

Pakman, Marcelo (compilador)

Construcciones de la Experiencia
Humana Volumen II

Gedisa editorial, Barcelona 1997

4

Principales metáforas de la comunicación y algunas reflexiones constructivistas acerca de su utilización*

Klaus Krippendorff

Introducción

El siguiente ensayo trata acerca de la comunicación humana. Tradicionalmente, uno procedería a definir el concepto, luego a forzar una variedad de experiencias en esos términos y finalmente declararías al ejercicio un éxito si parece capturar un gran territorio. Sin embargo, estas construcciones de la realidad, aunque tentadoras, son también bastante solitarias, desprovistas de las contribuciones de los Otros que también pueblan la realidad.

En cambio, este ensayo busca, antes que nada, escuchar expresiones cotidianas de nociones de comunicación. Este intento se basa en la creencia de que su naturaleza ordinaria no las descalifica aun cuando se encuentren disponibles concepciones científicas comparables. Se puede mostrar que la mayoría de las teorías en las ciencias sociales surgieron de la sabiduría popular ordinaria. Las concepciones científicas son sólo más formalizadas y están sujetas a diferentes clases de pruebas que las nociones utilizadas en la vida diaria. Escuchar también significa comprender el lenguaje en el cual surgen estas nociones cotidianas y comprender las prácticas de la comunicación en las cuales ellas están inmersas. Este ensayo, por ende, trata también acerca de la comprensión de la comprensión de los

* Traducido por José Angel Alvarez.

Otros de la clase de prácticas de comunicación en las cuales participamos ordinariamente.

En busca de esta comprensión de segundo orden, comenzaré este trabajo con una breve teoría de la metáfora, que va más allá de las meras formulaciones retóricas y que liga al lenguaje con la creación de las realidades percibidas. A continuación haremos un examen de lo que considero que son las seis metáforas más difundidas de la comunicación humana en la vida cotidiana. Cada una resulta implicar su propia lógica de la interacción humana, y el uso de cada una de ellas crea su propia realidad social. Este relato descriptivo intenta suministrar los "datos" o las bases desde las cuales posteriormente desarrollaré varias proposiciones constructivistas radicales. Estas intentan reflexionar acerca de cómo podría concebirse una realidad social que soporta tantos modos incompatibles de comunicación, acerca de las contribuciones individuales a la comprensión, acerca de la comprensión de la comprensión y la viabilidad de utilizar tales metáforas, acerca de qué hace que la comunicación sea un fenómeno social, acerca de tres posiciones que los conocedores pueden adoptar en su conocimiento y las teorías de la comunicación que son conmensurables con estas posiciones. Luego esbozaré algunos aspectos de la comunicación de masas en estos términos y haré algunos comentarios acerca de su investigación.

Proposiciones de este tipo deberían resultar útiles en los esfuerzos por construir teorías científicas de la comunicación o, para ser menos ambiciosos, para comprender la comunicación como un fenómeno social que nos involucra a cada uno de nosotros con otros seres humanos. Por falta de espacio, el tratamiento de las cuestiones de la comunicación de masas debió ser severamente restringido, dejando que los lectores las continúen por sí mismos.

Metáfora

Cuando los hablantes se refieren a algún tipo de falla en la comunicación, pueden llegar a usar algunas de las siguientes expresiones:

La comunicación se quebró.
No llegó a expresarlo bien.

Sus pensamientos estaban encerrados en crípticos versos.
El mensaje se perdió en el proceso.
Usted simplemente no comprende.
No cuadra.

Estaba gritando contra una pared de ladrillos.
No había química.

Todas estas expresiones se basan en metáforas y parece que es difícil pensar acerca de la comunicación sin ellas.

Las concepciones de la metáfora tienen raíces muy antiguas. En sus *Topica*, Aristóteles distinguió entre definición y metáfora, argumentando que hay que estar precavidos de la ambigüedad de la segunda (Ortony, 1975:3). "La metáfora", escribió en su *Poética*, "consiste en dar a una cosa un nombre que le pertenece a alguna otra cosa" (Sontag, 1988:5). La sospecha de Aristóteles de que hay algo tortuoso en el uso de las metáforas ha sobrevivido en la distinción contemporánea entre lenguaje literal, preferido por el discurso científico y técnico, y lenguaje metafórico, cuyas cualidades estéticas son de interés principalmente para los eruditos literarios y poetas. Esta distinción privilegia una realidad externa independiente del observador como árbitro último de lo que puede decirse y de cómo puede decirse.

Para mí, esta noción de metáfora es completamente improductiva. Si aceptamos atravesar el cambio epistemológico de el Wittgenstein temprano (1933) al tardío (1953), si aceptamos las ideas antropológicas de Sapir (1949), Whorf (1956) y Wagner (1981), o los pensamientos filosóficos recientes de Rorty (1989) a Glaserfeld (1984, 1991); en otras palabras, si aceptamos abandonar la concepción del lenguaje como medio para representar una realidad externa a él, en favor de una concepción que ve al lenguaje como un medio por el cual los hablantes organizan sus experiencias y entran en interacciones entre sí, esto conduce, entonces, a una noción vastamente más poderosa de la metáfora.

Permítaseme esquematizar una teoría de la metáfora usando la expresión "no hay química" como ejemplo. La química es un dominio de la ciencia que trata de las transformaciones de los compuestos químicos. Tiene lugar en la comunicación (humana), pero no puede decir nada acerca de ella. Por ende, para

los químicos o los lectores que adopten una perspectiva literal del lenguaje, la frase en cuestión no tendría sentido. Pero como expresión de la vida cotidiana podría decir bastante acerca de lo que ocurre entre las personas. Una teoría de la metáfora debería encarar la cuestión de por qué esto es así:

1) Todas las metáforas trasladan estructuras explicativas de un dominio familiar de experiencias a un otro dominio ante la necesidad de su comprensión o reestructuración. El ejemplo lleva el conocimiento de la química al dominio de la interacción humana. Para hacer su "trabajo",

2) las metáforas requieren que se adviertan algunas similitudes estructurales entre los dos dominios, no importa cuán tenues éstas puedan ser. La química se ocupa de cómo las sustancias químicas interactúan y afectan mutuamente sus composiciones. El dominio de la comunicación humana se define por la interacción entre las personas que hacen algo con y a las otras. Esta similitud reside, por supuesto, tanto en el uso de las palabras como en las experiencias conceptualizadas por ellas. Podemos hablar de enlaces en ambos dominios empíricos, pero significando en cada uno cosas por completo diferentes. Black (1962) habla de "interacción", aludiendo al esfuerzo creativo de ajustar rasgos seleccionados en un patrón de similitud. Pero aun más importante,

3) las metáforas conllevan implicaciones (Lakoff y Johnson, 1980) para el dominio de aplicación que, por su intermedio, organizan mucho más allá de cualquier similitud estructural inicial. Nuestro ejemplo hace de la interacción humana un producto de reacciones instantáneas e involuntarias a la naturaleza de los individuos involucrados. La "buena química" atrae, crea sinergia, unifica; la "mala química" produce rechazo, dificultades, separa. Explicar las relaciones humanas en términos de química implica que no existen las elecciones y absuelve a los individuos de cualquier responsabilidad por el enlace o falta de él que ocurra, virtualmente, fuera de su control. "La química decide por usted." Aunque las metáforas ocurren en el lenguaje y conducen a construcciones que son tan opcionales o arbitrarias como lo son todos los significados lingüísticos,

no hay duda de que los usuarios cotidianos de este vocabulario consideran a la "química" una experiencia muy real. Por ende,

4) las metáforas organizan las percepciones de sus usuarios y, cuando se actúa según ellas, pueden crear las realidades experimentadas. "No hay química" es una afirmación metafórica, pero su propia emisión puede crear o constituir el hecho que afirma, el cual resulta ser en este caso un fenómeno social. En la interacción humana así construida, el dominio original, o fuente, de la metáfora, la disciplina de la química, se torna secundario y retrocede al trasfondo del no reconocimiento.

Así, las metáforas no son comparaciones ocultas, como Aristóteles sugiere y muchos analistas literarios contemporáneos continúan sosteniendo. A diferencia de las analogías, las metáforas son fundamentalmente asimétricas. Son los vehículos lingüísticos mediante los cuales se construye algo nuevo. En la definición de Lakoff y Johnson (1980), "la metáfora (es) comprender y experimentar una clase de cosas en términos de otra"; la "otra" no recibe mucha atención. Son los "en términos" los que crean la "cosa" experimentada. Así, las metáforas no son meramente embellecimientos poéticos del lenguaje; afectan las percepciones y acciones de sus usuarios. Las metáforas también están lejos de ser ambiguas y vagas. Sus implicaciones pueden ser seguidas con certeza considerable y con tanto detalle como se quiera, lo que conduce a una realidad igualmente clara y obvia, tanto para el usuario de la metáfora como para su analista. El filósofo del siglo XVIII Giambattista Vico ya reconocía las metáforas como la manifestación más importante de la creatividad humana.

Permítaseme mostrar lo dicho, ahora, en varias metáforas de la comunicación.

Metáforas de la comunicación

La metáfora del receptáculo

La expresión "sus pensamientos estaban encerrados en crípticos versos" describe al lenguaje como, un receptáculo de objetos particulares, en este caso pensamientos, cuyo acceso

parece complicado por la ausencia de una llave. Esta frase puede haber sido construida cuidadosamente, pero la idea de que la comunicación consiste en enviar mensajes *discretos* de un lugar a otro y que los mensajes *contienen* algo (pensamientos, informaciones, instrucciones, significados, sentimientos, etc.) impregna la mayoría de las descripciones cotidianas del lenguaje (Reddy, 1979) y la comunicación, y agregaría, domina también el lenguaje de las investigaciones de la comunicación. Algunos estudiosos de la comunicación la llaman jocosamente "la teoría del balde acerca del significado" pero, para comprender las concepciones cotidianas de la comunicación, sugiero que tomemos seriamente esta metáfora predominante.

Seguramente no tenemos ningún escrúpulo en preguntarle a alguien qué hay en una carta, qué *sacó* alguien de una conferencia, y objetamos que alguien lea algo entre las líneas de una declaración, que no está allí en forma evidente. En la investigación de la comunicación analizamos *EL contenido* de la televisión por medio del análisis de contenido, juzgamos un discurso como *lleno* de significado o como *carente* de sentido. Podríamos decirle a un escritor que si no puso el corazón en lo que dijo, entonces no ha dicho nada. Alguien que no tiene nada que decir usa frases *vacias*. Del mismo modo, los ingenieros hablan del *contenido* de información de las señales como si su contenido fuese una entidad separada de las señales que la *portan*. Todas estas expresiones cotidianas describen los mensajes, el lenguaje, las imágenes, incluso las señales como *receptáculos* de significados, ideas o cosas que los preservan en su pasaje a un destino donde pueden ser tomados.

Una implicación de esta metáfora es nuestro *énfasis* cultural marcadamente desigual en el *contenido* de los mensajes, que *vuelve al lenguaje* y a los *procesos de comunicación transparentes*, sin reflexionar sobre ellos, ni prestándoles atención. Después de todo, los receptáculos son meros "medios" para almacenar y transportar bienes valiosos. ¿Por qué deberían éstos ser más importantes que sus contenidos? Los periodistas se preocupan por la verdad y exactitud de *lo que* está siendo informado más que del *por qué* está siendo publicado y de *cómo* la elección de un medio particular da forma a lo que deviene para sus receptores. La proposición de McLuhan según la cual "el medio es el mensaje" (McLuhan y Fiore, 1967) buscaba desplazar la

atención del contenido de los medios de comunicación de masas. La distinción de Bateson (1972) y Watzlawick et al. (1967) entre los aspectos de contenido y de relación en la comunicación humana intentaba poner la metáfora del receptáculo en perspectiva. Pero en la vida cotidiana raramente se examinan los aspectos no de contenido, o relacionales, de la comunicación.

Una segunda implicación de esta metáfora transforma a los *contenidos* de la comunicación en *entidades con cualidades objetivas*. El papel sobre el que se escribe algo, los impulsos electrónicos a los que responden los parlantes, el sonido de la voz, todos tienen una existencia física mensurable y similar a la de los objetos. Con esto en mente, sería ciertamente difícil imaginar que los receptáculos materiales puedan contener sustancias inmateriales. Así, los pensamientos de nuestro ejemplo se tornan también entidades similares a las cosas. Sacamos *alguna COSA* de un curso de estudio. Recibimos *extractos* de información. Escribimos *ítems* de noticias. *Descomponemos* el contenido de los medios en unidades analizables, en forma no demasiado diferente a como los geólogos analizan las piedras en diferentes categorías. Y *componemos* cartas o música de forma no demasiado diferente a como los mecánicos ensamblan un dispositivo técnico. En tanto entidades objetivas, los contenidos deben existir independientemente de las experiencias humanas.

Una tercera implicación es la concepción de la comunicación como un *transporte*, como un problema para conseguir que el contenido de mensajes, pensamientos, sentimientos, significados, información y otras entidades vaya de aquí para allá. La expresión "*el mensaje se perdió en el proceso*" ejemplifica esto. La comprensión, que sólo puede ocurrir después de que un mensaje ha sido transportado a su destino, ocurre *por contacto*, como consecuencia de la *exposición*, o por *digestión*. No requiere esfuerzo, es autoevidente, directa, instantánea, natural y, por ende, completamente no problemática. Después de remover los contenidos de sus receptáculos, no se requiere ninguna interpretación, ningún razonamiento, ningún esfuerzo cognitivo particular para comprenderlos. La frecuente referencia al *consumo* de medios de comunicación masiva amplifica también esto.

Una cuarta es la aceptación del *compartir* como la consecuencia lógica, si no el estándar, para determinar qué es una "buena" comunicación. Se supone que el compartir resulta de la

exposición a los *mismos* mensajes y explica la causa del conocimiento *común*, la aceptación de valores *similares* o pensar en forma *parecida*. En un diagrama de Venn de los posibles contenidos, compartir denota la intersección entre aquello a lo que los diferentes individuos tuvieron acceso.

En la comunicación cotidiana, la queja "*usted no entiende*" frecuentemente implica "*como yo lo entiendo*". Podemos sentir la necesidad de explorar si tenemos algo *en común* con una persona que nunca antes habíamos conocido. Hallar que hemos pasado por los *mismos* sucesos nos lleva a concluir que compartimos experiencias, una historia o un ambiente. En los análisis de contenido de las comunicaciones de masas, se dice con frecuencia que la imagen que surge es el *común denominador* de estas comunicaciones y se supone que es compartida por todos los espectadores o lectores competentes.

La asociación de la comunicación y el compartir tiene un origen antiguo. Esto puede verse en la etimología de la palabra "comunicación". Tiene la misma raíz que "común", "comuna", "comunidad" e incluso "comunismo", todas las cuales interpretan a los individuos como siendo, en algunos aspectos, lo mismo, por ejemplo, respecto de los hábitos, cosmovisiones o competencia lingüística. En el diagrama de Venn antes mencionado, las áreas fuera de la intersección son consideradas, con frecuencia, sociológicamente irrelevantes, que contienen "idiosincrasias" completamente subjetivas o fracasos evidentes en la comunicación. Aquí el compartir sirve como una fuerte norma social.

El uso de metáforas de receptáculo afecta profundamente las relaciones sociales posibles entre los comunicadores, dentro de la comunidad y la sociedad. Naturalmente, considerar que el contenido de los mensajes tiene una existencia objetiva e independiente del observador nos lleva a concluir que son las "locuras de la percepción humana" las que pueden conducir a los receptores del mismo mensaje a equivocarse y producir algo diferente que el compartir. Así como no le creeríamos a alguien que afirmase poder extraer vino, leche o aceite de una botella llena de agua, la física invocada por la metáfora del receptáculo implica que sólo se puede sacar de un mensaje lo que se había puesto en él y que esto tendría que ser lo mismo para todo el mundo. No proporciona ningún lugar lógico para variaciones o discrepancias en la interpretación.

Cuando tales *discrepancias* se tornan evidentes (y esto es bastante común en la comunicación cotidiana) parece mucho más usual (i) buscar explicaciones causales, (ii) consultar autoridades en la cuestión o (iii) tratar de eliminarlas, en lugar de (iv) abandonar la metáfora por generar estas discrepancias.

Las causas de estas discrepancias llegan a explicarse, típicamente, como errores humanos, como consecuencias de condiciones patológicas, como resultado de intenciones tortuosas o como mero entretenimiento, magia, por ejemplo. Evidentemente, estas explicaciones requieren diversos estándares de objetividad. Aquellos que afirman tener la capacidad de explicar tales discrepancias deben considerarse libres de ellas y por ello se colocan a sí mismos en la posición de observadores externos o científicos superiores, a los que tales estándares pueden no aplicarse.

Las discrepancias que no pueden explicarse de ese modo, pueden ser sometidas a mediación por *autoridades* especializadas. En este sentido, la metáfora del receptáculo privilegia a los autores o productores de mensajes. Después de todo, "autoridad" deriva de la palabra "autor", que designa al que debe saber lo que pone en sus mensajes. Sin acceso a los originadores, la metáfora virtualmente *crea la necesidad* de varias autoridades en los significados —diccionarios, lingüistas, procedimientos institucionalizados y finalmente la corte— que pueden decidir entre lecturas incompatibles de un mensaje o texto. Estas autoridades se basan en reclamos de acceso a una realidad a costa de aquellos que voluntariamente se someten a sus juicios. Es la sumisión a tales autoridades lo que puede generar sus increíbles poderes.

Las discrepancias que no logran ser explicadas ni medias pueden, en tercer lugar, provocar *violencia física*. Es verdaderamente notable cuanta violencia, ya sea en familias o en conflictos internacionales, se basa en la falta de acuerdo acerca de cuál interpretación es la correcta y quién tiene la autoridad para decidir sobre lo que los Otros deben aceptar como verdadero (Krippendorff, 1988: 254-5).

Sería fácil desacreditar la metáfora del receptáculo por sugerir una lógica equívoca de la comunicación, pero esto nos desalentaría para escuchar las prácticas cotidianas de construcción de la comunicación. Claramente, la metáfora del recep-

táculo está muy viva, es ampliamente usada en la comunicación humana de todos los días, provee la base conceptual de un gran número de fenómenos intersubjetivos y tiene implicaciones sociales que merecen una mayor exploración. Seré más breve en lo que sigue.

La metáfora del conducto

Durante el siglo XIX, nuevas tecnologías ingresaron en la comunicación humana. Los experimentos iniciales con fuentes continuas de electricidad, durante el primer cuarto del siglo, condujeron durante el segundo a las líneas del telégrafo comercial. El teléfono, inventado recién en 1876, ya se usaba en forma bastante extendida a comienzos de siglo. La velocidad de este desarrollo técnico fue sorprendente, por lo cual quedó muy retrasada la comprensión para el sentido común de cómo funcionaba. Desarrollos como estos atraen naturalmente nuevas metáforas que pueden importar estructuras explicativas apropiadas de otros lados, organizar experiencias de otro modo incomprendibles y orientar los desarrollos técnicos. Preguntas iniciales acerca de cómo los mensajes con manifestación física podían "comprimirse para atravesar los alambres de cobre" ya empleaban el vocabulario de la mecánica de fluidos que, a su vez, proveía la metáfora para esta nueva forma de comunicación. El alambre se tornó un tubo a través del cual algo podía fluir de una fuente a su sumidero, en forma similar a un sistema de plomería.

El reconocimiento de las limitaciones características de estas tecnologías, por ejemplo en el uso del papel para la escritura y la impresión, o en el uso de los cables telefónicos para la comunicación de voz y sonido, condujo a la noción de canales. Así como no se puede permitir que diferentes fluidos corran a lo largo de la misma tubería sin crear impurezas, la metáfora del conducto motivó divisiones en canales del espectro de expresiones humanas posibles, cada uno descriptible en términos de distinciones características de comunicación. Además de las distinciones técnicas entre diferentes amplitudes de banda o cableados, nos resulta natural distinguir entre canales verbales o no verbales incluyendo lo gestual o, en otra clasificación del sistema, entre los canales auditivo, visual, táctil, olfativo y gustativo. Bajo el régimen de la metáfora del conducto la

comunicación humana se tornó entonces un fenómeno multicanal.

Las experiencias con el ruido acústico en las líneas telefónicas llegaron a ser la metáfora para explicar diversas formas de polución que ingresaban en los canales de comunicación. Hablamos sin dudar de fuentes de ruido, incluyendo fuentes de ruido semántico, como si una sustancia foránea, originada fuera de un canal, lo penetrase y se mezclase inextricablemente con el flujo de la información. En el análisis de las organizaciones de medios masivos, hablamos de porteros que determinan la mezcla de noticias para el público. En la literatura de la investigación en comunicación, los modelos de comunicación de flujo de un paso o de aguja hipodérmica, que describen el contenido como directamente inyectado en la mente de los espectadores de televisión, han sido actualmente reemplazados por modelos de flujo de dos pasos. Pero este ajuste permanece completamente dentro de la metáfora del conducto. Al conceptualizar la adquisición del conocimiento, incluyendo la percepción, hablamos de filtros que permiten que pase alguna información y bloquean el ingreso de otra. Las expresiones "gritaba contra un muro de ladrillos" describe una barrera al flujo. No "llegar" supone un bloqueo o desconexión. La tendencia de los medios masivos a favorecer al espectador promedio, evitar los extremos, etc. se llama "mainstreaming" [flujo principal]. Al describir la comunicación en las organizaciones, hablamos de tener que ir por los canales apropiados, encontrar cuellos de botella, etc. Al dar cuenta de cómo las decisiones gubernamentales son canalizadas a través de una administración, nos referimos a conductos largos o cortos y nos preguntamos cuán llenos están. Medimos los volúmenes de la comunicación y los comparamos con capacidades de canal. También nos quejamos de sobrecargas. Incluso los ingenieros, que deberían estar familiarizados con la física de los equipos de comunicación, hablan de señales que fluyen por los cables, transportan información y ruido. Todas estas concepciones contemporáneas provienen de la hidráulica y describen la comunicación como un flujo de ciertas sustancias a través de redes complejas.

La metáfora del conducto se parece a la metáfora del receptáculo en varios aspectos; ésta es una de las razones por las que Reddy (1979), que sólo se ocupa del lenguaje, no las

distingue. Por ejemplo, la distinción contenedor/contenido re- aparece en la distinción canal/sustancia que fluye (fluido). La cantidad finita de información que tiene un mensaje (que un recipiente puede contener) se torna aquí la capacidad de tránsito a través de un canal. La metáfora del conducto desplaza la atención del transporte de unidades a flujos continuos, pero conserva la idea de que las entidades o sustancias se preservan en el proceso. La idea reciente de una *autópista de información* nacional refleja también este cambio conceptual.

Lo que sale de un canal, entonces, no puede ser ni cualitativamente diferente, ni exceder cuantitativamente a lo que entró en él. Mientras que los mensajes pueden perderse, los canales pueden *romperse*, desarrollar *pérdidas*, y lo que fluye en su interior puede *contaminarse*. Excepto por estas imperfecciones, la metáfora del conducto no suministra ningún modo de explicar las discrepancias en la recepción y, por ende, invita al mismo tipo de explicaciones causales, autoridades o luchas acerca de la corrección que la metáfora del receptáculo.

La metáfora del control

La equiparación de la comunicación con el control tiene también una larga historia. Se remonta por lo menos a los sofistas, que valoraban la argumentación convincente por sobre la responsabilidad y la verdad. La metáfora del control describe la comunicación, antes que nada, como un *fenómeno causal* que, una vez que se lo concibe como tal, se torna disponible; segundo, como un *medio* para alcanzar objetivos particulares o como un *instrumento* para realizar intentos manipulatorios. Así, el uso de esta metáfora, en tercer lugar, subordina todos los aspectos de la comunicación, mensajes, contenidos, participaciones individuales, verdades y consecuencias sociales a *exploraciones racionales regidas por metas particulares*.

La evidencia para considerar la comunicación como un fenómeno causal es igualmente abundante. Decimos que el informe meteorológico *hizo que* la universidad cancelase sus clases, que mirar televisión *afectó* las notas de los estudiantes, que las acusaciones *volvieron loco* a alguien, que una estadística *forzó* a la dirigencia a repensar sus objetivos, que un oficial *obligó* a sus hombres a disparar, que alguien *no pudo resistir* el argumento de algún otro, etcétera.

Aunque la comunicación humana seguramente no es como meter un disquete en el cerebro de alguien, las metáforas de control requieren la invención de fuerzas que se supone son capaces de causar los efectos deseados. Así, en las descripciones cotidianas de la comunicación humana hablamos de peticiones *persuasivas*, argumentos *decisivos*, comunicaciones *potentes*, documentales *poderosos*, *fuerzas* ilocutivas, etc. todos los cuales crean, virtualmente, cualidades objetivas a las que podrían hacerse responsables de los efectos evidentes.

Las metáforas de control en la comunicación humana implican, en segundo lugar, *asimetrías sociales* fundamentales. Las causas y consecuencias están, respectivamente, incorporadas en *controladores* y *controlados*, y esta distinción se trasladada aquí a casi todas las prácticas de la vida social. Está implicada en el esfuerzo calculado de los medios masivos por dirigir mensajes a audiencias masivas consideradas ingenuas y aceptadoras. Reside en las diferencias entre emisores, productores o entretenedores *activos e informados*, y receptores o consumidores pasivos y no informados. Está, incluso, incorporada en la tecnología de la comunicación de una vía, la industria de las publicaciones, la radio y la televisión, por ejemplo, todas diseñadas para un acceso desigual.

Con la ayuda de las metáforas del control, controladores, autores y productores de comunicaciones adoptan la posición privilegiada de agentes con conocimiento capaces de conceptualizar el proceso de comunicación, fijar sus metas y juzgar el éxito de sus propias actividades. Lesde su punto de vista, los blancos de la comunicación —los oyentes, lectores o espectadores— se tornan medios. Como ellos sirven mejor a los fines de sus controladores cuando son más predecibles, la metáfora del control estimula un enfoque de los seres humanos ordinarios y de la investigación social como un modo de sustanciar el enfoque de seres humanos ordinarios que reaccionan a los estímulos, como *mecanismos* determinados causalmente. La complicidad de la investigación social positivista en sostener este enfoque es evidente en su falta de reflexividad y su insistencia en teorías y proposiciones causales de la conducta humana. En la investigación de la comunicación de masas, esto reduce a los humanos ordinarios a lo que algunos escritores han llamado “dopados” culturales a los que debe entretenerse,

decírseles qué hacer, no pueden actuar por sí mismos y están, esencialmente, impotentes en su mundo simbólico.

Con las metáforas de control, la comunicación se limita, en tercer lugar, a la *comunicación exitosa*. El volumen de libros de texto acerca del *mejoramiento de las habilidades y técnicas* de la comunicación y cursos que enseñan la forma de hablar en público, hacer publicidad o administrar con *eficacia*, atestiguan la popularidad de esta metáfora, no sólo en las organizaciones sociales racionales sino también en la vida cotidiana. "Usted no *comprende*" puede no sólo implicar una falta de igualdad, sino también que su interlocutor no procede conforme a las intenciones del hablante. Cuando los publicistas dicen "el anuncio no comunicó" quieren decir, invariablemente, que "no causó el efecto deseado". La verdad, la elocuencia y la comunidad se subordinan a los intentos de manipulación del controlador. Todas las afirmaciones de *éxitos* y *fracasos* en la comunicación se derivan de las metáforas del control y se basan en desvíos empíricos de las causalidades que ellas requieren. El compartir no está implicado por esta metáfora.

Finalmente, y un corolario de lo precedente, la metáfora del control define una perspectiva particular y pone a la vista un dominio empírico definido por los propósitos de los controladores, que suprimen otras perspectivas de la misma situación de comunicación. Es bien reconocido que, desde una perspectiva exterior, todos los esfuerzos por controlar no tienen solamente consecuencias *intencionadas* sino, también, *no intencionadas*. Se puede pensar acerca de los *efectos secundarios* culturales de la TV comercial, las *repercusiones* políticas de la publicidad electoral sucia o las consecuencias *no anticipadas* de una mentira. Los sociólogos funcionalistas consideran tales omisiones desde la perspectiva de un agente como consecuencias *latentes* (en oposición a manifestadas) de la acción. Los economistas hablan acerca de *externalidades*.

Como un apartado, debo observar que la cibernética considera que el control reside **dentro de** redes causales circulares. Un círculo no tiene asimetrías. En cambio, se considera la metáfora del control de la comunicación como aquella que puntúa esta circularidad en forma despareja. Privilegia las concepciones de un controlador designado, al distinguir, por ejemplo, entre los mensajes enviados para *dirigir* o *causar*

efectos particulares y los mensajes (realimentación) que retornan para *informar* al controlador de los éxitos y fracasos. Aunque nadie puede gobernar sin tener un poco en cuenta las necesidades de sus ciudadanos, aunque ningún medio masivo puede operar por mucho tiempo sin conocer las características de sus audiencias masivas, la metáfora del control ciega a los usuarios acerca de estas circularidades e interpreta la comunicación como el control **de** alguien o algo.

La metáfora de la transmisión

La metáfora de la transmisión llega a nosotros desde la criptografía. Allí, el problema es *cifrar* un mensaje perfectamente comprensible, también llamado "claro", en una forma, también llamada "cifra", de la que un interceptor no autorizado no puede extraer ningún sentido, pero que los receptores autorizados pueden *descifrar* y leer. La criptografía se originó en antiguas sociedades secretas, se perfeccionó durante las varias guerras y recientemente se ha vuelto importante en los esfuerzos por proteger las comunicaciones electrónicas comerciales y financieras.

En su *Teoría matemática de la comunicación*, Shannon (Shannon y Weaver, 1949), que sentía una temprana fascinación por la criptografía, ve "el problema fundamental de la comunicación como el de reproducir en un punto, en forma exacta o aproximada, un mensaje seleccionado en otro punto." [...] "Un transmisor [...] opera sobre el mensaje de algún modo para producir una señal apropiada para ser transmitida a través del canal." [...] "El receptor, ordinariamente, realiza la operación inversa a la realizada por el transmisor, y reconstruye así el mensaje a partir de la señal" (1949:3-6). Para Shannon, los mensajes son *comprensibles* por las "fuentes" y "destinatarios" humanos. Las señales son "*traducciones*" intermediarias de estos mensajes de un medio a otro, hasta que vuelven a entrar a un medio que es nuevamente accesible a la comprensión humana. Un *código* describe el proceso de "traducción", al establecer una correspondencia entre los movimientos, cambios o elecciones hechos en un medio y los movimientos, cambios o elecciones que ocurren, subsecuentemente, en otro. La *información* cuantifica la medida en la que los procesos de codifica-

ción son reversibles y así preservan un patrón. Es un apartamiento radical de las metáforas del receptáculo y del conducto que los significados residan en la comprensión humana, no en las señales transmitidas.

Una implicación principal de la metáfora de transmisión se encuentra en la carga cognitiva que coloca sobre los comunicadores involucrados, tanto emisores como receptores. Mientras que la metáfora del conducto considera la mera exposición a signos, símbolos o información una condición suficiente para su comprensión —la idea de “ver para creer” aplica esta concepción a mirar televisión—, y la metáfora del receptáculo espera que los receptores sean capaces de extraer los contenidos de sus receptáculos —por ejemplo, leyendo— la metáfora de transmisión espera que los comunicadores tengan algún modelo del proceso de codificación y decodificación.

Los emisores *codifican* sus ideas en patrones que son seleccionados según la expectativa de cómo el receptor los decodificará. Los receptores *decodifican* sus recepciones, suponiendo que saben cómo el emisor las ha codificado. La complejidad de estos modelos se torna, entonces, un requerimiento de comunicación = reproducción.

Un sinónimo cotidiano de decodificación es *interpretación*. Decimos que un texto debe ser interpretado para ser comprendido. Los lectores traducen un texto en su propio sistema conceptual, empleando *reglas convencionales* de interpretación, lo que se reduce a usar un código común, por ejemplo, un diccionario o el índice publicado que permite a los usuarios de una biblioteca obtener acceso a sus existencias.

La metáfora de transmisión sustenta dos clases de cognición: el compartir el mismo código, como en la interpretación, y la conciencia que los comunicadores pueden tener de las prácticas complementarias de codificación de cada uno.

Obviamente, la metáfora de transmisión no se limita a aspectos técnicos o ingenieriles de la comunicación, como algunos escritores han sugerido. La interpretación es un contraejemplo. También hablamos de transmitir información genética a través de generaciones, enfermedades a través de una población y tecnología a los países en vías de desarrollo.

La metáfora de la guerra

Presumiblemente basándose en la tradición británica del debate público, surge una metáfora, más asociada con el habla que con la escritura o la comunicación de masas, que hace de la comunicación una especie de guerra. Lakoff y Johnson muestran cómo se refleja en una variedad de expresiones del lenguaje cotidiano.

“Sus afirmaciones son *indefendibles*.

El *atacó cada punto débil* de mi argumentación.

Sus críticas *dieron justo en el blanco*.

Demolí su argumento.

Nunca le *gané* una discusión.

¿No están de acuerdo? Bueno, *¡disparen!*

Si usas esa estrategia, te *borraré del mapa*.

Derribó todos mis argumentos.”

(1980:4)

Los autores continúan describiendo las implicaciones de esta metáfora, diciendo: “Es importante advertir que no sólo hablamos acerca de discusiones en términos de guerra. Podemos verdaderamente ganar o perder discusiones. Consideramos a la persona con la que discutimos un oponente. Atacamos sus posiciones y defendemos las nuestras. Ganamos o perdemos terreno. Planeamos y usamos estrategias. Si encontramos una posición indefendible, podemos abandonarla y adoptar una nueva línea de ataque. Muchas de las cosas que *hacemos* al discutir están parcialmente estructuradas por el concepto de la guerra. Aunque no exista una batalla física, existe una batalla verbal, y la estructura de un argumento —ataque, defensa, contraataque, etc.— lo refleja. Es en este sentido que la metáfora *La discusión es guerra* es una que vivimos en esta cultura; estructura las acciones que realizamos al discutir.”

Inténtese imaginar una cultura en la que las discusiones no sean vistas en términos bélicos, donde nadie gana o pierde, donde no haya un significado de atacar o defender, ganar o perder terreno. Imagínese una cultura donde una discusión sea considerada como un baile, los participantes sean considerados bailarines, y la meta sea bailar de una forma equilibrada y estéticamente placentera. En una cultu-

ra semejante, las personas considerarían las discusiones de forma diferente, las experimentarían de forma diferente, las realizarían de forma diferente y hablarían de ellas de forma diferente. Pero nosotros, probablemente, no consideraríamos en absoluto que estuvieran discutiendo: simplemente estarían haciendo algo diferente. Incluso parecería extraño llamar "discusión" a lo que están haciendo. Quizás el modo más neutral de describir esta diferencia entre su cultura y la nuestra sería decir que tenemos una forma discursiva estructurada en términos de una batalla y ellos la tienen estructurada en términos de danza (1980:4-5).

Obviamente, la comunicación verbal y el conflicto armado son clases diferentes de interacciones humanas. Sin embargo, usando la metáfora de la guerra no podemos sino enfrentar a los comunicadores entre sí, con la meta implícita de establecer quién tiene razón, quién es más fuerte o quién termina siendo el ganador. Naturalmente, la metáfora funcionará mejor cuando hay algo que ganar, como cuando se negocia un buen precio o se gana el premio en una competencia de debates. Pero cuando no hay ningún criterio obvio de qué se gana o se pierde, el uso de esta metáfora crea terrenos de batalla apropiados, como el orgullo personal, el dominio en una relación o demostraciones de poder sobre los Otros. Todos estos pueden no tener nada que ver con las cuestiones en discusión y pueden impedir en forma efectiva que los comunicadores resuelvan los problemas por los que están comunicándose.

La metáfora de la danza-ritual

Hablando acerca de los estudios de la comunicación, Carey (1988) sugiere que el aspecto ritual de ésta ha sido colocado en una categoría residual, la que queda después de que sus contenidos han sido evacuados y sus propósitos explicados. Para él es, como lo era para McLuhan (McLuhan y Fiore, 1967), por ejemplo, la rutina de atender a los medios masivos, la dedicación a una lectura diaria del periódico o ver habitualmente los partidos del domingo. La metáfora del ritual dirige la atención a lo que es invariante en la comunicación: las actuaciones interminablemente repetitivas que no apuntan a ningún propósito práctico y la unificación de aquellos involucrados en una comunidad. Y así ocurre también con la comunicación como danza, que acentúa la armoniosa complementariedad de los

movimientos: preguntar ceremoniosamente "cómo está usted" y decir "adiós", tomar turnos para hablar, las puntuaciones que marcan la progresión de los procedimientos legales, sin importar su resultado, y las ceremonias públicas de sucesión política.

Un buen ejemplo de la metáfora de danza-ritual en acción es la conversación. Etimológicamente, *conversación* proviene del verbo latino *conversari* que significa vivir, hacer compañía, ocuparse o comprometerse, moverse alrededor, al que el inglés medio y el francés parece haber agregado *hablar*. El propósito de estar en una conversación es mantenerla.

La metáfora de danza-ritual implica, antes que nada, *continuidad y repetición*. En un ritual, los autores no son importantes y los ejecutantes son reemplazables, especialmente cuando se transmite a través de una población o pasa de una generación a la siguiente. En la danza, es la gramática del movimiento lo que describe la coreografía, no los nombres de los bailarines. Las conversaciones también pueden derivar de un tópico a otro, sin quiebres y con facilidad. Lo que permanece constante es la toma de turnos para hablar, que involucra a todos los participantes en una sola comunidad. Vivir con esta metáfora significa mantener el proceso de compromiso mutuo. Cuando la danza, el ritual y la conversación terminan bajo condiciones apropiadas, es siempre posible reproducirlos, en otro lugar y con diferentes personas, siempre que los participantes y las audiencias reconozcan la identidad del proceso.

Una segunda implicación de la metáfora de danza-ritual es que hace de la comunicación una actividad *cooperativa y comunitaria*. Los participantes comprenden su papel, contribuyen con su parte y se reúnen para que todo el resto vea y juzgue. Existe todo tipo de dispositivos para mantener a los participantes dentro de esta cooperación. Por un lado, si alguien se siente ignorado, la metacomunicación, el decir, por ejemplo, "permíteme mi turno", puede llevarlo nuevamente a la rutina. Por otro lado, los participantes en la danza o ritual siempre deben responder a los otros y pueden ser considerados responsables de las violaciones percibidas. En las conversaciones, puede pedir-se a los participantes que completen lo que dijeron, expliquen lo que quisieron decir o justifiquen su conducta y, generalmente, se sienten obligados a satisfacer tales requerimientos (Shotter, 1984).

Una conversación se torna mala (o pierde directamente el estatus de conversación) cuando se transforma en un monólogo, cuando las metáforas de la guerra o el control se introducen en el proceso o cuando algunos participantes se sienten reprimidos, incompetentes o excluidos. Ackerman da dos razones que, cuando se ingresa a un diálogo sin ninguna base, descalifican una conversación transformándola en lo que él denomina neutral (en términos de poder). Estas son declaraciones hechas por cualquiera de los participantes tal que a) sus concepciones son inherentemente mejores que las de los Otros y b) a pesar de los méritos de las concepciones involucradas, él o ella es intrínsecamente superior a alguien o a todos los participantes (1980:10-11). Así, las conversaciones pueden fácilmente transformarse en debates, discusiones o juegos de poder, todos los cuales implican reclamos de privilegios desiguales que son incompatibles con la metáfora. En la danza, el ritual y la conversación sólo hay participantes; ni ganadores, ni perdedores, ni directores. Incluso los "maestros de ceremonia" tienen un papel en la ceremonia, son parte del ritual y no son exteriores a él.

Una tercera implicación es que la comunicación como danza-ritual es individualmente satisfactoria para todos los participantes (a costa de ninguno) y *deja algo reconocible detrás*. Puede cambiar las opiniones de sus participantes o audiencias, por ejemplo, en el drama, afectar la ecología en torno (Rappoport, 1979), crear un registro histórico o discurso que pueda ser examinado en tanto la memoria de los participantes lo mantenga en orden y vivo. Sin embargo, la trama, tejida en forma conjunta, es la *propia construcción* de cada participante. Las personas no responden a lo que se dice sino a su propia comprensión de la trama emergente.

Reflexiones constructivistas

¿Qué lecciones pueden aprenderse de la revisión precedente, casi un catálogo, de las metáforas de la comunicación? Una respuesta tradicional, y que los objetivistas prefieren, es la generalización: considerar todas estas "teorías populares" como meras variaciones descriptivas de un único fenómeno subyacente, y los elementos que comparten como la generalización buscada. Creo que este es un objetivo más bien sin esperanza.

Aunque siempre se pueden "encontrar" similitudes si se las busca, la mayoría de estas metáforas proveen evidencia de la existencia concurrente de nociones muy diferentes, si no incompatibles, de la comunicación, que tienen, cuanto más, parecidos familiares wittgensteinianos.

Otra respuesta tradicional, y que me parece aún más objetable, sería desechar estas metáforas como descripciones ingenuas o mitos populares de la comunicación, que personas ignorantes creen y actúan, pero que los científicos calificados deben reemplazar por una verdad objetiva. En esta vertiente, fácilmente se podrían ridiculizar las metáforas del receptáculo y del conducto, por ejemplo, confrontándolas con la "evidencia física". Por cierto, *literalmente*, una carta *no contiene nada*. Consiste en un papel con características de reflexión de luz distribuidas en forma desigual en su superficie. El resto es cuestión de alguien que reconoce configuraciones de caracteres que le dicen algo. En forma similar, *nada fluye* a través de los alambres de cobre. Los electrones meramente oscilan o rebotan unos contra otros (una metáfora común en física!) en formas determinadas causalmente. Por analogía, dejar caer una piedra en un lago causa ondas que parecen propagarse a su periferia (y de vuelta también) y dan origen a la ilusión común de que algo material estuviera moviéndose. Pero el agua, en forma similar al aire que rodea al hablante, se queda aproximadamente fija en su lugar. Sin embargo, a pesar de lo dicho, no veo ninguna razón para privilegiar estas descripciones físicas de los fenómenos de la comunicación en base a su supuesta objetividad.

En lugar de tratar las metáforas de la comunicación como objetos separados, resumiendo o extrayendo conclusiones generales de descripciones estadísticas de ellas, permítaseme cambiar de marcha y situarme un nivel lógico por encima de las metáforas tal como las hemos examinado, y considerar, en lo que sigue, la "realidad social" de su evidente multiplicidad.

Más arriba, consideré las metáforas como ventanas hacia el modo en que los usuarios crean su comprensión de la comunicación. Ahora, al tratar de comprender su variedad en uso, me muevo de la comprensión individual de la comunicación mediante la metáfora a una comprensión de esta comprensión de la comunicación.

Este cambio es importante porque permite una compren-

sión de la comprensión de los Otros, incluyendo la autocomprensión, y podría, entonces, llamarse comprensión de segundo orden. La comprensión de primer orden no puede incluir los fenómenos autorreferenciales. La comprensión de segundo orden sí los incluye y, así, se encuentra en la base de los fenómenos sociales, que yo interpreto como constituidos por la comprensión que los participantes tienen de su involucración mutua. La comprensión de primer orden es incapaz de reflexionar sobre la participación humana informada en estos fenómenos. La comprensión de segundo orden ofrece a los investigadores un modo de reflexionar recursivamente acerca de su propio papel en los fenómenos de su interés. La comprensión de primer orden condena a los investigadores al papel de espectadores irreflexivos de un mundo lógicamente plano.

A continuación presentaré un conjunto de trece miniensayos que no buscan hacer generalizaciones a partir de estas metáforas ni desecharlas, sino intentar comprenderlas como lo que las personas ordinarias, incluyendo algunas no tan ordinarias, consideran es parte de su realidad y en la cual la investigación de la comunicación necesita indagar.

1. Realidad. Sea lo que fuere que subyace a los diversos fenómenos que conocemos como comunicación, obviamente puede sustentar muchas metáforas de la comunicación, muchos modelos, muchas teorías. No puede afirmarse que alguna de éstas sea una mejor aproximación a lo que la comunicación "realmente" es. De hecho, es la variedad de metáforas, no las generalizaciones ni una especie universal de verdad, lo que nos dice algo acerca de la realidad de la comunicación humana.

Lo que aquí importa es que a) la evidente multitud de metáforas disponibles de la comunicación es *sustentable por medio* de sus encarnaciones, por ejemplo, por las personas que las actúan, la tecnología que las realiza y la sociedad que las usa; b) las metáforas son *viabiles cada una en relación con las otras*, esto es, han sobrevivido a las prácticas discursivas que surgen en el proceso de su actuación simultánea, y c) cada una es *coherente* dentro de construcciones, posiblemente bastante diferentes de la realidad. El conjunto de metáforas que examinamos anteriormente describe no más que el modo estadístico de una amplia distribución de realizaciones latentes y posibles.

Estoy sugiriendo que privilegiar cualquier teoría de la comunicación considerándola general, que subsume a todos las otras, pero sin el consentimiento de aquellos teorizados por ella, probablemente conduzca a un imperialismo intelectual de comprensión de primer orden (Krippendorff, 1993). Profundizaré estas tres observaciones en las siguientes secciones.

2. Autonomía cognitiva. Considero que es axiomático que los seres humanos son seres cognitivamente autónomos. Su comprensión de sí mismos, del ambiente que ocupan, del lenguaje que hablan y de su implicación comunicativa con los Otros es siempre la suya propia. No se puede forzar a nadie a que comprenda algo tal como alguien desea, tal como existe o tal como debiera ser. Y como nadie puede observar la comprensión de otro, nadie (excepto alguien que afirme tener capacidades divinas de observación) podrá saber qué comprensión "comparte" con algún otro. Además, la comprensión nunca termina. Aun en ausencia de estimulación física, las personas pueden reconsiderar, reconstruir o inventar nuevos mundos, incluyéndose a sí mismos. Autonomía cognitiva no debe confundirse con individualismo. En (6) encararé la necesidad de su inmersión social.

¿Cómo se relacionan las metáforas particulares de la comunicación con la autonomía cognitiva? Ya sugerí que las metáforas del receptáculo y del conducto, por ejemplo, equiparan la comprensión con algo similar a la exposición sensorial, el contacto o el consumo de las cualidades objetivas de los contenidos de la comunicación. He mostrado que esta noción bastante simple de cognición es coherente con las prácticas cotidianas de la comunicación (tal como las entienden sus practicantes); por ejemplo, justifica la producción de material de lectura uniforme, sostiene la autoridad de los autores, tal como he argumentado, etc., pero la comprensión de esta comprensión escapa a su lógica. Las dos metáforas, entonces, ejemplifican la capacidad humana de construir realidades que proyectan las causas de la comprensión sobre entidades metafísicas consideradas fuera de esta comprensión y así impiden que sus sostenedores realicen la clase de autorreflexividad de la que los seres cognitivamente autónomos somos capaces. Las metáforas de la comunicación ofrecen vislumbres de estas construcciones discapacitantes.

La multitud de metáforas coexistentes de la comunicación demuestra claramente la disponibilidad de elecciones entre los modos de comunicación. También sugiere que la comunicación humana puede ser inventada, articulada y alterada por aquellos que advierten su autonomía cognitiva. El lenguaje y especialmente las metáforas son importantes en la generación de estas realidades (Schon, 1979), incluyendo las elecciones disponibles y las restricciones realizables por su intermedio. La mayoría de las metáforas cotidianas y —con toda justicia debo agregar aquí— también las teorías científicas de la comunicación, no pueden abarcar realidades múltiples y no alcanzan el nivel de comprensión en el cual la autonomía cognitiva se hace manifiesta.

3. Comprensión y práctica. Es parte de la naturaleza de la cognición que todos los seres capaces de conocer pongan en práctica su conocimiento y a su vez aprendan, debido a que están constreñidos como consecuencia de sus propias prácticas en un ambiente por otra parte incognoscible. La comprensión y la práctica forman, entonces, una unidad circular inseparable. Permítaseme proponer lo que bien podría ser un axioma de la cognición: *nadie puede conscientemente actuar en contra de su comprensión*. Esta circularidad converge en una condición en la cual los individuos van informándose cada vez más acerca de sus prácticas, en la que sus construcciones de la realidad parecen crecientemente justificadas y ciertas, y en la que se sienten cada vez más competentes en una práctica particular de vida.

Sin embargo, este determinismo implicado está modificado por la asimetría fundamental entre sus dos componentes. La comprensión es accesible y está sujeta a *reconstrucciones creativas* por parte de su sostenedor. Las prácticas que una comprensión particular supone son parte de esta comprensión, pero es su despliegue en un *medio* lo que puede poner a los concedores en dificultades o hacer que su comprensión se quiebre. Para preservar su comprensión, los individuos pueden, entonces, tener que inventar nuevas construcciones de la realidad, redefinir su papel en ella, o morir por falta de esta capacidad. Sostengo que nuevas metáforas son la fuente principal de esta creatividad.

En la práctica de la comunicación, usar una metáfora

particular de la comunicación significa ponerla en acción y refinar las construcciones, de uno mismo y los Otros, que ésta soporta. Es en la comprensión de segundo orden donde surge la conciencia de la existencia de metáforas alternativas, donde pueden considerarse prácticas alternativas de vivir con Otros y donde la autonomía cognitiva puede realizarse.

4. Viabilidad. Como se mostró más arriba, dentro de una sociedad pueden coexistir metáforas de la comunicación bastante diferentes, a lo que ahora quiero agregar: “en tanto no interfieran entre sí en las prácticas que ellas implican”.

Dos individuos —nótese que estoy hablando acerca de mi comprensión de ellos— que entiendan la comunicación como guerra terminarán discutiendo todo el tiempo, tratarán de ganar batallas, buscando derrotar al otro, etc. y el entrelazamiento emergente de las prácticas de comunicación sería bastante consistente con la metáfora de guerra con la que ambos se comunican. En cambio, si, por ejemplo, uno de estos individuos adscribiese a la metáfora del control y el otro a la metáfora de transmisión, es posible que no puedan estar juntos por mucho tiempo. Aunque cada uno puede empezar suponiendo que sabe exactamente qué “es” la comunicación, el primero impondría naturalmente sus propósitos en la situación, utilizaría diversas estrategias de persuasión, trataría al segundo como un medio para sus fines y podría terminar frustrado al no detectar ni racionalidad ni sumisión. El segundo trataría de descubrir el código que el primero está usando, cuáles son sus ideas o intenciones, y terminaría siendo incapaz de comprender por qué el primero no parece estar comprometido con significados fijos o condiciones de verdad establecidas, aparece como manipulador, y pareciendo mentir libremente para servir a sus propósitos.

Así, diferentes metáforas de la comunicación resultan *viabiles o no*, pero siempre *unas en relación con las otras*. La *viabilidad* se experimenta como un *quiebre* en la comprensión. La ausencia de quiebres, la viabilidad, puede ser tomada como estímulo para continuar comunicándose en el marco de una construcción, aceptada en forma creciente como real.

5. Comprensión de segundo orden. La comprensión de la comprensión de los Otros surge en el lenguaje, no de forma

independiente de él. De observar meramente los procesos de comunicación, uno podría no ser capaz de detectar si alguien está "duramente programado" para responder a los estímulos físicos, como lo hacen actualmente los dispositivos técnicos interactivos inteligentes, o determinar cómo esta persona realiza su autonomía cognitiva. Los observadores externos pueden verificar hipótesis conductuales acerca de los Otros, pero sin el lenguaje dichos observadores podrían no tener ningún indicio acerca de qué significa esta conducta para los observados, cómo la interpretan, cómo la comprenden. Sin lenguajejar tampoco nos podemos ver a nosotros mismos a través de los ojos de los Otros ni concebir a los Otros en nuestras propias construcciones. Es por eso que es tan difícil, si no imposible, comunicarse con otras especies, con los delfines, por ejemplo, y la razón de que una exploración del uso de las metáforas en la comunicación sea tan importante para proveer una ventana hacia la propia comprensión de la comprensión de algún otro.

Permítaseme agregar una nota autorreflexiva sobre lo dicho más arriba. Al analizar las metáforas cotidianas de la comunicación, podría interpretarse que reclamamos un acceso privilegiado a la comprensión de los Otros de lo que es o puede ser sólo mío. Por cierto, mi descripción de las metáforas de más arriba me mantuvieron en el papel de un observador externo.

Para evitar esta posición desapegada, debería moverme hacia una comprensión de segundo orden, debería tomar la autonomía cognitiva de los Otros por lo menos tan seriamente como la mía propia y debería involucrarme interactivamente con aquellos a los que deseo comprender. Al intentar esto, siempre me arriesgo a que mi comprensión se quiebre. Para evitar este riesgo, podría retirarme de la escena, abandonarla, protegiendo así mi comprensión. Pero también podría expresar mi fracaso e indagar activamente acerca de la comprensión de los Otros, la comprensión de los Otros de mi comprensión, etc., y responder preguntas similares acerca de mi comprensión a los que me preguntan. Aquí ya no me encuentro meramente observando sino participando en la comprensión de segundo orden. Surge, entonces, la pregunta: ¿qué metáfora podría ayudarme a comprender mi participación? Los investigadores tradicionales optan principalmente por las metáforas del control, definen su tarea como la de construir teorías que predicen, controlan y

mantienen la distancia social entre ellos y sus sujetos. Como esta metáfora no puede respetar la autonomía cognitiva de aquellos observados o teorizados, ni reducir la brecha entre observador y observado, prefiero realizar el cambio hacia una participación más igualitaria, de la comprensión de primer orden a la de segundo orden, y de la comunicación a la metacomunicación, dentro de la metáfora de danza-ritual. Esto estimula un sentimiento de comunidad y respeto, y promueve la coordinación de las prácticas de comunicación, así como la coordinación de su coordinación, en la que el lenguajejar es indispensable. No tengo ninguna otra justificación para esta preferencia más que el hecho de que puedo vivir según esta metáfora de la comunicación, por lo menos hasta que se pruebe lo contrario, y supongo que Otros también pueden hacerlo.

6. Comunicación social. El atributo "social" se aplica con frecuencia de una forma descuidada a toda clase de construcciones superindividuales. Para evitar el deslizamiento hacia las paradojas del objetivismo, que prospera mediante las descripciones literales u operacionales de "una realidad concebida como independiente de cualquiera que la conciba", permítaseme suponer que todos los *fenómenos sociales se constituyen en la comprensión que los participantes tienen de ellos*. Para ilustrarlo, argumentaría que no puede haber ningún lenguaje sin hablantes que entiendan sus expresiones (en sus propios términos, por supuesto). Tampoco puede haber ninguna familia sin miembros que se sientan parte de ella. Los crímenes son crímenes porque las personas los entienden como tales. El papel constitutivo de la comprensión de los participantes es central en estos ejemplos. Se ha sostenido repetidamente que cualquier teoría de fenómenos que se constituyen en el conocimiento que los participantes tienen de ellos no puede ignorar, pasar por alto o desechar este conocimiento (Berger y Luckmann, 1966:65; Giddens, 1990:38; Krippendorff, 1993). Sin embargo, aunque parece obvio, la comprensión de segundo orden que esto requiere raramente se practica.

He argumentado que las metáforas del receptáculo y del conducto provienen de tecnologías y no proveen lugar alguno para la comprensión humana, y que las nociones de la cognición implicadas por las metáforas del control y de la guerra son

enteramente unilaterales. Su noción de comunicación no es social según el punto de vista de más arriba. Aunque las metáforas de la transmisión y la danza-ritual implican ciertas complementariedades en la comprensión de la comunicación, no sustentan una comprensión de estas metáforas.

Permítaseme, entonces, proponer que *la comunicación se transforma en un fenómeno social precisamente cuando sus participantes re-conocen o construyen, en su comprensión de la comunicación, la comprensión de la comunicación de aquellos con los que se comunican, cuando su teoría de la comunicación anida recursivamente las teorías de la comunicación de los Otros, y cuando los comunicadores participantes pueden, entonces, verse a sí mismos a través de los ojos de los Otros.*

Comencé una descripción del entrelazamiento de las prácticas de la comunicación en (4), más arriba, cuando comparé mi comprensión de la comprensión de la comunicación de diferentes individuos, según se la infiere de las metáforas según las que viven. Sin embargo, no describí su desarrollo como un participante. Los observadores o analistas externos no pueden llevar su comprensión de la comunicación a prácticas entrelazadas con Otros. Esto impide que aquellos sobre los que se teoriza indaguen en las metáforas que sus observadores están explorando con ellos y, así, excluye a la observación de los fenómenos sociales de ser, también, un fenómeno social.

No sólo describir o explicar la comunicación como fenómeno social, sino, además, *realizar el estudio de la comunicación como fenómeno social significa involucrarse comunicativamente, dar cuenta de la comprensión de segundo orden de este involucramiento, y reingresar estas concepciones (teorías) a los propios procesos de comunicación que quieren comprenderse.* Aquí, la elección de las metáforas apropiadas es crucial y esto me lleva a postular a la conversación como el prototipo de tales indagaciones reflexivas.

7. Construcciones mayores. Obviamente, las metáforas ocurren en discursos que, a su vez, aunque quizá menos obviamente, destacan realidades sociales mayores. Los discursos pueden pensarse como invenciones colectivas y siempre crecientemente, no realizables individualmente, pero comprensibles por cada participante en sus propios términos. Las metáforas

de la comunicación, por ende, no pueden divorciarse de los contextos más amplios de las construcciones del mundo que los individuos realizan, que las metáforas ayudan a negociar y por las que están, a su vez, constreñidas. La construcción social de las instituciones sociales —desde la familia al Estado—, de la naturaleza —desde la física cotidiana a la cosmología— e, incluso, de los individuos humanos —desde las teorías psicológicas a las teorías sociales de la identidad—, todas, pueden proveer contextos apropiados en los cuales la comunicación puede ser ubicada para que tenga sentido; diferentes sentidos, agregaría. El hecho de que la metáfora del control haya sido adoptada como un *modus operandi* por las organizaciones burocráticas racionales, haya prosperado en ellas y haya conseguido definir las a su vez, ejemplifica su inmersión. Junto con las instituciones sociales, construcciones como la cultura, la ideología, la hegemonía y diversos “ismos” se apoyan frecuentemente en la invención superindividual. Limitaré mi atención a la construcción de los medios masivos de comunicación, pero quiero esquematizar otras dos cuestiones en el camino.

8. Tres posiciones. Desde mi punto de vista, *todo conocimiento incluye a su conocedor.* Quizá tenga que decir “debería” porque las personas, con frecuencia, niegan u olvidan que son parte del mundo que conocen. Los científicos de las ciencias naturales y los de las ciencias de la conducta, por ejemplo, tienden a adoptar una perspectiva hacia su mundo de “ojo divino” y no advierten su participación en él. Evitar construcciones del mundo tan discapacitantes es muy importante en la comprensión de la comunicación humana que, como he argumentado, difícilmente pueda ocurrir sin comunicadores que se conozcan unos a otros. Distingo aquí tres clases de conocedores según la posición que adoptan dentro de lo que conocen: sujetos, poetas y seres, o mejor, “devenires”.

Los **sujetos** se construyen a sí mismos como partes subordinadas a todos mayores, como miembros subordinados a organizaciones sociales, la sociedad, un universo (incluyendo a sus regentes o dioses), cuya existencia no pueden cuestionar, cuyas reglas y leyes se sienten obligados a descubrir y obedecer, y cuyos propósitos, creen, deben ser servidos. Al negar sistemáticamente su participación en la ontogénesis de tales entidades

superindividuales, supernaturales, extraindividuales o metafísicas, los sujetos se niegan a sí mismos el desarrollo de un vocabulario para realizar su propia autonomía cognitiva y se ven llevados, en cambio, a proyectar sobre sus propias construcciones los mismos poderes a los que no pueden sino someterse. Los sujetos, típicamente, tienen teorías notablemente elaboradas de la sobrecogedora naturaleza de estas entidades, y esto incluye la comunicación como fuerza rectora. Así, mediante la comunicación, estas realidades se afirman a sí mismas y requieren atención y respuestas apropiadas.

Aquí me interesan principalmente los sujetos, pero describiré las otras posiciones para mostrar las diferencias.

Los **poetas** se ven a sí mismos creativamente involucrados en las realidades que ocupan. Son conscientes de que sus propias invenciones lingüísticas, como la construcción de metáforas, pueden intervenir decisivamente en los asuntos humanos y dirigir las prácticas sociales de la vida con los demás. Para los poetas, la comunicación es compromiso con la reconstrucción continua de las realidades sociales.

Los **devenires** podrían llamarse autopoetas, o seres autocreadores, porque quieren, también, reconstruirse a sí mismos. Los devenires realizan su autonomía cognitiva en la continua construcción, desconstrucción y reconstrucción de realidades que involucran, de forma constitutiva (y, por ende, anidan recursivamente) la autonomía cognitiva de los Otros. Para los devenires, la comunicación es crecimiento cognitivo continuo, emancipación.

Las metáforas de la comunicación como receptáculo y como conducto claramente convierten a sus usuarios en sujetos. Su lógica no permite ninguna libertad de interpretación. La metáfora de transmisión es igualmente limitadora al poner a los emisores a cargo de lo que los receptores deben reproducir. Aquí, mensajes, textos u objetos de la percepción son considerados siempre determinantes de lo que debe llegar a ser conocido o "adquirido".

En la metáfora del control, los controladores adoptan, indudablemente, el papel de dueños de una porción de su mundo que incluye a los sujetos a los que sus comunicaciones se dirigen. Sin embargo, esto no implica libertad. Para que esta metáfora funcione, controladores y controlados deben someter-

se a la propia racionalidad que mantiene la desigualdad de poderes. El poeta, en cambio, podría cuestionar, reconstruir y reemplazar esta racionalidad. El devenir podría abandonarlo en favor de una estética.

La metáfora de danza-ritual es fundamentalmente neutra respecto de racionalidades o relaciones de poder particulares, aunque la coordinación que supone requiere que los participantes adopten papeles bien comprendidos en relación con los demás. Un coro necesita cantantes. En rituales más complejos, como una ceremonia nupcial, los participantes desempeñan partes bastante diferentes. Así, la participación en rituales puede no ser igual, pero cada parte es igualmente indispensable. La metáfora de la danza-ritual puede sustentar las tres posiciones, la conversación y la comprensión de segundo orden.

9. Tres teorías constructivistas de la comunicación humana. Las tres posiciones que los individuos pueden adoptar dentro de sus construcciones más amplias de la realidad distinguen también tres enfoques epistemológicamente diferentes de la construcción de teorías de la comunicación humana. Por "teoría de la comunicación humana" no me refiero a teorías que meramente elaboran, formalizan o refinan una metáfora particular de la comunicación (por ejemplo, la teoría de la información o la teoría de la disonancia cognitiva) sino a teorías que dan cuenta de las elecciones entre las construcciones concebibles de la comunicación y la creación y el uso de las metáforas de la comunicación en la vida cotidiana. Estas teorías no pueden sino respetar la comprensión de los comunicadores que pretenden describir, y deben, en otras palabras, ser teorías sociales capaces de anidarse recursivamente a sí mismas en las teorías de los Otros. Propongo que:

Desde la posición de un devenir, la teoría de la comunicación toma la forma de una *teoría de la emancipación comunicativa*, esto es, una teoría que da cuenta de cómo los individuos mantienen o expanden su autonomía cognitiva frente a posibles trampas sociales y desafíos del medio de su encarnación, mientras se comunican con Otros cuya autonomía cognitiva también es respetada. Esta es una teoría de emancipación conjunta (véase Krippendorff, 1991).

Al teorizar la posición de un poeta, la teoría de la comuni-

cación se transforma en una *teoría de la competencia comunicativa*, esto es una teoría de cómo los individuos consiguen coordinar sus vidas en relación con los otros, cómo el discurso que crean colectivamente llega a estar encarnado en el lenguaje, la tecnología, las instituciones sociales, la cultura o en cualquier clase de realidad construida socialmente, —no como entidades abrumadoramente superindividuales, sino como formas inventadas, construidas, reproducidas y mantenidas en forma conjunta— y cómo estas, bajo condiciones de colapso, pueden ser superadas. Es una teoría de la co- y la reconstrucción de los medios o el discurso.

Respecto de los sujetos, la teoría de la comunicación se torna una *teoría de la autoridad comunicativa*, que da cuenta de las condiciones bajo las cuales los individuos se objetivan y luego se subordinan a sus propias construcciones de la realidad. Una tal teoría no puede meramente explicar la metáfora del control, por ejemplo, buscando fuentes objetivas de poder o descubriendo la racionalidad predominante en favor de la sumisión. Desde una perspectiva constructivista, las teorías de la autoridad comunicativa deberían explicar cómo el discurso reifica las construcciones superindividuales opresivas, qué prácticas legitiman autoridades poderosas, qué clase de realidades obligan a las personas a la acción mediante argumentos considerados fuertes, o de dónde proviene la necesidad de acomodar un universo construido como independiente del observador.

Estas son preguntas investigables. Sin embargo, la conciencia de que el acto mismo de crear, en el discurso, una teoría que explique cómo los individuos renuncian a su autonomía cognitiva a agentes externos, implica, también, un cambio de la posición de sujeto a la de poeta. Así, una perspectiva constructivista conlleva un momento implícito de liberación.

En el campo de la comunicación de masas, una teoría de la autoridad comunicativa puede explicar, por ejemplo, cómo y en las construcciones de la realidad de quienes los periodistas, expertos, políticos, artistas y científicos adquieren la influencia de la que disfrutan en público; cómo y en qué construcciones de la realidad un medio de comunicación llega a ser considerado más válido, motivador, fiable y, por ende, más confiable que otro, y cómo y por qué algunas construcciones de la realidad desarrollan inmunidad a la duda o se tornan más resistentes al

examen crítico o a la reconstrucción que otros. Las teorías causales no pueden responder preguntas de esta naturaleza. Se requiere, más bien, teorías que den cuenta de las prácticas comunicativas humanas, incluyendo la propia capacidad para reconstruir dichas teorías a partir de otras existentes y sumergirlas en la recursividad de la comprensión humana. Esta es la misma circularidad mediante la cual se constituye la institución de la comunicación masiva y se legitima su autoridad. Esbozaré tres facetas de esta teoría.

10. Autoautorización. Como institución social, los medios de comunicación de masas se constituyen en las propias realidades sociales que crean para desarrollarse. Puede que este hecho no sea exclusivo de ellos. Por ejemplo, la institución legal produce agentes del cumplimiento de la ley, tanto como criminales a los que se empeña en llevar a juicio. La institución educativa reproduce continuamente maestros, administradores de escuela y estudiantes que busca preparar para funcionar en forma instruida en la sociedad. La institución militar crea las mismas condiciones para la guerra en las que está diseñada para luchar, etc. Todas las instituciones se apoyan en prácticas de la comunicación que perpetúan su construcción social en la cognición de sus participantes (internos o externos).

Lo que hace que los medios masivos sean diferentes de otras instituciones es que se definen a sí mismos comunicando acerca de todas las realidades sociales públicamente relevantes, incluidas aquellas en las que otras instituciones tratan de constituirse a sí mismas. Simulando sólo representar la realidad tal como es, participan activamente en la creación de estas realidades a los ojos del público, proveen los marcos de la participación individual en ellos y, por ende, son mucho más monopólicos, autodirigidos y centrales en la sociedad que cualquier otra institución social. Mucho más que cualquier otra institución social, los medios masivos se hacen a sí mismos.

11. Comunicación empobrecida. Como institución, los medios de masas se mantienen a sí mismos en las construcciones que los individuos tienen de ellos como autoridades en "todo lo que se pueda imprimir", mostrar o discutirse, y esto incluye la operación de los propios medios. Todas las instituciones

requieren, y por ende estimulan, discursos apropiados y desalientan, si es que no suprimen, a los opositores. Entre los ejemplos más drásticos de esto último está la supresión de la libertad de expresión, de empresa y de migración por parte de los regímenes totalitarios que de otra forma, como hemos visto recientemente, se derrumbarían si tales prácticas se hiciesen comunes. Menos drástico, pero igual de efectivo, es el hecho de que, de la multitud de posibles metáforas de la comunicación, los medios masivos practican y promueven principalmente tres clases. La metáfora del control es claramente evidente en sus operaciones internas: medir la comunicación por los efectos deseados, cancelar espectáculos que no producen suficientes ingresos por publicidad, segmentar la audiencias en mercados, buscar mejorar la predictibilidad de las respuestas de los receptores, etc. Esto contrasta en forma aguda con las metáforas de la comunicación usadas en y para el público. Estas son, principalmente, las metáforas del receptáculo y del conducto. Destacan la producción, la diseminación y la accesibilidad casi universal de contenidos y no requieren de sus audiencias masivas ninguna habilidad cognitiva particular. Como ya lo he discutido más arriba, también conciben la comprensión como obvia, instantánea y como un divertimento sin esfuerzo y, por ende, suprimen una comprensión de esta comprensión. Estas metáforas son fomentadas por la mera frecuencia de las experiencias lingüísticas y comunicativas. Los miembros de las audiencias de los medios masivos, al adoptar estas metáforas como propias, se rinden, cada vez más, a las autoridades de los medios, haciéndose miembros cada vez más adictos, dependientes, predecibles y, por ende, controlables de la cultura de los medios masivos.

Ya sea que la multitud de metáforas de la comunicación no utilizadas por los medios masivos sean ignoradas en forma activa o estén meramente ausentes por razones técnicas, es en esta selectividad que se sostiene la autoridad de los medios masivos. Por ejemplo, las metáforas de transmisión, que podrían estimular a sus usuarios a preocuparse por lo que ocurre detrás de la pantalla de TV, podrían llevar a los miembros de la audiencia a explorar los intereses y poderes ocultos que gobiernan la operación de los medios, o permitirían reflexionar acerca de su propia complicidad en el papel creciente de los medios en

su vida cotidiana. Una práctica muy difundida de estas indagaciones socavaría, claramente, la propia autoridad de los medios masivos que los intereses corporativos buscan mantener. Por cierto, la mayoría de los esfuerzos por crear conciencia ciudadana de la comunicación masiva han fallado, fundamentalmente debido a la apabullante presencia de metáforas de la comunicación seductoramente simples. Es desafortunado que los estudios críticos de los medios masivos con frecuencia se desarrollan en el mismo repertorio de metáforas que promueven los medios y, por ende, no pueden usarlas para reflexionar acerca de sus propias críticas. Apoyarse en la "existencia" de poder en las explicaciones de la capacidad de penetración institucional o dominación crea, en realidad, las bases de la sumisión a la misma clase de autoridad que estas críticas buscan socavar. La promoción selectiva de metáforas de la comunicación se produce también mediante las tecnologías de comunicación preferidas. Por ejemplo, las conversaciones difícilmente puedan crecer en la tecnología de comunicación de una vía que los medios masivos han identificado como el medio más efectivo. En contraste, si no en oposición a la frecuencia de las metáforas de los medios masivos, las recientes redes de computadoras interactivas soportan conversaciones y la construcción de participantes (poetas) en estas redes sociales [virtuales, espacio cibernético o DMU (dragones multiusuarios)]. Estos desafían seriamente y socavan la hegemonía de los medios masivos, si bien todavía en pequeños círculos de participantes.

Así, los medios masivos se establecen a sí mismos y a su autoridad en las metáforas de la comunicación que promueven selectivamente. El repertorio de prácticas de la comunicación que sobreviven al proceso selectivo y son de uso público es predominantemente de carácter individualmente discapacitante.

12. Ceder la autonomía cognitiva. Lo anterior nos lleva a decir que, como institución social, los medios masivos de comunicación se constituyen a sí mismos a costa de la autonomía cognitiva de sus participantes. Nuevamente, este fenómeno no es exclusivo de los medios masivos. Probablemente, todas las construcciones superindividuales requieran de sus constituyentes humanos sumisión a los requerimientos de su existencia social. El Estado, las organizaciones religiosas, los

movimientos sociales y las ideologías son ejemplos obvios. Pero incluso actos lingüísticos aparentemente insignificantes como conceder entidad a la cultura, poder a las jerarquías sociales, naturaleza a la identidad racial de los individuos o existencia independiente del observador a un universo impiden que los individuos adopten papeles participativos en sus mundos y los hacen sujetos obedientes.

Lo que hace que los medios masivos sean únicos entre estas construcciones superindividuales es:

(i) Su impresionante capacidad para coordinar efectivamente una vasta red social de expertos, periodistas, políticos, artistas populares y científicos, cuyos discursos se tornan privilegiados por su propia aparición en los medios masivos.

(ii) Su afirmación indiscutible de proveer a las audiencias de accesos vicarios a una realidad objetiva. Esta es una realidad que, de hecho, los medios masivos están en el negocio de crear, diseminar y re-observar, en sus propios términos institucionales, una realidad que las masas de participantes construyen a partir de los mensajes, metáforas y perturbaciones que experimentan, y una realidad que, gracias al uso predominante de las metáforas del receptáculo, hace que los mensajes, el lenguaje, la tecnología y los compromisos institucionales sean transparentes e inadvertidos. Los periodistas no están exentos de la creencia de que informan los hechos con precisión y tan verdaderamente como es posible, mientras que, a largo plazo, están meramente reproduciendo una institución que hace que la sociedad se vea a sí misma aunque sólo a través de su propia infraestructura.

(iii) La creciente atención pública a los medios masivos y la dependencia de ellos por parte de grandes públicos anónimos, corporaciones, organizaciones religiosas y cívicas, de hecho, por casi todos los miembros de la sociedad, cualquiera sea su capacidad, incluyendo a aquellos empleados por la industria de los medios masivos, son consideradas evidencias de un aplastante consenso acerca de los propósitos públicos y las prácticas de los medios masivos, un consenso del que los individuos o incluso los pequeños grupos de críticos preocupados se ven cada vez más

incapaces de desviarse sin incurrir en considerables costos sociales.

En efecto, la realidad en la que operan los medios masivos quita a sus participantes, en forma muy conveniente, la responsabilidad por sus construcciones y los somete a la compleja autoridad circunscripta por las tres características descritas más arriba. Esto significa un sometimiento, a gran escala y crecientemente irreversible, de la autonomía cognitiva en favor de construcciones superindividuales. Aunque esta incapacidad cognitiva parece ser característica del dominio público, sostengo que también afecta los dominios⁸ privado, profesional y científico.

13. La investigación de la comunicación podría ser más un producto de la construcción de realidades por los medios masivos que lo que sus practicantes científicos están deseosos o son capaces de admitir. Por cierto, las definiciones, modelos y teorías dominantes en la investigación de la comunicación se derivan principalmente de las metáforas del receptáculo y del conducto, en las esferas pública e interpersonal, y de la metáfora del control, en las esferas organizativa y de administración. En el primer caso, esto genera todo un espectro de actividades intelectuales, desde la crítica cultural hasta la investigación científica, todas las cuales reclaman extraer autoritariamente contenidos, ideas e información provistos por los medios masivos o los mensajes individuales como receptáculos y analizan su naturaleza objetiva, flujos y efectos sin reflexión sobre la comprensión de los receptores (incluyendo la de los científicos sociales) de su participación en el proceso. Este enfoque hacia la investigación de la comunicación está contenido en la famosa fórmula de Lasswell: "Quién dice qué, a través de qué canal, a quién, con qué efecto" (1948). En forma estereotipada analiza el transporte, el contacto, los efectos y no mucho más. En el segundo caso, esto estimula investigaciones que se concentran en las causas manipulables (o independientes) de las variables controlables (o dependientes) de la comunicación. Incluso algunos eruditos críticos, buscando analizar los sesgos de los medios o descubrir las estructuras de poder subyacentes, las ideologías o los intereses hegemónicos, tienden a suscribir al mismo determinismo que los esfuerzos de control requieren, apoyando así, inadvertidamente, la misma lógica que critican.

La situación no es, sin embargo, tan irremediable. Están surgiendo enfoques alternativos de la investigación de las comunicaciones. Existe un cambio de la investigación de los efectos a la investigación en la formulación de agendas (Shaw y McCombs, 1977) o diversas formas de encuadre (Gitlin, 1979; Rachlin, 1988). Existe un cambio en la explicación de la conducta de la audiencia como dirigida por los medios masivos o el mensaje a la explicación en los propios términos de estas audiencias, por ejemplo, en el enfoque de los usos y la gratificación (Katz et al. 1974) o enfocándose en las conductas de búsqueda de información (Donohew y Tipton, 1973). Existen esfuerzos recientes para ligar la idea de construcción con la estructura del funcionamiento de los medios masivos (p. ej., Tuchman, 1974). Existe una preocupación renovada por el lenguaje (Edelman, 1964, 1977), la etnografía (Agar, 1986), las observaciones naturalistas (Lincoln y Guba, 1985) y el discurso (Dijk, 1985).

Más cerca de la filosofía, existe un cambio del objetivismo al experiencialismo (Lakoff y Johnson, 1980), al constructivismo social (Gergen, 1985), al constructivismo radical (Glaserfeld, 1984, 1991; Segal, 1986; Watzlawick, 1984), y a la teoría de sistemas ecológicos (Luhmann, 1989). Existen esfuerzos para reorientar radicalmente la epistemología (Rorty, 1989; Matrana y Varela, 1988). Existe un giro hacia el posmodernismo que, aunque con frecuencia se erosiona en una empresa semiótica, ataca severamente el consenso racional sobre las formas jerárquicas de pensamiento y organización, así como la hegemonía de la gran teoría en la que las personas no encuentran lugar para respirar. Gran parte del conocimiento social (y sociológico) debe ser reformulado para lograr una comprensión de la comunicación humana en términos humanos, lo que siempre conlleva una comprensión de segundo orden.

Referencias bibliográficas

- Ackerman, Bruce A.: *La justicia social en el estado liberal*. Madrid, Centro de Estudios Constitucionales, 1993.
- Agar, Michael H.: *Speaking of Ethnography*. Beverly Hills, CA., Sage Publications, 1986.
- Bateson, Gregory: *Pasos hacia una ecología de la mente*. Buenos Aires, Ed. Carlos Lohlé, 1976.

- Berger, Peter y Tomas Luckmann: *La construcción social de la realidad*. Madrid, Martínez de Murguía, 1986.
- Black, Max: *Modelos y metáforas*. Madrid, Tecnos, 1967.
- Carey, James W.: *A Cultural Approach to Communication*, páginas 13-36 en su (comp.): *Communication as Culture. Essays on Media and Society*. Boston, MA, Unwin Hyman, 1989.
- Dijk, Teun van (comp.): *Handbook of Discourse Analysis*. Londres y Orlando, Academic Press, 1985.
- Donohew, L. y L. Tipton: *A Conceptual Model of Information Seeking, Avoidings and Processing*, en Peter Clark (comp.) *New Models of Communication Research*. Newbury Park, CA, Sage Publications, 1973.
- Edelman, Murray: *Political Language*. Nueva York, Academic Press, 1977.
- Edelman, Murray: *The Symbolic Uses of Politics*. Urbana, IL., University of Illinois Press, 1964.
- Gergen, Kenneth J.: *The Social Constructionist Movement in Modern Psychology*, *American Psychologist*, 49: 266-275, 1985.
- Giddens, Anthony: *Consecuencias de la modernidad*. Madrid, Alianza Editorial, 1993.
- Gitlin, Todd: *Prime Time Ideology: The Hegemonic Process in Television Entertainment*, *Social Problems* 26: 251-266, 1979.
- Glaserfeld, Ernst von: *An Introduction to Radical Constructivism*, páginas 17-40 en Watzlawick, Paul (comp.): *La realidad inventada*. Barcelona, Gedisa, 1990.
- Glaserfeld, Ernest von: *Knowing Without Metaphysics: Aspects of the Radical Constructivist Position*, páginas 12-29 en Frederik Steier (comp.): *Research and Reflexivity*. Londres, Sage Publications, 1991.
- Katz, Elihu, Jay G. Blumler y Michael Gurevitch: *Utilization of Mass Communication by the Individual*, en J. G. Blumler, E. Katz (comps.): *The Uses of Mass Communications*. Newbury Park CA, Sage Publications, 1974.
- Krippendorff, Klaus: *Intellectual Imperialism or Conversation in Comparing Communication (Theories)*, *Communication Theory*, 3, p. 252-266, 1993.
- Krippendorff, Klaus: *A Heretic communication about Communication about Reality*, págs. 257-276 en Miriam Campanella (comp.): *Between Rationality and Cognition*. Turín y Ginebra, Albert Meynier, 1988.
- Krippendorff, Klaus: *The Power of Communication and the Communication of Power: Toward an Emancipatory Theory of Communication, Communication*, 12, 175-196, 1991.
- Lakoff, George y Mark Johnson: *Metaphors We Live By*. Chicago, IL, University of Chicago Press, 1980.
- Lasswell, Harold D.: *The Structure and Function of Communication in Society*, págs. 37-51 en Lyman Bryson (comp.): *The Communication of Ideas, A Series of Addresses*. Nueva York, Harper and Brothers, 1948.
- Lincoln, Yvonna S. y Egon G. Guba: *Naturalistic Inquiry*. Newbury Park CA, Sage Publications, 1985.
- Luhmann, Niklas: *Ecological Communication*. Chicago, IL., University of Chicago Press, 1989.