UNIVERSIDAD DE LA FRONTERA
FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS SOCIALES
PROGRAMA DE MAGISTER EN CIENCIAS SOCIALES APLICADAS

ONTOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN. CARACTERÍSTICAS ESENCIALES

Autora

MOIRA ESTEFANÍA FERNÁNDEZ BENAVIDES

Tesis presentada en la Universidad de La Frontera
para optar al Grado de
Magíster en Ciencias Sociales Aplicadas

Director/a de Tesis
Dr. Rubén Enrique Leal Riquelme

Diciembre, 2011.
Temuco, Chile.

A Sonia, Alejandro y Cristian

(mi madre, mi hijo y mi amor)

Agradecimientos

Agradezco a todo y a todos aquellos con los que he tenido la suerte de relacionarme directa o indirectamente hasta hoy, pues, querámoslo o no, cada uno de los elementos que interaccionan en el universo han afectado mis pasos para llegar a este texto.

Gracias a todos y a todo.

RESUMEN

Hablar de comunicación es hablar de un sin número de teorías y modelos que proponen distintas miradas para un fenómeno único. Sin embargo, gran parte de las propuestas no se avocan precisamente a “qué es” la comunicación, sino más bien (desde diversas disciplinas), a “cómo hacer más efectiva” la implementación de este fenómeno, lo que ha llevado a los investigadores de la comunicación a fundar sus estudios en una metodología que trabaja los discursos de los expresantes, pero no al acto comunicativo en sí mismo.

En esta investigación se analiza una propuesta ontológica de la comunicación basada en la fenomenología, proponiendo y describiendo lo que, consideramos, son sus características esenciales. Para ello hemos recurrido al método fenomenológico y hemos usado propuestas de autores como Alfred Schütz, Max Scheler y Edmund Husserl, quienes aportan los conceptos de temporalidad y niveles de anonimia, que facilitan la interpretación de dicho fenómeno.

INDICE

I. MARCO TEÓRICO 5

1. Marco Referencial 5

1.2. La idea de acción y acción social 5

2. Antecedentes Contextuales 8

2.1. Perspectivas de la comunicación 8

2.2. Algunos modelos de comunicación 14

3. Antecedentes Teóricos 22

3.1. Alfred Schütz 22

3.2. Martín Algarra. Una mirada ontológica a la comunicación 40

II. ANTECEDENTES METODOLÓGICOS 53

1. La subjetividad desde la metodología cualitativa 53

2. Fenomenología 56

2.1. Edmund Husserl 58

3. Problema de investigación 61

III. RESULTADOS 65

1. El conocimiento del “otro” 65

2. La idea de tipicidad 74

IV. DISCUSIÓN 79

1. El tiempo y los grados de anonimia 82

2. Acción solitaria como acción comunicativa 84

2.1. La “marca” como producto apresentador para la comunicación intrapersonal. 87

2.2. La “reflexión” como acción comunicativa intrapersonal 91

V. PROPUESTA 95

1. Sobre el estudio de la comunicación 95

2. Sobre la propuesta de Martín Algarra 98

3. Características esenciales para la comunicación 100

4. Definición de comunicación 105

VI. PALABRAS AL CIERRE 107

VII. BIBLIOGRAFÍA 109

INTRODUCCIÓN

Usualmente se les llama “ciencias de la comunicación” a un conjunto de estudios que tienen como finalidad comprender los motivos de la comunicación y, más específicamente, los motivos que algunos autores como Alfred Schütz llamarían, “motivos para” y “motivos porque”, de la comunicación.

Desde la teoría schützeana, todas las acciones tienen “motivos para” y otras presentan “motivos porque” (aunque estos sean implícitos) apuntando, cada uno de ellos, a una temporalidad distinta de la acción (Schütz, 1993: 49-51).

Considerando la “teoría de los motivos” que propone Schütz, las llamadas teorías de la comunicación han sido estudiadas, principalmente, desde una visión sociológica (McQuail, 1997; Ellis, 1993; Rodrigo Alsina, 1995; entre otros), donde la atención ha sido centrada en los “motivos para” y los “motivos porque” refiriéndose con ello a la entrega de información. Es decir, se entrega información porque se quiere modificar la conducta de alguien y, por otra parte, para generar un efecto en las personas-audiencias-masas-públicos, por lo tanto, lo que se estudia es ¿cómo organizo lo que quiero expresar para causar el efecto deseado en quien recibirá la información? y ¿qué efecto produjo en las personas la información que les fue enviada?

Así, la comunicación se cuestiona acerca de cómo estudiar un fenómeno; sin embargo, ella no se pregunta sobre su objeto de conocimiento.

En este sentido y como el estudio de la comunicación se encontraría ligado a la sociología y a la publicidad, pareciera lógico que el centro de atención estuviera dirigido, y se siga dirigiendo, a los medios de comunicación que, hasta el año 1940, tomaban fuerza y que hoy forman parte del cotidiano: desde el periódico hasta la internet, modificando las formas que utilizan las personas para comunicarse.

Sin embargo, y como a los investigadores científicos de la comunicación no les corresponde el hacerse cargo de cuestionamientos ontológicos, es menester que la filosofía deba intentar describir e interpretar la esencia de la primera y única certeza que guiará el presente estudio: la existencia de la comunicación.

Con este interés, basada en la fenomenología de la vida cotidiana de Alfred Schütz, la concepción de hombre propuesta por Max Scheler, la idea de temporalidad propuesta por Edmund Husserl y una primera propuesta ontológica establecida por Manuel Martín Algarra (2003), en el presente trabajo intentaremos responder la pregunta "¿Qué es la comunicación?" pretendiendo colocar entre paréntesis no sólo los elementos que la conforman sino, también, aludiendo a sus características esenciales en diversas propuestas teóricas y que Martín Algarra procede a profundizar, definiendo características esenciales del fenómeno "comunicación": "es humana", "es social", "es referencial", "es compleja" y "es realizada en tiempo vivido"[1].

[1] Ver especialmente, Cap. B de "Teoría de la Comunicación. Una propuesta.", Martín Algarra, 2003.

Así, mientras Martín Algarra plantea, al igual que un número importante de teóricos (Rizo, 2006; McQuail, 1997; Rodrigo Alsina, 1995, entre otros) que la comunicación es intrínsecamente social y que, por tanto, surge cuando participan al menos dos sujetos que interactúan comunicativamente, la fenomenología de Schütz y de Husserl, por su parte, nos da luces sobre la existencia de un proceso subjetivo, que es tan comunicativo como la acción social. Más aún, el mismo Martín Algarra, negando la existencia de la comunicación intrapersonal, nos muestra un tipo de "apresentación"[2] que es útil a dicha comunicación pero, esta vez, comprendiendo la consciencia fenomenológicamente, es decir, una consciencia que no topográfica, a diferencia de como ha sido estudiado hasta hoy por la psicología.

En el corpus de esta tesis recurrimos a teóricos como Schütz, Husserl, Bergson y Scheler, quienes, a diferencia de Martín Algarra, coinciden en que la comunicación puede darse no sólo como una acción social, sino, también, como una acción solitaria en la que interaccionan dos subjetividades. Con esto colocamos entre paréntesis toda conclusión ontológica referida a la comunicación que pudieran originarse desde disciplinas distintas de ella.

Así, en la presente tesis se analiza la existencia de la comunicación intrapersonal desde un abordaje ontológico y se propone con ello una modificación "al límite mínimo del fenómeno de la comunicación", comprendiendo que un sujeto puede expresar e interpretar "apresentaciones"

[2] Op. Cit., pág. 81

teniendo como interlocutor a un sí mismo que, por modificar constantemente su subjetividad con el paso del tiempo, nunca es exactamente el mismo sujeto que inició la comunicación intrapersonal. Con lo cual se postula que la comunicación no es intrínsecamente social, sino, más bien, intersubjetiva y que, por lo mismo, no requiere de dos sujetos para existir, sino, de dos subjetividades.

I. MARCO TEÓRICO

1. Marco Referencial

1.1.La idea de acción y acción social

Desde el surgimiento de la sociología como disciplina, la atención estuvo centrada principalmente en las acciones que realizaban los individuos, dirigidas a otros individuos o en referencia a otros. Así lo entendieron y trabajaron marxistas y darwinistas sociales, quienes intentaban buscar determinantes sociales o biológicas para comprender las acciones en sociedad. (Bendix, 2000).

Sin embargo, a principios del siglo XX surge un teórico con una propuesta que incentivaría un cuestionamiento a los paradigmas preestablecidos para la comprensión de la sociedad.

Max Weber, se impone a través de la sociología comprensiva con un planteamiento que logra visibilizar un aspecto humano no considerado por los teóricos que le precedieron, la subjetividad, logrando un punto intermedio entre el racionalismo y el reduccionismo, para lo cual afirma que en la idea de "acción" se incluye todo comportamiento humano dotado de algún sentido para quien la realiza (Bendix, 2000) sin olvidar, con esto, el carácter social de las acciones, pero ampliando el espectro a una acción que también puede ser solitaria.

Así, en los inicios de su texto Economía y Sociedad, Max Weber, define la "acción" como "Una conducta humana (bien consista en un hacer externo o interno, ya un omitir o permitir) siempre que el sujeto o los sujetos de la acción enlacen a ella un sentido subjetivo". (Weber, 1922:5)

Al analizar los paréntesis de la definición, se puede inferir que el rango que el autor amplía no es sólo la realización de acciones corporales que pueden estar dirigidas a nadie, sino que sugiere que existen acciones igualmente realizables en la conciencia del sujeto, como lo es el acto reflexivo. Siguiendo el paréntesis, Weber alude también a que una acción no es sólo el hecho de intervenir la realidad a través de una conducta explícita, sino también, es posible actuar omitiendo o permitiendo, lo cual, como lo dice el texto, debe ser un "permitir u omitir" dotado de intención, por tanto, decidido, ello en base a las facultades de libertad que ejerce la conciencia.

Ahora bien, para Weber la acción descrita contiene tanto acciones solitarias como sociales, para lo cual define: (…)"una acción en donde el sentido mentado por su sujeto o sujetos está referido a la conducta de otros, orientándose por esta en su desarrollo". (Op.Cit)

Sin embargo, cabe preguntarse qué entiende por "sentido" Weber cuando plantea que las acciones, solitarias o sociales, deben tener un "sentido subjetivo" para el o los sujetos.

Así, este sentido, en el pensamiento de Weber, puede ser un pensamiento o un sentimiento que lo lleve a realizar una acción para la consecución de un fin, planteando que (…)"la tarea de la sociología y las ciencias de la acción en general es comprender, interpretándolas, las acciones orientadas por un sentido" (Weber, 1969: 8).

Por otra parte y a propósito de los enunciados realizados por Weber, traemos a nuestro análisis las ideas que al respecto propone Schütz, quien nos dice: "El sentido no es una cualidad inherente a ciertas experiencias que surgen dentro de nuestro flujo de conciencia, sino el resultado de una interpretación de una experiencia pasada contemplada desde el ahora con una actitud reflexiva." (Schütz, 1962:199). De manera que si tenemos en cuenta lo que nos expresan ambos autores, podríamos afirmar que el sentido de las acciones corresponden a sentimientos o pensamientos que guían una acción desde una reflexión previa, es decir, sobre la base de una mirada retrospectiva acerca de alguna vivencia.

Entendiendo, entonces, que las acciones son realizadas por los sujetos previa decisión reflexiva, ante lo cual cabe preguntarse si las llamadas teorías de la comunicación conocidas hasta hoy incorporan la subjetividad, de los sujetos, en el proceso o fenómeno que describen y, si lo hacen, es interesante cuestionar también cuáles son las posiciones respecto de cada tipo de acción, sea social, sea individual.

2. Antecedentes contextuales

2.1.Perspectivas de la comunicación

Entre las diversas teorías de la comunicación que podemos observar, existe una característica fundamental que las diferencia. Esta es la existencia o inexistencia de la voluntad de quienes se relacionan.

Como se verá a continuación, existen teorías que consideran que la voluntad no es necesaria para que surja la comunicación, como es el caso de aquellas adscritas al enfoque relacional y, por otra parte, nos encontramos con aquellas teorías adscritas al enfoque simbólico que consideran fundamental la existencia de voluntad en la relación para hablar de comunicación.

De esta forma, con la inclusión o exclusión de la idea de voluntad, se generan modificaciones en los límites del fenómeno "comunicación" que pueden variar desde lo estrictamente humano a que la relación se produzca entre dos objetos sin vida.

2.1.1. Perspectiva Relacional

La perspectiva relacional, es una de las dos perspectivas que intentan responder la pregunta qué es la comunicación; sin embargo, ésta presenta una discrepancia con el conocimiento adquirido por la ciencias sociales en la últimas décadas puesto que, para el enfoque relacional, los fenómenos sociales y, por ende la comunicación, son el resultado de una interacción entre dos elementos sin

importar la forma cómo se relacionan o quiénes se relacionan. Al respecto y haciendo una aproximación a la mirada psicologista de la comunicación, Bateson y Ruesch (1984) plantean que (…)“el concepto de comunicación incluye todos los procesos a través de los cuales la gente se influye mutuamente” (Rizo, 2004: 6).

Entre las teorías que pueden ser adscritas al enfoque relacional aparece la teoría Matemática de la Información propuesta por Shannon y Weaver (Otero, 1997), donde se analiza la comunicación como un proceso de flujo de información, principalmente a través de máquinas, que ha sido estudiada constantemente como comunicación humana, a través de la visualización del emisor y receptor como meros codificadores y decodificadores de señales, pues dicha teoría hace referencia a un flujo de informaciones entre un aparato telegráfico y otro (ver 2.2.1).

Por otra parte, aparece también la teoría de Waztalavick (1971) que presenta, como primer axioma de la comunicación, el que “no es posible no comunicar”, y ella postula que la comunicación es netamente humana y social, pero ella no siempre es intencionada, pues cada gesto que realiza una persona, por más desinteresado que sea, está comunicando algo a quien lo observa.

A nuestro parecer, ambas teorías podrían comprenderse mejor si se utilizara el concepto de “información” en vez de “comunicación”, ya que lo que se puede inferir de la mera existencia de alguien o de sus comportamientos individuales

no son más que información, como toda la información que produce la existencia de todas las cosas: árboles desinteresados, bancas desinteresadas en el parque, perros corriendo desinteresadamente, etc. Mientras que aquello que se produce en el traspaso de un mensaje desde un aparato a otro, aludiendo a la Teoría Matemática de la Comunicación, no es más que el traspaso de ondas de un aparato a otro, en el cual, por las interferencias ambientales o en el canal, pueden producirse ruidos que generan la pérdida de dichas ondas, pero continúa siendo un traspaso de información y no una comunicación humana intencionada, propiamente tal. (Shannon y Weaver, 1964)

Esta breve descripción del enfoque relacional de la comunicación nos lleva a pensar que de ser este axioma una base para la comprensión de la comunicación, entonces sería necesario quitar la idea de comunicación humana y proceder a ampliar la concepción a una interacción entre dos elementos, cualesquiera que estos sean, vivos o inertes, conscientes o inconscientes. Así, desde la perspectiva relacional, todo lo que se puede inferir de cualquier realidad nos estaría comunicando algo y, por lo mismo, todo aquello que interpretamos acerca de nuestro entorno formara parte de un proceso comunicativo. Pero, ¿en qué se distingue la comunicación del fenómeno de existir o de percibir o de interpretar? ¿por qué utilizar dos conceptos diferentes para aludir a lo mismo?

Pareciera que existir, relacionarse, percibir e interpretar, corresponden a ideas distintas a la idea de comunicación pero, con sus diferencias, la interacción de cada una de ellas, más algunos otros elementos[3], forman la comunicación.

Información inherente a la existencia. Cada elemento, sea vivo o inerte, material o inmaterial, "real" o "imaginario", existente en el mundo de la vida, posee características perceptibles; la hoja de un árbol, lo que imaginé cuando vi un auto último modelo, la persona que estaba en la fila del banco, todos y cada uno de ellos pueden ser "leídos" sólo por el hecho de existir. La hoja tiene colores verdes y amarillos, sus orillas son lisas, en fin. Imaginé que iba en el auto último modelo por una carretera en medio del desierto y que había tonalidades de arena, distintas a mi alrededor, etc. La persona en la fila del banco era alta, delgada, de tez blanca y era hombre, entre otras de sus características. Sin embargo, ninguno de estos elementos pretendía comunicar la información que pudimos inferir de su mera existencia. La hoja no decidió ser verde con amarillo, el imaginario surgió sin necesidad de reflexión y la persona que estaba en la fila del banco no integra la fila porque quiere que lo perciban e interpreten. No obstante, nos relacionamos con ellos por el mero hecho de observarlos, de percibirlos a través de nuestros sentidos y de adquirir información acerca de su existir. ¿Es esto comunicación? ¿Relacionarse sin voluntad de relacionarse, es comunicación?

[3] Ver acápite VI "Propuesta", pág. 94.

Del mismo modo, así como cada elemento existente posee características perceptibles que pueden ser interpretadas a modo de información por los sujetos, todos los seres humanos en estado físico-psíquico normal, están capacitados para percibir e interpretar una infinidad de fenómenos existentes en la realidad. No podemos percibir todo y menos podemos interpretar todo lo que percibimos, pero en tanto nuestra historia personal nos los permita, percibiremos y/o pondremos atención a todo aquello que nos haga sentido desde nuestros conocimientos previos y nuestras capacidades sensoperceptivas, es decir, desde nuestro "acervo de conocimiento"[4] a mano y nuestras capacidades orgánicas de percibir la realidad.

Ante la capacidad humana de interpretar, las hojas de los árboles no pueden competir, no pueden prestar atención a algo en particular, no tienen conciencia para interpretar la realidad; sin embargo, los sujetos pueden relacionarse con las hojas de los árboles, pueden observarlas, pueden cortarlas, quemarlas si quieren, es decir, pueden provocar reacciones físicas en los árboles; no obstante, las hojas no tienen voluntad, ni para dejarse quemar, ni para detener una posible tortura; entonces, a nuestro parecer, la comunicación se distingue de una relación, interpretación o de un existir, primero, por la existencia o inexistencia de conciencia y voluntad y, segundo, por la capacidad

[4] Comprendemos por "acervo de conocimiento" al cúmulo de experiencias que vivencia un sujeto y que es utilizado por los sujetos como fuente de información para dar sentido a nuevas vivencias. (Ver Pág. 28)

interpretativa que tienen los sujetos, capacidad que les permite vivenciar este o cualquier tipo de fenómeno.

Sin embargo, de las dificultades que presenta el enfoque relacional para acercarse al fenómeno comunicativo ya se dieron cuenta algunos autores, quienes proponen una variación de perspectiva adhiriendo al enfoque simbólico de la comunicación, en el cual se integra la idea de voluntad y conciencia y, con ello, se acota a una relación estrictamente humana.

2.1.2. Perspectiva Simbólica

La perspectiva simbólica o enfoque simbólico de la comunicación, se caracteriza porque ella es asumida desde dos premisas básicas: voluntad y capacidad interpretativa, en el sentido que esta concepción se refiere a la comunicación como proceso, que se vive a través de representaciones de la realidad y que son producidas por los sujetos, generalmente en forma de signos y símbolos, y que tienen por finalidad compartir con otros las realidades que se han construido y que se encuentran representadas en su "acervo de conocimiento".

De lo anterior se desprende que "la comunicación (…) goza de todas las características de la acción: es humana, es libre y tiene un fin, etc." (Martín Algarra, 2003:55).

Con la perspectiva simbólica de la comunicación es posible acotar, en gran parte, el fenómeno de la comunicación pues, desde esta perspectiva, las

relaciones entre objetos, animales u hombres, son comprendidas como meras relaciones y no como actos comunicativos. Así, la comunicación se adscribe a una actividad humana, sólo los seres humanos pueden generar reproducciones de su conciencia asumiendo que, a diferencia de los animales, el hombre está dotado de inteligencia y libertad (Scheler, 1989), como bases para ello.

Analizando ambas perspectivas y comprendiendo el significado atribuible a la idea de relación y de acción, podemos afirmar que contamos con aspectos suficientes para entender el fenómeno comunicativo, el enfoque simbólico, aunque tal afirmación la analizamos con mayor detención en el apartado IV "Discusión" del presente texto.[5]

2.2.Algunos modelos de comunicación

En el estudio realizado a través de esta investigación acerca de las teorías de la comunicación nos ha sido posible enumerar algunas teorías y modelos que tienen como objetivo central ocuparse de los medios de comunicación masiva y también otro grupo de autores que realizan descripciones de este fenómeno y lo asumen como un proceso más general, al que se puede adscribir tanto la comunicación interpersonal como la comunicación mediática. De este segundo grupo hemos seleccionado los más utilizados y los hemos situado en este apartado no con el propósito de presentar el estado del arte, sino como una forma de ejemplificar la evolución que han tenido los diversos elementos

[5] Ver pág. 79.

constitutivos del fenómeno comunicativo desde las primeras teorías hasta las más actuales.

Sin embargo, cabe mencionar que es en la última propuesta teórica donde centraremos la atención, por ser ella una propuesta explícitamente ontológica que, aunque dista en algunos puntos de lo que plantearemos como propuesta, nos ha servido de guía en los cuestionamientos iniciales de la investigación, la que no será incorporada en este apartado sino en el 3.2, en el contexto del Marco Teórico.

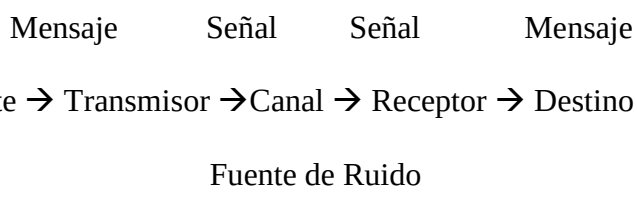
2.2.1. Schannon y Weaver

La teoría de Shannon y Weaver, una de las más utilizadas en diversas disciplinas, surge de la necesidad de comprender el traspaso de información, no de persona a persona, ni de un medio de comunicación a una audiencia particular, sino de una máquina a otra, ya que fue creada para explicar las interferencias en el traspaso de información entre un aparato de telégrafo y otro.

Esta teoría de comunicación es posiblemente la más distante del concepto de subjetividad, pues tiene como finalidad la medición del volumen o pérdida de información transmitida a través de un canal, es por esto que se denomina Teoría Matemática de la Información.

No se ahondará mayormente en esta propuesta por carecer de una base comparable con el tema de estudio, pero es necesario nombrarla y describir su

principal postulado por ser comúnmente utilizada para la enseñanza de la comunicación. El modelo tiene la siguiente expresión gráfica:



En este modelo la preocupación central se refiere a la "señal", pues en la transmisión de ésta, se puede generar un ruido que modifique la llegada del mensaje al destinatario. En este sentido, lo que estos autores esperaban de sus investigaciones era percibir cómo hacer que este ruido fuera mínimo en la transmisión de mensajes, desde un aparato telefónico a otro, con el propósito de reducir la pérdida de información.

Este modelo se presenta como un excelente ejemplo de una teoría basada en el enfoque relacional previamente tratado[6].

2.2.2. Harold Lasswell

La teoría de la Aguja Hipodérmica fue planteada por Harold Lasswell extraoficialmente en el año 1939 (Otero, 1997). Esta teoría afirma que los elementos que forman la comunicación se pueden conocer respondiendo a la pregunta ¿Quién dice qué, a quién, por qué canal y con qué efecto?

[6] Ver pág. 8.

En base a esta pregunta, Lasswell sostiene que la importancia de la comunicación se encuentra en los efectos que ella produce en quien "recibe" el mensaje (Martín Algarra, 2003) y, tratando de observar esta situación en el uso de los Medios Masivos de Comunicación, teoriza en torno a las audiencias postulando que estas pueden responder colocando atención, comprendiendo el mensaje, disfrutando, evaluando o realizando acciones (Otero, 1998). Sin embargo, luego de proponer que quienes reciben los mensajes de los medios de comunicación masiva son "masa", es decir, un grupo homogéneo de sujetos afectados indistintamente por los medios de comunicación, explica que, no todas las expresiones tienen el mismo significado en todas partes del mundo o para todas las personas con lo que entrega al público un carácter subjetivo e individual dentro de la idea de masa y, más aún, sienta las bases para que, más adelante, los teóricos de la comunicación centren sus investigaciones en los significados de los mensajes y no en las subjetividades del público, como podría suponerse.

Como se puede ver, Lasswell estable un precedente importante para el estudio de la comunicación pero, no por ello, constituye un enfoque explicativo integral del fenómeno comunicativo. Su visión y la de sus seguidores dirigieron su atención al "emisor" del mensaje, pues él es quien produce la comunicación[7] y, por tanto, es en ellos, emisor y mensaje, en quienes Lasswell centra sus estudios pues, considera que comprendiendo aquello, podría entenderse adecuadamente

[7] Preferimos llamar "entrega o flujo de información" a este tipo de propuestas teóricas.

el fenómeno comunicativo. Sin embargo, aquí nos surge la pregunta ¿qué pasa con la interpretación de dichos mensajes? ¿qué sucede con esa interpretación que Lasswell mencionó como afecta a un entorno y a la predisposición de las personas? En esta teoría y en otras ligadas al estructuralismo y postestructuralismo, nos parece que se pierde la capacidad interpretativa de los "segundos" interactuantes de la comunicación que, claramente, a nuestro parecer la atención no está dirigida a la ontología de la comunicación humana, sino más bien privilegia los flujos de información.

2.2.3. Paul Lazarsfeld

Los estudios de Paul Lazarsfeld se encuentran dirigidos a los efectos que producen los medios de comunicación en las audiencias, privilegiando los procesos políticos e intentando responder la pregunta ¿por qué ciertas personas eligen votar por tal candidato?

Los resultados de las investigaciones realizadas por Lazarsfeld han servido de fundamento para desmitificar la idea de que los medios de comunicación sean decididamente influyentes en las decisiones políticas que toman los ciudadanos (Otero, 1998), demostrando que sólo quienes no han definido con antelación sus tendencias políticas (los menos) se verán afectados por los mensajes de tipo mediático.

En atención a la idea anterior y como corolario de sus investigaciones, Lazarsfeld postuló que es a través de la comunicación interpersonal que los

sujetos van conformando sus ideas y que, en la medida que este fenómeno sea considerado por los medios de comunicación masiva, entonces esos medios podrán provocar algún efecto relevante en las audiencias.

En este sentido, (…)"los autores concluyen que las campañas no generan nuevas opiniones sino que activan las predisposiciones latentes". (Otero, 1998: 43)

Esta propuesta se conoce con el nombre de "Modelo de los Efectos Limitados" y su principal diferencia con las demás teorías se encuentra en el uso del concepto de "Lider intermediario". Mediante este concepto, la teoría de Lazarsfeld establece una especie de puente entre los medios de comunicación y los grupos de personas, a los que pretende influenciar, es decir, el líder intermediario recibe un mensaje de los Mass Media y este, al compartirlo con los demás, lo hace persuasivamente. De esta forma, Lazarsfeld propone algo más cercano a lo que podríamos asumir como metodología de estudio de la comunicación, basada en la técnica del Panel, que una teoría de comunicación o de ciencias de la información propiamente tal.

Aunque este autor se acerca, también a la importancia de estudiar la comunicación como un fenómeno que incluye especialmente la relación persona a persona, más que la generación de información por parte de los medios de comunicación, el enfoque posterior de sus investigaciones mantiene un objetivo efectista, a través del cual dirige su atención a las formas en que son

enviados los mensajes y los resultados visibles que ellos tienen en los grupos sociales, pero quizás uno de los aspectos de los cuales adolece esta propuesta es que no considera la interpretación de dichos mensajes.

2.2.4. La Pentada Dramatística de Kenneth Burke

Kenneth Burke, plantea la teoría llamada Pentada Dramatística, y mediante ella, más que proponer un modelo o teoría de la comunicación, en palabras de Martín Algarra (2003), (…)"puede considerarse (…) como un modelo de análisis de la acción humana en el que encaja perfectamente la comunicación (…)"[8].

En la Pentada Dramatística, la comunicación se comprende como una acción en la cual interactúan cinco elementos: A) La escena, que es el ámbito donde están todos los elementos, es decir, corresponde al tiempo-espacio donde se desenvuelven los actores. B) El acto, que está referido a los hechos específicos que han tenido lugar en la escena,.C) El actor, que es la persona en escena, con todo lo que se conoce de ella, incluyendo su historia personal, su cultura, su personalidad, etc. D) Medios para la acción, se refiere a todo aquello que es útil al actor para realizar el acto, lo que implica tanto aspectos físicos, estrategias, institucionalidades, etc. E) El propósito, que en palabras de Schütz, se refiere al "motivo para", es decir, al fin que el actor pretende alcanzar con su acto.

[8] Ver pág. 110, "Teoría de la Comunicación. Una Propuesta.", Martín Algarra, 2003.

Este modelo, comparte la idea de "acción social de la comunicación"[9] y es útil para observar los procesos comunicativos; sin embargo, ella está dirigida a las interacciones sociales y no a la acción estrictamente comunicacional, es decir, si se sigue este modelo, sin considerar algunas falencias, no estaríamos aludiendo al fenómeno comunicativo y, más bien, estaríamos refiriéndonos a cualquier tipo de relación humana que tan solo considera algunos tipos de símbolos.

Entonces y acercándonos a una ontología de la comunicación, que es nuestro interés central en esta investigación, surge la propuesta por Manuel Martín Algarra, quien establece una definición específica para el fenómeno comunicativo. Este autor, principalmente en su obra "Teoría de la Comunicación. Una propuesta.", afirma que para que exista fenómeno comunicativo es necesario, primero, que exista una relación, luego que esta relación sea simbólica, por tanto humana y social; pero además agrega que ésta debe ser una acción basada en una intención comunicativa, cuestión que especifica y clarifica aún más el fenómeno que nos interesa estudiar, como se verá especialmente en el punto 3.2. de este escrito.

[9] Se comprende por "acción social de la comunicación" al carácter social que se le atribuye a la comunicación desde los distintos enfoques teóricos y que se puntualiza como acción en la propuesta de Martín Algarra. Dicha idea (acción social) implica que la comunicación sólo existe cuando dos sujetos se expresan e interpretan mutuamente con la intención de comunicarse, desechando la posibilidad de que un sujeto pueda comunicarse consigo mismo.

3. Antecedentes teóricos

3.1.Alfred Schütz

Probablemente una de las mayores dificultades que se le presentan a las ciencias sociales sea encontrar un punto de equilibrio entre la posibilidad de que un sujeto influya en la sociedad y, por otra parte, que ella también influya en un actor. De esta idea aparece un cuestionamiento que nos parece que está presente en la historia de las disciplinas sociales y que se refiere a la gran cantidad de Teorías Sociológicas que sirven de sustento a las explicaciones relacionadas con el fenómeno comunicativo (Ritzer, 1997). Sin embargo, entre los teóricos destacados del siglo XX, aparece el nombre de Alfred Schütz, como uno de los autores que logra mostrar una vinculación entre las ideas de subjetividad e intersubjetividad, proporcionando importantes antecedentes para comprender las interacciones sociales, como fenómenos dialécticos entre sistema y entorno, sujeto y contexto o, en otras palabras, entre ser humano y sociedad.

3.1.1. Surgimiento y planteamiento del fenómeno de la subjetividad e intersubjetividad

Para Schütz, la subjetividad y la intersubjetividad son fenómenos interdependientes que se relacionan en forma constante y que no son en ningún caso separables, el uno del otro. Para este autor un "ego"[10] realiza acciones

[10] Nos referimos al ego como un sujeto dotado de conciencia, en estado de alerta.

desde la libertad limitada, tanto por las características fisiológicas del sujeto, la historia que le precede y las proyecciones que construye, las cuales, se quiera o no, se encuentran relacionadas no sólo con él mismo sino, también, con el medio circundante, lo que implica la presencia de subjetividades, de otros "egos" o en palabras de Schütz, del "alterego".

Quizás esta sea la forma más compleja y una de las más completas para explicar las conductas y relaciones de los sujetos, en el mundo. Una conducta o un acto sustentados en la libertad del actor para tomar decisiones pero, con las limitaciones propias que son adquiridas por el sujeto con su historia, sus sueños, anhelos y proyecciones, modifica la realidad tanto del mismo sujeto como de los sujetos con los que convive e incluso la de aquellos a quienes ni si quiera conoce. Así, también, los actos de los demás, sean estos observados como sujetos o como sociedad, modifican la realidad de los sujetos particulares.

a) El "mundo de la vida cotidiana"

La realidad que los sujetos viven diariamente es llamada por Schütz "mundo de la vida cotidiana". Los sujetos forman parte de ese mundo y por tanto influyen en sus dinámicas pero, a su vez, el "mundo de la vida cotidiana", a través de los sucesos que en él ocurren, influye en la realidad de los sujetos (Schütz, 1973:25).

En el "mundo de la vida cotidiana" se encuentra todo lo perceptible por los sujetos. En términos tradiconales-positivistas, forman parte de este mundo

tanto lo externo al cuerpo-organismo del sujeto (o entorno visto desde la perspectiva sistémica) como la conciencia, la interioridad del organismo, ya que la conciencia, fenomenológicamente, siempre es conciencia de algo y ese algo puede ser tanto una reflexión, un sueño, un perro, una mesa o un sujeto. Así, encontramos en este mundo limitaciones subjetivas e intersubjetivas que van encausando nuestras posibilidades de acción, mientras que, como nosotros también formamos parte de dicho mundo, con nuestro accionar vamos limitando y posibilitando las acciones de los "otros".

En el "mundo de la vida cotidiana" los sujetos se desenvuelven y se relacionan. Si observamos los actos en la vida, la vida no se resume a una exterioridad del organismo, sino a una vida tanto interior como exterior, por tanto, el mundo de la vida se refiere no sólo a la realidad del entorno como es tratada desde el positivismo, sino también a la realidad percibida en nuestra conciencia. Cabe acotar además, que esta realidad no es completamente perceptible por cada sujeto, sino que es percibido en una mínima porción por las capacidades y ámbitos de sentido que son inherentes a todo sujeto. Por tanto, gran parte del mundo de la vida cotidiana queda fuera de nuestro alcance.

b) La actitud natural

El "mundo de la vida" es experimentado, también, a través de una actitud cotidiana, que es aquella en la que los sujetos no cuestionan la existencia de la realidad que viven, sino que asumen el ordenamiento de la realidad como algo

preexistente. Esta actitud de sentido común y que es inherente a cualquier sujeto adulto en estado de alerta, es denominada por Schütz como “actitud natural”.

En esta actitud, presuponemos la existencia de “otros”, de un orden dado por una cultura y las tradiciones, lo que quiere decir que, en actitud natural los problemas no son ni científicos ni filosóficos (Fernández, 2008), sino que están orientados a resolver situaciones prácticas de la convivencia con este “mundo presupuesto”. En palabras de Schütz:

(…) “en la actitud natural de la vida cotidiana se presupone sin discusión lo siguiente: a) la existencia corpórea de otros hombres; b) que esos cuerpos están dotados de conciencias esencialmente similares a la mía; c) que las cosas del mundo externo incluidas en mi ambiente y en los de mis semejantes son las mismas para nosotros y tienen fundamentalmente el mismo sentido; d) que puedo entrar en relaciones y acciones recíprocas con mis semejantes; e) que puedo hacerme entender por ellos; f) que un mundo social y cultural estratificado está dado históricamente de antemano como marco de referencia para mí y mis semejantes, de una manera, en verdad, tan presupuesta como ‘el mundo natural’; g) que, por lo tanto, la situación en la que me encuentro en todo momento es sólo en pequeña medida creada por mí”. (Schütz, 1973:26-27)

Con lo expresado en el párrafo anterior, se pone de manifiesto que en actitud natural los sujetos asumen no sólo la existencia de objetos factuales sino,

también, la existencia de otras subjetividades con las cuales se relacionan constantemente (ya sea comunicativamente o no) provocando modificaciones de la realidad tanto para los demás como para ellos mismos.

3.1.3. El fenómeno de la subjetividad

a) Situación biográfica y "Acervo de conocimiento"

"Mi cuerpo no es un objeto en el espacio, sino más bien la condición de todas mis experiencias del ordenamiento espacial del mundo de la vida. En toda situación, mi cuerpo actúa como un centro de coordinación del mundo con un arriba y un abajo, una derecha y una izquierda, un delante y un detrás. Ante todo, mi cuerpo y su funcionamiento rutinario es un elemento fundamental de toda situación." (Schütz, 1973:111). Esta afirmación posiciona al sujeto en una situación temporal, espacial y social que actúa tanto como posibilitador de la acción y como limitante de esta. Dicha situación es llamada por Schütz, "Situación Biográfica"

En términos temporales, la situación biográfica, limita y posibilita a través de la relación que hace un sujeto de los distintos tiempos que convergen espontáneamente en su presente, así, si un sujeto que espera su turno en el banco, no puede apurar el paso del tiempo en el mundo pero si puede utilizar ese tiempo de espera. Estos tiempos son la "dureé" (o tiempo subjetivo), el tiempo social (o tiempo intersubjetivo), el tiempo del mundo y el tiempo biológico. En este sentido Schütz afirma que (…)"Experimento la necesidad del

tiempo del mundo en la espera y en la subordinación de mis acciones al principio ‘lo primero es lo primero’.” (Schütz, 1973:110). Así, cada acción realizada por el sujeto exige una acción previa como por ejemplo, no se puede comer sin primero abrir la boca.

En términos espaciales, las limitaciones dadas por la situación biográfica, surgen del estar aquí y en ninguna otra parte al mismo tiempo sumado a las condiciones orgánicas o corporales para estar aquí. Esto implica que un sujeto no puede estar en dos lugares al mismo tiempo y, por tanto, su realidad se limita al lugar en el que está ahora. Además, su cuerpo no puede tener más capacidades y/o características de las que tiene; si es alto no puede ser bajo, si es sordo no puede oír, etc., lo que lleva a que sus características como individuo lo priven y posibiliten, también, de percibir la realidad desde otra perspectiva, pues si se es bajo, la experiencia de la realidad se vivirá desde esa altura y no de otra.

En términos sociales, las limitaciones se dan en función tanto de mi situación biográfica como de la situación biográfica de aquellos con los que me relaciono. No puedo estar exactamente en el mismo espacio que ocupa un “otro”, ni puedo esperar que el otro esté en el mismo espacio en el que estoy yo. Por otra parte, la situación biográfica en la que se encuentra un sujeto y las acciones que en ella realiza dicho sujeto pueden ser afectadas por algún o algunos “alterego” de su pasado, presente o futuro. En este sentido la experiencia actual siempre está ligada a un “otro”, pues el sujeto aprendió cosas

del otro, proyecta sus acciones respecto de otros, etc. Así, en una situación específica un sujeto puede recordar que su madre le dijo muchas veces, en el pasado, que no hiciera tal o cual cosa o imaginar cómo reaccionarán los demás si el actúa de una forma u otra, limitándose por su relación con los demás.

Estas características de la situación biográfica, son asumidas irreflexivamente por los sujetos en su experimentar la realidad, no son cuestionadas en el quehacer cotidiano y forman parte de lo que Schütz llama “estructuras fundamentales de la experiencia del mundo de la vida”.

Así, la “Situación biográfica” se erige como pilar fundamental para la comprensión de la idea de “acervo de conocimiento”, pues considerando la temporalidad, la espacialidad y el carácter social de las vivencias en estado presente, es que se construye el “acervo de conocimiento” de un sujeto.

El “acervo de conocimiento” se construye a través de la acumulación de vivencias, es decir, la acumulación de experiencias significativas que el sujeto ha tenido a lo largo de su vida y que conforman una fuente de información a la que el sujeto recurre constantemente para enfrentarse a nuevas situaciones. Por ejemplo, cuando un sujeto percibe el ceño fruncido de su jefe por primera vez, es capaz de homologar la situación a otros momentos en que ha visto a personas con el ceño fruncido y realizar acciones hacia su jefe considerando el resultado de sus acciones anteriores en una situación similar, es decir, esta situación que

no es idéntica a ninguna situación previamente vivida, es asumida por el sujeto como algo conocido y provisto de sentido.

Sin embargo, cabe mencionar que, como en la propuesta de Schütz todo está relacionado e interdependiente, es también el "acervo de conocimiento" la base sobre la cual se erigen las acciones llevadas a cabo en el tiempo presente, es decir, el "acervo de conocimiento" previamente construido es, también, base para vivenciar la situación biográfica.

El aquí y el allí del "ego"

El aquí y el allí del ego está relacionado, también, con el "acervo de conocimiento" y la situación biográfica, pues se refiere a la temporalidad y espacialidad del "ego" en una situación actual en la que, relacionándose con un "alterego" se ve incapacitado para estar en la posición exacta del otro sujeto pues, el espacio que uno ocupa en un momento determinado no puede ser utilizado por el otro en el mismo momento debido a las limitaciones inherentes a la corporalidad. Así, en caso de que se quiera visualizar la situación biográfica del otro, es necesario un proceso imaginativo en el cual, cada sujeto fantasea respecto de cómo es la situación biográfica del otro utilizando como base su propio "acervo de conocimiento" a mano.

De esta forma, si consideramos que cada sujeto se encuentra limitado por su "situación biográfica" y por su "acervo de conocimiento" impidiéndole situarse exactamente en el mismo espacio y la misma experiencia previa que su

"alterego" podríamos decir que el ser humano en una actitud natural tiene una visión de la realidad más cercana a la relatividad (Bergson, 1956), puesto que la observación que se realiza de la situación depende de la situación temporal-espacial en la que el sujeto se encuentre y, por ende, vivencia la realidad desde una sola de las perspectivas posibles, la que él experimenta en su presente vívido.

La duración interna o tiempo interior

Schütz, considerando las ideas de Henry Bergson y Edmund Husserl, plantea una continuidad temporal de la conciencia. Una continuidad de gran relevancia para la comprensión de la subjetividad-intersubjetividad.

Se trata de un tiempo interior o "dureé"[11] que se vivencia como un flujo continuo en la conciencia y que es vivido como una situación actual en su totalidad. En palabras de Schütz "lo que en verdad vivenciamos en la duración interna no es un ser que sea discreto y bien definido, sino una transición constante del 'ahora-si' a un nuevo 'ahora si'." (Schütz, 1993:75)

Lo anterior implica que la "dureé" no pueda ser "detenida" para su análisis, pues la detención de la conciencia frente a este tiempo exige la utilización de un tiempo distinto, un tiempo reflexivo, en el que ya no se vivencia la corriente de

[11] La dureé es el concepto que utiliza Henry Bergson para explicar la temporalidad de la consciencia. Temporalidad que él define como un continuo indivisible en ideas como pasado, presente o futuro, pues la "dureé" implica un paso constante de un ahora-así a un nuevo ahora-si que sólo puede ser comprendido reflexivamente cuando el sujeto se abstrae de la corriente y reflexiona sobre dicho continuo. Por lo tanto, Bergson, considera que la reflexión es vivenciada como parte del mundo espacio-temporal de la vida cotidiana (Ver Schütz, 1993: 75).

la conciencia en estado puro, sino que se recuerda el momento precedente en que la conciencia se encontraba en estado puro de fluidez del “ahora si”. “Más bien, lo que hemos captado es el movimiento que ya no lo es, movimiento que ha recorrido su curso, en síntesis, no el movimiento mismo, sino tan sólo el espacio atravesado.” (Op.Cit:75)

Así, Schütz plantea que (…)“La conciencia misma de la corriente de duración presupone un volverse contra la corriente, una clase especial de actitud dirigida contra esa corriente, una ‘reflexión’, como le llamaremos.” (Op.Cit:77), es decir, cuando la conciencia vivencia la “dureé”, no se es consciente del envejecimiento que implica el paso del tiempo, y sólo se puede tomar consciencia de ello al pasar al momento reflexivo, deteniendo esta corriente.

Sin embargo, la reflexión (que pertenece al especio-temporal del mundo de la vida cotidiana), implica que al momento de vivir la reflexión el sujeto no pueda simultáneamente reflexionar sobre su propia reflexión pues, para ello se hace necesario un momento posterior en el que el sujeto pueda detener su reflexión para visualizar la reflexión previamente vivida. Así, cada reflexión que el sujeto realiza, se va transformando en una vivenia y en acervo de conocimiento a mano quedando como información que nutre, de una u otra forma y en una u otra medida, la reflexión actual, lo que hace que el acto reflexivo en sí mismo tenga el carácter de “recursivo”, pudiendo sucederse a sí mismo una y otra vez del modo “reflexiono sobre mí reflexión”.

Retención (rememoración primaria) y evocación o reproducción (rememoración secundaria)

La retención o rememoración primaria se refiere a la percepción de una ‘cola de cometa’, como le llama Husserl, del “ahora anteriormente vivido”, que se erige como paso previo necesario y prácticamente imperceptible a la conciencia, para vivenciar el ahora presente. De ese momento anterior no se tiene conciencia total, sólo se asume que en la “dureé” esta rememoración conduce al paso posterior que actualmente es mí ahora. Pues en la consciencia, las vivencias siempre se encuentran en estado presente, es decir, en ella no existe pasado, presente, ni futuro.

En la evocación o rememoración secundaria, en cambio, se produce una detención del flujo de conciencia a través del cual se toma el momento anterior reconstruyéndolo casi completamente en la conciencia y perdiendo el estado de pureza que tuvo la rememoración primaria en la cual se basó la actual evocación. Para lograr esto es necesario el “acto reflexivo” y, por ende, la modificación temporal que nos hace salir de la dureé, deteniendo la corriente natural de la consciencia a través de la intencionalidad reflexiva.

En este sentido Husserl afirma que:

“Ni si quiera una vivencia es percibida nunca en su completez, no puede ser captada adecuadamente en su plena unidad. Es en esencia algo que fluye, y partiendo del momento presente podemos nadar tras ella con nuestra mirada

reflexivamente puesta hacia ella, mientras los tramos que dejamos en nuestra estela están perdidos para la perfección. Sólo en la forma de retención o de la [evocación] retrospectiva… tenemos alguna consciencia de lo que acaba de fluir detrás de nosotros." (Husserl en Schütz, 1993:80)

Esta pérdida de la completez de la vivencia trae como consecuencia la posibilidad de darle sentido a la vivencia, pues sólo se puede poner atención a una vivencia cuando se le mira al pasado a través de un acto reflexivo.

b) La idea de Intersubjetividad. Niveles de anonimia en el mundo social.

Alfred Schütz habla de niveles de anonimia en el mundo social refiriéndose a que (…)"cuanto más anónimo es el tipo (mediante el cual se experimenta a un contemporáneo), tanto más vigorosamente objetivado está el contexto de sentido que se introduce subrepticiamente en el Otro." (Schütz, 1973:92). Lo expresado implica, primero, que cuando nos referimos a un "alterego" o a un "otro", lo hacemos a través de la "tipificación"[12] del mismo y, en segundo lugar, que mientras más experiencias directas e individuales se han tenido con dicho sujeto el nivel de tipificación es más específico y detallado respecto del "otro".

Lo anterior conduce a una proporcionalidad entre el nivel de conocimiento que se tiene respecto de la persona con la que se está interactuando y el nivel de tipificación que se realiza para dirigirse a él, asumiendo que esto modifica

[12] Ver idea de "tipificación" pág. 74.

igualmente el tipo de informaciones que se compartirán y la forma en que serán compartidas.

Así, no es lo mismo relacionarnos con la tipificación de un sujeto como el "cajero del supermercado" que hacerlo con "mi hermano". Cada uno de ellos representa en nuestra conciencia una distancia o cercanía influye en que las actitudes hacia ellos sean más o menos intersubjetivas. Relacionarse con el cajero del supermercado ofrece la única posibilidad de sentido común de que él reciba mi dinero, me entregue una boleta y el vuelto de la compra, además de un buenos días y un hasta luego, privándonos de interiorizarnos en su subjetividad. Mientras que, la relación con el hermano otorga cientos de posibilidades a la consciencia respecto de cómo será dicha relación, pues el hermano no posee una actitud típica para nosotros: lo conocemos, sabemos parte de su historia, hemos vivenciado su carácter, sus gustos, etc. La relación con este último se vuelve más intersubjetiva pues "conozco" mejor su propia subjetividad.

"Orientación Tú"

"La orientación tú surge simplemente por el hecho de que experimento algo en el mundo a mi alcance como 'igual a mí'" (Schütz, 1973: 77). Con esto, Schütz intenta resumir que para que exista una "orientación tú", debe existir primero una relación "cara a cara", es decir, que dos sujetos compartan el mismo tiempo, espacio y se relacionen intersubjetivamente.

Sin embargo, este compartir tiempo y espacio no implica necesariamente que ambos estén orientados el uno al otro, sino que puede darse, como se veía al hablar del enfoque relacional de la comunicación, que sólo uno de los sujetos observe o experimente al otro. En el caso de que esta relación sea unilateral se habla, precisamente, de la "orientación Tú".

"Relación Nosotros"

Cuando esto varía y la relación "cara a cara" (en mismo tiempo y mismo espacio) es recíproca, entonces se produce un "Nosotros", una relación Nosotros "pura". Sin embargo, esta relación nosotros, según se entiende en el enfoque simbólico, puede ser igualmente una relación "no comunicativa"[13]. Schütz hace referencia a esa diferencia a través del reconocimiento de dos tipos de relación nosotros: "En el caso de una orientación Tú recíproca, se constituye una relación social, a la que designaremos mediante la expresión 'nosotros'. De modo análogo a lo dicho sobre la orientación Tú, podemos de nuevo hablar formalmente de una relación Nosotros '*pura*' que se constituye en una orientación Tú recíproca '*pura*'. No se debe olvidar, sin embargo que la relación Nosotros también se efectiviza solamente en diversas etapas de aprehensión y tipificación concretas del Otro. Por ende, sólo puedo compartir la vida consciente de otro hombre cuando nos encontramos uno con el otro en una relación Nosotros *concreta*." (Schütz, 1973:76). Ella, la relación nosotros

[13] Con esto nos referimos a que en una relación "nosotros pura" implica una relación social dada por el tiempo y espacio pero, no exige una interacción simbólica como en el caso de la relación "nosotros concreta".

concreta, hace referencia al paso de una mera observación recíproca a la interacción social mediada por símbolos en la que, ambos sujetos, vivencian la subjetividad del otro a través de apresentaciones[14] producidas para ellos mismo, "para nosotros".

"Orientación El/Ellos"

Esta orientación está dada a un sujeto cuando la persona con la que se relaciona no surge en la inmediatez con que se dan la orientación "tú" y la orientación "Nosotros". En la orientación Él y Ellos, el sujeto asume la existencia de un o unos sujeto(s) en un mismo tiempo que el suyo pero, en un espacio distinto, un espacio en el que no puede ver al otro y, por tanto, se relaciona con él a través de la rememoración y la tipificación que hace de Él/ Ellos.

Así, cuando pienso en Él, pienso en una persona específica de quien puedo recordar características específicas que lo hacen único a mi conciencia, mientras que cuando me relaciono con Ellos, lo que hago es asumir la existencia de un conjunto de sujetos con una característica particular que uso como tipificación. Ya veíamos en el ejemplo del cajero del supermercado y el hermano, donde el primero forma parte de un Ellos, pues la conducta típica que adscribo a ese sujeto es la misma conducta típica que adscribo a cualquier otro cajero. En este caso "Ellos", los cajeros, se comportan así, por tanto, este cajero no debe distar mucho de ese comportamiento. Mientras que, en el caso del

[14] Comprendemos por "apresentaciones" las re-presentaciones que construyen los sujetos para dar a conocer su realidad (signos, símbolos, etc.)

hermano, “Él”, mi hermano implica que me estoy relacionando con un sujeto particular con una subjetividad específica y no homologable a cualquier otra subjetividad del mundo, “Él”, mi hermano no puede ser recordado por mí como un “Ellos” desde su particularidad.

“Los Sucesores”

“Los sucesores” son los sujetos con los que generalmente existe un mayor grado de anonimia, ya que nos son desconocidos, pertenecen al futuro. Desde esta perspectiva nuestros sucesores sólo son conocibles a través de la utilización de mi “acervo de conocimiento”, con el cual puedo visualizar cómo han sido las personas hasta hoy y fantasear[15], en base a aquello, el cómo serán mañana. Así, como la “anonimia” es mayor, la “tipificación” se vuelve más general, no puedo hablar de un sucesor específico sino de un sucesor con rasgos muy amplios como podría ser el tipo “niño”, “académico”, “adolescente”, etc. Pues no podemos visualizar cómo serán estos tipos generales en un mundo que si o si será diferente de aquel en que estamos insertos, actualmente. En la categoría de los “sucesores” se vivencia una situación como la orientación “Él/Ellos” pero, imaginados en base a tipificaciones previamente existentes en mi conciencia.

[15] Schütz utiliza el concepto “fantasear” con lo que se refiere a la acción imaginativa que realizan los sujetos, principalmente, para proyectar sus acciones, es decir, para imaginar, en base a sus vivencias previas, cómo deberían ser sus actos para conseguir un objetivo específico.

Predecesores

Un predecesor es un sujeto que vivió previamente a nosotros y que, a través de un acto, dejó un elemento u objeto a través del cual nosotros podemos conocerlo en nuestro ahora y comunicarnos con él. Sin embargo, existen algunas dificultades que, aunque disminuyen el nivel de anonimia que vimos al referirnos a los "sucesores", mantiene un grado de anonimia importante. Se trata de la diferencia histórica entre el ahora del predecesor y el ahora de quien lo vivencia a través de su producto apresentador[16].

"El antepasado vivió en un mundo radicalmente diferente al mío. La teoría general de la reciprocidad de perspectivas, que está en la base de la socialización del mundo de la vida, confirmada en la relación nosotros y extendida, con restricciones, al mundo de los contemporáneos, no es aplicable, hablando en términos estrictos, al mundo precedente." (Schütz, 1973:101), pues existe una diferencia biográfica en cada uno de los sujetos. A pesar de que cada uno de ellos puede ser tipificado en términos generales, como lo mismo en el tiempo presente que en el tiempo precedente, ambos vivieron contextos distintos y tuvieron vivencias diferentes, por lo que, aunque el predecesor fuera un adulto de 30 años que creó un objeto para que fuera interpretado por otro sujeto de 30 años tiempo después y si yo tuviera 30 años al momento de hacer

[16] Entendemos por producto apresentador un elemento con características propias que puede ser interpretado como información de la observación de un sujeto (texto, dibujo, seña, color de piel, etc.) Ver más en apartado3.2.2, pág. 48.

dicha interpretación, ambos sujetos (el tipificado por el antepasado y yo) podrían ser radicalmente distintos.

Por otra parte, además de la diferencia contextual que coarta la posibilidad de una tipificación específica acertada, existe otra dificultad en este tipo de relación y es que sólo quien interpreta al antepasado puede realizar acciones, es decir, el predecesor ya no tiene posibilidad de actuar en el tiempo presente de quien lo interpreta, por tanto, por más que se quiera conseguir más información sobre las apresentaciones que ha dejado el predecesor, no se puede buscar en la fuente primaria, en él mismo, sino que se debe indagar en fuentes secundarias, personas que lo conocieron, otras apresentaciones que él haya producido, etc. En palabras de Schütz, refiriéndose al predecesor "Este es un mundo definitivamente concluido. No solo están terminadas las experiencias por las que pasaron mis antepasados, sino que también se ha completado definitivamente la articulación biográfica en la cual se unían las experiencias individuales." (Op.Cit:100). Por lo tanto, una relación con un predecesor es similar a una relación con "Él/Ellos" pero que esta vez no conocemos. Del mismo modo podemos comparar la relación que se produce con un predecesor con la relación que puede darse con un sucesor, considerando que en ambos casos el sujeto actual debe imaginar cómo era (en el caso del predecesor) o cómo será (en el caso del sucesor) el sujeto pero, en la relación con el predecesor, teniendo la posibilidad de buscar su subjetividad a través de sus actos, es decir de las acciones que él realizó y que dejaron productos

apresentadores de los cuales el sujeto actual puede construir información. Es decir, la relación con un predecesor es una relación mucho más mediata pero, con mayores posibilidades de lograr algún nivel de intersubjetividad que en una relación con un sucesor.

Contemporáneos

La relación entre contemporáneos es una relación El/Ellos, tal como se le describió en la página 34. En esta relación surge la dificultad de no tener al otro con el cual nos relacionamos en la inmediatez espacial, pero se asume su existencia en un tiempo paralelo al nuestro y se les conoce a través de tipificaciones más o menos subjetivas dependiendo del conocimiento previo que tenemos de ellos. En palabras de Schütz: “Los encuentros sociales proceden mediante el recíproco reflejo de la experiencia inmediata del Otro; las relaciones sociales entre contemporáneos, en cambio, consisten en captar al Otro como un tipo (personal o funcionario). En consecuencia, tienen, en principio, un carácter sólo probable.” (1973:96)

3.2.Martín Algarra. Una mirada ontológica a la comunicación

3.2.1. Planteamiento general

En el libro “Teoría de la Comunicación: Una Propuesta” (2003), Martín Algarra logra llenar un vacío teórico (existente desde los inicios del siglo XX) en el estudio de la Comunicación, postulando una descripción ontológica basada

explícitamente en la fenomenología, y más específicamente de aquella proveniente del pensamiento de Alfred Schütz.

Para ello, toma algunos de los autores más cercanos a la búsqueda de un modelo ontológico de la comunicación, como son Lasswell, Shannon y Weaver, Oswood y Schramm, Gerbner y Burke, y analiza comparativamente cada una de sus propuestas concluyendo que existen importantes falencias al momento de describir los elementos que interaccionan en el fenómeno comunicativo pero, reutilizando, con modificaciones, algunos aspectos para configurar su propuesta, como por ejemplo la relación entre dos sujetos (emisor-receptor, orador-público), la existencia de una re-presentación de sus consciencias con la finalidad de comunicarse (mensaje, código, acto).

Así, para Martín Algarra, Lasswell se refiere a la acción expresiva de los interactuantes del acto comunicativo con "un escueto 'decir'" (Martín Algarra, 2003:124) como si la única acción comunicativa posible fuera el "habla", la "oralidad". Por otra parte afirma que Schannon y Weaver enofcan sus estudios aludiendo a un proceso técnico, no simbólico, cuestión que es coincidente con Oswood y Schramm. En el mismo sentido Burke presta atención a la acción pero, observándola desde el punto de vista funcionalista, ya que apunta a un análisis de la significación de la acción humana, mientras Martín Algarra busca describir la comunicación en su ámbito "esencial" y no en relación a sus funciones específicas y circunstanciales.

Así, Martín Algarra nos plantea que la comunicación es un compartir sin pérdida lo que, a su entender, implica (…)"por una parte, que la comunicación es una realidad en sí misma social, esto es, exige la existencia de aquel con quien se comparte; y, por otra, implica la capacidad de transformar el mundo en conocimientos expresables de manera que pueda ser compartido: esto es, capacidad de producir símbolos" (Martín algarra, 2003:59). Con ello este autor nos entrega 5 características esenciales de la comunicación que la distinguen con otras acciones y que serán discutidos en esta investigación[17]. Estos son:

a) Es humana: "La comunicación es algo exclusivo del ser humano. Hay fenómenos aparentemente similares en otras especies animales, pero la ausencia de libertad los hace esencialmente distintos a la comunicación humana." (Martín Algarra, 2003:60). Con esta oración el autor argumenta que, desde el enfoque simbólico, la comunicación se produce a través de un (…)"compartir por medio de productos dotados de significado para el otro" (Op.Cit.). Para ampliar esta mirada, él mismo utiliza la justificación que Fisher usa en su texto Perspectives on Human Communication para no referirse al tema, donde, a su vez, éste último impulsa al lector a estudiar a Stuart Altmann para comprender que la comunicación es exclusivamente humana y no animal.

   Parece interesante detenerse en lo que plantea Fisher alude directamente a que su interés se encuentra en la comunicación humana, más allá de

[17] Ver pág. 94.

que pueda o no ocurrir en los animales o comprenderse en una posible interrelación entre computadores: “Cuando aparezca la palabra comunicación en las páginas que siguen, el lector puede leer ‘comunicación humana’, un proceso exclusivamente humano”, nos dice Fisher, y finaliza argumentando que su interés se encuentra en perspectivas no fisiológicas del proceso comunicativo, como son el comportamiento, la percepción, etc.

Sin embargo, Martín Algarra, en la introducción de su texto plantea: “He de reconocer que soy partidario de la búsqueda de lo común, de lo sustantivo en todas las manifestaciones de la comunicación y, por eso mismo, en la investigación sobre ella. Los diversos aspectos exigirán tratamientos especializados, pero siempre desde un mismo punto de arranque que no olvide lo que es y lo que no es comunicación.” (Martín Algarra, 2003:13). Sin embargo, en su intento por explicar qué es y qué no es la comunicación, este autor, prefiere no analizar las características esenciales de este fenómeno acotando sólo afirmaciones realizadas por otros autores que sustentan sus afirmaciones en otros autores pero sin entregar mayores argumentaciones lógicas.

b) Es social: “La comunicación siempre está orientada a otro, a afectar – en el sentido más neutro posible de la palabra – a alguien distinto del yo. Ya en en 1954, Charles Osgood criticaba el modelo matemático de comunicación de Schannon y Weaver, entre otras cosas, porque no

considera al carácter social – que es también humano – de todo proceso comunicativo." (Op.Cit:62). Así, Martín Algarra intenta definir el carácter exclusivamente social de la comunicación, argumentando que distintos teóricos hacen alusión a la necesidad de una dualidad en la que exista un expresante y un intérprete y, agregando que desde la fenomenología de la vida cotidiana de Schütz, se hace referencia a que la intersubjetividad sirve de base para la existencia de una relación "Nosotros", lo que hace posible una interacción social, pues la interacción social sólo existe en el presente vivido.

Sin embargo, cabe preguntarse si esa dualidad (expresante-intérprete) y si la intersubjetividad, por su parte, son fenómenos, estrictamente acotados a dos sujetos que interactúan desde el entorno del organismo del uno y del otro. De cualquier forma, este tema será abordado en profundidad en la discusión del texto[18].

c) Es referencial: Martín Algarra comienza afirmando que comunicarse es compartir conocimiento y explica: "Ese conocimiento es conocimiento de algo. Esto implica que existe una realidad, un mundo común objetivo, dotado de entidad metafísica y cognoscible. Por eso la comunicación es referencial. La referencialidad también implica que se percibe de un modo más o menos parecido ese mundo común y que la comunicación se realiza por medio de un elemento físico que también es

[18] Ver Pág. 94.

compartido" (Op.Cit:64). Esta idea la podemos comprender si previamente explicamos los elementos que Martín Algarra propone para que la comunicación exista como tal, especialmente nos referimos a los "elementos objetivos", a los cuales se hace referencia en los próximos párrafos[19].

d) Es compleja: "Más que de la acción comunicativa hay que hablar de las acciones comunicativas. Estas acciones son la expresión y la interpretación." (Op.Cit.:65) El autor ve la complejidad de la comunicación en la dificultad que aparece en el hecho de que para que ella exista debe coincidir el fin último de una expresión y una interpretación, pues ambas deben realizarse con una intención comunicativa.

e) Se da en presente vivido: La comunicación (…)"No se da en el tiempo estándar, en el que se mide con los relojes, sino que la dimensión temporal propia de la comunicación es el tiempo interior, lo que Bergson denomina *dureé*". (OpCit.:67) Con esto Martín Algarra afirma que la comunicación se realiza siempre en presente, pues cada uno de los actos que implica la comunicación, la expresión y la interpretación, se viven cada una por separado, en tiempo presente, sin importar si los sujetos que se relacionan viven en el mismo tiempo y espacio o simplemente existieron antes o existirán posteriormente.

[19] Ver pág. 47.

Estas cinco características que a Martín Algarra le parecen mínimas para que surja la comunicación deben estar en concordancia con tres elementos básicos que interactúan en toda acción comunicativa. Estos son los elementos subjetivos, objetivos y práxicos.

1. -Elementos subjetivos

Los elementos subjetivos se refieren a los sujetos implicados en la comunicación y dice que los sujetos son seres humanos (aludiendo a la especie), dotados de conciencia y por tanto capaces de expresar y de interpretar con un rango de libertad, limitado exclusivamente por sus propias vivencias que corresponden a situaciones sociales e individuales. En otros términos, son personas capaces de decidir entre diferentes posibilidades, las cuales surgen mediante el cúmulo de experiencias vividas (Scheler 1989), y por su capacidad imaginativa que también es limitada por el mismo cúmulo de experiencias que son determinado por su "situación biográfica" (Schütz 1974).

Al respecto, Martín Algarra explicitando su búsqueda ontológica de la comunicación, sostiene que: "Aunque los actores desempeñen funcionen o acciones diferentes, son entitativamente lo mismo: seres humanos que dotan libremente a sus comportamientos de una finalidad determinada. Por eso hablamos de actores de la comunicación para referirnos a los elementos subjetivo – a los sujetos – de la comunicación, sin dejar de tener en cuenta las funciones que estos realizan." (Martín Algarra, 2003:128).

2.-Elementos objetivos

Estos elementos son un tipo de "material base" que deben utilizar los sujetos para comunicarse. Martín Algarra aquí distingue la existencia de dos aspectos que llama "referentes" y "producto":

a) Referente real, se asemeja a la idea de "mundo de la vida cotidiana" utilizada por Schütz y la define como cualquier realidad perceptible por un sujeto, sea esta parte del entorno o parte de la conciencia y que, por tanto, puede ser un conocimiento adquirido a través de los sentidos (fisiológicamente) o un imaginario, que solo puede ser perceptible en y para la conciencia;

b) Referente mental, se refiere a todas las construcciones mentales que posee el sujeto en la conciencia, hayan sido adquiridas a través de la sensopercepción del entorno (que igualmente mantiene una intervención de la subjetividad de la conciencia) o mediante la autopercepción de la conciencia, que implica aquellas percepciones adquiridas del entorno y aquellas que han sido fruto de la imaginación (Fernández, 2008). La realidad, explica Martín Algarra, (…)"se traduce en un concepto, en una imagen mental que es fruto de la percepción humana de la realidad conocida. No hablamos ya de una realidad ajena al actor, sino de algo

completamente vinculado a él, a su misma existencia." (Schütz, 2003:130)

c) Producto Apresentador, se refiere a las construcciones simbólicas que el sujeto realiza a partir de su "referente mental". Los "productos apresentadores" son los materiales que construye el sujeto desde su conocimiento, experiencia y expectativas, para re-presentar aquello que es parte de su conciencia y que él desea externalizar, ya sea para que lo perciba otro sujeto, ya sea para percibirlo él mismo, con posterioridad. Se distinguen aquí cuatro tipos de "producto apresentador"(Martín Algarra, 2003) que son:

- "Indicación", referida a signos naturales, es decir, a aquellos que no tienen una finalidad significativa pero apresentan algo, de todas formas. Generalmente, el indicador apresenta la existencia de las cosas por sí mismas, sin poseer éstas una intención de ser comprendidas,

- "Marca". Es producida con una finalidad significativa y por tanto debe ser interpretado en función del significado dado por su creador. Ella es de carácter solitario y no se relaciona con lo que apresenta, por lo que sólo tiene significado para quien la produce,

- "Signo". Es producido con una finalidad significativa. Es social, por tanto quien la produce lo hace con la finalidad de hacer presente, a

otros, algún contenido de su conciencia. El ejemplo más conocido de la utilización de signos es el lenguaje verbal,

- "Símbolo". Es un objeto del "mundo de la vida cotidiana" que apresenta una realidad que trasciende la "vida cotidiana" y que se comprende por convención cultural. Un ejemplo muy utilizado del símbolo es el símbolo de la paz: la paloma."(Fernández 2008).

3.-Elementos práxicos

Estos se refieren a las acciones que deben realizar los sujetos para comunicarse y que son la "expresión" y la "interpretación".

Guiado por las nociones de "acción solitaria" y "acción social" que propone Max Weber (1964), Martín Algarra, define dos tipos de expresión y dos tipos de interpretación. Entre los dos tipos de expresión e interpretación solo uno de cada tipo es, para Martín Algarra, expresión e interpretación comunicativa.

La primera se refiere a la "expresión solitaria" que, (…)"es la mera manifestación de un conocimiento o un sentimiento (…) La acción expresiva solitaria no se ve condicionada por una posible interpretación del producto expresivo, ya que este se hace para sí mismo, no por su valor significativo social." (Martín Algarra 2003) Con esto el autor quiere decir que la "expresión solitaria" no posee una intención comunicativa con un "otro" y, según sus

planteamientos, por no tener como objetivo afectar a un “otro”, no podría ser una acción comunicativa, pues la comunicación es intrínsecamente social.

El segundo tipo de expresión se refiere a la “expresión social”, la cual estaría dotada de una intención comunicativa pues (…)“la finalidad de su expresión es que otros la conozcan. El producto es un instrumento para alcanzar el verdadero fin de la expresión social: la comprensión, la comunicación.” (Martín Algarra, 2003). En la “expresión social” el producto apresentador es creado con la única finalidad de dar a conocer a un “otro” el conocimiento o el sentir que queremos exteriorizar y, en este caso, los productos apresentadores que debe utilizar el sujeto que expresa son el “símbolo” y el “signo”, pues ellos poseen un sentido existencial basado en las construcciones sociales.

Como es de suponer, cada tipo de “expresión” merece un intérprete, es por esto que el autor plantea dos tipos de interpretación, cada una ligada a un tipo de expresión. Así, tenemos la “interpretación de la expresión solitaria” y la “interpretación de la expresión social”.

La “interpretación de la expresión solitaria” se define como el proceso en el cual un sujeto percibe un producto apresentador que no ha sido creado para que él lo perciba, por lo tanto, implica ciertas dificultades para su comprensión. Sin embargo, (…)“se puede alcanzar una mejor interpretación de la expresión solitaria conociendo el contexto y el autor, como ocurre siempre en la interpretación.” (Martín Algarra, 2003).

Por otra parte, la “interpretación de la expresión social” es lo que Martín Algarra comprende como interpretación comunicativa. En este tipo de interpretación existen menos dificultades que en la “interpretación de la expresión solitaria”, pero no por ello es menos compleja como tipo de interpretación ya que quien interpreta debe buscar constantemente los motivos sociales que llevaron al otro a expresarse. Sin embargo, la interpretación se facilita porque (…)“de un modo, habitualmente inconsciente, el que expresa se pone en el papel del que interpreta para saber de qué modo debe formular la expresión de lo que quiere dar a conocer para que llegue a ser interpretado por el otro correcta y fácilmente.” (Martín Algarra, 2003) este fenómeno no se observa en la “expresión solitaria”.

Parece importante hacer alusión a un comentario que agrega Martín Algarra al hablar de expresión: “Se puede afirmar que todos los modos expresivos son comunicativos cuando se usan para comunicar, aunque, obviamente, hay modos más y menos adecuados para alcanzar la comprensión entre los copartícipes en la situación de comunicación.” Con esta afirmación Martín Algarra nos expresa, implícitamente, que aunque él proponga que sólo las “acciones sociales” pueden ser comunicativas, está la posibilidad de considerar comunicativas las “acciones solitarias”, sin embargo, menciona que estas “acciones solitarias” podrían alcanzar una menor “comprensión entre los coparticipes”, es decir, podrían ser menos eficaces. Esto nos parece interesante pues, en la búsqueda de una ontología de la comunicación la efectividad del

fenómeno pareciera no tener relevancia. Con lo cual, esta afirmación se constituye como una puerta abierta para la comprensión de dos fenómenos solitarios que pudieran ser comunicativos como se verá en la discusión de la investigación[20].

[20] Ver Pág. 94.

II. ANTECEDENTES METODOLÓGICOS

Probablemente hablar de Metodología Cualitativa sea fácilmente comprensible cuando se realiza una investigación en Comunicación. También se ha expresado suficiente la necesidad de aplicar un método como este a cualquier ámbito relacionado con las acciones humanas; sin embargo, a continuación se plantean algunos lineamientos básicos para la comprensión de cada una de las decisiones tomadas en esta investigación.

1. La subjetividad desde la metodología cualitativa

La lógica que guió a los estudios humanos relacionados, tanto con las Ciencias Naturales como con las Ciencias Humanas o Sociales, produjo gran cantidad de avances desde el Renacimiento en adelante; sin embargo, en el último siglo y en el actual, los conocimientos científicos relacionados con lo social se han encontrado con algunas "piedras de tope" cuando han utilizado métodos de carácter positivista (Martínez, 2006), que han tenido como punto de encuentro la subjetividad humana y, más que ello, lo que Martínez llama el carácter "físico-químico-biológico-psicológico-social-cultural-espiritual", del ser humano. Lo anterior implica una comprensión de los fenómenos sociales desde una perspectiva más amplia que la mera racionalidad consciente y que ha impulsado la liberación de lo que hoy llamamos métodos cualitativos de investigación.

Sin embargo, bajo la idea de métodos cualitativos, caben gran cantidad de enfoques, métodos e instrumentos que, por desapegarse de las generalizaciones y considerar el contexto varían, tanto en su descripción general como en su aplicación específica. Sin embargo, algunos teóricos coinciden respecto de, al menos, cuatro "macro-métodos" en el ámbito de la metodología cualitativa.

Así, Martínez (2006) plantea que toda investigación cualitativa cuenta con una búsqueda hermenéutica de la comprensión de la realidad social, (siendo este el primer método del cual se da cuenta), esto porque tal metodología tiene como principal característica la observación e interpretación de lo observado, ejercicio que, con o sin intención, realizamos los seres humanos ante cualquier realidad que pretendemos percibir con específica atención. Sin embargo, no en todos los casos de estudio es aplicable este método con sus reglas y principios, por tal razón, la hermenéutica es recomendada principalmente en estudios (…)"donde la información que se nos ofrece puede tratar expresamente de desorientar o engañar". (Martínez, M., 2006).

En segundo lugar figura la etnografía, la cual es utilizada con mayor preferencia para estudiar grupos humanos con características culturales poco conocidas para el investigador, pues cada concepto utilizado en esas culturas puede tener significaciones muy distintas de las que le daría el investigador en una primera mirada. En este método se utilizan instrumentos como la entrevista en profundidad, la observación participante y las notas de campo. Esto porque lo que se busca son cuestiones de tipo descriptivo-interpretativo como los valores,

ideas y prácticas de los grupos culturales. Así, el etnógrafo se preocupa de delimitar los componentes culturales y sus interrelaciones en un grupo determinado previamente por el investigador.

En tercer término (Rodríguez, G., 1996), se habla de la investigación-acción como un método de intervención, ya que se utiliza cuando el investigador no sólo desea conocer y comprender la realidad sino, también, plantear soluciones a los problemas encontrados y de este modo realizar acciones en pos de dicha solución. Respecto de los instrumentos o técnicas utilizadas en esta metodología se habla más bien de una mixtura de herramientas.

Por último, nos encontramos con el método fenomenológico que puede ser utilizado en casos en donde no se dude de la veracidad de los testimonios entregados por los sujetos observados, pero que sí parecen alejados de la realidad del investigador (Martínez, M., 2006). En este sentido, el enfoque fenomenológico ayudaría a la comprensión de la realidad a través de explicitar las esencias de las experiencias de los actores. Los instrumentos o técnicas adecuadas para ello (Rodríguez, G., 1996), serían la grabación de convenciones o la escritura de anécdotas de experiencias personales, manteniéndose el investigador como un observador no participante de las acciones realizadas por los sujetos investigados.

Como podemos inferir, cada uno de estos métodos se adscribe a una investigación relacionada directamente con sujetos pertenecientes a una cultura

en particular que deben ser observados, de una u otra forma, para comprender sus intenciones de base para accionar de tal o cual manera dentro de su contexto. Sin embargo, uno de estos métodos amplía la posibilidad de búsqueda a un nivel práctico, pero desde una racionalización filosófica capaz de buscar la esencia de las realidades y posibilitando una búsqueda que, inclusive, vaya más allá de los contextos. Se trata de la fenomenología.

2. Fenomenología

"En ciertos sectores, se considera al fenomenólogo como una especie de adivino, un metafísico u ontólogo en el sentido despectivo de estos términos y, en cualquier caso, como a un individuo que menosprecia todos los hechos empíricos y los métodos científicos(…) Otros, mejor informados, (…) ven a los fenomenólogos como un grupo esotérico de lenguaje incomprensible para todo el que no pertenezca a él, y del cual no vale la pena ocuparse". (Alfred Schütz, 1962:111)

El término fenomenología significa estudio de los fenómenos y tiene como clave (Olcese, 1994) la exploración de la cosa misma acerca de la cual se tiene conciencia evitando hipótesis sobre la relación del fenómeno con aquel que tiene conciencia de él o de quien lo vive, es decir, se busca eliminar el presupuesto buscando un "no saber" radical.

En palabras de Heidegger, “Como significación de la expresión *”fenómeno”* debe *retenerse,* pues, la siguiente: *lo-que-se-muestra-en-sí-mismo,* lo patente.” *(Heidegger, 1927:38)*

En este sentido, más que estar en contra de las ciencias naturales, la fenomenología busca lo que las ciencias exactas dan por obvio: “qué es lo que estudian las ciencias exactas” (Husserl, 1982). En términos prácticos busca describir el ser del fenómeno y no sus funcionalidades, ni dar explicaciones sobre sus “razones” de ser. Al respecto, Dieter Lohmar afima que: “Los hechos empíricos configuran siempre una base de partida limitada para las inducciones; no pueden abarcar nunca todos los casos y además pueden cambiar bajo ciertas circunstancias. La intuición de esencias, o sea, el método eidético, pretende no limitarse a hechos empíricos-contingentes, sino esclarecer relaciones aprióricas, o sea, necesarias, que se aplican a todo caso futuro y en general posible de un determinado fenómeno de la conciencia.” (Lohmar, 2005: 10). Con ello, el autor pone de manifiesto que acercándonos al objetivo de esta investigación, la utilización del método fenomenológico debería guiarnos a la descripción e interpretación de las principales características del fenómeno comunicativo que, sin importar dónde, cuándo o entre quienes se dé, permanezcan como esenciales del fenómeno.

Rodríguez (1996), describe a la fenomenología a través de 8 premisas base exportadas de Van Manen de las cuales quisiéramos quedarnos con 4 que sirven de argumento explícito para nuestra investigación. Estas son:

a) La investigación fenomenológica es el estudio de la cotidianeidad no categorizada o conceptualizada.

b) Es, también, la explicación de los fenómenos dados a la conciencia, asumiendo que “toda conciencia es conciencia de algo”.

c) La investigación fenomenológica se cuestiona las verdades naturales de los fenómenos, siendo universal, al procurar develar las estructuras significativas internas del mundo de la vida. Buscando las esencias.

d) La investigación fenomenológica es pensar sobre la experiencia originaria.

Desde lo anterior, podemos decir que la fenomenología, dentro de los métodos cualitativos, no sólo es útil cuando se quiere comprender una realidad particular inserta en una cultura específica, sino que entrega posibilidades para comprender las estructuras de base de cada una de las realidades en las que nos movemos, ya sea en el ámbito del vecindario, del amor o de la comunicación. Cada una de estas realidades entendidas independientemente como fenómeno universal, es decir, que no es modificado, en su esencia, o por variaciones contextuales.

2.1.Edmund Husserl

La fenomenología surge con Edmund Husserl en el paso del siglo XIX al XX como respuesta crítica al positivismo, pragmatismo y psicologismo de 1900

pretende la búsqueda de lo universal, por lo que, más que ser considerada como un método de investigación cualitativa, ella adhiere a una filosofía que presenta métodos propios y un instrumento particular e irreductible: La conciencia. Al respecto, Husserl afirma que:

"Si hacemos abstracción de las miras metafísicas de la crítica del conocimiento y nos mantenemos puramente en su tarea de aclarar la esencia del conocimiento y del objeto de conocimiento, entonces tal crítica es fenomenología del conocimiento y del objeto de conocimiento y constituye el fragmento primero y básico de la fenomenología en general. «Fenomenología» designa una ciencia, un nexo de disciplinas científicas. Pero, a un tiempo, y ante todo, «fenomenología» designa un método y una actitud intelectual: la actitud intelectual específicamente filosófica; el método específicamente filosófico." (Husserl, 1982: 6).

Así, este autor alude a una actitud conocida como "epojé fenomenológica", donde el filósofo debe hacerse cargo de una ignorancia o de un desconocimiento casi infantil, suspendiendo la existencia de la realidad para intentar percibir la pureza, la esencia de dicha realidad, como si no la hubiéramos experimentado nunca.

Frente a esta posición que adquiere el fenomenólogo se suele decir que, quienes experimentan la fenomenología llegan al punto de dudar de todo, considerando que todo lo existente, existe en cuanto fenómeno de la conciencia y no existe

como elemento “material o inmaterial” de la realidad perceptible. Sin embargo, y respondiendo a esta crítica, Husserl expresa:

“¿De dónde sé, o de dónde puedo saber a ciencia cierta yo, el que conoce, que no sólo existen mis vivencias, estos actos cognoscitivos, sino que también existe lo que ellas conocen, o que en general existe algo que hay que poner frente al conocimiento como objeto suyo? ¿Debo decir que sólo los fenómenos están verdaderamente dados al que conoce, y que nunca jamás transciende éste el nexo de sus vivencias; o sea, que sólo puede decir con auténtico derecho: «Yo existo; todo no-yo es meramente fenómeno y se disuelve en nexos fenoménicos»? ¿Debo, pues, instalarme en el punto de vista del solipsismo?” (Husserl, 1982: 3)

Las respuestas a estas preguntas también las entrega el propio Husserl en el mismo texto, aludiendo a una lógica de sentido común que explica la imposibilidad de poner en duda algo que no existe, por tanto, la fenomenología, para Husserl, surge de una certeza primaria que es la existencia del fenómeno que se intenta conocer a través de la “epojé”. ¿Cómo podríamos hablar de comunicación, entonces, y observarla fenomenológicamente si no aceptáramos su existencia? O, más simple aún, cómo aceptar su existencia si ese concepto no existe.

En la presente investigación utilizamos el método fenomenológico para acercarnos e interpretar al fenómeno de la comunicación, asumiendo que este

existe, pero que es necesario dilucidar su esencia, qué elementos interactúan en ella y cómo interactúan. Se busca saber, entonces, cuándo podemos llamar comunicación a un fenómeno y cuándo no, situando entre paréntesis las concepciones predadas sobre dicho fenómeno.

3. Problema de investigación

Las teorías y modelos conocidos hasta hoy que intentan definir la comunicación, ya sea a través de sus efectos, ya sea ontológicamente, desde una perspectiva relacional o simbólica coinciden en una idea primaria y fundamental: la comunicación se realiza, a lo menos, entre dos elementos, los cuales, dependiendo del abordaje serán humanos o no, pero en coincidencia general, son dos entes diferentes que se relacionan.

Sin embargo y debido a la amplitud con que se ha comprendido el fenómeno, pareciera imposible encontraruna metodología de estudio para abordar el fenómeno comunicativo en el ámbito del positivismo y es, posiblemente, por esta razón, que aún no se llega a un acuerdo, entre los teóricos de la comunicación, de si él puede o no ser estudiado y trabajado como una disciplina; con un objeto de estudio delimitado y con una metodología aplicable a ese objeto de estudio.

Así, Manuel Martín Algarra, buscando una ontología de la comunicación basado en la fenomenología y utilizando la teoría de la acción sostiene que: “La comunicación es una acción social” (Martín Algarra, 2003).

En esta propuesta, este autor afirma que la comunicación es un fenómeno que, para ser tal, debe contar con la participación de a lo menos dos sujetos y ellos deben tener la intención de comunicarse a través de dos acciones básicas y complejas: la expresión y la interpretación.

Sin embargo, en un estudio precedente (Fernández, 2008), pudimos constatar que este límite mínimo del fenómeno "comunicación" se basa en el estudio generado por otras disciplinas, diferentes de la comunicación , en virtud de lo cual nos pareció pertinente plantearnos una investigación, que es la que hoy nos convoca, todo ello con la intención de reafirmar o de contradecir el límite mínimo del fenómeno "comunicación", propuesto por Martín Algarra y así aportar al estudio ya iniciado por él. De esta forma, basándonos en la búsqueda ontológica de la comunicación, es que, además de cuestionar el carácter social de ella, se ha querido cuestionar las otras cuatro características a las que alude Martín Agarra cuando se refiere al fenómeno comunicación. Estas características dicen que la comunicación es humana, es referencial, compleja y se realiza en tiempo vívido.

Así, cuando, Martín Algarra, se refiere a la comunicación plantea que es necesario dejar de hablar de "comunicación social" y empezar a hablar de "comunicación", pues la comunicación siempre es social. Esto, porque desde su mirada (fenomenológica según explicita), la comunicación está definida como acción social dotada de intención comunicativa, de lo que se desprende que la comunicación es una acción realizada a lo menos por dos personas. Sin

embargo, cuando intentamos darle sentido a su propuesta teórica, basándonos en algunos fenomenólogos que él mismo utilizó para fundamentar su propuesta, como es el caso de Alfred Schütz, Edmund Husserl, Max Scheler, Henry Bergson, entre otros, pudimos observar que en la fenomenología se comprende un fenómeno conceptualizado como "reflexión" que implica: una acción solitaria dotada de intención comunicativa y que podría, eventualmente, modificar el límite mínimo de la comunicación. Aunque este límite no es definido explícitamente por los autores referidos, al intentar relacionar sus principales ideas a través del concepto de "reflexión" con la posición de Martín Algarra respecto del concepto "comunicación"; pudimos observar que todos ellos aluden prácticamente a la misma idea de acción. Sin embargo, Martín Algarra, por su parte, reniega de la reflexión, como posible comunicación interior.

Esta contradicción, nos parece que constituye un motivo suficiente para pensar que quienes han trabajado la idea, no han hecho más que describir en siete u ocho renglones, la idea de comunicación intrapersonal afirmando que es un proceso intra-psíquico en el que un sujeto se comunica consigo mismo.

Es por esta razón que pensamos asumir esta especie de vacío de conocimiento respecto de la definición de la idea de "comunicación intrapersonal" proponiéndonos realizar la presente investigación para referirnos, argumentadamente, a la esencia de la idea de comunicación intrapersonal, desde

una mirada fenomenológica, aludiendo a la temporalidad en que esta sucede y, por tanto, comprendiendo el nivel de anonimia en el que ella se sitúa.

Preguntas de investigación

1.-¿Cuáles son las características esenciales de la comunicación?

2.-¿Existe alguna acción que pueda ser comprendida como comunicación intrapersonal?

Objetivos

Objetivo general:

- Analizar y describir las características esenciales que constituyen el fenómeno de la comunicación.

Objetivos específicos:

- Analizar la existencia de acciones solitarias que pudieran comprenderse como comunicativas desde la fenomenología.
- Analizar y discutir las características esenciales que propone Manuel Martín Algarra en torno al fenómeno de la comunicación.
- Proponer caracterìsticas esenciales del fenómeno “comunicación”.

III. RESULTADOS

1. El conocimiento del “otro”

Para describir el “alter ego” nos parece necesario expresar que, por actitud natural, todos somos capaces de reconocer la presencia de nuestros similares, de nuestros análogos, de otro ser con semejantes cualidades y características a las mías y asumir su existencia. Pero qué nos hace creer en esta existencia del “otro”.

Se pueden analizar distintas posturas de por qué creemos en la existencia del “alter ego”. Scheler aborda esta noción y critica dos aspectos de ella: la inferencia y la empatía (Schütz, 1962). El primer aspecto, la inferencia, alude a un razonamiento por analogía, lo que quiere decir que somos capaces de asumir que los gestos del “otro” representan lo mismo que representarían si los estuviéramos ejecutando nosotros, es decir, que como cada vez que siento pena me pongo a llorar, entonces cuando veo a otra persona llorar asumo que siente pena. El segundo aspecto, la empatía, tiene bastante similitud con el primero ya que se refiere a la capacidad de situarse en el lugar del otro. Es un imaginario en el que, a través de inferencias y suposiciones, se intenta descubrir y sentir lo que siente el “otro”.

Lo interesante y criticable de estas dos posiciones referidas al “otro” es que ambas intentan originar la creencia de la existencia del “alter ego”, es decir,

pretenden demostrar por qué se debe creer en la existencia de éste, del modo:el 'alter ego' es real porque somos capaces de inferir o empatizar con el "otro".

Scheler critica estas posturas argumentando que en realidad tanto la "inferencia" como la "empatía" se basan en una falacia común pues, para que cada una de ellas exista debe, primeramente, asumirse la existencia de otro y no lo contrario, es decir, se puede empatizar con "otro" cuando asumimos su existencia pero, no podemos asumir la existencia del "otro" posterior a haber empatizado con él. Para referirnos a estas críticas basta la interpretación de dos factores claves explicados por Schütz, el primero se resume muy bien en la expresión "la interpretación de los gestos del "otro" como expresión no puede ser sino la consecuencia de su existencia, y no la prueba de esta" (Schütz, 1962:159), es decir, al momento de inferir o de empatizar lo que estamos haciendo es tener una actitud frente al "otro" y no probar su existencia, ya que para tener una actitud frente al "otro" se debe asumir su existencia, de antemano.

Respecto de la falacia común de ambas posiciones es fácil comprender que la empatía y la inferencia son cualidades no desarrolladas en los niños y, sin embargo, estos reconocen la existencia de los otros antes incluso de reconocerse a sí mismos. Es más, en este punto Schütz explica el "Acervo Social de Conocimiento" (Schütz,1973), aludiendo al proceso de socialización en el cual el ser humano, en su infancia, comienza a tomar conciencia de sí mismo a través de actos realizados conjuntamente con el Otro, ya sea su madre, su padre,

el profesor, etc. Todos aquellos Otros que lo guían inicialmente y lo construyen como un ser social, cultural y referencial.

Así, para comprender el reconocimiento del otro basta con sentarse a mirar, no es necesario inferir, ni empatizar: “Si se excluye la auto observación en espejos, etc., tenemos conocimiento de nuestros gestos corporales mediante sensaciones o movimientos y posiciones de nuestro cuerpo, mientras que los gestos de otras personas nos son dados ante todo como fenómenos ópticos que no ofrecen ninguna analogía con nuestras sensaciones cenestésicas”, (Schütz, 1973;159), aunque más explícito sería decir que lo primero que reconocemos es “lo que no soy yo”.

Otros dos conceptos que nos ayudan a explicar la idea de alterego son planteados por Max Scheler, estos son: la inteligencia y el espíritu.

La inteligencia y el espíritu son identificados como cuarto y quinto nivel respectivamente dentro de un esquema en el que Max Scheler habla de los cinco niveles interrelacionados de existencia psíquica en el mundo y que corresponden a las características que distinguen al ser humano de otras especies vivas.

El cuarto nivel es el de la “inteligencia práctica”, según la interpretación de Schütz (…)“Tal conducta presupone discernimiento de la interconexión existente entre el medio y sus elementos y, por lo tanto, un pensamiento productivo, capaz de prever un estado de cosas nunca experimentado antes y de

captar relaciones como “similar”, “análogo”, “medio para obtener algo”, “causa de algo”, etc” (Schütz, 1973:152). Es decir que, por medio de la inteligencia el ser humano es capaz de predecir sucesos y por ende modificarlos a través de actitudes en el instante logrando con ello modificar el futuro. Un ejemplo de esto lo encontramos cuando me enfrento a una situación por primera vez y asumo una actitud distinta a la habitual porque deduzco que en ese nueva vivencia mi actitud habitual no me ayudará a conseguir mis objetivos.

En el quinto nivel se encuentra el “espíritu”, este es distinto de la razón aunque la incluye dentro de sus cualidades, pero además agrega la percepción intuitiva de esencias y ciertas clases de actos emocionales y referentes a la voluntad como la bondad, el amor, el arrepentimiento, el temor reverente, etc.

“El hombre puede distinguir entre lo que una cosa es (su esencia) y el hecho de ser (su existencia); y en esa ‘esencia’ (que, por decirlo así, se descubre anulando y seccionando nuestra relación apetitiva con el mundo, y borrando la impresión de la existencia que va enlazada con dicha relación) puede verificar intuiciones que tienen validez y son verdaderas para todas las cosas y casos contingentes de la misma esencia (intuición *a priori*).” (Scheler, 1960:35-36)

Así, este autor explica que el ámbito del espíritu es la libertad, refiriéndose al estado de conciencia de sí mismo que implica la posibilidad de pasar por sobre el mundo y por sobre sí mismo permitiendo al ser humano, más que un

libertinaje, una capacidad autolimitante que lo priva de los meros impulsos animales.

Aunque la libertad es, también, un tema teóricamente discutible Scheler la reconoce como la voluntad de hacer o dejar de hacer algo, tomando en cuenta las emocionalidades, las percepciones personales, las vivencias y las sensaciones únicas e intransferibles en pos de las mismas y en detrimento de otras necesidades más básicas como el hambre, la supervivencia, etc. Basta con pensar en los soldados que van a una guerra ¿qué los motiva a arriesgar su vida? o cuando una madre en situación de vulnerabilidad deja de comer su alimentación diaria para cederla a uno de sus hijos ¿por qué no vela por su propia existencia, su hambre, su supervivencia?

Probablemente las respuestas a estas interrogantes las encontremos en el concepto de Persona utilizado por Scheler y que tienen directa relación con el espíritu, debido a que este último toma a la persona como centro de actividad y, por ende, ésta tiene la capacidad de convertir en objeto a sus propias experiencias físicas y psíquicas, es decir, el sujeto puede ser consciente y reflexionar respecto de sus vivencias.

Scheler nos plantea que el espíritu, y por lo mismo, la persona, no puede ser vista como objeto, ya que las vivencias experimentadas por la persona es actualidad pura. Para explicar lo expresado aludiremos a la tesis general del “alterego” planteada por Schütz, en la cual fundamenta más explícitamente la

actualidad de las vivencias del espíritu y su imposibilidad de ser objeto. “vivir en nuestros actos significa vivir en nuestro presente espacioso, que también podemos denominar nuestro presente vivido. Pero(…) viviendo así no somos conscientes de nuestro ego ni del flujo de nuestro pensamiento”(Schütz, 1973:169). Si o si debemos detenernos a reflexionar sobre el acto vivido, pero cuando lo hacemos estamos viviendo otro tiempo, es decir, debemos recordar la vivencia para reflexionarla.

Además, Schütz plantea que entre los objetos que experimentamos en el presente vivido figuran la conducta y los pensamientos de otras personas, los cuales sí podemos interpretar en el momento, ya que debemos ir decodificando las expresiones del otro en el preciso instante en que este las emite. Así, participamos en el presente inmediato del otro mientras ese otro no puede participar de sí mismo hasta un instante después, en que debe reflexionar respecto de su actuar precedente.

Ahora bien, para Scheler (…)“la única categoría del otro que no puede ser captada por percepción directa es la que corresponde a las experiencias que tiene el Otro de su cuerpo, sus órganos y de los sentimientos sensoriales con ellos vinculados; y son exactamente estos sentimientos corporales los que establecen la separación entre el hombre y su semejante”. (Schütz, 1973:161)

A través de su propio análisis y el de Scheler, Schütz concluye dos aspectos importantes para definir el “alterego”:

1.- La corriente de pensamiento que no es mía presenta la misma estructura fundamental que mi propia conciencia y, por tanto

2.- El Otro, como yo, puede vivir en sus actos y pensamientos, dirigidos hacia sus objetos, o bien volverse hacia su propio actuar y pensar; que sólo puede experimentar su propio sí mismo en tiempo pasado.

Entonces, se asume la existencia de una conciencia subjetiva, lo que implica que la conciencia de las percepciones, de cada individuo, son distintas de las experimentadas por otros, a pesar de las similitudes en los procesos perceptivos sensoriales. Sin embargo, esto no quiere decir que esa otra persona sea igual a mí y que, por ende, su conciencia subjetiva de sus percepciones sea idéntica a la mía. El mismo hecho de saber que la conciencia es subjetiva nos permita asumir las diferencias individuales al vivenciar las experiencias.

Así, la definición de espíritu dada por Scheler alude a dos características importantes del ser humano, la primera de ellas tiene relación con la libertad y la voluntad por la que una persona puede pasar incluso por sobre sí misma con tal de cumplir ciertos objetivos generalmente emocionales. Lo cual también está ligado a la capacidad de inteligencia que plantea este mismo autor, ya que es la inteligencia la que nos ayuda a prever situaciones y a enfrentarlas de tal forma que somos capaces de cumplir los objetivos que, por el hecho de ser personas, generalmente, son de carácter espiritual.

No podemos conocer el "Quale"[21] del otro, no podemos saberlo, ni podemos sentirlo plenamente, pero tenemos dos bases sólidas para intentar acercarnos a él. La primera de ellas es la percepción, pues todos fisiológicamente todos los adultos normales en estado de alerta tienen las mismas posibilidades físicas de percibir el mundo y, la segunda es "la estructura fundamental de la conciencia" ya que todos reflexionamos sobre nuestras experiencias pasadas y a la vez sobre las experiencias actuales del Otro.

Luego, todos poseemos una inteligencia que nos ayuda a prever las distintas posibilidades de situaciones y la forma de enfrentarlas, esto también se puede llevar al ámbito de las demás personas tomando en cuenta que los objetos que percibimos y las situaciones a las que nos enfrentamos tienen estricta relación con los Otros. Por lo tanto, también deberíamos ser capaces de prever, en gran medida, los comportamientos de los Otros y asumir una actitud adecuada frente a los demás. Pero ¿Cómo logramos esa actitud inteligente frente a personas distintas de nosotros?

Aquí es donde consideramos pertinente la presencia de la empatía y la inferencia. En el sentido que ya no se está hablando de creer en la existencia del Otro sino, más bien de comprenderlo y de acercarse lo más posible a él, es decir, ya no se está hablando de niños que asumen la existencia del Otro sino de

[21] Los Qualia (plural) o Quale (singular) son sensaciones subjetivas que experimentamos a través del ser conscientes de algo que hemos logrado percibir a través de nuestros sentidos.

Personas que, por su conciencia de sí mismos, por su inteligencia y por su espiritualidad, intentan comprender al Otro, reflexionan respecto del comportamiento del otro, conscientes de que es un semejante que percibe de modo similar a mí y que posee estructuras fundamentales de conciencia que también son similares a las mías pero que, a su vez, comprende sus vivencias de diferente manera a como yo comprendo mis vivencias.

Aunque la empatía y las inferencias no sean completamente fiables, respecto de lo que podamos inferir que le suceda al Otro, tenemos al menos la posibilidad de intentar comprenderlo, pero siempre con la consideración de la imposibilidad de comprobar si nuestras sensaciones son exactamente a las que está viviendo el otro. Aunque, es probable que mientras mayor capacidad empática respecto de nuestro "alter ego", mayores sean las posibilidades de que nuestros actos inteligentes destinados a un objetivo relacionado con el "otro" sean más fructíferos y cercanos, a las expectativas que teníamos del acto antes de ejercerlo.

Sin embargo, en este aspecto cabe preguntarse cómo podemos empatizar más o menos con un "otro" ¿de qué depende esta distancia?

Esta capacidad empática y de inferencia, se logra, según lo plantea Schütz, a través de un "acto de tipificación" en el cual se le otorga ciertas características esenciales al sujeto con el que se interactúa y que determinan las formas con que nos relacionamos con ellos. Así, los grados de anonimia entre dos sujetos

generan mayor o menor especificidad en la tipificación que realizamos y, analizando los postulados de Alfred Schütz, en un acercamiento a la ontología de la comunicación, podríamos decir que sólo algunos tipos de relaciones con otros son comunicativas, aunque todas ellas puedan ser sociales.

2. La idea de “tipicidad”

“Si me encuentro con objetos, personas o sucesos que no me fueron dados en una presencia real en experiencias anteriores, y a los cuales, por ende, no puedo reconocer, la experiencia presente de ellos es entonces ‘nueva’, pero no necesariamente ‘novedosa’”. (Schütz, 1973:148)

La idea de “tipicidad” surge, por decirlo así, de la memoria y de la descripción esencialista de la realidad que, en actitud natural, se logra frente a cualquier “realidad desconocida”.

Cuando un sujeto se enfrenta a una realidad que le es desconocida necesita buscar, en su “acervo de conocimiento”, alguna forma de desproblematizarlo, entonces, para hacerlo, recurre a su memoria buscando rasgos que le indiquen a qué se parece esta realidad nueva, busca, por así decirlo, una característica específica que sea la misma característica esencial de una realidad ya conocida.

En este sentido, Schütz (1973) entrega un ejemplo concreto de aquello cuando un sujeto se encuentra con un animal que, como especie ya le es conocida pero que, en su particularidad nunca antes ha visto y comienza, por ejemplo, asumiendo que es un animal, luego de ver que es un animal cuadrúpedo, con un

hocico de tal y cual forma y que hace “guau guau” y que, según lo que sabe de animales, “guau guau” sólo lo emiten los perros, por tanto, es un perro. Así, le entrega la esencia de esa realidad “perro” desde sus limitaciones para comprenderlo como un tipo.

Desde esta perspectiva se explica que el “tipificar la realidad” y por ende los sujetos con quienes nos relacionamos en la cotidianeidad, implica una distancia de la subjetividad de los “otros”, por tanto, mientras más específico sea nuestro conocimiento del “otro” menos necesaria es la “tipificación”. Siguiendo el ejemplo anterior, si luego ubicamos al “perro” en un contexto particular y observamos sus características específicas y únicas, entonces estaremos acercándonos a “este perro” y no a “un perro”, reconociéndolo de entre todos los perros.

Aunque en realidad toda experiencia vivida es, en sí y de por sí, una experiencia nueva (pues nada en la existencia se mantiene perfectamente inmutable ante el paso del tiempo), nuestro “acervo de conocimiento” tiene los mecanismos para hacer que, como dice Schütz, nada de lo nuevo sea verdaderamente novedoso. Es más, nuestra consciencia está dada para percibir sólo aquello que, aunque sea en una mínima proporción, nos hace sentido, por tanto nada de lo que percibamos va a ser, a nuestra conciencia, algo completamente inconexo a lo previamente conocido, le daremos un tipo, inclusive equivocándonos como cuando preguntamos a otro “¿Qué es eso?” Y el otro nos responde “parace que es un gato”, cuando en realidad es un perro. Sin importar si estamos en lo

correcto o no con respecto al tipo que le hemos asignado a una realidad particular, este tipo aparece de todas formas.

Con la “tipicidad” se proponen, además, ciertos niveles de familiaridad vivenciables con otros sujetos que nos alejan de la “tipicidad” y nos acercan a la particularidad del sujeto. Así, tenemos ciertos niveles de anonimia propuestos por Schütz que se condicen con los productos apresentadores a través de los cuales se adquiere información de la realidad y que, en ocasiones, pueden ser comunicativos, según lo plantea Martín Algarra.

Con ello, la “orientación Tú” alude a lo que Martín Algarra define como una relación fundada en el productor apresentador “indicador”, es decir, por una parte lo que se hace es obtener información acerca de un sujeto, quizás orientar acciones a dicho sujeto, pero no tener una correspondencia atencional. Así, el “otro”, al cual dirigimos nuestra “orientación tú”, nos proporciona información a través de su mera existencia, como podría ser su ropa, su expresión corporal y gesticular, etc. De esta forma, este tipo de orientación, que desde el enfoque relacional sería comunicativo, desde el enfoque simbólico no lo es, es más bien una mera obtención de información.

Posterior a la “orientación Tú”, Schütz explica la relación “Nosotros”. En ella la “orientación Tú” es reciproca pero no por esto puede comprenderse como una acción comunicativa. Es más, existe allí un nosotros puro y una relación Nosotros concreta. Podría decirse que una relación pura es aquella en las que

dos sujetos se observan en un tiempo y un espacio comunes, pero no por ello realizan acciones sociales, es decir, no realizan acciones orientadas al otro. Esto podría graficarse, por dar un ejemplo, con el encuentro de dos personas en un pasillo de supermercado, en que se topan tomando un producto y una de ellas se hace a un lado para que la otra tome el producto. Esto no necesariamente es un acto solidario de dejar pasar a la otra persona, probablemente, sea sólo que la persona es tomada como un obstáculo para realizar la acción de tomar el producto y como una actitud en pro de mi fin, deje pasar a la otra mano primero, una mano que en nuestra conciencia ni si quiera alcanza a ser un sujeto, aunque lo veo.

Sin embargo, la misma situación dada en un Nosotros concreto, podría variar en el gesto mútuo que nos hiciéramos como ademán de “tómelo usted” y “gracias”, aunque este no fuera lingüístico, sino kinésico o gestual, transformándose así en una acción social.

Tanto la “orientación Tú”, como en la “orientación Nosotros pura” y la “relación Nosotros concreta”, se viven en un tiempo y un espacio comunes y en un tiempo de la conciencia “actual”, es decir, en la “dureé” y sin embargo, no por ello, son todas acciones sociales y menos aún acciones comunicativas.

Así, existe también una relación El/Ellos, una relación en la que comienza a dibujarse el contorno de la tipicidad, pues en la relación “el/ellos” el sujeto al que hacemos referencia está ausente en términos espaciales, pero asumimos su

existencia en otro lugar, es decir, en el mismo tiempo que vivenciamos nosotros, por tanto lo que hacemos es recordarlo o imaginarlo en caso de que nos esté siendo dado por los recuerdos de un “otro” que sí lo conoce. En ambos casos, es necesario tipificar al sujeto desde lo que recordamos de él por haber vivido una relación Nosotros previamente o simplemente tipificarlo de acuerdo a lo que conocemos de quien nos habla de él.

En ambos casos, la tipificación y la vivenciación del otro la realizamos, igualmente en un tiempo interior fluido y desde la ausencia fáctica del otro.

Cada una de estas orientaciones y/o relaciones, nos parece que constituyen la base para la comprensión de lo que sucede entre predecesores, sucesores, contemporáneos y asociados, en las que respectivamente va aumentando la especificidad de las tipificaciones a través de las cuales se relacionan los sujetos y, por otra parte, disminuyendo las distancias espaciales y temporales entre los interactuantes. Pero la pregunta es ¿qué sucede si se relacionan dos sujetos con distancia temporal, igualdad espacial y la mínima (nunca nula) tipificación posibles?

IV. DISCUSIÓN

Hasta aquí hemos revisado algunos conceptos que nos parecen claves para comprender la esencia de la comunicación. Familiaridad, tipicidad, anonimia, tiempo-espacio, subjetividad-intersubjetividad, entre otros.

Se han planteado, quizás implícitamente, algunas ideas de discusión básicas como es el caso de la idea de acción solitaria y acción social, el producto apresentador marca, la reflexión, la concordancia entre la temporalidad, los tipos de relaciones sociales y los niveles de anonimia, entre otros.

A continuación, procederemos a analizar cada uno de estos conceptos en profundidad, desde las siguientes preguntas y respuestas, con lo que deseamos lograr algunos niveles de certeza lógicaque nos permitan formular una propuesta en torno a la características básicas de la comunicación, especialmente en torno a la propuesta realizada por Martín Algarra, quien define la comunicación como un fenómeno humano, social, referencial, compleja y realizable sólo en tiempo vivido.

“Hay, pues, en última instancia tres notas fundamentales a las que podemos referir las funciones espirituales y racionales genuinamente humanas, (…) 1º el contenido de una cosa, lo cual se contrapone a la determinación mediante el impulso, las necesidades, el estado interior del organismo. 2º El hombre puede sentir un amor sin apetito hacia el mundo; un amor que rebosa sobre toda relatividad de las cosas cuyo valor depende de los impulsos. 3º El hombre

puede distinguir entre lo que una cosa es (su esencia) y el hecho de ser (su existencia).” (Scheler, 1960:35-36)

Como ya se ha visto precedentemente, la comunicación ha sido como un fenómeno que puede ocurrir entre cualquier tipo de elementos. Sin embargo, el enfoque simbólico, vigente actualmente, la delimita como una acción humana y nos aprestamos a comprender las razones de ello en base a la búsqueda de la esencia humana, realizada por Max Scheler hace ya casi un siglo.

Existen así algunas ideas claves que diferencian a los seres humanos de la especie animal y de la vegetal que nos pueden dar luces respecto del carácter humano de la comunicación.

Primero, el ser humano posee una característica esencial que es la inteligencia práctica. La cual no es reconocible en ninguna otra especie viva y menos aún en objetos inhertes. Así, “Un ser vivo se ‘conduce’ inteligentemente cuando pone en práctica una conducta caracterizada por las notas siguientes: tener sentido (…), no derivarse de ensayos previos o repetirse en cada nuevo ensayo; responder a situaciones nuevas (…). Llamamos, además, esta inteligencia práctica, porque su sentido último es siempre una acción, por medio de la cual el organismo alcanza o falla su fin impulsivo”. (Scheler, 1938)

En segundo término, y más importante que el grado de inteligencia que distingue a los hombres de los animales, pues si bien es cierto que sólo el ser humano posee inteligencia práctica, también es conocido que los animales

poseen otro grado de inteligencia a través de la memoria asociativa, “Nosotros preferimos emplear, para designar esta X, una palabra más comprensiva, una palabra que comprende el concepto de la razón, pero que, junto al pensar ideas, comprende también unas determinada especie de intuición, la intuición de los fenómenos primarios o esencias, y además una determinada clase de actos emocionales y volitivos que aún hemos de caracterizar: por ejemplo, la bondad, el amor, el arrepentimiento, la veneración, etc. Esa palabra es espíritu.” (Scheler, 1968: 55)

En este sentido, el espíritu es aquel que dota de libertad a la persona, pues es a través de él que el ser humano se sitúa por sobre todas las otras características de ser viviente, por sobre el instinto, la memoria asociativa, la inteligencia práctica, etc. Es mediante el espíritu que el hombre tiene la “libertad de reprimirse” siguiendo motivaciones más altas. “Espíritu es, por tanto, objetividad ; es la posibilidad de ser determinado por la manera de ser de los objetos mismos. Y diremos que es“sujeto” o portador de espíritu aquel ser, cuyo trato con la realidad exterior se ha invertido en sentido dinámicamente opuesto al del animal.

Scheler explica, por ejemplo, refiriéndose al ser humano que estos (…)“no sólo son objetos para los observadores externos, sino que poseen además un ser para sí, un ser íntimo, en el cual se hacen íntimos consigo mismo”, (Scheler, 1938:27), lo cual es ampliamente interesante para que, la modificación que se plantea en nuestra investigación, muestre una circularidad lógica en su

construcción y sea más comprensible como una dinámica de elementos esenciales indivisibles.

1. El tiempo y los grados de anonimia

Cuando se hizo referencia a las idea de familiaridad, tipicidad y anonimia, se visibilizó la directa relación que observamos entre una y otra y Schütz acotó que, estos grados y niveles, se orientan exclusivamente a relaciones sociales en donde el menor nivel de anonimia se logra en la relación Nosotros concreta o entre Asociados, pues en ella se vivencia al otro en una contingencia temporal, donde el tiempo interno y el del mundo son el mismo para ambos, fluyen juntos, envejecen juntos, por tanto el otro puede ser percibido en su mínima mediatez posible.

Mientras que el mayor grado de anonimia se podía adscribir a una relación "El/ellos" con un sucesor, pues este es imaginado y no se puede saber más de éste que la tipificación que hagamos de él, desde nuestro "acervo de conocimiento", de tipos conocidos distintos del que será mi intérprete. Esto, en caso de que se hable de un sucesor "absoluto", pues, a nuestro entender, existe también un sucesor "relativo", el cual existe en un futuro como un contemporáneo, es decir, que existe en un espacio distinto pero en un mismo tiempo trascedente y que, sin embargo, actuará como un contemporáneo al momento de enfrentarse con la acción que realizo dirigiéndome a él; por ejemplo, cuando envío una encomienda a mi madre que vive en otra ciudad. En este caso, la acción que realizo la ejecuto en base a una tipificación especifica

que me dice que mi madre es de tal o cual manera y que, por ello, ella, si todo sigue un curso probable, podrá ir a retirar el paquete al bus o recibirá el mismo en su casa. En este caso no hablamos de un sucesor absoluto, desconocido, imaginado, sino de un sucesor conocido, típico, familiar, que me guía en lo que conozco de él y que asumo sigue igual, a hacer lo que hago.

En este sentido, con los predecesores sucede algo similar. Existiendo un grado de anonimia mayor que con un contemporáneo, se dan también las dos posibilidades de anonimia que mencionábamos con los sucesores. Puede ser que mi predecesor sea absoluto, es decir, desconocido, o que sea un tipo conocido y hasta familiar, es decir, relativamente conocido.

Podemos, entonces, ver estas anonimias agregando la idea de relatividad a los "predecesores" y "sucesores" o agregando la idea de relatividad al concepto de "contemporáneos".

Considerando que contemporáneo es aquel sujeto que existe al mismo tiempo que yo pero fuera de mi alcance vívido quisiéramos proponer una diferenciación entre el "contemporáneo concreto" del cual habla Schütz y el "contemporáneo relativo" que nos entrega la posibilidad de que tanto mis acciones como las acciones del "otro" sean realizadas con la intención de ser comprendidas por un "otro" en un tiempo distinto de aquel en que realizo el acto pero, dentro de tiempo generacionalmente común.

Esto, a su vez, nos entrega la posibilidad de que este sujeto que ya no está en mi presente vivido y que realizó con anterioridad una acción para mí que será "recibida" como hecha en un tiempo pasado, sea familiar, conocido y, por tanto, menos afecto a la necesidad tipificadora.

De cualquier forma, aunque los niveles de anonimia estén afectos a esta modificación (diferenciación entre "contemporáneo concreto" y "contemporáneo relativo", pareciera ser que los tipos de orientaciones y/o relaciones propuestas por Schütz cubren suficientemente las temporalidades de las relaciones sociales.

Así, la orientación Nosotros concreta sirve de base para la convergencia temporal-espacial de dos sujetos y la relación Ellos, como ya expresamos en el apartado sobre la teoría schützziana, podría ser utilizado tanto para los predecesores relativos como para los sucesores relativos, propiciando así una mayor nitidez en la comprensión del fenómeno comunicativo y, por otra parte, a la discusión en torno a las 5 características esenciales que plantea Martín Algarra para la comprensión del mismo.

2. Acción solitaria como acción comunicativa

Para abordar este tema empezaremos con la siguiente cita "Al hablar de motivos como base de las acciones comunicativas interpersonales cabe preguntarse desde dónde y hasta dónde uno es capaz de reconocer la existencia o inexistencia de motivos en cada acción que realizamos. ¿Cómo podríamos

delimitar cuáles de nuestras acciones son comunicativas y cuáles no?" (Fernández, 2008)

Esta es una de las preguntas claves para comenzar a hablar sobre comunicación intrapersonal y para comprender su significado, entonces, debemos aludir al concepto de "motivo" que utiliza Weber y que retoma Schütz.

Weber, por una parte plantea que "Llamamos 'motivo' a la conexión de sentido que para el actor o el observador aparece como el 'fundamento' con sentido de una conducta." (Weber 1922). Luego se refiere al intérprete de los motivos de quien expresa y afirma: "Una interpretación causal correcta de una acción concreta significa: que el desarrollo externo y el motivo han sido conocidos de un modo certero y al mismo tiempo comprendidos con sentido en conexión." (Weber 1922)

Por su parte, Schütz amplía esta mirada y explica que existen dos tipos de motivos: "motivos para" y "motivos porque". Los "motivos para" son aquellos que orientan la acción, es decir, que sustentan el objetivo perseguido por el sujeto. Los "motivos porque" en tanto, explican los motivos "sobre la base de los antecedentes, ambiente o predisposición psíquica del actor" (Schütz 1974). Un ejemplo para ambos conceptos los encontramos en las razones de que un pintor pinte. Sus razones "para" podrían ser "para conseguir fama y renombre", "para expresar de la forma más cómoda lo que esto o aquello me hace sentir", "para generar dinero a través de la venta de mis cuadros", entre otras muchas

posibilidades. Pero si se visualizan los motivos “porque” de la acción de pintar de dicho sujeto, nos encontraremos con experiencias pasadas que lo han hecho llegar a pintar como “porque practico desde niño”, “porque estudié para esto”, “porque es la única forma en que logro expresar lo que siento”, etc.

El sentido de explicar la idea de los “motivos” tiene relación con la definición dada por Martín Algarra a la Comunicación cuando dice que (…)“la comunicación es una acción social dotada de sentido comunicativo.” Pero la pregunta es ¿puede darse el fenómeno de que un sujeto tenga la intención de comunicarse consigo mismo? ¿por qué Martín Algarra delimita el objeto comunicación a una “acción social” y no a una “acción” que pudiera ser solitaria?

Decíamos, párrafos atrás, que a mayor conocimiento de la persona con la que nos estamos relacionando podríamos llegar a un nivel más bajo de tipificación y esto, a su vez, generaría la posibilidad de comprender mejor lo que el otro quiere expresarnos, aunque no sea posible comprenderlo en su totalidad o al menos no tener nunca la certeza de si lo que comprendemos es realmente lo que el otro quiso expresarnos. Sin embargo, la empatía y la inferencia que son herramientas claves para comprendernos mutuamente, hacen mejor su trabajo cuando el sujeto conocido es más conocido en sus motivos por nosotros.

Entonces ¿quién conoce mejor que uno mismo los motivos por los que expreso e interpreto?

Cuando unimos el axioma primero del enfoque psicológico de la comunicación, que dice que todo comunica, a los productos apresentadores del tipo "indicador", del que nos habla Martín Algarra en su propuesta, inferimos que la idea "todo comunica" quiere decir, en realidad, que todo es cognoscible por el solo hecho de existir, pero cuando esta existencia no está dotada de sentido no podemos hablar de comunicación, propiamente tal.

Por otra parte, cuando Martín Algarra habla de productos apresentadores, como es el caso de los "signos" y los "símbolos", postula que estamos hablando de productos apresentadores, utilizados exclusivamente para una acción social dotada de sentido, es decir, para la comunicación en el sentido estricto del que dota al objeto comunicación.

Pero ¿qué sucede cuando intentamos explicar la existencia de las acciones solitarias en base a los productos apresentadores del tipo "marca"?.

2.1. La "marca" como producto apresentador para la comunicación intrapersonal

Cuando hablamos de la marca[22], expresamos que era una expresión realizada por un sujeto para significar algo para sí mismo. Subrayar una palabra en un texto puede no tener sentido para nadie más que para mí, pero no por eso deja de tener sentido, es más, lo que hacemos al producir una "marca" es expresar algo que creemos poder olvidar en el transcurso de un tiempo pero que, en base

[22] Ver pág. 48.

a lo que conocemos de nuestro “acervo de conocimiento” a mano, sabemos, podremos interpretar de acuerdo con nuestros propios intereses, con nuestros propios motivos. En otras palabras, lo que hacemos al producir una “marca” es expresar un contenido de nuestro “referente mental”, para ser interpretado por nosotros mismos en otro momento. Es decir, en base a lo que tenemos en el referente mental, en nuestra conciencia, generamos un producto apresentador que queda explícito en el mundo de la “vida cotidiana”, al cual debemos mirar en algún momento para interpretar el producto y hacerlo parte, nuevamente, de nuestro “referente mental”. Dicho en otras palabras, una “marca” actúa básicamente como “recordatorio” de algo que estuvo en nuestro “referente mental”, pero no quedó a mano porque en el momento de su primera aparición en el “referente mental” no estábamos en condiciones de retenerlo conscientemente. Decimos retenerlo conscientemente, porque si no hubiera una retención inconsciente ni si quiera nosotros mismos podríamos interpretar las “marcas” que hemos hecho y si la retención fuera consciente no sería necesaria la utilización de la “marca”.(Fernández 2008)

Por su parte, para producir una “marca” es necesario contar con un “acervo de conocimiento” desde el cual desprender, a través de una proyección, cuál será el producto adecuado para que podamos interpretarlo de mejor forma en un futuro, como si estuviéramos realizando una acción para ser interpretada por un sucesor pero, con la diferencia de que ese sucesor tendrá, prácticamente, la misma experiencia biográfica que yo y, por tanto, es un Otro conocido que

además me conoce y conoce mis motivos, así como yo conozco los suyos en el máximo posible, aunque este máximo, lógicamente, nunca es perfecto. Y por qué no es perfecto. Porque en el momento en que un sujeto produce una "marca" tiene menos experiencia que cuando se enfrenta a la "marca", nuevamente, luego de transcurrido un tiempo. De hecho, y solo por esta razón, podríamos afirmar que cuando hacemos una "marca" no estamos haciendo más que expresar algo para que un "sucesor relativo", como lo mencionábamos anteriormente, lo interprete como un producto dado por un "predecesor relativo".

Ahora bien, si nos encontramos con una "marca" hecha por un "predecesor relativo" que tiene mi misma biografía, similar "acervo de conocimiento" y similares motivos, sólo modificados por las vivencias acumuladas entre la expresión del predecesor relativo y la interpretación del sucesor relativo, y tomando en cuenta que esas vivencias acumuladas entre uno y otro sujeto son comprendidas "motivacionalmente", desde mí mismo y por mí mismo. Entonces ¿será esto una acción comunicativa? ¿No estaremos frente a la acción comunicativa ideal desde el punto de vista del grado de anonimia y el nivel de tipicidad?

La existencia de la Marca como producto apresentador para uno mismo implica ya una discusión importante respecto de las afirmaciones psicologistas-relacionales, en las que se comprende la comunicación intrapersonal como un proceso intrasíquico. Podemos ver con esto que no sólo existe una

comunicación interna dentro de la corriente de conciencia, sino también, es posible realizarla en el exterior de nuestro organismo. Se comprueba nuevamente que no existe en el ser humano una delimitación de la conciencia y el entorno en cuanto a su visión de realidad en el mundo de la vida. Es mundo de la vida todo aquello que el ser humano comprende como su realidad (y más), sea esta interior o exterior al organismo y nos relacionamos tanto con los demás como con nosotros mismos en todo lo que nos es presente como mundo de la vida.

Así, en términos más acotados, la "marca" es un producto apresentador que como cualquier producto apresentador del tipo "símbolo" o "signo" que nos son útiles para la comunicación interpersonal o intersubjetiva, nos es útil, en este caso, para una comunicación con uno mismo, pues utiliza los mismos mecanismos originarios: primero, surge de la necesidad e intención de dar a conocer una realidad de nuestro referente mental a alguien muy familiar pero nunca completamente conocido (el autoconocimiento nunca alcanza la completitud); segundo, implica de por sí una intención comunicativa tanto en su expresarse como en su interpretarse, pues es esta la única razón de ser de la "marca"; tercero, posee distintos grados de efectividad dependiendo de la familiaridad que tenemos con este "yo en estado de otro" (el paso del tiempo entre el momento que generamos la marca y la interpretamos puede aumentar la posibilidad de que esta no se comprendida, pues es expresado e interpretado por un sujeto tipo al modo "creo que comprenderé esto cuando lo vea", que se basa

en nuestro conocimiento actual de un predecesor relativo y un sucesor relativo en el cual varía su “acervo de conocimiento”). Por esto no es difícil ver que cuando anotamos una palabra suelta al lado de un texto, transcurridos un par de años, la volvemos a ver y no sabemos a qué nos referíamos exactamente con eso, qué fue lo que quisimos decirnos con ese “mensaje”, nuestro “acervo de conocimiento” a mano ha variado en tal magnitud que lo que antes nos hizo sentido hoy parece raro, nuestro nivel de familiaridad con nuestro “yo en estado de otro” del pasado ha disminuido y ya no lo reconocemos, debemos observar, entonces, su producto apresentador como el producto apresentador de un desconocido, no un yo, sino otro.

Ahora bien, si eso sucede con la “marca” que es un producto apresentador sólo generable en el exterior del organismo, ¿qué sucede con los “diálogos interiores”? ¿no pueden ser estos también acciones comunicativas en las cuales utilizamos, incluso, los signos y símbolos que se plantean como productos apresentadores netamente sociales pero dirigidos a una comprensión de un “yo en estado de otro”?

2.2.La “reflexión” como acción comunicativa intrapersonal

Después de haber comprendido el impacto de la marca en la existencia de la comunicación intrapersonal como un elemento generable en el horizonte externo parece necesario hablar de otra acción comunicativa a nivel intrapersonal, pero que se produce en el horizonte interno. Hablamos de la

“reflexión” que, como lo plantea Schütz, es una acción interpretativa que hacemos con respecto a nuestros actos para convertirlos en acciones y que puede ser la base, y no por eso lo mismo, que la comunicación intrapersonal.

La reflexión (Schütz, 1974) es una acción solitaria, realizada con el propósito de interpretar los motivos que nos guiaron a realizar un acto determinado y así enriquecer nuestro “referente mental”, a través del conocimiento de un acto como un acto dotado de sentido. Así, enmarcar la reflexión bajo el concepto de “acción” implica necesariamente que esta reflexión tenga un sentido para quien la realiza.

La reflexión, eso sí, nos presenta otras complejidades relacionadas con el tiempo, además de las expuestas en el apartado referente a la “marca”.

Primero, la “reflexión” es una acción de la consciencia en la que se fija la atención en el que se percibe y se fija la atención sobre la rememoración de acciones realizadas con anterioridad. Sólo puedo reflexionar sobre mi conversación con un “otro” cuando me salgo de la relación “nosotros”, entonces mi consciencia busca en la memoria una “representación” de lo que acaba de suceder y mi propia conciencia me proporciona “símbolos” y “signos” a través de los cuales reconstruyo esa experiencia vivida que ya no es tal, sino sólo una representación de ella, una representación que ha sido generada, si se quiere decir así, tomando información de mi referente mental que actúa en este proceso como referente real o como mundo de la vida.

Desde aquí se puede comprender que aunque la reflexión alude al pasado, la acción reflexiva es realizada en tiempo presente, reflexiono, de cualquier forma, en mi dureé, pero sobre mi dureé previamente vivido.

Así, mi referente mental genera productos apresentadores que me son dados a la conciencia, asumida esta como un referente real, y mi propia conciencia interpreta estos productos apresentadores dejando esa nueva información como parte de mi referente mental, pudiendo repetirse esta acción infinitas veces a través de un proceso recursivo. Veo a un perro en mi dureé, reflexiono en mi dureé sobre mi experiencia de haber visto al perro y luego reflexiono en mi dureé sobre la vivencia de haber reflexionado sobre la vivencia de haber visto al perro.

Con todo, el referente mental que me ha sido presentado a la conciencia como referente real a través de productos apresentadores me ha sido presentado por un "yo en estado de otro", pues de no ser así no sería necesario que mi conciencia re-presentara lo vivido a través de la rememoración y estaría, simplemente, viviendo nuevamente un fenómeno vivido previamente, lo cual es imposible. Por ende, mi conciencia en dureé que en este momento "ve" las re-presentaciones de la vivencia previamente experienciada, debe interpretar las apresentaciones mentales que le fueron dadas por la misma conciencia tal como un sucesor relativo lo haría sobre un producto apresentador dado por un predecesor relativo.

Este proceso reflexivo, al igual que la comunicación intrapersonal vivenciada a través de la “marca”, cumple con todas las características esenciales dadas a la comunicación y más aún, puesto que no sólo es una acción en la que se expresan e interpretan productos apresentadores, sino que, además tiene como único motivo de existencia comunicar. Puesto que no es posible reflexionar si se pretende interpretar lo que nos está dado a la conciencia o si no se pueden generar productos apresentadores que nos re-presenten la experiencia previamente vivida.

Finalmente, en ambos casos, tanto con la “marca” como con la “reflexión”, estamos frente a acciones que, en el primer caso, pueden ser realizados con fines comunicativos y, en el segundo caso, son estrictamente comunicativas, en las que no se tiene conocimiento absoluto de la conciencia del otro o de, en este caso, del “yo en estado de otro” por lo que es necesario generar productos apresentadores que re-presenten aquello que el yo predecesor relativo quiere expresar para el yo como sucesor relativo.

V. PROPUESTA

Aunque en la presentación de resultados y discusión se comienza a esbozar la propuesta que planteamos a través de esta investigación, parece pertinente acotar y describir, sucintamente, cada uno de los puntos cuestionados para facilitar la separación entre las teorías precedentes y la que postulamos mediante esta investigación.

1. Sobre el estudio de la comunicación

Cuando surge la pregunta de por qué la comunicación aún no se comprende como disciplina, muchas veces se responde que es porque no tiene un objeto bien delimitado, porque los distintos teóricos generan una definición de la comunicación en base a otros teóricos y, probablemente, esas propuestas son concordante con sus propios fines investigativos, la mayoría de ellos ligado a los efectos sociales de la comunicación. Al respecto, se considera necesario distanciarse de lo dado desde la teoría social, asumiendo, como se hizo en esta investigación (con resultados erróneos o veraces, es indeterminable por el momento), un desconocimiento total de la comunicación, no sólo de los elementos que la componen, sino también de la esencia de su existencia. La comunicación no puede ser vista como humana, social, o compleja, sólo porque la mayoría coincide en ello, es necesario poner entre paréntesis, también esas características esenciales, visualizar desde donde vienen y por tanto qué sesgos disciplinarios tienen. La comprensión ontológica-fenomenológica de un

fenómeno particular, debe ser estudiado desde la única y exclusiva certeza de la existencia de dicho fenómeno y cuestionando, con ello, todas la preconcepciones dadas sobre el mismo.

Sólo luego de visibilizar la estructura esencial del fenómeno es posible ver qué tan cerca está de lo que otros han dicho al respecto, del método que se ha estado usando hasta ahora para estudiarlo, etc. Antes de eso, cualquier intento es intuitivo, por correcto que este sea.

En este sentido cabe mencionar, a modo de justificación de la presente investigación, que los autores con los que se trabajó, adhieren a un enfoque fenomenológico, por lo que la mayor parte de sus postulados buscan visibilizar fenómenos desde su esencia y que aunque no haya sido posible explicitar detalladamente aquí cada uno de los paréntesis que se abrieron para cada una de las propuestas estudiados, cada autor fue cuestionado antes de ser utilizados sus conceptos, tanto así que es posible notar, entre las líneas del texto algunas re-conceptualizaciones de ideas entregadas por ellos como es el caso de los "sucesores y predecesores relativos" y la idea de "yo en estado de otro".

No se espera que esta investigación contenga una ontología veraz respecto del fenómeno "comunicación", pero sí que la propuesta sea concreta y lo más alejada posible de teorías disciplinarias preconcebidas.

La comunicación, desde las diferentes teorías, distintas de la fenomenológica, ha sido visualizada históricamente desde sus funciones y no desde su esencia

por lo que constantemente se buscan metodologías para estudiar un fenómeno que no ha sido definido desde su identidad particular, sino que se ha identificado con diversos fenómenos surgidos de la psicología y la sociología, especialmente, como son la percepción fisiológica, reacción a estímulos y las acciones sociales, puesto que, desde dichas disciplinas la comprensión de la comunicación sirve sólo como un instrumento para conocer su propio objeto de estudio. Así, igualmente, se han intentado medir los efectos que este tipo de fenómeno producen en las personas, pero sin el argumento básico de la delimitación del concepto, por lo que cada estudio depende no sólo de una disciplina particular que lo estudia, sino, además, depende de la concepción que cada sujeto tenga respecto del fenómeno comunicación.

Desde lo anterior, podemos decir que la comunicación intrapersonal no existe en las teorías distintas de la fenomenológica porque, en general, los estudios ligados a la comunicación se han basado en la teoría sociológica que, por defecto, prioriza sus formulaciones en las relaciones y acciones sociales y no en las acciones y relaciones individuales, comprendiendo la subjetividad como un paso necesario para la comprensión de los fenómenos sociales, pero no como su objeto de estudio, pues no lo es. Por otra parte, en aquellas disciplinas donde se ha podido consignar la idea de comunicación intrapersonal responden a un enfoque relacional, bajo el cual toda la conciencia y la inconciencia representa un fenómeno comunicativo con el sólo hecho de aparecer más nítidas a la conciencia. Así, los sueños, el pensamiento, la imaginación, etc., son

comunicativas desde esta perspectiva, sobredimensionando la capacidad intracomunicativa del ser humano y confundiendo la comunicación con la mera existencia de datos y de información.

2. Sobre la propuesta de Martín Algarra

Así, la “fenomenología” y la “teoría fenomenológica” propuesta por Martín Algarra, no coinciden respecto de la existencia o inexistencia de la comunicación intrapersonal porque, en su intento por visualizar la ontología de la comunicación, este autor, no logra poner entre paréntesis a la sociología como disciplina base de los estudios previos de comunicación y, por otra parte, cimienta su propuesta aunando ciertos criterios predados por otro autores, entre los que cuentan el carácter social de la comunicación. Sin embargo, cabe destacar que la descripción y clasificación que realiza de los elementos mínimos para la existencia de la comunicación, asumen una precisión ontológica en el sentido de que no se dejan llevar por posibilidades contextuales. Es decir, tanto los elementos objetivos, subjetivos y práxicos, a los que alude Martín Algarra, representan fehacientemente los elementos que interaccionan sí o sí en el fenómeno comunicativo, no siendo posible eliminar ninguno de ellos, ni hacerlo variar por situaciones particulares, incluyendo la situación particular de la definición global de comunicación que se generó al integrar la idea de comunicación intrapersonal.

Entonces y retomando las preguntas que guiaron esta investigación:

- ¿Cómo conceptualizaríamos una acción que, estando dotada de intención comunicativa y siendo realizada por un sujeto capacitado expresiva e interpretativamente, realiza tal acción para sí mismo?

Como se pudo ver durante la discusión, existen dos tipos de acciones solitarias que se realizan o se pueden realizar con fines comunicativos, una mediada por la generación del producto apresentador “marca”, la otra con la acción reflexiva. Ambas cumplen con intentar re-presentar una realidad para que esta re-presentación sea visible a alguien que no la ha vivido como yo o que, creemos, no la ha vivido como yo, que en este caso serían sucesores relativos, tipos hacia los cuales nos proyectamos desde el máximo de familiaridad posible.

- ¿Esto es una comunicación con uno mismo o con un sujeto diferente, modificado por el paso del tiempo y por la experiencia que este mismo paso temporal conlleva?

Estrictamente hablando, la comunicación con uno mismo no es posible si definimos la idea de “mismo”, pues quien se comunica no es un yo idéntico al otro yo con el que se comunica, sino más bien son dos yo que acuñamos bajo el concepto de “yo en estado de otro”, tanto es así, que es posible que uno de los yo en estado de otro le sea totalmente desconocido al yo en estado de otro con el que se comunica y deba utilizar el máximo posible de la tipicidad, tal como si

fuera un predecesor o un sucesor en el sentido estricto de estos conceptos, utilizados por Schütz.

Por lo tanto, la comunicación intrapersonal no sería homologable al sentido estricto de la idea de comunicación con uno mismo.

- Entonces, al hablar de comunicación intrapersonal ¿estaríamos hablando de una comunicación “solitaria” o “social” en términos weberianos?

Se considera, finalmente, que al hablar de comunicación intrapersonal, se habla de una acción solitaria desde la concepción de que un ser humano es el mismo ser humano toda su vida, aunque varíe con el transcurso del tiempo. La constitución específica de la conciencia y por tanto, en este tipo de acción comunicativa, no se involucra a sujetos externos a mí organismo, sin embargo, comprendiendo que la idea de intersubjetividad implica una interacción de dos subjetividades distintas, podríamos decir que estamos frente una acción solitaria pero intersubjetiva. Pues el sujeto que se comunica con su organismo (sea exterior o interiormente) lo hace a través de subjetividades distintas proporcionadas por el paso del tiempo.

3. Características esenciales para la comunicación

Si bien Martín Algarra no cuestiona en esencia las características básicas de la comunicación en su propuesta, luego de realizado el análisis en la presente investigación, se postulan las siguientes características esenciales para llamar a un fenómeno “comunicación”, algunas de estas características coinciden como

conceptos con las características propuestas por Martín Algarra pero, en la mayoría de los casos, el sentido que se atribuye a esos conceptos varían considerablemente, proporcionando nuevas definiciones al fenómeno de la comunicación.

1.-¿Es humana?

La comunicación es humana porque implica la utilización de dos elementos exclusivamente humanos: la inteligencia práctica y la espiritualidad.

La inteligencia práctica que sirve para la expresión e interpretación de productos que apresentan una realidad de la conciencia, acciones a las que, por ser acciones, dotamos de sentido, sea este lógico, emocional o espiritual.

Espiritual, en tanto, porque a pesar de saber, intuitiva o racionalmente, en actitud natural, que no tenemos la capacidad de experienciar lo que otra subjetividad experiencia, tenemos la convicción más allá de la inteligencia práctica e incluso, en contra de ella, de que a través de la utilización de productos apresentadores podemos romper la barrera del "quale" llegando incluso a creer, a través de la empatía y la inferencia que "sabemos" lo que otro siente, piensa, cree o imagina. La mayor parte del tiempo, creemos entender al "otro" sin prestar atención si quiera a las evidencias prácticas que pudieran darnos esa conformidad, errando o acertando en las significaciones, pero sin saber a ciencia cierta qué tan errado o acertado se está. Esto se puede ver, por ejemplo, en la conversación que tiene cualquier persona con un amigo.

Mientras ellos conversan, muy pocas veces se preguntan, si quiera, uno al otro, si el otro está entendiendo lo que se le está diciendo y, más aún, si se le preguntara y el respondiera que si, su si no nos da ninguna prueba empírica de que así sea realmente.

2.-¿Es social?

Como se explicó al iniciar la propuesta, más que ser una acción social, la comunicación es una acción intersubjetiva, en ella entran en juego no dos organismos individuales solamente, sino dos subjetividades distintas. Estas pueden ser: a) dos subjetividades de un mismo sujeto expresando e interpretando, basado en la fe[23], en tiempos distintos, como es el caso de la comunicación intrapersonal; b) pueden ser dos subjetividades de sujetos distintos que expresan e interpretan el uno para el otro, basados en la fe, en una temporalidad común o; c) pueden ser dos subjetividades de dos sujetos distintos que expresan e interpretan el uno para el otro, basados en la fe, en una temporalidad distinta como sería el caso de las expresiones e interpretaciones que hacen los "predecesores relativos" y los "sucesores relativos".

3.-¿Es compleja?

La comunicación es compleja por una multiplicidad de variables, además de la nombrada por Martín Algarra que se refiere a la coincidencia de las intenciones de dos sujetos al momento de expresar e interpretar algo con el fin de

[23] Ver Pág. 104

comunicarse. Es compleja también, y primeramente, porque es humana y se vale de la conciencia para existir, conciencia que a su vez tiene un sin número de complejidades que radican, más que en la inteligencia práctica, en la espiritualidad de esta y en la incapacidad humana de comprender la conciencia en su totalidad, pues, como veíamos, ella sólo se nos presenta como fenómeno cognoscible a través de apresentaciones, lo que hace prácticamente imposible conocer a ciencia cierta, si quiera, nuestra propia subjetividad en un proceso de autoobservación.

4.-¿Es referencial?

Por supuesto que es referencial, de no serlo, la comunicación no existiría. Es como un círculo virtuoso. Si la conciencia de los demás se me diera a mi conciencia en su completitud, no necesitaríamos comunicarnos, pues el otro sería mi misma conciencia y yo sería su misma conciencia, no habría necesidad de tratar de entender al otro pues su subjetividad me sería evidente.

Es referencial, porque necesariamente conocemos o intentamos conocer la subjetividad del "otro" o del "yo en estado de otro" interpretando las re-presentaciones que ese "otro" realiza de su propia conciencia, tanto así, que ya Bergson lo decía al intentar explicar que por más que busquemos la esencia de una realidad y la encontremos en un acto intuitivo, en una sensación desconceptualizada; para darla a conocer debemos quitarle su carácter esencial utilizando conceptos que la describan.

5.-¿Se realiza en presente vivido?

La comunicación se realiza en presente vivido. Sin importar que la subjetividad con la que nos comunicamos haya existido o vaya a existir en otro tiempo. Por el hecho de ser la comunicación una acción, quienes se están comunicando deben realizar su acción expresiva o su acción interpretativa en su presente vivido, no puedo expresar algo antes de expresarlo ni después de expresarlo, ni puedo hacer eso con la interpretación. La comunicación se vive en el flujo de la conciencia, inclusive, si esta se realiza a través de un acto reflexivo, pues es mi "ahora" el que me presenta en la conciencia la rememoración y es mi "ahora" posterior el que me permite interpretar esa rememoración.

6.-Se basa en la fe

Esta última característica esencial de la comunicación que proponemos surge de la observación del fenómeno luego de comprender las otras 5 características previamente definidas. Esta característica es central para la comprensión de la esencia de la comunicación y surge de la espiritualidad humana, pues la fe es una sensación desprovista de lógica (aunque muchas veces la racionalidad ayude a su argumentación) que motiva y acompaña a la acción comunicativa.

La fe comunicativa puede comprenderse con un sencillo cuestionamiento ¿qué argumento lógico o prueba empírica tenemos para creer que nos comunicamos con otro sujeto, considerando que por lógica y pruebas empíricas sabemos que nos es imposible saber fehacientemente si nos hemos comprendido o no? Y,

más aún, si muchas veces, en nuestras conversaciones cotidianas no cumplimos si quiera con preguntar al “otro” si entendió lo que le dijimos o no. ¿Cómo puedo saber si, cuando le pregunto al “otro” si entendió o no lo que le dije y me responde que si, ese si representa realmente un entendimiento? Este entendimiento muchas veces no nos es necesario, porque ese entendimiento tiene relación con la efectividad de la comunicación y no con la existencia de la comunicación. La comunicación existe desde el momento en que creemos estar comunicándonos con alguien (Dios, yo mismo, “otro”).

4. Definición de comunicación

Se define la comunicación como: una acción intersubjetiva dotada de una intención comunicativa y basada en la fe.

Es acción porque, como decíamos anteriormente, es simbólica, referencial, lo que implica que las subjetividades que se relacionan tengan una intención de generar e interpretar apresentaciones para relacionarse con otra subjetividad. Con ello hacemos referencia a la idea de acción propuesta por Max Weber, definida como una conducta humana en la que los sujetos enlazan a ella una intención.

Es intersubjetiva porque a través de la comunicación se relacionan, utilizando productos apresentadores, dos subjetividades, que no es lo mismo que dos sujetos-organismos distintos (lo que podría entenderse como acción social), sino la expresión e interpretación de productos apresentadores entre dos

subjetividades que, por su situación biográfica y su “acervo de conocimiento”, son distintas y necesitan de dichos productos apresentadores para entenderse, debiendo utilizarlos en un acto de fe de entendimiento mutuo.

Posee intención comunicativa, porque como lo dijéramos al argumentar el carácter de acción del fenómeno comunicativo, es necesario que para que dos subjetividades se relacionen expresiva, interpretativamente e intencionadamente, dicha intención sea comunicativa, pues, de no ser así, la expresión y la interpretación no necesariamente aparecerían como elemento común a dicha relación, pudiendo presentarse sólo una de ellas e incluso ninguna.

Finalmente, está basada en la fe porque más allá de que la racionalidad y las pruebas empíricas indiquen que los productos apresentadores no son suficientes para asumir el entendimiento mutuo entre las personas, cuando dos personas se comunican no cuestionan que lo expresado por ellas haya sido comprendido por el otro o que lo que han interpretado haya sido lo que el otro realmente quiso decir y, en caso de cuestionarlo e incluso de negarlo, lo hacen basándose, igualmente, en que lo que el otro no entendió “pudo haberlo entendido”.

PALABRAS AL CIERRE

No deseamos finalizar este texto sin antes mencionar algunas interrogantes que surgen en base a la idea de comunicación intrapersonal y que, se considera, podrían ser de utilidad para investigaciones posteriores.

Primero, desde el enfoque relacional-psicologista, se considera que la comunicación intrapersonal es un proceso intrapsíquico en el que toda información dada a la conciencia es comunicativa, por tanto los sueños son comunicativos, las sensaciones son comunicativas, etc. Sin embargo, desde el punto de vista de la teoría de la acción y más aún, desde la estructura ontológica que se ha manejado durante esta investigación cabe preguntarse si los sueños, por ejemplo, son realmente "acciones comunicativas", considerando que se comprenden como símbolos que nos son dados por nuestra propia consciencia, pero que nosotros no decidimos conscientemente generar y que por tanto no podrían enmarcarse en una acción comprendida como un "hacer", basado en una intención particular.

Por otra parte, nos surge como interrogante cuál será el método a través del cual se pueda estudiar el fenómeno "comunicación" considerando que se ha ampliado a una esfera de la conciencia que dificulta la observación del fenómeno. Quizás, ahora estemos en condiciones de preguntarle a la psicología al respecto, pues ya sabemos (en caso de que todo esto sea veraz) qué es lo que buscamos reconocer.

Finalmente un tema que puede ser entendido como cuestionamiento e hipótesis, contradiciendo incluso una hipótesis generada en el estudio precedente (Fernández, 2008), nos preguntamos si en términos prácticos del estudio de la comunicación no sería posible considerar la tipicidad como una condicionante del lenguaje para la efectividad de la comunicación a nivel interpersonal, cuando la familiaridad entre los sujetos es prácticamente nula. Es decir, por ejemplo, cuando se encuentran sujetos con “acervos de conocimiento” muy distintos, no será más eficaz utilizar un lenguaje “tipo” para comunicarse en desmedro, de una utilización de lenguaje técnico que sólo le da sentido a quien expresa, como sería el caso de un campesino con un ingeniero comercial o igualmente de un médico con un paciente, etc.

En cualquier caso, son algunas dudas que quisiéramos plantear para dejar abierta la discusión, el diálogo o simplemente iniciar una comunicación intrapersonal.

BIBLIOGRAFÍA

Bendix, Reinhard. (1960). Max Weber.. Buenos Aires, Argentina. Amorrortu editores.

Bergson, Henri. (1956). Introducción a la metafísica y a la intuición filosófica. Buenos Aires, Argentina. Ediciones Leviatán

Clairis, C. (1996). El funcionalismo lingüístico. Onomaizen, Nº1, págs. 71-80

Díaz, M. (2007). *La conciencia, desafíos que plantea a los enfoques materialistas.* Seminario, Universidad de La Frontera, Temuco, Chile.

Ellis, R. y McClintock, A. (1993). Teoría y práctica de la comunicación humana. Barcelona, España. Ediciones Paidos.

Fernández, M. (2007). *El "alterego" visto desde el "quale"*. II Congreso de estudiantes de Postgrado en Comunicación, Universidad de La Frontera, Temuco, Chile.

_____(2008). *La idea de subjetividad propuesta por Alfred Schütz en la fenomenología de la 'vida cotidiana', su relación con la noción de 'referente mental' propuesto por Manuel Martín Algarra. Un modo de aproximarse al fenómeno comunicativo.* Departamento de Lenguas, Literatura y Comunicación. Temuco, Chile, Universidad de La Frontera. **Tesis conducente al grado de Licenciado en Comunicación Social:** 95.

Hernández, R. (1991). *Metodología de la investigación.* DF, México, McGraw-Hill Interamericana de México, S.A.

Husserl, Edmund. (1962). Ideas relativas a una fenomenología pura y una filosofía fenomenológica. Madrid, España. Fondo de Cultura Económica.

_____ (1982). *La idea de la fenomenología. Cinco Lecciones*, trad. de Manuel GARCÍA-BARÓ, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires.

Leal, R. Los procesos de subjetivación y las relaciones intersubjetivas en el trabajo etnográfico. *Alpha*. 2000, no. 16

---------- Aportes teórico-metodológicos de la fenomenología al desarrollo cualitativo de las ciencias sociales en Alfred Schütz. *Alpha* [online]. 2007, n.25 [citado 2011-10-26], pp. 215-225 . Disponible en: <http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-22012007000200015&lng=es&nrm=iso>. ISSN 0718-2201. doi: 10.4067/S0718-22012007000200015.

Martín Algarra, Manuel. (2003). Teoría de la Comunicación: Una Propuesta. Madrid, España. Editorial Tecnos.

Martínez, M. (2006). La investigación cualitativa (síntesis conceptual), *9*, 123 146.

_____ La etnometodología y el interaccionismo simbólico. Sus aspectos metodológicos específicos.

McQuail, D. y Windhal, S. (1997). Modelos para el estudio de la comunicación colectiva. Pamplona, España. Ediciones Universidad de Navarra, S.A

Olcese, M. (1994). El Buho de Minerva. Temuco, Chile. Ediciones Universidad de La Frontera.

Otero, Edison. (1997). Teorías de la Comunicación. Santiago, Chile. Editorial Universitaria.

Rizo, Marta. El interaccionismo simbólico y la Escuela de Palo Alto. Hacia un nuevo concepto de Comunicación. Portal de la Comunicación. INCOM, UAB. http://www.portalcomunicacio.com/download/17.pdf

_____ (2004). El camino hacia la "Nueva Comunicación". Breve apunte sobre las aportaciones de la Escuela de Palo Alto. Razón y Palabra, Nº40.

_____ (2006). La interacción y la comunicación desde los enfoques de la psicología social y la sociología fenomenológica. Breve exploración teórica. Revista Anàlisi, 33, 45-62.

Robberechts, Ludovic. (1964). El pensamiento de Husserl. DF, México. Fondo de Cultura Económica.

Rodrigo Alsina, M. (1995). Los modelos de la Comunicación. Madrid, España. Editorial Tecnos.

Rodríguez, D. y M. d. P. Opazo (2007). Comunicaciones de la organización. Santiago, Chile., Ediciones Universidad Católica de Chile.

Rodríguez G., Gregorio y otros. (1996). Métodos de la investigación cualitativa. Ediciones Aljibe. Málaga, España. P. 39-59

Shannon, C. y Weaver, W. (1964). The Mathematical Theory of Comunication. The University of Illinois Press.

Scheler, Max. (1989). El puesto del hombre en el cosmos. Buenos Aires, Argentina. Editorial Losada S.A.

_____ (1990). El saber y la cultura. Madrid, España.

Schütz, Alfred. (1962). *El Problema de la Realidad Social*. Buenos Aires, Argentina. Amorrortu editores, Maurice Natanson (comp.). Edición en castellano 1974.

Schütz, Alfred. (1993). *Construcción Significativa del Mundo Social*. Barcelona, España. Editorial Paidós.

Schütz, Alfred. Luckmann Thomas. (1973). *Las Estructuras del Mundo de la Vida.* Buenos Aires, Argentina; Amorrurtu Editores.

Vicente Arregui, J y Choza, J. (1991). Filosofía del hombre: Una antropología de la intimidad. Madrid, España. Ediciones Rialp, 5ª Edición.

Weber, Max. (1992). El problema de la irracionalidad en las ciencias sociales. (). Madrid, España. Editorial Tecnos.

Weber, Max. (1964). Economía y sociedad. Esbozo de sociología comprensiva. DF, México. Fondo de cultura económica.