

tual, tangible, en el desarrollo de nuevas alternativas o productos u objetos o en el rediseño de los mismos y en el mundo de opciones que se presentan con la inclusión de la tecnología digital, la comunicación interactiva, el mundo de los videojuegos, la comunicación multimedial y las publicaciones electrónicas.

Como podemos ver, son múltiples las áreas a investigar y cada día surgen más en donde las universidades debemos incentivar la conformación de líneas que respondan a las necesidades cambiantes del entorno, proyectos que puedan liderarse desde las facultades en asociación con las empresas, con centros de investigación y centros de desarrollos para la innovación y nuevos medios alternativos en todas las áreas del diseño.

Han pasado muchas cosas en el mundo del diseño desde los primeros artesanos, los descubrimientos y nuevos artefactos en la revolución industrial, los carteles, la imprenta y la era digital. Pasamos de ser operacionales a pensar en comunicaciones que inciden en la vida del hombre, que determinan una mejor forma de ver el mundo, de informarse, de llegar a otras culturas, de conocer, de tomar conciencia, de cambiar estilos de vida, de adoptar diferentes posiciones ante los problemas graves que nos aquejan como el calentamiento global, la tala indiscriminada de árboles, la desertificación y tantos otros en donde el diseño ejerce una función ante la comunidad, así como en la proyección social que tenemos desde las universidades emprendiendo campañas contra el uso de las drogas, la violencia, el maltrato infantil, contra el flagelo inhumano de las minas que acaban con los sueños y esperanzas de nuestros pueblos. No son sólo avisos publicitarios que promueven una compra, que informan de un evento, que promocionan un artículo, que mejoran un objeto, es un mundo cada día más complejo, es

una responsabilidad más grande que obliga a las instituciones a procurar mejores programas, a las empresas en la contratación de profesionales en las comunicaciones visuales pues saben que gran parte de su éxito, de su permanencia en el mercado está en el manejo de su imagen, de la cultura corporativa y en sus comunicaciones.

Definitivamente, dejamos de ser dibujantes para emprender el camino de la comunicación visual, pasamos de una profesión menor a ser una integral que une esfuerzos con otras disciplinas para prestar mejores servicios y ofrecer mayores opciones, hemos convertido al diseño en una herramienta fundamental en este, el siglo de la tecnología digital, de las comunicaciones satelitales, de la información en la red y, especialmente, en una época en donde el hombre debe tomar conciencia de su responsabilidad con el planeta, con las personas que lo habitamos y con el futuro que debemos dejarle a las nuevas generaciones más limpio, menos violento y con un alto índice de visión para mejorar su calidad de vida.

Notas

1. ABC de la Bauhaus, Ellen Lupton, Gustavo Pili, 1994
2. Artículo publicado en ForoAlfa el 12 de marzo de 2007. www.foroalfa.com
3. González Ruiz, Guillermo, Estudio de Diseño. Emecé Editores, 1994
4. Bruno Munari, Cómo nacen los objetos, Diseño y Comunicación Visual, Editorial Gustavo Gili

Carlos Soto. Paisajista con más de 50 exposiciones, 20 años de experiencia en diseño, publicidad y docencia universitaria, 11 años como Jefe de Programa de Diseño y Producción Gráfica en la Corporación Universitaria Unitec, Bogotá, Colombia.

Contra Babel. La comunicación en el contexto de la semiósfera

Gustavo Valdés de León

Y era toda la tierra de una sola lengua y de iguales palabras. Y ocurrió, cuando venían desde el oriente, que hallaron un profundo valle en la tierra de Sinar y allí se afincaron. Y dijéronse entre ellos: “Hagamos ladrillos cociéndolos al fuego”. Y usaron los ladrillos como piedra y betún como argamasa. Y dijeron: “Edifiquemos una ciudad y una torre cuya cúpula llegue al cielo y nos haga famosos, para que no seamos dispersos sobre la faz de la tierra.” (...) Y dijo el Eterno: “He aquí un pueblo y una lengua para todos ellos. Esto ya lo han empezado a hacer. ¿Acaso nada les impedirá hacer cualquier cosa que proyecten? Bajemos entonces y confundamos su lengua, para que no puedan entenderse mas entre ellos. De tal modo el Eterno los dispersó y ellos cesaron de edificar la ciudad.

Génesis. Noaj (Noé) XI - 1 a 8.

Introducción

En intersección dialéctica con los conceptos Lenguaje, Sociedad y Cultura, el término Comunicación ha adquirido carácter estratégico en la escena social contemporánea: aparece vinculado tanto a la trama del poder político como a la dinámica del mercado, a los avatares de las disputas ideológicas como a los mecanismos canonizados de “transmisión” del conocimiento, a las manipulaciones persuasivas de la Publicidad como a las relaciones laborales o de pareja; no existe espacio alguno de la vida en sociedad en el cual la “comunicación” no participe activamente de las mas diversas formas, como la explicación, en última instancia, de los mas variados fenómenos y procesos.

En los ámbitos académicos la manera en que la Comunicación es entendida determina las currículas, los objetivos pedagógicos, los contenidos y los programas de las carreras y de las asignaturas relacionadas con el Diseño puesto que éste, como ya es sabido, porta –en sus distintas vertientes disciplinares– una inevitable carga comunicacional: el objeto diseñado es, al mismo tiempo, un artefacto para utilizar y un signo para descifrar: una prótesis y una metáfora, tal como propone Fernando Martín Juez (2002).

La por momentos agobiante ubicuidad de los actos verbales y visuales de comunicación y la consiguiente conceptualización discursiva, tanto en el espacio especializado de las ciencias sociales como en el de la vida cotidiana –sujeta al acoso incesante de los medios– imponen una necesaria revisión del concepto que acote, con rigor científico, sus múltiples sentidos, despojándolo, en la medida de lo posible, de la hojarasca mítica e ideológica que vela y desfigura, sea por extremada generalización, sea por un no menos extremado reduccionismo, las características específicas del acto comunicacional y la función de éste en la compleja trama de las interacciones sociales.

La deformación mas frecuente y la mas extendida consiste en la ya conocida operación –en el sentido quirúrgico del término– practicada sobre la Teoría Matemática de la Información (C. Shannon, W. Weaver, 1949/1994) que ha quedado reducida al esquema cuasi infantil de un “emisor” que “transmite” un mensaje a un “receptor”. Por ese motivo este trabajo abordará, en primer término, la descripción objetiva de la teoría “original” de Shannon y Weaver y la crítica de su versión mutilada, por desgracia aún vigente en los ámbitos académicos y en el imaginario social.

Consecuencia inevitable y no menos perniciosa de cierta manera de entender la cuestión que estamos exponiendo es la indiferenciación conceptual entre Información y Comunicación que no obstante referir a fenómenos –técnicos y sociales– de diversa índole, terminan siendo equivalentes. Por este sesgo se termina afirmando que la transmisión digitalizada de datos entre máquinas, como ocurre con cualquier cajero automático, constituye legítimamente un “acto de comunicación”; o sosteniendo que los organismos vivos, para el caso las células epiteliales o los glóbulos rojos, se “comunican” entre sí, al igual que las galaxias, las plantas o los animales, como sostienen con similar entusiasmo Joan Costa (1971) y su traductor local Guillermo González Ruiz (1994) –denegando uno de los rasgos esenciales de la Comunicación, esto es, el de ser una facultad exclusivamente humana, condición necesaria para la emergencia del sujeto y para la organización de las sociedades, al fin de cuentas una estructura comunicacional.

En segundo lugar en este trabajo se procede a la descripción objetiva, fenoménica, de un acto simple de comunicación, la escena elemental, –tal como se da en una conversación cotidiana– con el propósito de establecer cuáles son las condiciones objetivas y subjetivas necesarias, empíricamente observables, para que el acto comunicacional se produzca efectivamente –esto es, que genere efectos prácticos–; descripción que nos permitirá verificar la complejidad del fenómeno, aún en una de sus manifestaciones mas sencillas, verificables por cualquier observador atento.

La descripción y la identificación de los factores empíricos que constituyen el acto comunicacional, entendido como proceso que se despliega en el tiempo, nos va a permitir proponer algunas hipótesis que intentan explicar, razonablemente, en qué consiste la Comunicación como fenómeno y como objeto antropológico, abordada desde la perspectiva del pensamiento complejo (Edgard Morin, 1996) y el enfoque transdisciplinar, formalizan-

do una síntesis que se postula como superadora de las teorías vigentes.

Finalmente se efectúa una descripción crítica de los llamados medios masivos de comunicación, en la cual se discute la legitimidad epistemológica de utilizar el término “comunicación” para definirlos y se introduce la categoría de la Semiósfera como el universo totalizador y totalizante de los signos, en cuyo interior se produce la práctica concreta de la Comunicación.

La teoría de la información

Contexto y descripción

Todavía no se había disipado del todo el humo de las chimeneas de Auschwitz ni los de Hiroshima y Nagasaki que marcaron el final siniestro de la Segunda Guerra y ya estallaba otra, la Guerra Fría que, con diferentes niveles de “temperatura” marcaría el resto del siglo XX, y en la cual se enfrentaban dos grandes construcciones ideológicas con pretensiones hegemónicas: el “Occidente”, a veces acompañado con el aditamento de “cristiano”, como encarnación de la “democracia” y el Bien Absoluto –a pesar de que entre sus filas militaran personajes tan poco presentables como Rafael Leonidas Trujillo, Anastasio Somoza o, ya en su vertiente “modernizadora” y neoliberal como Augusto Pinochet y Jorge Rafael Videla, entre tantos otros– y el “Oriente”, encarnado en el “comunismo ateo” y personificación del Mal Absoluto, tal como los medios de “comunicación” presentaran a los antagonistas en nuestro continente.

En el clima de prosperidad y crecimiento económico a nivel mundial de la postguerra los medios de “comunicación” de masas, muy en especial la radio y la televisión, adquieren una importancia estratégica en tanto instrumentos idóneos e imprescindibles en la lucha ideológica para la construcción de opiniones públicas adictas, ese crisol donde no inocentemente se fragua la conciencia social, en el cual se moldea científicamente la subjetividad y el deseo de millones de personas –las “industrias culturales” descritas por Theodor W. Adorno y Max Horkheimer (1947/2001), los “aparatos ideológicos del Estado” formalizados por Louis Althusser (1970/2003), entre otros.

En ese contexto aparece en los Estados Unidos la Teoría Matemática de la Información formulada por Claude Shannon y Warren Weaver que proporciona una explicación “técnica”, pragmática y políticamente neutra, del fenómeno comunicacional que, según dichos autores, consiste en “reproducir en un punto dado, de forma exacta o aproximada, un mensaje seleccionado en otro punto”; para que ello sea posible se describe un modelo lineal y unidireccional que parte de una Fuente que produce un Mensaje que está dirigido a un Destino. Hasta aquí no se encuentra novedad alguna, el mismo modelo, con diferente terminología, había sido formalizado anteriormente por Karl Bühler (1934) y su tríada Ausdruck (Locutor), Darstellung (el Mundo, en tanto representación) y Appel (Destinatario) pero como a los autores de la Teoría de la Información más que la interrelación comunicacional entre actores humanos “cara a cara” les interesan los procesos de comunicación de

masas por medios eléctricos o electrónicos, esto es, la comunicación a distancia entre el Poder, las grandes corporaciones económicas y los públicos –en línea con el Paradigma de Lasswell (1948) “quién comunica, qué, a quienes, por qué canal y con qué efectos”– introducen en la teoría aquellos factores técnicos que hacen posible la comunicación a distancia –las telecomunicaciones– cuyo origen, en la Modernidad, se sitúa en la invención del telégrafo por cable y en la telegrafía “sin hilos”, en el desarrollo del teléfono –que Alejandro Graham Bell se atribuyera de manera espúrea– y más recientemente en la popularización de la radio, en los años '30, y de la televisión, en los '50 como medios masivos de información, esparcimiento y persuasión.

Desde la invención del teléfono los artefactos técnicos que permiten la comunicación a distancia comparten factores comunes: los sonidos de la voz de la Fuente son tomados por un micrófono que los transforma –en esto radicaba la innovación de Maucci– en señales eléctricas moduladas (este es el Emisor) que son transmitidas de manera casi instantánea por un cable (este es el Medio o Canal) que está conectado físicamente –en el caso del teléfono fijo– al otro componente del artefacto, el auricular, (este es el Receptor) que realiza el proceso inverso, esto es, transforma las señales eléctricas que recibe en los sonidos de la voz de la Fuente, “de manera exacta o aproximada”, voz “virtual” que es la que perciben los oídos del Destino (o Destinatario). En las transmisiones radiales y televisivas, en las cuales además de palabras se incluyen sonidos, motivos musicales e imágenes visuales –así como en la telefonía móvil– las señales se desplazan por el aire, que funciona como Canal. Como las señales se desplazan en línea recta, para ampliar su alcance se instalan estaciones repetidoras, antenas “celulares” o se realizan triangulaciones por medio de satélites artificiales *ad hoc*.

El otro componente estructural del modelo es el concepto de Ruido, que denota las interferencias físicas de carácter exógeno, es decir, ajenas al sistema, que afectan al Canal dificultando el desplazamiento de las señales eléctricas y entorpeciendo la recepción del Mensaje –en sentido estricto, el silencio también es entendido como “ruido” (Matterart, A. y M., 1995/1997). Este concepto, al igual que el resto de los componentes del sistema, será hipostasiado y desvirtuado por el epígonos de la Teoría de la Información, como veremos más adelante. El modelo técnico que hasta aquí venimos describiendo excluye toda consideración a los sujetos que, en tanto tales, ocuparían las posiciones típicas de Fuente y Destino, así como elude cualquier referencia al contexto social dentro del cual se produce la circulación de la información y el contenido lingüístico, sígnico, del mensaje concreto. Tampoco considera, en tanto modelo lineal y unidireccional, el fenómeno del *feedback* o circularidad, –que, en sentido estricto, no se produce en las comunicaciones telefónicas y, en general, en los medios masivos, como luego se verá y sin el cual cualquier explicación acerca de la Comunicación, básicamente intercambio simbólico e interacción social, pierde toda consistencia. En tanto paradigma meramente instrumental la validez explicativa de la Teoría de la Información queda restringida al área de las telecomunicaciones –a partir del mo-

delo del teléfono– y en particular a los medios masivos en los cuales, en efecto, los mensajes son institucionales, no subjetivos, y están dirigidos a “sujetos” sin subjetividad, esto es, al Público –o mejor aún, a “los públicos”– de carácter anónimo. En estos sistemas, efectivamente, la “comunicación” es lineal y unidireccional: el “mensaje” se desplaza de “arriba” –el poder político, las corporaciones– hacia “abajo” –la masa de consumidores–, es de carácter imperativo (“consume”) y no existe espacio alguno para la circularidad: el Destinatario masificado no tiene otra opción de “responder” al mensaje de la Fuente que no sea acatándolo, reproduciendo la conducta que se demanda –si cambia de “canal” se encontrará con que, de diferente manera y con otro léxico, se le está “transmitiendo” el mismo “mensaje”.

Universalización y reduccionismo

La TMI¹, descripción instrumental de un proceso técnico de transmisión de información fue adquiriendo, no obstante sus limitaciones explicativas, el carácter de una Teoría General de la Comunicación de alcance universalista y como tal reconocida y aceptada por la comunidad académica y repetida y divulgada en las instituciones de enseñanza como la teoría “oficial”, científicamente comprobada y válida hasta la actualidad. Pero aún faltaba lo peor.

Nunca se sabrá con certeza a quien o a quienes les pareció que el modelo era demasiado complicado y no se encontró mejor solución que amputarle, literalmente, las extremidades con lo cual, además de desvirtuarlo lo transformaron en una suerte de “monstruo” conceptual. En efecto, en algún momento, la Fuente y el Destino o Destinatario, como factores activos del proceso y como posiciones pasibles de ser ocupadas por sujetos, desaparecen del esquema que queda reducido a sus componentes técnicos, a sus aparatos: el emisor y el receptor. Por esta vía el emisor y el receptor terminan transmutados en los protagonistas efectivos del acto comunicacional a pesar de que el mas elemental sentido común nos indique, desde la pura empiria de la vida cotidiana, que, en tanto artificios técnicos privados de volición, ni el emisor ni el receptor tienen la capacidad de establecer *per se* comunicación alguna entre sí ya que, hasta que no se demuestre lo contrario, la comunicación es un atributo exclusivamente humano, gracias a la facultad innata del Lenguaje propia de nuestra especie: a pesar de Walt Disney y sus simpáticas criaturas parlantes y cantantes y de los estimulantes delirios de la ciencia-ficción, los objetos, como la totalidad de los animales conocidos, no hablan; algunos objetos han sido diseñados para que puedan reproducir –“con la mayor exactitud posible”– mensajes sonoros y visuales producidos mediante la intervención activa de sujetos humanos (valga por esta vez la redundancia) o para transmitir a distancias casi ilimitadas tales mensajes pero no pueden, deliberadamente, producir mensajes “propios” –excepto, insistimos, en el campo de lo ficcional, lo conjetural y lo artístico donde todo es posible.

Por otra parte, aunque a veces sea tratado –en particular por los medios– como un objeto el sujeto es sujeto de su libertad, capaz, a pesar de todo, de poder elegir y tomar decisiones, según su circunstancia concreta y de produ-

cir y comunicar ideas y emociones. Ha resistido, hasta ahora ser reducida a la condición de “máquina”, esto es, a objeto –y en ello radica su dignidad. Sin embargo esa condición queda menoscabada cuando desde la versión “reducida” de la Teoría de la Comunicación se lo condena o bien al rol de “emisor” imperativo –¿qué puede “emitir” una persona aparte de calor u olores personales?– o bien al de “receptor” pasivo y obediente. Recuérdese que en su versión “original” aquellos términos se refieren a meros aparatos que producen, transmiten y reciben señales eléctricas, “lugares” que no son ocupables por sujetos que disponen de la capacidad de producir y comunicar símbolos.

La cuestión del “código”

C. Shannon, en la teoría “original” denominó Codificación a la función técnica que cumple el Emisor: transformar las vibraciones de orden físico de la voz de la Fuente en señales eléctricas y Decodificación a la tarea inversa que cumple el Receptor, elección terminológica a la cual no fue ajena la participación del autor en la sección de Criptografía de los servicios de Inteligencia Militar norteamericanos durante la Segunda Guerra: es sabido que dicha sección se ocupa del desciframiento –o “decodificación”– de los mensajes encriptados del enemigo y del ciframiento –o “codificación” de los mensajes propios. Designar como “codificar” (función del Emisor) a la operación de transferir un fenómeno mecánico –la vibración del aire producida por las modulaciones de la voz de la Fuente– a un fenómeno eléctrico –oscilaciones de la corriente– no fue una elección afortunada. Muy pronto, ya en la teoría “reducida”, el término “código”, ya no con el sentido de mero fenómeno físico sino como realidad psíquica e, incluso, sociocultural, terminó cosificado y convertido en factor fundamental del proceso comunicacional.

A este juego de confusiones se sumó en su momento Roman Jakobson (1963) al incluir en su conocido Esquema componencial el factor Código al cual, para mayor confusión, le atribuyó la –improbable– función Metalingüística, como si en el interior de los procesos de comunicación por medio del lenguaje –y no existe, por desgracia, otro medio– pudiera pensarse en la existencia empírica de instancias situadas “mas allá” del Lenguaje –con propiedad, de la Lengua, que es su manifestación perceptible. Desde entonces las descripciones académicas de la Comunicación han incluido, por complacencia o por comodidad de pensamiento, junto a los términos Emisor/Receptor, desgajados de su contexto original y tergiversado su sentido, el de “Código” –aunque no siempre se sepa a que se refiere.

Intentemos ver esta cuestión con algún detenimiento. Si una persona (A) habla con otra (B) que la escucha, operaciones que se realizan en simultáneo, y dando por supuesto que A y B utilizan en la plática la misma lengua –es decir, el mismo “código”– ocurrirá que no hay nada que “codificar” y por lo tanto nada que “decodificar”. Esto es así puesto que las “ideas” que A tiene “en su cabeza” como se dice vulgarmente, y que quiere comunicar a B, no son otra cosa –siguiendo a Saussure, 1916/1994– que representaciones psíquicas, o Significados, que se corresponden puntualmente, aunque de

manera arbitraria, a imágenes acústicas, o Significantes, con los cuales A, en función de su riqueza léxica o competencia lingüística, expresa para B aquellas “ideas”. Con respecto a B ocurrirá que los Significantes que está escuchando se corresponden con bastante aproximación a los Significados que A se propone comunicarle (puesto que el “significado” de los términos utilizados es compartido por ambos) por lo que B “entenderá” desde el punto de vista cognitivo, razonablemente, lo que A está enunciando. Si se diera el caso que B, en función de su propia competencia lingüística, tuviese dudas acerca del “significado” de alguno de los términos pronunciados por A, o no lo comprendiese en absoluto, con sólo interrogar a éste sobre el “sentido” que atribuye a dicho término la consiguiente “respuesta” de A despejaría aquellas dudas y aquel desconocimiento.

En estas condiciones, que son las normales de cualquier diálogo, el único “ruido” posible, en tanto interferencia que dificulte el diálogo, sería un ruido “real”, físico, proveniente del entorno, exógeno por lo tanto al acto comunicacional mismo. Si ocurriese que A sufre problemas de dicción –o B de audición– lo que dificultaría o haría imposible el diálogo, sería erróneo caracterizar este obstáculo como “ruido”, puesto que éste, por definición, afecta al Canal o Medio mientras que en nuestro caso afectaría de manera directa a los sujetos participantes.

La Lengua, como todo sistema de signos, está estructurada normativamente según “leyes” que el uso social ha convertido en convenciones consolidadas y que son revisadas y convalidadas periódicamente por las instituciones correspondientes –en el caso de nuestra lengua por la Real Academia– y registradas en sus diccionarios. Estas “leyes” operan en dos niveles principales: en el significado de los términos fijando las acepciones válidas –esto es, en el aspecto semántico de la Lengua– y en la determinación de las normas de combinación de términos consideradas correctas –esto es, en los aspectos sintácticos. La existencia de tal normatividad garantiza la “inmutabilidad” (relativa) de la Lengua así como los cambios que ésta va experimentando en la diacronía de la dinámica social, “mutabilidad” según la terminología utilizada por Saussure. Por razones de economía expresiva o de simple comodidad podemos aceptar que aquellas “leyes” sean designadas como “código” –en el mismo sentido que los códigos civil, comercial, penal, etc. que norman la vida de las sociedades modernas– pero dejando en claro que dicho “código” no es la Lengua sino la expresión empírica de su propia autoregulación. El uso –y el abuso– que se hace del término, sin precisar si refiere a una Lengua (verbal, visual o audiovisual) o las leyes que normatizan su práctica, no puede sino generar equívocos. De cualquier manera debe quedar claro que “código” en el contexto lingüístico y comunicacional no tiene ninguna relación con el mismo término tal como se lo implementa en la TMI en la cual se limita a describir los cambios de índole física que sufre el “mensaje” en todo proceso de telecomunicación.

El pensamiento colonizado

“Progresistas” o conservadores, los intelectuales de los países periféricos o, si se prefiere, de manera más cínica,

de los países “en vías de desarrollo”, han evidenciado a lo largo de nuestra historia una poderosa atracción por la imitación de los modos de pensamiento predominantes en los países centrales, en la creencia –ingenua o interesada– de que la importación y “aplicación” de esas corrientes de pensamiento aceleraría los procesos locales de modernización y el consiguiente acceso de sus países –o por lo menos de las clases a las que tales intelectuales representan– a la “Civilización”, –en la actualidad, al paraíso consumista del “primer” mundo. La Globalización asimétrica, tanto en su faz económica encarnada en las políticas de ajuste del Fondo Monetario Internacional, el Consenso de Washington y las doctrinas del neoliberalismo, como en su faz cultural encarnada en las tendencias posmodernas por la trivialización del pensamiento, la farandulización de la política, la instauración de la onda *fashion* y *New Age* en la escena pública, etc. ha estimulado los procesos de mimetización del pensamiento colonizado, en tanto aceptación complaciente y acrítica de las corrientes estéticas e ideológicas hegemónicas en Europa y los Estados Unidos.

La adhesión incondicional a “teorías” que son presentadas como la encarnación de la Razón “universal”, en definitiva de raigambre eurocéntrica, conlleva para los intelectuales periféricos un alto costo epistemológico y político: si la realidad local, en general bastante cimarrona, no se adapta dócilmente a los dictados de la Razón “universal” se procederá a “adaptarla”, por la fuerza si es necesario –nuestra historia está plagada de situaciones de este tipo– en tanto “anómala” o “bárbara”, a las prescripciones de la “teoría”, devenida sagrada y como tal, indiscutible.

En la cuestión que nos viene ocupando, las falacias de la Teoría de la Comunicación vigente, el pensamiento colonizado funciona aproximadamente así: si la realidad empírica evidencia que la Comunicación consiste en un proceso de intercambio simbólico entre sujetos, pero la “teoría” sostiene que la Comunicación es la transmisión de señales entre aparatos (el emisor y el receptor) y como dicha “teoría” fue pensada y escrita en inglés, es de origen norteamericana y goza de prestigio en los círculos académicos, entonces el intelectual renuncia a su condición de tal, –y también a la de sujeto– y obediente se asume como “emisor” –o “receptor”, según convenga–, como “aparato” que emite, codifica, recibe y decodifica señales. La praxis concreta, cotidiana, de la comunicación es negada discursivamente y en su lugar se impone de manera autoritaria la teoría universal que, en tanto paradigma, se integrará al conjunto de creencias compartidas por la comunidad.

Salvando las distancias, los ilustrados criollos del siglo XIX aplicaron una operatoria similar al intentar reproducir en otro contexto los principios de la Revolución Americana y de la Constitución Federal de los Estados Unidos de América (1782) y pretender que la compleja y conflictiva realidad de las Provincias Unidas se ajustara a aquella normativa. Los resultados fueron un largo ciclo de sangrientas guerras civiles y entre estados, la fragmentación territorial y la consolidación tardía del país, previo exterminio de la población aborigen y la apertura indiscriminada y acrítica al mercado mundial y a las ideologías librecambistas europeas. (Para un aná-

lisis mas detallado de esta problemática ver: Valdés de León, G.A., 2006)

Veamos a continuación un caso concreto y actual de “explicación” de la Teoría de la Comunicación vigente, en el ámbito universitario, que ilustra la condición del intelectual colonizado.

Una explicación canónica

Un típico profesor universitario del área de Psicología intenta explicar a sus alumnos y a sus lectores la Teoría de la Comunicación de la siguiente manera (todas las citas han sido tomadas del Capítulo 1 de Grupo. Objeto y teoría. Volumen II, de Roberto R. Romero).

El profesor empieza definiendo la Comunicación en los siguientes términos:

Etimológicamente “comunicación” proviene del latín *communitas*: al comunicarme intento establecer una “comunidad” con alguien, compartir una idea, un sentimiento, una actitud. Hay implicados, entonces, tres elementos: una fuente o emisor (individuo, organismo, etc.), un mensaje (verbal, gráfico, una señal, un signo, etc.) y un receptor o destino (individuo, grupo u organismo, etc.)

Obsérvese la impunidad con que los términos originales de la TMI –que no es nombrada pero sobre la cual el profesor sustenta su argumentación– son tergiversados: la Fuente y el Emisor, categorías netamente diferenciadas en el texto de Shannon, son reducidas a una instancia única borrando sus diferencias topológicas y funcionales: Fuente como espacio del sujeto comunicante, Emisor como mero artefacto técnico. Por supuesto la misma operación se efectúa sobre los términos Destino y Receptor.

Además el profesor considera factible que tanto la Fuente como el Emisor –y por consiguiente el Destino y el Receptor– puedan ser “organismo, etc.”, con lo cual la comunicación deja de ser un acto exclusivamente humano y cualquier ente tiene la capacidad de comunicarse. Claro que pensar que una almeja, por mencionar un “organismo” o un “etcétera” cualquiera, se proponga conscientemente “compartir una idea, un sentimiento, una actitud” con, pongamos, otra almeja o un crustáceo cualquiera, resulta bastante increíble.

El profesor continúa, dirigiéndose al lector:

Le propongo tomarnos como ejemplo. En este caso yo soy el emisor, usted leyendo este texto constituye el receptor y el mismo texto con la teoría de la comunicación conforma el mensaje que intento comunicarle.

Mas allá de su tono admonitorio, del texto del profesor se desprende que la Fuente y el Destino no cumplen ninguna función práctica en el proceso comunicacional, con lo que el modelo pierde sus componentes esenciales, es decir, aquellos que intentan comunicarse entre sí y que, en última instancia, son personas. Por lo demás, el profesor, paladinamente se asume como “emisor”, esto es, como artefacto, y exige a su lector que haga lo propio asumiéndose el también como tal, en tanto “receptor”

Implacable, el profesor prosigue:

La comunicación humana implica un proceso en el que diferenciamos ciertos aspectos: un emisor que encodifica su mensaje, es decir, que coloca la información, sentimiento o actitud que desea compartir o comunicar en una forma tal que pueda ser transmitida (...) a esta forma

la denominamos código y a la acción de colocar un mensaje en un determinado código, encodificar. Si no colocásemos en un determinado código (verbal si estuviésemos conversando, escrito en nuestro caso, gráfico si utilizáramos dibujos, postural o gestural –sic– si fuésemos sordos) las imágenes e ideas que poseemos representadas intrapsíquicamente, éstas no podrían ser transmitidas. Aparece, como no podía ser de otra manera, la confusión que en general acompaña a la cuestión del “código” que mas arriba hemos analizado. De todas maneras, al menos para el profesor, las ideas e imágenes “intrapsíquicas” –esto es, supuestamente, el “mensaje”– para poder ser “transmitidas” deben ser transcritas o traducidas a otra instancia, en este caso, a “códigos” verbales, escritos, gráficos, posturales o “gesturales”, lo que implicaría la imposible coexistencia, en la interioridad psíquica del sujeto, de una grave escisión ciertamente patológica, entre una instancia que concibe “ideas e imágenes” y otra que, diligentemente, las “coloca” en un “código” determinado. La confusión consiguiente es consecuencia lógica de la “fusión” de categorías conceptuales que en la TMI aparecen claramente diferenciadas y con funciones específicas. Por lo demás el profesor seguramente desconoce que ya en 1916 Ferdinand de Saussure había resuelto satisfactoriamente este problema con su teoría del signo lingüístico (verbal) por fortuna todavía vigente. Sólo cabe agregar que reducir el dominio de lo gráfico a “dibujos”, ignorando que “lo escrito”, es decir, lo tipográfico, integra por derecho propio ese dominio pone al descubierto la indigencia cultural y los déficit de información que aquejan a algunos profesores.

El texto continúa:

Pero el término “comunicar” implica una ‘sintonización’ recíproca de la fuente como del destino: el mensaje emitido debe ser recibido adecuadamente; para que la comunicación sea adecuada el emisor debe suscitar en el receptor las mismas imágenes o imágenes similares a las que posee. A tal efecto y a fin de completar el acto de comunicación, el mensaje debe ser decodificado por el receptor (usted debe interpretar el significado de las palabras que lee).

“Sintonizar”, según el Diccionario de la Lengua Española de la Real Academia (2000), consiste “en ajustar la frecuencia de la resonancia de un circuito a una frecuencia determinada: sintonizar una emisora en un receptor de radio”. Este fenómeno meramente físico no tiene relación alguna con la comunicación “humana” en la que, por fortuna, –salvo el caso puntual de la comunicación a distancia y como meros instrumentos técnicos– no intervienen “frecuencias” ni “circuitos”. La segunda acepción del término, según la misma fuente: “(Dicho de una persona): coincidir en pensamiento o en sentimiento con otra”, describe una circunstancia de orden psicológico que no constituye condición necesaria del acto comunicacional. Cabe destacar que en el párrafo analizado retornan los términos “fuente” y “destino” que antes habían desaparecido.

El profesor concluye su explicación, supuestamente “científica”, de la Comunicación de esta manera:

Como podemos apreciar, existen buenas razones para preguntarse, como emisores, si nuestros receptores están “en sintonía” con nosotros, si el mensaje será in-

terpretado sin distorsiones. Estas distorsiones se originan, entre otras causas, por la existencia de “ruido” en el sistema. Ruido que no es necesariamente físico, sino también social y/o psicológico.

La cuestión del “ruido” –que en casos extremos ha terminado convertido en “ruido visual”– ya fue comentada anteriormente por lo que no volveremos a hacerlo aquí. Se nos disculpará lo extenso de las citas pero nos pareció importante presentar un caso paradigmático que incluye –como podemos apreciar– casi todo el repertorio de mitos, falacias e inexactitudes con que son presentadas habitualmente las teorías de la comunicación, en particular en los ámbitos especializados, en línea con el pensamiento colonizado y que poco o nada ayudan a los esforzados estudiantes que tienen que soportar mentores de este tipo a entender en qué consiste realmente la Comunicación.

Que es lo que nos proponemos hacer a continuación.

Descripción fenoménica de los datos observables en un acto simple de comunicación

La comunicación es una práctica social que se produce con total “naturalidad” en la vida cotidiana –aunque de natural no tiene nada– y en la cual todos los miembros de la comunidad, sin excepción, participan de una u otra manera.

En este apartado describiremos en forma detallada y objetiva los rasgos constitutivos y necesarios del acto comunicacional en su manifestación mas simple, el diálogo entre dos personas, tal como éstos se presentan a la observación empírica. El propósito es desmontar la complejidad del fenómeno siguiendo pautas de precedencia lógica y cronológica.

La comunicación como una práctica exclusivamente humana

En el diálogo que observamos, que llamaremos escena elemental, dos personas hablan. Lo primero que observamos es que dicha escena es protagonizada por personas, por humanos, en fin, por sujetos.

Esto es así por cuanto –y hasta que no se demuestre científicamente lo contrario– nuestra especie es la única que posee la capacidad innata de simbolizar, cualidad inalienable que la diferencia del resto –de todo el resto– de los organismos vivos y de las numerosas entidades míticas que los hombres han construido a lo largo de su historia.

Esta facultad, a la que denominamos Lenguaje, consiste en la posibilidad de poder representar-se (los humanos) y poder representar (a los otros) los objetos y fenómenos de la realidad objetiva y subjetiva, material y anímica, por medio de signos cuya materialidad puede ser de registro verbal, visual, táctil, odorífera o gustativa –con predominio casi hegemónico de lo verbal-visual– y, recíprocamente, la capacidad de percibir e interpretar esos signos como representativos verosímiles de aquella realidad. De aquí se desprende que las relaciones, simples o complejas, que los hombres entablan con el “mundo” –y con los otros hombres– no son directas, inmediatas, como sucede con los organismos vivos que

reaccionan frente a estímulos físico-químicos, sino indirectas, mediadas inexorablemente por la trama simbólica que constituye el mundo de la cultura. Si bien la “realidad” (material) existe como un dato a priori, en el proceso cognitivo de su apropiación por los hombres éstos la “construyen” en la medida con que la agudeza y las limitaciones de sus sentidos se los permite, en la medida en que los estímulos provenientes de esa “realidad” pueden ser designados por un término de la Lengua y en la medida en que sus conocimientos científicos acerca de aquella realidad se van acrecentando: como resultado de este proceso multicausal la “realidad” percibida por los sentidos y organizada por la razón terminando, en realidad, una construcción ideológica.

La condición “humana” de los participantes de la escena elemental posibilita que su diálogo no se limite al mero intercambio de información cualitativa o cuantitativa de un hecho cualquiera: de manera inevitable y en mayor o menor grado, según sea el contenido discursivo del diálogo y la relación existente entre los interlocutores, el intercambio simbólico estará teñido de afectividad; intercambio, que si bien podría ser reducido a términos digitales, mantendrá siempre su carácter de vivencia subjetiva, –con las implicaciones de orden inconsciente que Freud (1920/1995) describiera bajo el término de “transferencia”.

Por lo demás se sabe que es por medio de sucesivos actos de comunicación, por medio del lenguaje –en su sentido técnico de Lengua– que la madre logra que el recién nacido alcance la dimensión humana que no posee al nacer, en tanto mero producto biológico. Es por el lenguaje y mediante el lenguaje que el sujeto se constituye: la “lengua” materna lo moldea como tal: el Significante se inscribe, eróticamente, en el cuerpo.

Es gracias a este proceso de subjetivación y adquisición del Habla que los actores de la escena elemental que estamos describiendo puedan dialogar: esta situación es impensable para cualquiera de los otros organismos vivos conocidos –al menos hasta hoy.

Alteridad

El segundo aspecto que salta a la vista en la escena elemental es que, para que ésta sea posible, es necesaria la presencia física, “real” o imaginaria, de dos o más personas: para que alguien pueda comunicarse es indispensable la existencia fáctica de cierto “otro” –al tiempo que, para el interlocutor, el hablante será, recíprocamente, el “otro” con respecto a su sí-mismo.

En el caso que estamos observando –el diálogo “cara a cara”– la presencia del “otro” (siempre dentro de la situación especular de otredad recíproca y complementaria) es física, “real”, lo cual enriquece el acto comunicacional mismo al sumar al juego de las palabras la faz visual, el juego de las miradas y visajes, la expresión facial, los gestos y ademanes, la actitud corporal, manifestaciones visibles del efecto que está provocando en el interlocutor lo que está escuchando, a lo que también se sumarán los “efectos” propios de la enunciación –el timbre y volumen de la voz, las pausas y silencios, el ritmo o cadencia de la elocución. Este “segundo” nivel de diálogo, no siempre controlado por la voluntad es la vía regia por la cual se deslizan las mociones emociona-

les –por no decir inconscientes– que pueden potenciar –o denegar– lo que se está diciendo y escuchando, será desarrollado más adelante.

En los casos, cada vez más frecuentes, de comunicación a distancia (teléfonos fijos o móviles, mensajes de texto, correos electrónicos, intercambios por *chat*– la presencia del “otro” asume cada vez más un carácter imaginario –aún cuando medien auxilios tecnológicos, tipo *webcam*.

En las comunicaciones telefónicas todavía queda, a título de índice, cierta evidencia de la “realidad” del “otro”, representada por su voz que es reconocida por el destinatario –y viceversa. En el género epistolar, en la actualidad prácticamente inexistente, la impronta de la escritura –en la carta manuscrita– o la de la firma autógrafa –en las cartas procesadas a máquina– cumplen la misma función, garantizando la autenticidad del “otro” imaginario que, por este sesgo, adquiere cierta corporeidad. En el campo cada vez más extendido de los mensajes de texto y de las comunicaciones vía internet el “otro” imaginario se eclipsa en tanto sujeto: la existencia “real” de quienes supuestamente, envían –o reciben– los mensajes es, cuando menos, dudosa, ya que pueden ser sujetos colectivos, institucionales o anónimos, o directamente no existir sino como creaturas de ficción, enmascarados detrás de nombres de fantasía: en este nivel el “otro” imaginario se desmaterializa en la pura virtualidad del medio.

Un fenómeno análogo de des-subjetivación –ya muy lejos de la escena elemental que hemos tomado como modelo– se percibe en el sistema de las “comunicaciones” sociales; aquí las corporaciones, por definición “anónimas”, representadas por sus marcas –signos lingüísticos verbales y visuales producto del Diseño– producen mensajes de talante en general imperativo y autista dirigidos a públicos segmentados según las cada vez más sofisticadas técnicas de investigación de mercado, públicos también “anónimos” que no están constituidos por sujetos sino por “consumidores”, categoría crudamente economicista. Estos públicos, supuestos destinatarios del mensaje, están privados por la propia lógica del sistema de “responder”, en los mismos términos, al discurso de las corporaciones: la única “respuesta” que de ellos se espera –y la única posible– es que adquieran el producto tal o voten por el candidato cual.

El mismo *modus operandi* se verifica en los todavía denominados, por inercia intelectual, medios masivos de comunicación: la “comunicación”, consistente por lo general en informaciones y entretenimientos banales, es seleccionada, editada y presentada por los medios en función de los intereses económicos y políticos que representan. La inermidad del espectador es cada vez mayor en relación a la concentración de los medios en poderosos grupos económicos y su transformación en “multimedios” que disponen de canales de TV –de aire y por cable– de diarios y revistas, de emisoras de radio en AM y FM, sistemas de telefonía móvil y de acceso a internet; todo ello en aras de la “libertad de prensa” devenida en rentable libertad de empresa.

En sentido estricto ¿se puede seguir considerando “comunicación” a un sistema caracterizado por el tono autoritario y compulsivo de los mensajes que produce;

por la unidireccionalidad y verticalidad con que estos “circulan”; por la imposibilidad fáctica de respuesta por parte del interpelado –o, lo que es lo mismo, por la anulación de cualquier tipo de *feedback* o Circularidad–; por la masificación, homogeneización y banalización extrema de los contenidos; por el anonimato y la des-subjetivización de los actores y en el cual el “otro”, factor insustituible del acto comunicacional, ha sido definitivamente expulsado?

Como una consecuencia adicional, pero de gran importancia ideológica, el sistema global de los medios masivos ha “producido” una realidad ficcional (“simulacro” en la terminología de Jean Baudrillard) que sustituye eficazmente al mundo de la realidad –tal como Phillip K. Dick (2001) preanunciara en sus relatos– por un mundo “virtual” ontológicamente inexistente y al que la sociedad –o al menos sus sectores mas vulnerables– termina aceptando como “real” y verosímil, con todos los efectos prácticos que ello conlleva (recordar, al respecto, la puesta en escena televisiva de la Guerra contra Irak, transformada por la CNN en espectáculo mediático, casi un video *game*, sin sangre ni cadáveres).

Los problemas que para la teoría se presentan cuando el “otro” del acto comunicacional es de carácter sobrenatural –el creyente que en la plegaria experimenta la vivencia de contacto “real” con la Divinidad– o cuando tal “otro” es una instancia intrapsíquica –el “diálogo” consigo mismo o introspección– serán tratados en otro lugar.

Intencionalidad y deliberación

Cuando un sujeto, dentro de cierto contexto físico y cultural, se dirige a otro con el propósito de iniciar o proseguir un diálogo, lo hace impulsado por un motivo concreto, por su parte el interlocutor, de acuerdo con las convenciones vigentes en el contexto, manifestará de manera tácita o explícita su aquiescencia a sostener el diálogo propuesto, estableciéndose de esta manera un “contrato interlocutivo” implícito o manifiesto que implica un conjunto de normas, muchas de ellas de mera cortesía, a las cuales ambos se someten y que garantiza, dentro de ciertos límites, la estabilidad, duración y eficacia relativa del diálogo: la intencionalidad y la deliberación constituyen, pues, el tercer factor estructural del acto comunicacional.

Aunque las motivaciones de los actores pueden ser numerosísimas y del mas variado orden –inclusive de carácter inconsciente, opacas para los mismos interlocutores– es posible ordenarlas en grandes grupos: aquellas en las que persigue un beneficio personal, en última instancia de índole económico y aquellas en las que priman mociones afectivas –a veces en desmedro del interés personal inmediato, como cualquier enamorado lo sabe–, sin excluir aquellas situaciones en las que sólo se persigue compartir una placentera plática.

Cualquiera que sea el caso los interlocutores han convenido un acuerdo tácito –en tanto el diálogo se mantenga estable en el tiempo–, un estado de disponibilidad recíproca tanto al hablar, y suponer, razonablemente, que se está siendo escuchado, como al escuchar, y suponer, con similar razonabilidad, que luego se hablará, asintiendo o disintiendo.

Es necesario destacar que el “lazo”, la urdimbre de relaciones subjetivas y objetivas que vincula a los interlocutores no es siempre (o casi nunca) de estricta igualdad dado que según las circunstancias concretas y específicas que condicionan el diálogo los participantes actuarán de acuerdo a roles socialmente establecidos, expresión de diferentes posiciones de poder, lo que dará como resultado relaciones comunicacionales asimétricas entre cada sujeto y su “otro”: jefe/subordinado, profesor/alumno, marido/mujer, padres/hijos, y en general adultos/niños, médico/paciente, etc.

Relativamente simétrico, como suele ocurrir en una reunión informal de amigos, o francamente asimétrico, en el diálogo se tramitan las demandas de los interlocutores, cuya satisfacción será parcial o derivada al futuro, cuando no denegada en absoluto. No obstante, la demanda básica de los actores –en ocasiones, la única demanda– esto es, ser escuchado, en general es casi siempre satisfecha en el transcurso del acto comunicacional.

Terceridad

Entre los sujetos que intentan comunicarse intermedia, siempre, un “tercero” que les es radicalmente ajeno y del cual han tenido que apropiarse: un sistema artificial de signos producidos históricamente por la sociedad, esto es, la Lengua, mediante el cual –y únicamente mediante el cual– los interlocutores pueden intentar comunicarse. La existencia previa del sistema de signos o “terceridad” es el cuarto término constitutivo del acto comunicacional.

El sistema de signos mas extendido y generalizado, por su riqueza terminológica y su idoneidad para poder representar con razonable fidelidad las ideas y emociones de los participantes, es obviamente, el lenguaje verbal –en propiedad, la Lengua– que, en el trámite del diálogo “cara a cara” se presenta acompañado y complementado (cuando no renegado) por factores acústicos no-verbales propios de la enunciación (la prosodia) y por factores visuales (kinéticos y espaciales) –que desarrollaremos por separado.

La existencia efectiva de una Lengua en común, cuya normatividad semántica, sintáctica y elocutiva es conocida y compartida por los actores, es condición necesaria de la posibilidad misma del acto comunicacional. La “competencia lingüística” de los participantes, es decir, su mayor o menor *stock* terminológico, la habilidad en el empleo eficaz y, por qué no, elegante, de los giros sintácticos y retóricos, así como el conocimiento general de “lenguas” especializadas –de clase, género, grupo etario o profesional– coadyuvará a enriquecer y matizar el acto comunicacional, incrementando su eficacia práctica y poética.

Circularidad

El proceso comunicacional tal como se da en el diálogo, que hemos tomado como modelo observacional, puede graficarse como un movimiento circular que, en algunos casos, asume la forma de una espiral ascendente.

El “mecanismo” funciona aproximadamente así: el discurso producido por A le es retornado de manera incesante y simultánea por B con las modificaciones que éste propone, lo que abre la posibilidad –que se puede rea-

lizar o no— de que A introduzca cambios, formales o de fondo, en su propio discurso. Esta es la quinta condición necesaria para la efectiva realización del acto comunicacional: la ausencia total de “respuesta” por parte del interlocutor —sea ésta explícita, implícita, verbal o conductual— denuncia que el acto comunicacional no se ha consumado —o que se ha consumado muy parcialmente. La Circularidad, tal como la manejamos en este texto, implica un ir-y-venir simultáneo de los significantes: el destinatario escucha e interpreta las palabras al mismo tiempo que éstas son pronunciadas por el destinador y puede manifestar —repetimos, al mismo tiempo, con los recursos no-verbales de que dispone— su acuerdo o desacuerdo, o su desinterés, llegado el caso, con aquello que está escuchando.

El término con el que habitualmente se designa este fenómeno —*feedback*— fue introducido por Norbert Wiener (1948/1995) para describir la incorporación de nuevos datos y con ello generar nuevos comportamientos en máquinas y organismos, en el marco de la Cibernética, disciplina que estudia los sistemas de control y regulación automática de los seres vivos y artefactos mecánicos y que permite la construcción y manejo de aparatos y máquinas que mediante procedimientos electrónicos pueden efectuar automáticamente operaciones complejas, sean éstas de orden lógico y alfa-numérico, sean de orden físico y cinético —todo lo cual implica la categoría de “programa”.

En consecuencia el término *feedback*, en su sentido técnico original, resulta inadecuado para dar cuenta del proceso comunicacional que, como venimos viendo hasta aquí, es bastante más complejo que el simple intercambio programado y cuantificable de energía —bajo la forma de información— entre seres vivos y máquinas, o entre máquinas entre sí. En tanto serie de acciones de intercambio intersubjetivo el acto comunicacional involucra numerosos factores, psíquicos y sociales, muchos de ellos impredecibles a priori —lo que implica un inevitable umbral de incertidumbre— que no admiten ser reducidos a “programas” lógicos ni a fórmulas matemáticas: en el acto comunicacional, como en todo comportamiento humano, no todo, y muchas veces precisamente lo más importante, pasa por el control riguroso de la racionalidad.

A las funciones básicas de regular y estabilizar, dentro de ciertos límites, el acto comunicacional, así como favorecer la emergencia de nueva información (“realimentación” en la jerga convencional) el recurso de la Circularidad permite que las mociones afectivas de los sujetos puedan manifestarse y producir efectos, tanto mediante los enunciados verbales como por los vectores lingüísticos no-verbales, que, como ya fue dicho, se rehusan a toda cuantificación. Lo único relativamente “automático” en el acto comunicacional se limita a los rituales y formas de cortesía social que lo encuadran en la práctica.

La sumisión al paradigma físico-biológico a que han sido constreñidas las teorías sobre la comunicación ha tenido, entre otras consecuencias, la infiltración de términos tomados de aquellas disciplinas —que han terminado por ser “naturalizados” gracias a su incesante repetición— que no hacen más que dificultar (y lo peor de todo sin

necesidad como diría Evaristo Carriego) la comprensión acabada de un fenómeno ya de por sí complejo.

La Circularidad, dinámica esencial de las situaciones interlocutivas, no se da en los protocolos de “comunicación” característicos de las instituciones organizadas de manera jerárquica y autoritaria cuyo modelo lo constituyen las Fuerzas Armadas y la Iglesia, descritas por Sigmund Freud (1921/1995).

En efecto, en las Fuerzas Armadas los significantes “descienden” verticalmente del superior al inferior jerárquico bajo la forma de “orden” que, por principio, no puede ser desobedecida: la única “respuesta” posible para el subordinado es el cumplimiento estricto, la “ejecución”, muchas veces de manera literal, de la orden impartida —cuya aceptación formal se manifestará mediante un enunciado afirmativo y el gesto ritual correspondiente: mecánica cuyos siniestros efectos hemos padecido con el apelativo de obediencia debida.

En el caso de las religiones, en especial aquellas estructuradas monárquicamente, el mecanismo funciona de manera similar: la verdad revelada que la jerarquía tiene el deber de preservar inalterable a lo largo del tiempo, se convierte en “dogma” cuyo acatamiento absoluto es condición *sine qua non* de la pertenencia a la comunidad de los fieles; cualquier disidencia respecto a la “ortodoxia”, esto es, a la “letra” de los textos sagrados y su interpretación canónica, será sancionada con la excomunión del disidente. La disputa hermenéutica —sumada, por supuesto, al estado generalizado de corrupción y relajamiento moral del papado de la época— están en el origen del gran cisma de la Iglesia Católica del siglo XVI encabezado por el monje agustino Martín Lutero quien, al formular y divulgar, en toda la Europa cristiana, gracias al reciente invento de la impresión, sus 95 Tesis (fijadas en la puerta de la iglesia de Wittenberg el 31 de octubre de 1517) dio origen a la Reforma protestante².

Más matizado y, en general, formalmente sujeto a meticolosas reglamentaciones, el tipo verticalista de “comunicación” predomina en las estructuras burocráticas de las instituciones públicas y privadas. En relación a los sistemas de comunicación de masas, la radical imposibilidad de “respuesta” por parte de los destinatarios, que pone en cuestión el concepto mismo de comunicación, ya fue expuesta con anterioridad.

La interpretación

La realización empírica del acto comunicacional (“alguien habla con alguien de algo”, según la conocida fórmula de Bühler) no garantiza, per se, —aún en las condiciones más favorables— que los “contenidos” que alguien se proponía poner en común con el otro, mediante la laboriosa secuencia de enunciados verbales y el abanico de “efectos visuales” desplegados, sean los mismos, esto es, coincidan punto a punto, con los que su interlocutor ha percibido y comprendido efectivamente. O dicho de otra manera: que lo que se dice puede no coincidir con lo escuchado —aunque los significantes sean los mismos— y, recíprocamente, que lo que se escucha puede no coincidir con lo que se ha dicho; este inevitable desajuste —la interpretación— es condición misma, la sexta, del acto comunicacional y marca sus límites fácticos.

La explicación de este “obstáculo” –que también admite una lectura “positiva” como luego se verá– es relativamente simple: por principio los significantes que circulan entre los hablantes deberían poseer idéntico significado para ambos, pero contra ello atentan, en primer lugar, la polisemia radical de todo signo, la capacidad de éstos de “remitir” a distintos significados –entre otros motivos, por el lugar (¿aleatorio?) que ocupan en la cadena significante– y, en segundo lugar, por las cualidades diferenciales del contexto en cuyo seno los significantes han sido producidos.

Pero además –y esto quizá sea lo más importante– cada signifiante asume un “valor” diferente, connotativo –que es inevitable y no puede ser “medido” en modo alguno– para cada uno de los participantes, dentro de ciertos parámetros lógicos y gramaticales, según sea la diferente experiencia vivencial que hayan tenido anteriormente en su contacto con el término, el concepto al cual designa, los “objetos” concretos vinculados causalmente a dicho concepto y las imágenes mentales (*gestalten*) asociadas por condensación o desplazamiento al término pronunciado o escuchado, dado que aquellas vivencias son únicas y, aún más, intrasferibles para cada sujeto en particular, así como la manera específica en que han sido elaboradas por su aparato psíquico. No debemos olvidar que la adquisición del Habla es un proceso subjetivo y dinámico que se tramita en el “interior” de la objetividad social de la Lengua: el *quantum* de afecto que cada signifiante puede activar en cada sujeto individual es impredecible e incierto.

Estas características inherentes al signo y al sujeto si bien marcan los límites de la comunicación intersubjetiva –donde siempre permanecerá un resto inaccesible a la expresión lingüística, no intercambiable, en suma, inefable– también posibilita que el sujeto “superponga” a los significantes escuchados –o leídos, en el caso de la escritura– su propia interpretación, operación ineludible que sin duda enriquece, formal y conceptualmente, el acto comunicacional abriendo las puertas a la intrusión de metáforas y metonimias, y demás figuras retóricas que incrementará notablemente el poder persuasivo del discurso y su calidad poética, aún al precio de tornarlo menos transparente. La interpretación proporciona a los interlocutores ese “margen de maniobra” (Foster, H., 2002/2004) sin el cual los actos comunicacionales perderían su cualidad radicalmente humana, su dimensión antropológica.

Factores lingüísticos no verbales

El intercambio simbólico, el acto comunicacional, como consecuencia de la linealidad del Lenguaje (en rigor, de la Lengua) se despliega en el tiempo en un “presente” que conforme discurre va deviniendo “pasado” y se juega en un espacio físico que se instituye o, mejor, es instituido por los participantes en tanto “escenario” socialmente aceptado en cuyo interior aquellos asumen determinados roles y a los enunciados verbales superponen elementos acústicos no-verbales y acciones físicas destinadas a ser miradas por el otro –o por los otros. Ambos componentes, los que hacen a los espacios físicos y las actuaciones acústicas o visuales de los sujetos, configuran factores lingüísticos no-verbales que

incidirán, en mayor o menor grado, en el tipo de diálogo que se establezca entre los participantes y en los efectos prácticos que se obtengan. Veamos cada uno de estos factores por separado.

El “escenario”, el espacio físico y simbólico en el cual se desarrolla el diálogo o escena elemental pudo haber sido seleccionado de antemano como el más adecuado a tal escena o ser el resultado aleatorio de circunstancias no elegidas previamente por uno o por ambos participantes. El “escenario” puede ser público: la “plaza” –espacio privilegiado de concentraciones políticas, del diálogo líder/masa–, la calle, los parques y paseos; semi-público, esto es, espacios cerrados de acceso restringido: templos, recintos parlamentarios, aulas, oficinas, bares y restaurantes, salas teatrales y de conciertos, estadios deportivos, escenarios todos de ceremonias y rituales preestablecidos que condicionan fuertemente tanto el contenido del discurso como las formas que éste puede adoptar en función de las convenciones sociales vigentes y en los cuales los participantes están siempre expuestos a la mirada controladora de los demás; y, finalmente, el “escenario” puede ser privado, exento relativamente de interferencias no deseadas. Cabe agregar que las tecnologías informáticas actuales tienden al borrado de los límites entre lo público y lo privado: conversación supuestamente “privada” efectuada mediante teléfono móvil en el interior de un medio de transporte público.

En cualquiera de los escenarios descriptos la distancia (física) entre los interlocutores también condiciona las características formales y el contenido del diálogo, temática propia de la Proxémica, que estudia las distancias socialmente aceptables según los roles que juegan los participantes, el tipo de diálogo y el contexto.

Con respecto a los interlocutores, como ya adelantáramos, se producen de manera simultánea al despliegue verbal manifestaciones lingüísticas no-verbales de carácter acústico: volumen de emisión de la voz, pausas y silencios deliberados, ritmo del discurso así como otras manifestaciones lingüísticas de carácter kinético: microgestos faciales, ademanes, movimientos corporales que implican proximidad o alejamiento físico, que sustituyen o refuerzan –o deniegan– los signos verbales, aunque su origen, en oposición a éstos, es del orden de lo analógico –e incluso producto de algún “desvío” metafórico. En la práctica estos signos, que suelen ser englobados bajo el término “gestualidad”, aparecen convencionalizados e, incluso, rígidamente codificados (saludos castrenses, rituales religiosos, deportivos o del espectáculo) en desmedro de su supuesta espontaneidad y, en algunos casos, aparecen elevados a la categoría de “arte”, como ocurre con la posición y movimientos de las manos en las danzas orientales y con el repertorio analógico de gestos corporales de los actores silentes del arte del mimo, hoy casi en extinción.

Por último, es interesante constatar que aún cuando un interlocutor esté fuera del campo visual del otro, como ocurre en los diálogos telefónicos, cada uno actúa físicamente, esto es, gesticula, como si el otro estuviera presente.

Queremos remarcar que los signos lingüísticos no-verbales producidos por los sujetos en el acto comuni-

cacional no tienen ninguna relación con un supuesto “lenguaje corporal” o “lenguaje del cuerpo” –enunciados vacíos de contenido científico válido–. El origen puramente biológico de estas manifestaciones, su carácter incoercible, la imposibilidad de que sean producidos de manera deliberada y voluntaria por parte del sujeto, desmiente su calidad de signos reduciéndolos a meros índices o síntomas –y como tales son interpretados por los especialistas pertinentes.

Por el contrario una zona de límites borrosos se da cuando la reacción orgánica no deliberada (palidez o sonrojo de la cara, acceso de llanto y otros) se produce como efecto inmediato de un hecho lingüístico que afecta emocionalmente al destinatario; así como en la “imitación” de tales situaciones en la escena teatral, aunque aquí podría argumentarse que quien solloza (o ríe) no es el actor en tanto sujeto sino el personaje que aquel interpreta.

Salvo en el caso particular del “lenguaje de señas” de los hipoacústicos, los “lenguajes” no verbales no pueden sustituir totalmente a los significantes pronunciados y escuchados, por lo que no constituyen lenguajes autónomos. Esta afirmación incluye por supuesto a los “lenguajes visuales” que a diferencia de la autonomía de la música –que en tanto sistema de signos sin significado no constituye propiamente un lenguaje– no son sino sucedáneos, en rigor, subrogantes, de enunciados verbales, puesto que el Diseño –disciplina en que aquellos “lenguajes” son imprescindibles– es, en última instancia, un hecho lingüístico.

Para concluir este apartado solo nos resta agregar que la mayor o menor intervención corporal en el discurso verbal, la legitimidad o “corrección” de la gesticulación utilizada, son cuestiones de orden cultural que se tramitan tanto en el interior de las sociedades nacionales, en las cuales se atribuye a las clases bajas una mayor recurrencia al uso de formas no verbales de comunicación, como en el conjunto de la sociedad global: hablantes de origen nórdico parcos en gesticulación, hablantes mediterráneos expansivos e intrusores del “espacio” físico del otro.

Propósito pragmático

Los interlocutores, o al menos uno de ellos, participan del acto comunicacional con la expectativa de que éste les permita alcanzar determinado resultado práctico, concretar determinados objetivos que pueden ser compartidos por ambos o bien ser diferentes o directamente contrapuestos. El diálogo, y en general la comunicación, son las herramientas idóneas que las sociedades han diseñado para concretar este propósito pragmático –condición de la producción del acto comunicacional. En la práctica se trata de conseguir algún grado de modificación en la posición subjetiva del otro, producir algún “efecto” sobre sus ideas o sobre su conducta, presente o futura, a partir de los parámetros ya mencionados de intereses o afectos que, casi siempre aparecen entrelazados. Ello no excluye, como ya fue dicho, que el propósito pragmático del acto pueda ser tan solo el hecho simple, aunque bastante infrecuente, de disfrutar de una conversación mutuamente placentera.

La eficacia del acto, esto es, la correspondencia entre los objetivos deseados y los realmente obtenidos, será el

resultado práctico de las tácticas discursivas utilizadas: desde la obtención de consensos, producto de la implementación de adecuados recursos persuasivos, hasta la manipulación desembozada; desde el ejercicio ponderado de la “influencia” personal o profesional hasta la aplicación de distintos tipos de presión y, en última instancia –si el contexto y la diferente posición de poder entre los interlocutores así lo habilita– la conminación o el dictado inexcusable de una orden.

Desde esta perspectiva el acto comunicacional sería verdaderamente efectivo sólo en la medida en que uno de los interlocutores, o ambos en el mejor de los casos, haya podido experimentar un cierto grado aunque mínimo de modificación subjetiva en el transcurso del diálogo, o a *posteriori* del mismo, aunque tal modificación no haya sido otra que la inclusión en el campo de la propia conciencia de informaciones o vivencias nuevas que, en alguna medida, condicionarán actitudes futuras.

Ahora bien, aunque tales modificaciones no se produzcan –o sus efectos no sean observables– los actos comunicacionales, que, como ya fue visto, implican interacción de sujetos, tejen la urdimbre del tejido social en una trama en la cual se articulan las subjetividades individuales –el Habla, nivel de la connotación– con la objetividad social –la Lengua, nivel de la denotación–. El “ser” hablante (“ser” en el sentido de acto, de estar siendo) en tanto ser social (que “es” en el interior de una estructura social dada) está, por decirlo así, “condenado” a comunicarse con los otros como condición necesaria de su ser en el mundo, lo contrario, la incomunicación absoluta, es atributo privativo de la muerte.

En una posición radical, que incluya a las mociones inconscientes como factor dinámico de los procesos comunicacionales, Paul Watzlawick afirma *man kann nich nich Kommunizieren*, esto es, “no se puede no comunicar” –o, agregamos, no ser “comunicado” por otro. (Watzlawick, P., 1977)

In *extremis* podemos sostener que la propensión “natural” del sujeto a entrar en contacto con los otros no es sino una manifestación cultural de la “pulsión” humana a ser reconocido por un “otro” como (su) semejante, la demanda de un “otro” que (le) ratifique su condición de sujeto. Hay aquí, sin lugar a duda, un lejano eco de la dialéctica del amo y el esclavo hegeliana, pero sin su énfasis dramático ni su intencionalidad política.

Contrato comunicacional

Si bien una de las funciones de la Circularidad abierta, como ya vimos, es la de reglar las formas de dar inicio, desarrollar y cerrar el acto comunicacional, –y mantener su estabilidad durante el tiempo que el tema, el carácter de los interlocutores y el contexto así lo requieran–, se observa, al mismo tiempo, la existencia de otras reglas casi nunca escritas que configuran un auténtico contrato comunicacional.

En efecto, el orden de prioridad en el “uso” de la palabra, su alternancia, la posibilidad –o por el contrario, la imposibilidad– de interrumpir al hablante, la manera de ponerle fin al diálogo al tiempo de comprometer, o no, un futuro contacto, así como la permisibilidad y los límites de las expansiones no-verbales y la intagibilidad del espacio corporal propio de cada interlocutor,

están reglados por normas tácitas previamente conocidas por los participantes y que estos aceptan, también de manera tácita, al momento de iniciar el diálogo. Estas reglas, muchas veces simples normas de cortesía y “urbanidad” –cuando no estrictamente protocolares– serán diferentes de acuerdo al contexto social específico, al espacio físico en cuyo interior se produzca el diálogo, a la presencia real o virtual de los interlocutores, a los roles que éstos actúan, etc. y no apuntan a lograr un resultado determinado sino sólo a “mantener” el flujo comunicacional y, sobre todo, a evitar un corte abrupto o violento del acto comunicacional, un “pasaje al acto” –salvo que esto sea el objetivo deseado.

Por supuesto que a mayor “familiaridad” entre los participantes mayores serán la flexibilidad y permisividad de tales reglas. En el otro extremo, en los estamentos parlamentarios y judiciales –en el caso de los cada vez mas frecuentes juicios orales– las intervenciones de los opinantes están estrictamente reglamentados: duración de las exposiciones, posibilidad de interrupciones al hablante, cuestiones de orden o de privilegio y demás rituales establecidos. En estos casos el contrato comunicacional es explícito y obligatorio.

Cuando el diálogo, –que, como ya fue visto, implica la consideración al “otro”– es sustituido por la coerción física o institucional, tal “otro” desaparece como sujeto y se convierte, o es convertido, en mero objeto sometido a la voluntad del hablante, devenido actor protagónico de un monólogo autoritario que se expresa mediante “órdenes” que se legitiman a sí mismas desde una posición de fuerza. En tales situaciones –trátese tanto de la víctima de un asalto como del detenido en un operativo policial– resulta ilusorio hablar de “comunicación”. (De manera análoga, cuando sujetos sociales –estados, fuerzas militares, grupos de presión– pasan de la negociación –ámbito de la política y la búsqueda de acuerdos consensuados– al empleo de la fuerza, es porque el objetivo de persuadir al adversario ha sido sustituido por el de destruirlo, aniquilarlo físicamente, en tanto enemigo. Donde mueren las palabras, ese intento de poner algo en común con otro, comienza la exclusión de éste como interlocutor y su descalificación, hasta ser convertido en un “Otro” absoluto, –en un ente totalmente otro– que debe ser exterminado (“O con ellos o con nosotros”, según la fórmula de los fundamentalismos): el contrato comunicacional ha sido roto, su lugar es ocupado por la guerra.

Construcción simbólica del mundo: la semiósfera

La mayor parte de los innumerables actos comunicacionales que se producen en la vida cotidiana son intrascendentes o meramente funcionales. Nos referimos a los contactos verbales, de orden “formal”, que mantenemos a diario con otras personas y que no van mas allá de rituales formas de cortesía: saludos “cordiales”; fórmulas estereotipadas de manifestar interés por el otro (el clásico: ¿todo bien?); indicaciones operativas a un “otro” indiferenciado e indiferente (de ochenta, espetao al conductor del colectivo); comentarios casuales o forzados sobre el estado del tiempo, de la economía, del campeonato de fútbol o de la política; intercambios de información inútil y obvia; juicios, en general ácidos, sobre terceros ausentes; opiniones banales sobre temas

que se desconocen y no se desea conocer; etc. Esta descripción, de la cual podría deducirse que, en general, el “medio” reemplaza al “mensaje” (o directamente, como sostendría McLuhan, que el medio “es” el mensaje) no excluye la emergencia de intercambios importantes y aún vitales para los interlocutores, sea por su contenido informativo o por su carga emocional.

No obstante su relativa intrascendencia esta trama fácticamente inabarcable de intercambios verbales y visuales, exponencialmente multiplicada en virtud de los artefactos digitales (telefonía móvil, mensajes de texto, correo electrónico, “chateo”, páginas web, *blogs*, etc.) contribuye a la construcción del “tejido” social y sujeta la vida de los hombres en sociedad a la red de lo simbólico. La masa de “mensajes” intrascendentes y efímeros que circula de manera incesante por la Semiósfera coexiste indiscriminadamente con la producción de discursos mas relevantes y duraderos, mediante los cuales los hombres en sociedad se interrogan sobre su existencia y le otorgan sentido. Sea bajo la forma de versiones visuales escriturales como de versiones visuales icónicas y no-icónicas, sea bajo la forma de expresiones verbales como de expresiones musicales, todos estos discursos configuran el mundo simbólico de la cultura, que con sus posibilidades y limitaciones –marcadas por el modo de producción predominante y sus instituciones políticas– motiva, sostiene y legitima la vida de las sociedades y de los hombres que las constituyen. Es mediante infinitos actos comunicacionales, verbales y no-verbales, “cara a cara” o mediados por ingenios electrónicos, que los hombres –es decir, los hablantes– construyen, sin saberlo, ese mundo en tanto representación eficaz y verosímil del mundo “real”, pura virtualidad hecha de signos –visibles y, sobre todo, invisibles–, construcción artificial que sustituye pragmática y operativamente a la “realidad”: el mundo de la Semiósfera.

A diferencia del resto de las especies biológicas que no pudieran eludir la alternativa de hierro de tener que “adaptarse”, con mayor o menor fortuna, a las ciegas e ineludibles exigencias de la “Naturaleza” para poder sobrevivir, los hombres fueron forzando a aquella a “adaptarse” a sus propias exigencias de supervivencia, configurando el mundo de la cultura –en última instancia, un complejo entramado de actos de comunicación mediados por signos, una Semiósfera. Este proceso, que ha consumido millones de años, enajenó definitivamente a los hombres de la “Naturaleza”, a la cual hace mucho han dejado de pertenecer y a la cual les resulta imposible retornar, como no sea por los desvíos de la per-versión o la psicosis, esto es, al precio del colapso del mundo simbólico. (En sentido estricto la “Naturaleza” –entendida como el conjunto de objetos materiales y de seres vivos todavía no “domesticado” ni instrumentalizado por los hombres– carece de existencia positiva propia, es sólo una construcción lingüística que se define por su negatividad: es todo aquello que no es humano, todo aquello que aún no ha sido humanizado por la acción del trabajo, la tecnología y el mercado. la “Naturaleza” –“sabía”, según la expresión popular que le adjudica existencia propia– produjo, sin proponérselo, su propio explotador y, quizá, su propio sepulturero: la especie humana).

A y B, los personajes de nuestra descripción fenomenológica, han concluido su plática y cada uno sigue su derrotero individual en la cartografía urbana: no saben, ni tienen por qué saberlo, que mediante el diálogo, la comunicación en acto, han realizado la única acción que los define como humanos: la construcción conjunta de sentido.

La comunicación: una síntesis crítica

En el estado actual de nuestra investigación consideramos que los factores que se presentan a la observación empírica enumerados en el capítulo anterior conforman, a nuestro juicio, las condiciones sustantivas y necesarias de todo acto de comunicación intersubjetiva. A partir de tal inventario, quizá todavía incompleto, podemos concluir provisoriamente que la Comunicación, en tanto interacción, es un fenómeno sumamente complejo que no puede ser reducido –siempre y cuando se lo aborde con un mínimo de seriedad– al binomio emisor-receptor, copia mecanicista del esquema estímulo-respuesta utilizado para explicar determinados fenómenos físicos, químicos y biológicos.

En este punto consideramos oportuno, a los efectos de una explicación más acabada, distinguir entre los términos Comunicación y Actos de comunicación. Con respecto al primer término, entendemos por Comunicación un proceso interactivo que se despliega en el tiempo mediante el cual entran en relación simbólica recíproca sujetos humanos. Como toda relación, la Comunicación carece de materialidad observable –no así, por supuesto, los actores y los signos que utilizan– y solamente poseen entidad empírica y observacional sus efectos prácticos.

Así entendida, la Comunicación podrá realizarse como “acto” siempre y cuando se den efectivamente las siguientes condiciones:

- De orden físico: la elasticidad del aire, que vibra al impulso de las voz humana –y artilugios técnicos que transforman dicha vibración en oscilaciones eléctricas.
- De orden biológico: la existencia de una especie inteligente con un determinado grado de complejidad neuronal.
- De orden psico-social: la existencia del Lenguaje, como facultad innata de simbolización que posibilita la construcción social de la Lengua y su apropiación, en tanto Habla, por los sujetos en sociedad.
- De orden anatómo-fisiológico: la existencia en el hablante de un sofisticado aparato fonador, que permite la modulación y articulación de fonemas y de un no menos sofisticado aparato auditivo que permite la percepción de los sonidos modulados al mismo tiempo en que éstos son producidos.
- De orden social: la existencia previa de un contexto cultural, producto del intercambio simbólico entre los hombres, de un mundo de signos, una semiósfera, en cuyo interior se desenvuelve la vida de las sociedades.

La ausencia de alguna de estas condiciones tornaría imposible la realización fáctica de los actos comunicacionales.

El acto comunicacional, consiste, por su parte, en el intento deliberado y consciente de un sujeto (o grupo de sujetos) de poner en común con otro sujeto (o grupo de sujetos), mediante enunciados lingüísticos discretos, informaciones y valores (a nivel cognitivo) y emociones y creencias (a nivel afectivo) utilizando como mediador un sistema de signos verbales y no-verbales cuyos significados son compartidos, en mayor o menor grado por los participantes, con el objetivo pragmático –no siempre logrado o logrado sólo parcialmente– de incidir en alguna medida en el pensamiento y/o la conducta del o de los destinatarios, cuya participación activa, en tanto intérprete o intérpretes de los enunciados percibidos otorga al proceso su carácter interactivo.

Aún cuando por razones operativas intervengan en el acto comunicacional artefactos técnicos, éste siempre implica la existencia, real o virtual, de sujetos humanos, cuya ausencia pondría en cuestión la existencia misma del acto comunicacional.

La comunicación “de masas” y los medios masivos “de comunicación”

Sobre este universo fenoménico, que funciona en general en sentido horizontal (en el trámite del diálogo el “otro” es siempre un semejante) y al que denominamos, a secas “Comunicación” –y sobre el cual se han desarrollado diversas teorías–, se ha ido superponiendo, en particular desde el fin de la Segunda Guerra Mundial –y con particular virulencia en las últimas décadas del siglo XX– otro conjunto de fenómenos caracterizado por la presencia ubicua y agobiante de los medios masivos, que funciona de manera vertical y al cual, por comodidad o inercia de pensamiento también se denomina “comunicación” –con el púdico aditamento de comunicación de masas.

Lo que define a los “medios” es su enorme capacidad de multiplicación de los enunciados que transmiten, en especial en los medios televisivos que son recibidos por millones de personas simultáneamente. Recordemos que en la Argentina más del 90% de los hogares posee cuando menos un televisor y que los programas-basura más exitosos –tipo Bailando por un sueño o Gran Hermano alcanzan regularmente *ratings* de 30 o más puntos cada uno, lo que significa en las horas “pico” un encendido total de casi 60 puntos de *rating*, es decir cerca de 15 millones de telespectadores.³

Los factores que intervienen en los procesos de “comunicación” por medios masivos son radicalmente diferentes a los que hemos observado en los actos comunicacionales antes descriptos, al grado que el empleo del término “comunicación” que comúnmente se usa para designarlos resulta, por lo menos, problemático.

En el sistema de “comunicación” de masas tanto el destinador como los destinatarios han renunciado –o se han visto compelidos a renunciar– a su condición de sujetos; el destinador es, por lo general, una empresa o institución, en tanto el destinatario ha sido reducido al anonimato, en tanto público o, peor aún, en tanto consumidor. Y esto último por partida doble: consumidor del “programa” que está presenciando y también consumidor de los productos, materiales y simbólicos, que el “programa”

publicita. Al mismo tiempo, los “sujetos” que aparecen en la pantalla, en los roles de animadores, periodistas, conductores o presentadores han mutado en “personajes”: su “imagen” ha canibalizado al sujeto real.

La relación de relativa paridad que se da como condición del acto comunicacional ha sido reemplazada por una relación netamente asimétrica en la cual el “medio” por sí mismo impone coercitivamente sus “valores” (opiniones, estéticas, ideología) a un público reducido a mero espectador pasivo de un “espectáculo” que lo niega en tanto sujeto.

En consecuencia, la posibilidad de “retorno”, de interacción crítica por parte de los telespectadores –que han perdido su condición de interlocutores– es absolutamente nula: privado de su condición de “otro” su posibilidad de interactuar sobre el destinatario –condición fundante del legítimo acto de comunicación– queda limitada a cambiar de canal o a apagar el aparato –“rebelión inútil” que para el “medio” carece de relevancia, a menos que sea masiva y afecte negativamente su *rating*. Los “medios” cumplen la función técnica de “emisores” (siguiendo la terminología de Shannon y Weaver) puesto que emiten señales que deberán ser “decodificadas” (según los autores mencionados) como voces, sonidos, música e imágenes visuales por millones de “receptores”, esto es, aparatos de radio, televisores y monitores. Pero sucede que, en el sistema capitalista de producción, los destinatarios (la “Fuente” en la terminología citada), son, a la vez, las empresas propietarias de los “medios” (en realidad, de múltiples medios) por lo que el destinatario (en tanto “fuente”) es al mismo tiempo “emisor” (en tanto “medio”). Recíprocamente, los destinatarios se ven compelidos a funcionar como apéndices de los “receptores” técnicos, terminando por alienarse en ellos, transmutándose de sujetos a meros “receptores”.

En este proceso de reificación, donde tanto destinatario como destinatarios se asumen o son asumidos como “objetos” se puede encontrar, quizá, la explicación del porqué en las teorías vigentes la comunicación ha quedado reducida a una mera relación operativa entre aparatos técnicos (emisor-receptor): la Comunicación termina siendo explicada por aquello que es su propia negación. La presencia abrumadora de los “medios”; su capacidad incontrolada de generar movimientos de “opinión pública” sobre la base de un mix de información fragmentaria, inconexa e intencionada, entretenimiento banal, prejuicios y estereotipos; su poder de penetración en los sectores culturalmente más vulnerables de la población; su oportunismo político, ácidamente crítico con los gobiernos populares y silenciosamente cómplice bajo las dictaduras; su habilidad para convertir la realidad en espectáculo, en simulacro de carácter ontogénico (lo que no está en la TV no existe); la posibilidad cierta de la paulatina conformación de un público uniformizado, acrítico, dócil a los mandatos del poder: la probabilidad, en fin, de un ominoso futuro mediático y mediatizado, ya no son sólo asuntos de las fantasías paranoicas de los escritores de ciencia ficción sino acuciantes preocupaciones del presente que, por supuesto, no pueden ser desarrolladas en este trabajo, ceñido tan solo al análisis crítico del concepto “comunicación” en su sentido convencional.

Sea como fuere, y al margen de cualquier juicio de valor, resulta evidente que en ese mundo simbólico que hemos denominado Semiósfera –y a escala global– coexisten dos modalidades distintas y contradictorias de Comunicación –y dos maneras de entender dicho fenómeno:

- El de los intercambios simbólicos intersubjetivos directos (“cara a cara”) o indirectos (mediados por artificios técnicos) en el cual priman las relaciones de alteridad, circularidad y demás, que hemos explicado antes, y
- El de los medios masivos, caracterizado por la verticalidad, la disolución de las subjetividades, la imposibilidad práctica de la circularidad y de las demás condiciones necesarias del acto comunicacional.

A pesar de su radical diferencia y de sus rasgos mutuamente excluyentes ambos sistemas son designados con el mismo término. Ha llegado el momento de examinar críticamente esta confusión y tratar de establecer con rigor epistemológico y desde una perspectiva antropológica a cuál de dichos sistemas podemos denominar legítimamente Comunicación y con qué término designar a aquello que, en la teoría y en la práctica, se constituye como su negación.

Semiósfera y transdisciplina

Los hombres en sociedad han venido construyendo a lo largo de su historia milenaria –y en ello radica su “humanidad”– una “atmósfera de signos”, una Semiósfera que, junto a los modos de producción, las estructuras económicas y los sistemas políticos han hecho posible su existencia material, su condición de especie dominante, la reproducción de las sociedades y su persistencia en el tiempo.

Es por intermedio de los sistemas de signos, creación humana, virtud del Lenguaje, como tantas veces ha sido dicho –y nosotros lo seguimos diciendo en el aula– que los hombres en sociedad han podido interiorizar la exterioridad, apropiarse de la radical ajenidad del mundo, historizándolo, humanizándolo, mediante la producción deliberada y consciente de innumerables actos de lenguaje, de procesos proyectuales, de la invención de técnicas y del ejercicio del trabajo que transforma la materia inerte en productos y signos.

La praxis individual, los actos de Habla, de miles de millones de sujetos sociales, es decir, la producción de una serie infinita de actos de comunicación –producción e intercambio entre sujetos de signos lingüísticos verbales y no-verbales– conforma una peculiar materialidad que se totaliza dialécticamente en la Semiósfera –puesto que si nada queda afuera del Lenguaje, nada queda afuera de los signos–, universo simbólico que, al igual que la atmósfera física, nos envuelve, conforma y atraviesa, pero que, al contrario de la atmósfera física, también envolvemos, conformamos y atravesamos. Universo de signos en permanente cambio que construimos y reconstruimos cotidianamente, en el cual la existencia de los hombres –que sin ella serían mera inercia y determinación biológica– se historiza.

En esta instancia, la de la Semiósfera, producto de las sociedades humanas que, a la vez, son producidas por ella, coexisten, estableciendo complejas relaciones tó-

picas de unión, intersección, complementaridad y exclusión, numerosos subsistemas que no siempre –o casi nunca, para decirlo mejor– entablan relaciones de armonía y tolerancia mutua: la creciente “naturalización” de la violencia en todas sus manifestaciones y el incremento de las técnicas de control social sobre los individuos –por caso los “celulares”– así lo evidencian.

La Semiósfera⁴, que es también el mundo de la cultura –“material” y simbólica– es además el espacio en el cual las grandes potencias, las corporaciones transnacionales, las clases sociales, los organismos internacionales, las instituciones confesionales –religiosas o laicas– luchan por la hegemonía, por la conquista y ejercicio del poder mediático –en última instancia, por la posesión exclusiva de los símbolos eficaces para el control social.

En este contexto, la Comunicación, la puesta en escena de los sistemas de signos con propósitos prácticos, no puede ser analizada y criticada desde los estrechos límites de disciplinas especializadas, llámense semiótica o semiología –en definitiva la misma mercadería con diferente *packaging*–, llámense teorías de la comunicación, hermenéutica, análisis del discurso o como se prefiera, según los dictados –dictatoriales– de la moda, de lo que se usa en los países desarrollados de Occidente.

El estudio científico de la Comunicación demanda un abordaje que atraviese su ínsita transversalidad, un abordaje –sin renegar de las connotaciones agresivas y bárbaras del término– de carácter transdisciplinar, desde una perspectiva ecológica y antropológica y desde nuestra particular situación latinoamericana, es decir, desde la periferia.

En el nivel micro, la investigación deberá partir de la consideración al sujeto –actor imprescindible del acto comunicacional– quien, a pesar de su radical in-trascendencia es también un sujeto destinado a la libertad, que se aliena en las determinaciones materiales y simbólicas del Mercado y cuyos mínimos avatares individuales lo conducen irrevocablemente a la insignificancia absoluta de la muerte –ante la cual cualquier rebelión deviene inútil. Sujeto que tramita, como puede, las pulsiones incoercibles del Ello y los mandatos coercitivos y superyoicos de la sociedad –en última instancia, también un sistema de signos.

Desde el nivel macro, la investigación debe considerar a las sociedades –escenario simbólico en el cual, y sólo en el cual, el acto comunicacional es posible–: los sistemas de producción, circulación y consumo de mercancías, los mecanismos de generación de plusvalía y beneficios que caracterizan al sistema capitalista de producción –en última instancia, también un sistema de signos– y su correlación con los sistemas de producción, circulación y consumo de signos, devenidos mercancías, con su particular “economía política”: al fin y al cabo el dinero, la mas acabada expresión del capitalismo, es una mercancía que, en tanto símbolo absoluto, representa a todos los demás.

En el episodio bíblico de Babel el Eterno castigaba la soberbia de los hombres que querían alcanzar el cielo mediante la construcción de una tosca e impracticable torre, confundiendo sus lenguas, haciendo imposible la comunicación intersubjetiva y dispersándolos en la faz de la tierra.

Muchos siglos después, la utopía revolucionario se proponía nada menos que “tomar el cielo por asalto”, claro que este “cielo” ya no era de carácter teológico sino teleológico: el proletariado tenía la “misión histórica” de derrocar a la burguesía y construir la sociedad sin clases, formación social con la cual, según Marx (1859/1992) termina la prehistoria de la sociedad humana: al reino de la necesidad debería suceder –necesariamente– el reino de la libertad.

En nuestra posmodernidad tardía –posmarxista, posfreudiana, posestructuralista, posindustrial y, ¿por qué no? poshumana– lejos de toda subversión, la nueva Babel impera con renovadas formas –¿modernas?– de “confusión de lenguas”: discursos diseñados con significantes vacíos, desvanecimiento del pensamiento revolucionario, disolución de las utopías, entrecruzamientos contra natura de disciplinas y desdibujamiento de sus límites epistemológicos, “imperio de lo efímero” y del todo vale, “modernidad líquida” en la cual todo lo sólido se disuelve en el aire, (Berman, Marshall, 1982/2006), fin de la historia, caducidad de los grandes relatos, en fin, confusión terminológica generalizada en la cual, gracias a los recursos de la polisemia y de la asemeja, la “comunicación” termina travestida en lo que es su propia negación.

Contra Babel, en lo que a nosotros respecta, implica re-examinar en profundidad y desde un enfoque ecológico y antropológico el problema de la Comunicación, para poder entender mejor el mundo que hemos venido construyendo, este mundo de signos que hemos inventado, para intentar hacerlo, por lo menos, un poco mas habitable.

Notas

1. Aunque el título refiere a la comunicación, el texto de Shannon y Weaver es, en realidad, una teoría de la información; Baylon y Mignot –quienes la designan acertadamente como “Teoría estadística de la información”–, la describen así: “Estos especialistas están interesados en la transmisión de señales, con independencia de su contenido. Su trabajo está dictado por imperativos de eficiencia y economía: ¿cómo utilizar una línea telefónica con máximo rendimiento para transmitir señales lo más correctamente posible al menor costo? (...) La solución de los problemas de transmisión exige una cuantificación de la información, una racionalización de las operaciones de codificación y una medida precisa de la capacidad del canal” (Baylon, Ch. y Mignot, X., 1994/1996, pág. 49, cursivas de los autores.) En la actualidad el paradigma de Shannon y Weaver es conocido, genéricamente, como Teoría de la información (Burdek, B. E., 1991/1996) pág. 71), razón por la cual hemos adoptado la sigla TMI para referirnos a ella en el presente trabajo.
2. No es casual que el mismo criterio de exclusión se observe, a lo largo del siglo XX, en la práctica política de los partidos de “extrema” izquierda de raigambre estalinista, dando como resultado su fragmentación en múltiples y minúsculos grupos y grupúsculos, cada uno de los cuales pretende ser el portador y portavoz de la “verdadera” doctrina revolucionaria y de su praxis, expulsando de sus filas a quienes se apartan de la ortodoxia, devenida sagrada. La única diferencia con el caso que venimos comentando consiste en que, en el cristianismo la “fuente” última de la Verdad radica en una instancia de orden sobrenatural cuyos designios, como se sabe, son inescrutables.

3. A las 0.15 horas martes 8 de mayo la culminación de Gran Her mano por Telefé alcanzó el pico máximo de 49, 1 puntos de “rating” que, sumados a los 9,9 puntos que a la misma hora medía Show Match por Canal 13, con la presencia de Diego Maradona, arrojan un total de 59 puntos: 6 de cada 10 televisores, esto es, cerca de 15 millones de argentinos –1.500.000 de los cuales “participaron” además de un simulacro mediático de votación– habían quedado atrapados por la seducción bizarra y barata de la televisión-basura. (Datos de Clarín Espectáculos del 8 de mayo de 2007.)
4. Un análisis exhaustivo de la Semiósfera; de sus relaciones dinámicas con la atmósfera física y la biósfera –el mundo de los seres vivos–; de los diversos elementos que la construyen y la deconstruyen incesantemente, esto es, el conjunto de los signos visuales icónicos, (la Iconósfera de Roman Gubern, 1992) y el de los signos visuales no-icónicos (las figuras geométricas y orgánicas, el mundo de la escritura, manual o tipográfica), el conjunto de los signos lingüísticos verbales –resultado inestable de infinitos actos de comunicación intersubjetiva y de la acción de los medios masivos–, el conjunto de signos lingüísticos virtuales que circulan por el ciberespacio, la internet y el subconjunto de la Blogsfera –que sumaría a la fecha 60 millones de unidades (Hurst, Matthew, 2007)–, será desarrollado en próximos trabajos.

Referencias bibliográficas

Nota: En el caso de textos en lenguas extranjeras se ha tratado, en la medida de lo posible, de indicar en primer término la fecha de su primera edición y el título original y, en segundo término, la fecha de edición de la obra consultada y, en cursiva, su título en castellano.

- Adorno, Theodor W./ Horkheimer, Max (1947) *Dialectic of Enlightenment*. (2001) *Dialéctica de la Ilustración. Fragmentos Filosóficos*. Trotta. Madrid. (1974) *La industria cultural en VVAA: Industria cultural y sociedad de masas*. Caracas. Monte Avila.
- Althusser, Louis (1970) *Ideología y Aparatos Ideológicos del Estado*, en Zizek, Slavoj. (compilador) (2003) *Ideología: un mapa de la cuestión*. F.C.E. Buenos Aires.
- Baylon, Christian / Mignot, Xavier (1994) *La communication*. Nathan. Paris. (1996) *La Comunicación*. Cátedra. Madrid.
- Berman, Marshall (1982) *all that is solid melts into air. the experience of modernity*. (2006) *Todo lo sólido se desvanece en el aire. La experiencia de la Modernidad*. Siglo XXI. México.
- Bühler, Karl (1934) *Teoría del lenguaje*.
- Burdek, Bernhard E. (1991) *Design. Geschichte, Theorie und Praxis der Produktgestaltung*. DuMont Buchverlag GmbH. Colonia. (1996) *Diseño. Historia, teoría y práctica del Diseño Industrial*. G. Gili, Barcelona.
- Costa, Joan (1971) *La imagen y el impacto psico-social*. Zeus. Barcelona.
- Dick, Phillip (2001) *La mente alien*. Colihue. Buenos Aires. Selección de *The Eye of the Sibyl*, quinto volumen de *The Collected Stories of Philip K. Dick*.
- Foster, Hal (2002) *Design and Crime (and other diatribes)*. Verso. Londres. (2004) *Diseño y delito y otras diatribas*. Akal. Madrid.
- Freud, Sigmund (1920) *Jenseits der Lustprinzips*. Internationaler Psychoanalytischer Verlag. Leipzig, Viena y Zurich. (1995) *Mas allá del principio de placer. Obras Completas. Volumen XVIII*. Amorrortu. Buenos Aires. (1921) *Massenpsychologie und Ich-Analyse*. Internationaler Psychoanalytischer Verlag. Leipzig, Viena y Zurich. (1995) *Psicología de las masas y análisis del Yo. Obras Completas, Volumen XVIII*, Amorrortu. Buenos Aires.
- González Ruiz; Guillermo (1994) *Estudio de Diseño*. Emecé. Buenos Aires.
- Gubern, Roman (1992) *La mirada opulenta. Exploración de la iconosfera contemporánea*. G. Gili. México.
- Hurst, Matthew (2007) *Futuro*, Suplemento de *Ciencia de Página 12* del 24 de abril, 2007.
- Jakobson, Roman (1963) *Essais de linguistique générale*. Minuit. Paris. Citado por Marc, E. y Picard, D. (1989) (1992)
- Juez, Fernando Martín (2002) *Contribuciones para una antropología del diseño*. Gedisa. Barcelona.
- Lasswell, Harold D. (1948) *The Structure and Functions of Communication in Society*. Harpers & Rose. New York.
- Marc, Edmond / Picard, Dominique (1989) *L'interaction sociale*. Presses Universitaires de France. Paris. (1992) *La interacción social. Cultura, instituciones y comunicación*. Paidós. Buenos Aires.
- Marx, Karl (1859) (1992) (Prefacio a la) *Introducción a la crítica de la economía política*. Buenos Aires. Citado por Fontana, Josep (1982) *Historia. Análisis del pasado y proyecto social. Crítica*. Barcelona.
- Mattelart, Armand y Michel (1995) *Histoire des théories de la communication*. La Découverte. (1997) *Historia de las teorías de la comunicación*. Paidós. Barcelona.
- Morin, Edgard (1996) *Introducción al pensamiento complejo*. Gedisa. Barcelona.
- Saussure, Ferdinand de (1916) *Cours de linguistique générale*. Payot. Paris. (1994) *Curso de Lingüística General Losada*. Buenos Aires.
- Shannon, C. E. y Weaver, W. (1949) *The Mathematical Theory of Communication*. Urbana-Champaign III. University of Illinois. (1981) *Teoría Matemática de la Comunicación*. Forja. Madrid.
- Valdés de León, G. A. (2006) *Ni Macondo ni Macdonalds: otra América es posible. Acerca de la identidad latinoamericana*. Actas de Diseño 2. Universidad de Palermo. Buenos Aires.
- Watzlawick, Paul (1997) en *Journal of Communication* (vol. 28, n.4, 1978, citado por Mattelart A. y M. (1995/1997) *La frase en cuestión es el primer axioma de Pragmatics of Human Communications*, que había sido editado recientemente. Traducción en Castellano (1981) *Teoría de la comunicación humana*, con J. Beavin y Don Jackson.
- Wiener, Norbert (1948) *Cybernetics or Control and Communication in the Animals and the Machine*. Hermann. Paris. (1995) *Cibernética o control y comunicación en animales y máquinas*. Citado por Mattelart, A. y M. (1995/1997)

Este texto ha sido preparado para su lectura y discusión por los participantes de la Maestría de Diseño de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo y para ser presentado al II Encuentro Latinoamericano de Diseño, 2007.