensión de que cultura y sociedad no son elementos aislados sino factores constitutivos e indisolubles de un mismo binomio. Lo sociocultural pasa a ser así el ámbito de estudio de la sociología y por ello las formas de experiencia, participación e interrelación de los sujetos en la vida cotidiana constituyen su preocupación teórica y metodológica fundamental. Son exponentes de esta vertiente sociológica Cirese, Passeron, Bourdieu, entre otros.

La sociología cultural hunde sus raíces en la sociología crítica y la sociología fenomenológica, y da cuenta de las relaciones que construyen los sujetos con ellos mismos y con otros ámbitos y factores de lo social-cultural. Así, consideramos, la sociología cultural permite explicar al arte como práctica sociocultural y en tanto tal como práctica comunicativa, es decir, como práctica de interacción social a partir de la cual se construyen los significados simbólicos que configuran lo social.

Los miembros de una interacción comunicativa gestan sus relaciones a partir de la posición que ocupan dentro de la misma que no es más que la integración de la información proveniente de la circunstancia concreta del presente en la que la interacción se da y el cúmulo histórico de su genealogía. Por ello, no existen relaciones simbólicas que se hallen sustraídas del contexto sociocultural en donde

se gestan ni tampoco del sentido histórico que las ha configurado (semiosis social). En ese sentido, es necesario tener en cuenta que la existencia de lo social presupone la existencia de un ordenamiento de las posiciones de sus agentes en lo social (Bourdieu, 1990), y esto necesariamente se gesta al interior de la interacción comunicativa construyendo así información sobre tanto del mundo social como de las prácticas comunicativas que configuran la expresión e interacción de sus agentes.

Como se podrá notar, el arte, en tanto ámbito simbólico por excelencia, no escapa a este ordenamiento social ya que se inserta en él justamente para desplegar su simbolismo. En términos de Bourdieu, el arte constituye un espacio simbólico socialmente delimitado por agentes, prácticas, productos, discursos, creencias, por lo que su posición apunta a la distinción social y en ese sentido todo el funcionamiento del campo opera en función de ello.

Bourdieu señala que el campo del arte se distingue de otros campos de producción simbólica porque está conformado primariamente por artistas que son agentes sociales con un grado de especialización artística concreto; son ellos los encargados de producir bienes simbólicos que son percibidos como espirituales y a los que se les denomina obras de arte. Dichos bienes, como bien señala el sociólogo francés, no se producen en función de la verosimilitud y la comunicabilidad, sino más bien todo lo contrario. Las obras de arte se distinguen de otros bienes simbólicos por su gradiente de significación, o sea, por el alto grado de dispersión de sentido que generan.

De esta manera, los artistas –que a lo largo de la historia se les ha considerado genios capaces de innovar y crear cosas bellas que alimentan el espíritu, intelectuales de vanguardia en aras del progreso social e individual para el ser humano- deben asegurar mediante su propia práctica y los productos resultantes de la misma (obras de arte) la configuración de un gradiente de significación que sabotee el entendimiento, o sea, que apunte hacia lo no verosímil, lo imprevisible, lo irreal. En ese sentido, la creencia del campo se alimenta a través de la legitimación de valores como exclusividad, elitismo, espiritualidad y trascendencia, lo que a su vez posibilita que el arte estructure y legitime su significación social.

## **2.2. El arte como objeto y práctica significativa: la herencia de la tradición interpretativa de los estudios de la comunicación**

La tradición interpretativa en los estudios de la comunicación se remonta hacia las últimas décadas del siglo XX, con la aparición del paradigma del receptor activo, el papel de las mediaciones en los procesos de recepción y el concepto de democracia interpretativa. Sendos factores consolidan la mirada sobre la indivisibilidad entre los fenómenos de la cultura, los sociales y los comunicativos, cuya raíz fenomenológica y hermenéutica evidencia sus conexiones con la semiótica y la sistémica.

La hermenéutica, como modo de comprensión del mundo, ofrece a la fenomenología de la recepción un espacio vital donde anclar una reflexión sobre los procesos de lectura, específicamente los del arte. El horizonte de entendimiento del arte vía la interpretación de los públicos, permite dimensionar los actos de comprensión de los mismos en función de un escenario de mediación personal a través del cual el individuo accede a una interpretación determinada, y también en función de una estructura de sentido preexistente que a su vez la media.

En cualquier caso, la interpretación se gesta mediante la circunstancia de la recepción y el consumo en la conjunción de dos sistemas de información distintos, pero interrelacionados: el lector y la obra; ello configura sin dudas una instancia de interacción comunicativa donde el intercambio de información no constituye el fin de la interacción, sino más bien el lugar de la emergencia de un sistema de sentido actualizado mediante la interpretación.

Desde esta perspectiva, el objeto del arte (ya sea que se entienda como obra o como práctica) resulta *interpretable* en tanto funciona al interior de un sistema semiótico y comunicativo operado a través de una relación de lectura lector-texto. Dicha relación permite al sujeto construir el sentido de la obra por medio de la interpretación; de ahí la posibilidad de comprender al arte como agente indicador de señales y al lector como fuente de la interacción comunicativa y agente re-constructor del sentido de las mismas.

### **3. En torno al fundamento comunicativo del arte**

En función de las premisas epistémicas que hemos comentado más arriba, el arte puede ser conceptualizado como práctica comunicativa y, en consecuencia, como parte de un proceso de construcción de sentido que hunde sus raíces tanto en el escenario social como en el individual bio-psicológico.

Así, como práctica cultural el arte es síntoma o condición cultural de una época y red de interacciones socioculturales que se tejen al interior de una organización social determinada; pero como práctica comunicativa es intercambio de información y significación entre actores sociales e individuales, en este caso, los artistas que producen la obra de arte y los públicos que la consumen, actuando ambos desde los territorios simbólicos y psicológicos en los que se insertan.

Como se podrá ver, la obra no es ajena ni al contexto de producción que la crea ni al de recepción que la actualiza; de hecho, ambos contextos fungen como campos de fuerzas que tensionan tanto la creación como el consumo dotando al arte de la dimensión social de la que emana su inteligibilidad. Esta razón comunicativa, como la llama Gerard Vilar (2005), se impone a nuestro modo de ver como condición ontológica del arte, en el entendido de una ontología materialista que se define en el plano de lo social desde la creación a partir de una relación de inscripción significativa entre la forma de crear y su objeto de referencia, y desde el consumo a partir de la relación de conocimiento y/o reconocimiento del sujeto con respecto a la obra.

Así entendida, estos intersticios de relación gestado por la inteligibilidad del arte permiten afirmar, según creemos, precisamente su carácter dialógico. El arte como re-creación de lo real, de lo real histórico y socialmente situado a partir del uso del material discursivo que le antecede y conformado por el lenguaje que es siempre intersubjetivo, contiene como afirma Leenhardt (1990) los modos o modalidades intelectivas a través de los que dicha comunicabilidad se legitima. Ello, lejos de referir a una esencia de los objetos del arte, apunta a la naturaleza misma de la relación comunicativa entre lector y obra. Lo inteligible resulta así, pistas de comunicabilidad, o como lo plantea Vilar (2005) la dimensión del arte que permite la puesta en relación con el lector.

Pero en tanto sistema modelizador secundario (Lotman, 1988) el arte está configurado a partir de un lenguaje que muchos autores llaman simbólico. Tanto la filosofía hermenéutica (Ortega y Gasset, Ricoeur, Gadamer, Heidegger, Danto, Schaeffer, Bürger, Brunner, Prada Oropeza), como las posturas comunicativas y/o semióticas (Eco, Calabrese, Jauss, Iser, Ingarden) y las pragmáticas (Goodman, Vilar) coinciden en que el arte no representa a la realidad, sino que la crea por medio de símbolos, conformando con ello una realidad distinta a lo que llamamos mundo exterior y ofreciéndose al lector como una fuente inagotable de sentido.

Lo anterior se explica a través del concepto de vacíos de información propuesto por Iser para los textos literarios. Los vacíos de información, no son atributos de los textos per se, sino el resultado de las relaciones asimétricas entre lector y texto durante la interacción comunicativa que se gesta en el proceso de lectura, lo que contribuye a crear lo que Iser (1987) llama una indeterminación.

Para el crítico alemán la indeterminación es una la condición de la comunicación que activa y regula la interacción entre lector y texto (Iser, 1987: 281) ya que los espacios vacíos en el texto movilizan la imaginación del lector en aras de representar mentalmente lo no dicho. Desde esta perspectiva, como se podrá notar, tal y como lo indica Iser (1987: 285) los espacios vacíos apuntan, mediante el proceso de despliegue de las representaciones vía la imaginación, a la condición estética del arte, misma que consiste en volver relevante estéticamente la información “oculta” a través de los vacíos de información de manera que el choque o tensión que esto provoca en las representaciones habituales del lector facilite la actividad interpretativa del mismo.

Es así que a mayor asimetría en la interacción lector-texto, mayor choque en las representaciones habituales del lector y por consecuencia mayor despliegue de imaginación. En ese sentido, la participación interpretativa del lector gestada al calor de un proceso de completamiento de los vacíos de información, supone que el lector perciba en el texto lo no dicho, o lo dicho como vacío. Al respecto, consideramos que hay dos posturas centrales que posibilitan la comprensión de estos escenarios de percepción por parte del lector. La primera postura se soporta en la teoría de la metáfora de Paul Ricoeur y está anclada en la relación cognitiva del lector con respecto a la obra; la segunda en reflexiones personales de la autora

sobre el valor de la fascinación en la experiencia estética que recrea la relación semiósico-emotiva del sujeto ante lo desconocido. A continuación, una breve reseña de ambas.

### **3.1. Metáfora y fascinación**

La tradición hermenéutica, específicamente el legado de Paul Ricoeur, ha recuperado a la metáfora como concepto que explica la relación cognitiva presente en los procesos dialógicos de reconstitución de lo real. En ese sentido la metáfora no se conceptualiza ni como semejanza ni como recurso literario, sino como el lugar de conflicto de las significaciones a partir del cual se puede construir conocimiento nuevo.

La metáfora, según Ricoeur, aparece en el discurso cuando hay tensión o conflicto en algunos o todos sus términos, creando una “impertinencia semántica” (Ricoeur, 2001) que aniquila el sentido literal y obliga al lector a resolverla mediante la creación de conocimiento nuevo. Dicho conocimiento se crea justamente vía la imaginación, es decir, por medio de la construcción de representaciones que posibiliten *distensionar* el significado del texto.

Aunque para Ricoeur, la metáfora es un recurso de la frase, y por tanto se halla inscrita en la organización del discurso, en nuestra opinión, es la percepción de la metáfora por parte del sujeto lo que posibilita percibirlo a su vez como incompleto y opaco (pudiéramos decir también al modo de Iser “indeterminado”). De esta manera, además de ser condición de estructuralidad de los textos poéticos, la metáfora se convierte en el mecanismo estratégico del texto para sabotear las remisiones referenciales a las que el sujeto puede acudir en su afán por interpretarlo o completarlo, conminándolo a imaginar, es decir, a representarse mentalmente lo que no está dicho o al menos lo que no está claramente dicho o en aparente conflicto.

Por medio de la presencia de la metáfora y a partir de su resolución a través de la imaginación se libera la tensión entre el sentido literal y el sentido metafórico instaurándose lo que Ricoeur llama un sentido emergente, nuevo, que es lo que a nuestro entender afirma la comunicación entre lector y obra.

En el nivel de las emociones, en cambio, como ya anunciamos, la percepción del sujeto en torno a lo desconocido, o lo que es lo mismo, en torno a los vacíos de información que percibe en la obra o texto puede ser fascinante. Ello depende, para decirlo en términos iserianos, de que el mayor grado de asimetría entre lector y texto *seduzca* los sentidos del sujeto para convertirlo en lector. O sea, la fascinación incita *sensiblemente* al sujeto a involucrarse emotiva y cognitivamente con el objeto de su fascinación. Veamos cómo.

Etimológicamente, fascinación significa encantamiento, magia, hechizo; pero este encantamiento, insistimos, no debe ser atribuido a una propiedad de los objetos, pues no hay ni puede haber ningún tipo de objeto o evento fascinante más allá de aquello que el sujeto perciba como tal. No obstante, el sujeto fascinado o seducido siempre es un sujeto que sabe, que conoce el mundo y ha experimentado en función de ese conocimiento los límites de su sí mismo; de ahí que la aprehensión perceptiva de tipo fascinante sólo pueda darse a través de la simulación de una puesta en escena imaginada que emerge de la disposición volitiva y la habilidad del sujeto para retener el carácter mágico, extraño, asombroso de lo que percibe.

Lo anterior, en nuestra opinión, sólo puede ser posible gracias a la invalidación de los sistemas cognitivos y referencias preexistentes por parte del sujeto ya sea por desconocimiento real, o por desconocimiento lúdico y circunstancial. En cualquier caso se trata de estimular los sentidos (Iser le llama "irritación") a partir de percibir el mundo de una forma estéticamente relevante, lo que remeda el término de figura al que se refiere Deleuze cuando habla del cuerpo sin rostro ni forma temporal, del cuerpo como experimentación, como potencia (Deleuze, 2000: 31).

A tenor con ello, para nosotros, en la percepción de lo estéticamente relevante como percepción de lo no representado, el lector se obliga a percibir con sus sentidos y no con su intelecto, al menos en sus primeros acercamientos perceptivos. La atracción que ejerce la aprehensión fascinante radica justamente en esta condición estética a través de la cual el objeto percibido como fascinante se percibe a su vez inalcanzable cognitivamente.

Sólo así, a nuestro juicio, el sujeto es capaz de fascinarse, por lo que podemos concluir que la aprehensión fascinante resulta de la relación semiótica que el sujeto mantiene con el objeto en tanto lo percibe “extraño”, “mágico”, “inalcanzable” en la que el sujeto percibe el valor significativo del objeto o ciertos aspectos del mismo. Lo fascinante, según creemos, opera entonces desde una recepción desconcertante gestada al calor de la percepción de los vacíos de información en el texto, o lo que es lo mismo, de la asimetría entre lector y obra de arte.

#### **4. Conclusiones**

Como se habrá podido apreciar, en esta apretada propuesta en torno a la dimensión comunicativa del arte se ha demostrado que arte y comunicación son dos ámbitos de estudio que están estrechamente relacionados al menos desde dos aspectos: el sociológico que sitúa al arte como el producto de la práctica de los artistas como agentes en el plano social y en ese sentido, como instancia de consumo y apropiación de dicha práctica en tanto dotada de inteligibilidad por parte de esos mismos agentes u otros, y el aspecto estético-dialógico, muy relacionado con el anterior, pero enfocado sobre todo a dar cuenta de la fenomenología de la recepción del arte en el espacio intersticial que supone el proceso de lectura desde un punto de vista estético que, si se quiere, puede entenderse como ininteligible.

Ello plantea a nuestro entender una dinámica entre lo inteligible y lo no inteligible que tiene lugar justamente a través de un movimiento oscilante que pudiéramos llamar interacción comunicativa debido a los procesos de intercambio de información, significación y construcción de sentido que operan desde ella; dichos procesos están muy lejos de ser procesos ordenados y previstos por lo que la lógica a la que apuntan resulta necesariamente dialógica, abierta, latente e inconclusa.

En función de ello, es básicamente en el papel de lo estético como agente vehiculizador de lo comunicativo en el arte donde centramos nuestra atención (sin soslayar desde luego los posicionamientos sociológicos), entendiendo a lo estético

como atributo sensible del sujeto que le permite aprehender lo nuevo a partir de la posibilidad del despliegue de su imaginación, lo que supera indudablemente la referencia a categorías de la Estética Tradicional, centrados en la belleza, la armonía y en el valor de lo genéricamente humano.

En ese sentido, el paradigma artístico de lo estético desde el cual se han emplazado hasta el momento la mayoría de los juicios valorativos propios tanto del arte como de lo estético, reduce aún hoy la discusión estética al arte y viceversa, soslayando en cualquiera de los casos la esfera de la cotidianidad, es decir, la esfera de la interacción social y de las relaciones simbólicas indiscutiblemente presentes en ellas, desde donde también se percibe lo sensible.

Así, al entender al arte como uno de esos tantos objetos sobre los que la comunicación tiene algo que decir, no sólo estamos definiendo la existencia de un ámbito de estudio e investigación, el artístico, que la comunicación ha definitivamente olvidado, sino colaborando también con la apertura de espacios de discusión en torno a la llamada comunicación artística, o lo que en otras ocasiones hemos apuntado, diferencialmente, como comunicación estética (Romeu, 2011b). En cualquier caso se abona en aras de un panorama más rico y complejo de la comunicación como espacio de confluencia entre el sentido y la emoción, y entre los sistemas de significación, el intercambio de información y los sistemas de percepción sensible. Esto sin dudas, es un reto presente para la investigación de la comunicación.

## **Bibliografía**

- Bateson, G. y J. Ruesch. (1984): *Comunicación. La matriz social de la psiquiatría*. Barcelona: Paidós.
- Bourdieu, P. (1990): *Sociología y cultura*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Bourdieu, P. (1995): *Las reglas del arte: génesis y estructura del campo literario*. Barcelona: Anagrama.
- Deleuze, G. (2000) *Sobre lo ocular*. Valencia: Pre-Textos.
- Galindo, J., (2008): "La epistemología constructivista hacia una comunicología posible. Bases para una propuesta general de trabajo

epistemológico”. *Razón y Palabra*, 61, marzo-abril. Disponible en <http://www.razonypalabra.org.mx/n61/jgalindo.html> (Consulta 27 febrero 2012).

- Goodman, N. (1976): *Los lenguajes del arte*. Barcelona: Six Barral.
- Iser, W. (1987): *El acto de leer*. Madrid: Taurus.
- Iser, W. (1997): “El proceso de lectura: enfoque fenomenológico”. En Mayoral, J.A. (comp.) *Estética de la Recepción*. Madrid: Arco, Cap. 8.
- Leendhart, J. (1990): “El “saber leer”, o modalidades sociohistóricas de la lectura”. En revista *Criterios* 25-28, La Habana, enero-diciembre, 54-65.
- Lotman, I. (1988): *Estructura del texto artístico*. Madrid: Istmo
- Luhmann, N. (2005): *El arte de la sociedad*. México: Herder.
- Martín Serrano, M. (2007): *Teoría de la comunicación. La comunicación, la vida y la sociedad*. Madrid: Mc Graw Hill.
- Ricoeur, P. (2001): *La metáfora viva*. Madrid: Trotta.
- Romeu, V. (2008): “La dimensión comunicativa del arte. Apuntes para un estado de la cuestión”. En *XV Anuario CONEICC*, México, Cap. 5.
- (2011a) “Arte y reproducción cultural”. En revista *Estudio de las Culturas Contemporáneas*, Volumen XVII, No. 33, Universidad de Colima, México, pp. 113-139.
- (2011b) “Apuntes para la construcción de una teoría de la comunicación estética”. En *XVIII Anuario CONEICC*, México, Cap. 14.
- Vidales, C. (2011): *Semiótica y teoría de la comunicación*. (Tomo II). México: CECYTE.
- Vilar, G. (2005): *Las razones del arte*. Barcelona: La Balsa de la Medusa