

LA COMUNICACIÓN INTERPERSONAL, GRAN AUSENTE EN EL CAMPO ACADÉMICO Y EDUCATIVO DE LA COMUNICACIÓN. REFLEXIONES TEÓRICO-CONCEPTUALES Y PROVOCACIONES EN TORNO A LAS REDES SOCIALES DIGITALES Y LA CONSTRUCCIÓN DE NUEVAS FORMAS DE COLECTIVIDAD Y COMUNICACIÓN*

RESUMEN

Este artículo busca ofrecer una visión general de la presencia de la comunicación interpersonal como objeto de estudio del pensamiento comunicacional, con énfasis en la producción iberoamericana y, especialmente, mexicana. A lo largo de la historia del pensamiento comunicacional, el gran objeto de estudio ha sido los medios, pero ello no significa que no haya aportes de interés respecto a la comunicación interpersonal en nuestro entorno académico más inmediato.

En un primer momento se presentan algunas ideas básicas para comprender la dimensión interpersonal de la comunicación; posteriormente se plantea, en términos generales, algunas aproximaciones externas al campo de la comunicación que pueden ayudar a complejizar lo que decimos, pensamos e investigamos sobre la comunicación; en un tercer momento se exponen algunas reflexiones en torno al panorama de la investigación en comunicación interpersonal en el ámbito iberoamericano; a continuación se plantean algunos de los retos más importantes que enfrenta el campo educativo de la comunicación, esto es, la formación de comunicadores y comunicólogos. Por último, a modo de provocación final, se proponen algunas reflexiones sobre las redes sociales digitales como facilitadoras u obstaculizadoras de la comunicación interpersonal e intersubjetiva.

Palabras clave: comunicación interpersonal, campo académico, interacción, formación de comunicadores y comunicólogos, redes sociales digitales.

INTERPERSONAL COMMUNICATION: THE REAL MISSING ELEMENT IN ACADEMIC AND EDUCATIONAL FIELDS OF COMMUNICATION. CONCEPTUAL REFLECTIONS AND PERSPECTIVES AROUND DIGITAL SOCIAL NETWORKS AND CONSTRUCTION OF NEW FORMS OF COLLECTIVITY AND COMMUNICATION

ABSTRACT

This article offers a general overview of interpersonal communication as object of study of communicational thought, with emphasis in Latin American and, in particular, Mexican production. Throughout the history of communicational thought, mass media has constituted its main object of study. However, such fact does not mean that there are not any contributions of interest around interpersonal communication in our immediate academic surroundings. At a first stage, the author introduces some basic ideas to understand the interpersonal dimension of communication; later, the paper presents some general considerations about the approaches, outside our field, that can assist to a deeper understanding of what research in communication has stated, understood and considered as object of research; at a third moment, the author offers some observations about the landscape of research on interpersonal communication in Latin America; next, there are some considerations about some of the most important challenges faced by the educational field of communication, that is, the formation of communicators and communication theorists. As a final perspective, this paper contains some reflections around digital social networking, as both promoter and obstacle to interpersonal and intersubjective communication.

Key words: interpersonal communication, academic field, interaction, academic formation, digital social networking.

* Este artículo forma parte de los trabajos de reflexión teórica y conceptual desarrollados de 2010 a 2012 en el marco del Grupo de Investigación "Comunicación Intersubjetiva" de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, coordinado por la Dra. Fátima Fernández Christlieb y la autora de este artículo.

[MARTA RIZO GARCÍA]

Doctora en Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona. Profesora-Investigadora, Academia de Comunicación y Cultura de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México. E-mail: mrizog@yahoo.com

Recibido: 30 de Junio de 2013

Aceptado: 24 de septiembre de 2013

“El mundo de los hombres está así hecho de seres en comunicación que se perciben unos a otros como semejantes porque comparan al otro con ellos mismos”

RAMÓN XIRAU

PENSAR LA COMUNICACIÓN. DE LAS EXPERIENCIAS COTIDIANAS A LAS REFLEXIONES ACADÉMICAS

Cuando pensamos en la comunicación nos imaginamos personas conversando, padres hablando con sus hijos, discusiones y pláticas entre amigos. Quizás también, pensar en la comunicación nos traiga imágenes sobre un noticiero televisivo, sobre los correos electrónicos que nos envía una amiga que vive lejos o sobre las noticias que escuchamos en la radio cuando vamos en el coche de la casa al trabajo. El hecho es que sobre la comunicación tenemos muchas ideas e imaginarios. Cada uno de nosotros la experimenta de una u otra forma, y todos, en mayor o menor medida, dependemos de ella. Pero una cosa es experimentar la comunicación cotidianamente y otra muy distinta es pensar la comunicación, verla como objeto de investigación, analizarla y reflexionar sobre ella.

Sobre la comunicación se ha dicho y pensado mucho, pero parece que existe en nuestra forma de entender la comunicación cierta paradoja: por un lado, cotidianamente, la asociamos con las personas, con nuestra relación con los otros, con quienes interactuamos diariamente, con nuestros diálogos o discusiones; por el otro, desde el pensamiento académico, parece que le damos la espalda a esta suerte de encuentros comunicativos cotidianos que nos hacen, nada más y nada menos, lo que somos: sujetos sociales. Dicho de otra forma, aunque la comunicación interpersonal es parte de nuestra vida como seres sociales, el campo académico de la comunicación ha centrado su mirada, mayormente, en procesos comunicativos que, aún y estando basados en la persona, son mediados por diversos dispositivos técnicos.

La investigación en el campo de la comunicación se ha centrado de forma prioritaria en el estudio de los medios de difusión, hasta el punto que, en ocasiones, decir investigación de la comunicación equivale a decir investigación de los medios. ¿Qué sucede con otros objetos de estudio? ¿Por qué la diversidad de fenómenos comunicativos que caracterizan a las sociedades actuales se reduce a la comunicación mediática? ¿No es la comunicación interpersonal un objeto legítimo de estudio para los comunicólogos? ¿De qué manera, desde la academia, podemos contribuir a complejizar los estudios sobre la comunicación y, sobre todo, ampliar el abanico de temáticas que debieran interesarle a nuestro campo de conocimiento?

La falta de definición de los objetos de estudio propios de las ciencias de la comunicación ya se ha puesto en evidencia desde hace varias décadas y no es para nada, un asunto nuevo. Una de las causas de la pobreza intelectual del campo es el problema de la ubicuidad de la comunicación. La dificultad para llegar a una definición consensuada del término en cuestión, sin duda polisémico, ha llevado al extremo de pensar que todo puede ser comunicación y si así fuera, sería imposible estudiarla de un modo sistemático. Así, por un lado adolecemos del reduccionismo de ver la comunicación como sinónimo de medios y por el otro, nos encontramos con un concepto polisémico, la comunicación, que da lugar a dispersión en lo que a objetos de estudio se refiere. Estos dos elementos configuran nuestro campo, un campo de naturaleza tripartita, toda vez que es simultáneamente académico-científico, educativo y profesional. Estas lagunas parecen afectar, sobre todo, a los dos primeros, y serán estos los que centrarán las reflexiones que comparto a continuación.

El propósito de estas páginas es reivindicar la comunicación interpersonal como un objeto de estudio legítimo en la investigación en comunicación. Para ello, se presenta una visión general de la presencia de la comunicación interpersonal como objeto de estudio de la comunicación, con énfasis en la producción iberoamericana y, especialmente, mexicana. Las reflexiones teóricas presentadas en este artículo, así como los planteamientos en torno a la necesidad de recuperar la dimensión interpersonal de la comunicación en la formación de comunicadores y comunicólogos, pretenden contribuir a la reivindicación que acabamos de enunciar.

La comunicación interpersonal en el campo de la comunicación. Apuntes sobre un objeto de estudio relegado

El debate sobre la falta de definición de los objetos de estudio propios de las ciencias de la comunicación no es un asunto nuevo. Según John Peters:

La comunicación ha llegado a ser definida no conceptual sino administrativamente. Cada departamento, escuela o universidad recrea el área según su propia imagen. La teoría fracasa como principio de definición, como fracasa también el intento de determinar la comunicación como un objeto distinto. Esta idea se inserta en el debate acerca de la autonomía y entidad disciplinaria de la comunicación, que tiene su origen en los años sesenta, en autores como Wilbur Schramm. En esa época, el autor afirmó que “la comunicación no es una disciplina académica, en el sentido en que se designa a la física o a la economía, sino más bien una disciplina de encrucijada en la que son muchos los que pasan, pero pocos los que se quedan (Peters, 1986 citado por Lazar, 1996, pág. 5).

Veamos a qué nos referimos cuando hablamos de comunicación. Este término proviene de la voz latina *communicare* que significa intercambiar, compartir, poner en común. El prefijo (-com) es especialmente importante, ya que significa juntamente, en unión, en compañía de, con, juntos, mutuamente. La comunicación se relaciona, sin duda, con la interacción que observando su origen etimológico, se refiere al intercambio de hechos, actividades y movimientos. Si vemos con detenimiento el significado de la comunicación, apreciamos cómo ésta puede considerarse sinónima de lo que en el campo de la comunicación denominamos comunicación interpersonal. Así, en sentido estricto, y tomando en cuenta lo que se acaba de enunciar, la comunicación se aleja de lo que el campo denomina asociación con la comunicación mediática, el objeto privilegiado de estudio.

La comunicación interpersonal se define como el encuentro cara a cara entre dos personas que sostienen una relación de interdependencia a través de un intercambio de mensajes que proceden de señales tanto verbales como no verbales. Como fundamento de la interacción social, la comunicación es el principio básico de las relaciones sociales, y como tal, antes que cualquier otra cosa, es un proceso social articulado en torno al fenómeno de compartir, de poner en común, de intercambiar y de vincular.

En el proceso de comunicación interpersonal los sujetos proyectan sus subjetividades y modelos del mundo, interactúan desde sus lugares de construcción de sentido. En términos muy generales, y siguiendo a O’Sullivan y otros, la interacción es “el intercambio y la negociación del sentido entre dos o más participantes situados en contextos sociales” (O’Sullivan y otros, 1997, pág. 196). Los mismos autores consideran que “en la interacción social, el acento está puesto en la comunicación y la reciprocidad entre quienes promulgan, utilizan y construyen los

códigos y las reglas” (O’Sullivan y otros, 1997, pág. 196). Ambas definiciones ponen de manifiesto que sólo hay interacción social si hay una reciprocidad observable por parte de otros.

Como se puede observar, se suele asociar el concepto de interacción al de comunicación interpersonal, a las relaciones de comunicación en situación de co-presencia en el espacio y en el tiempo. La comunicación interpersonal comprende interacciones en las que los individuos ejercen influencia recíproca sobre sus respectivos comportamientos, siempre en una situación de presencia física simultánea. En la relación de interacción, cada interlocutor intenta adaptarse al comportamiento y expectativas del otro, puesto que la interacción implica el establecimiento de reglas, normas y dinámicas compartidas.

LA NECESIDAD DEL PENSAMIENTO INTERDISCIPLINARIO: UN APUNTE SOBRE DOS MIRADAS EXTERNAS A LA COMUNICACIÓN INTERPERSONAL

A pesar del enorme espectro de significados que abarca el concepto de comunicación, es indiscutible su base sociopsicológica. Así, la comunicación es concebida como un fenómeno a la vez individual y social. Por un lado, las personas –como sujetos individuales– ocupamos un lugar central en el proceso de comunicación, elemento que ha sido sobre todo estudiado por los psicólogos cognitivos. Por el otro, la comunicación tiene una esencia fundamentalmente social, y el centro de la reflexión sobre la comunicación no somos las personas como tales sino las relaciones que establecemos entre nosotros.

A grandes rasgos, la Psicología Social considera tres niveles de análisis en los que se pueden ubicar los fenómenos de interacción: la comunicación personal; la comunicación interpersonal; y la comunicación de masas, que estudia a los medios de difusión de información y que por este motivo, no parece tan adecuada para explorar las ideas que se exponen en estas páginas.

Las aproximaciones psico-sociales a la comunicación se centran fundamentalmente en dos fenómenos: la interacción y la influencia social. La primera refiere a la conducta o comportamiento de un conjunto de individuos en los que la acción de cada uno está condicionada por la acción de otros. Es, por tanto, un proceso en el que una pluralidad de acciones se relaciona recíprocamente. En este sentido, en lo que concierne a la interacción, la Psicología Social estudia procesos interpersonales, personas en relación con otras personas, formando parte de grupos, y no personas aisladas. El vínculo entre la interacción y la influencia social se

explica a partir del carácter situacional de todos nuestros comportamientos: cada situación de interacción en la que participamos, considerada en su contexto y en toda extensión, equivale a una situación de influencia específica. Sea de forma explícita o implícita, los demás nos influyen y nosotros influenciamos a los demás.

Lo dicho anteriormente permite comprender que la Psicología Social concibe a la comunicación como un término incluyente, que abarca todo contacto o interacción entre sujetos. Toda conducta humana, según este enfoque, se basa en la comunicación, por lo que es imposible la socialización del hombre sin comunicación. En autores como Mucchielli (1998), la comunicación es interacción, y también lo es en autores pertenecientes a los enfoques constructivistas, tales como Tomás Ibáñez (1988), entre muchos otros.

Algunos de los conceptos psicosociales relacionados con la comunicación interpersonal son la afectividad, la comunidad, la cognición, la persuasión y las relaciones sociales, entre otros. La persuasión es el tema más abordado en el campo de la comunicación, y se ha estudiado mucho en el terreno de la publicidad. También son abundantes los trabajos que, desde el campo académico de la comunicación, abordan asuntos relacionados con la cognición y la percepción; en muchos casos también se trata de trabajos relacionados con los medios y la publicidad, lo cual se evidencia por ejemplo, en los estudios de disonancia cognoscitiva aplicados al medio publicitario. Los otros temas –la comunidad y las relaciones sociales– pertenecen a un pasado más lejano, cuando la comunicación todavía no era campo académico institucionalizado. De hecho, tanto comunidad como relaciones sociales constituyen objetos de interés que la Escuela de Chicago y el Interaccionismo Simbólico abordaron como sustanciales. En la actualidad, sin embargo, son muy residuales los trabajos en comunicación que abordan este tipo de temáticas, que oficialmente son consideradas más cercanas a la Sociología y a la Psicología Social que a nuestro campo de conocimiento: las ciencias de la comunicación.

Algunas preguntas que, aún y siendo de base psicosocial, me parece que pueden aportar a la reflexión teórica y empírica sobre la comunicación interpersonal, son las siguientes: ¿Qué papel juega la comunicación en las relaciones sociales? ¿Cómo los grupos sociales usan la comunicación, a fin de mantenerse como tales? ¿Qué papel juega la comunicación en la construcción de comunidad, asociación y sentido de pertenencia? ¿Qué papel juega la comunicación en la construcción y mantenimiento de sistemas

simbólicos compartidos? ¿Qué papel juega la comunicación en la construcción y mantenimiento de identidades sociales? ¿Qué papel juega la comunicación en la construcción de la afectividad entre sujetos? ¿Qué papel juega la comunicación en la percepción social? ¿Qué relación existe entre comunicación y cognición social? ¿Cómo se usa la comunicación con fines de persuasión e influencia social?

Por otra parte, podemos acercarnos a lo que otro campo de conocimiento, la Sociología Fenomenológica, dice sobre la comunicación interpersonal y la interacción en general. Para esta corriente de pensamiento, de origen filosófico, el individuo es un actor social que reproduce su contexto social a partir de sus interacciones cotidianas. La reflexión se centra en las relaciones intersubjetivas, y se otorga un rol relevante a los elementos de negociación y de comunicación en la construcción social de los referentes de sentido que posibilitan el diálogo, negociación y/o conflicto en cualquier encuentro o situación de interacción humana.

Abordar la interacción desde la Sociología Fenomenológica implica hablar de la relación entre el *yo* y el *otro*. Esta relación no se inscribe en la reflexión de corte antropológico de construcción de las identidades y las alteridades, sino que más bien se toma como punto de partida para la

Los otros temas –la comunidad y las relaciones sociales– pertenecen a un pasado más lejano, cuando la comunicación todavía no era campo académico institucionalizado

construcción social de la realidad. En concreto, se sitúa en el debate en torno a la intersubjetividad como principio básico del mundo social. Como afirma Schütz:

Al vivir en el mundo, vivimos con otros y para otros, y orientamos nuestras vidas hacia ellos. Al vivenciarlos como otros, como contemporáneos y congéneres, como predecesores y sucesores, al unirnos con ellos en la actividad y el trabajo común, influyendo sobre ellos y recibiendo a nuestra vez su influencia, al hacer todas estas cosas, comprendemos la conducta de los otros y suponemos que ellos comprenden la nuestra (Schütz, 1974, pág. 39).

La interacción –y la comunicación interpersonal como su materia prima– instituye la realidad social, le da forma, le otorga sentidos compartidos a nivel de los objetos; a nivel de las relaciones entre los hablantes, y a nivel de la construcción del propio sujeto en tanto individuo social (Vizer, 2003, pág. 191). Estos tres niveles se ponen de manifiesto en cualquier situación comunicativa, ya que siempre hablamos sobre algo, establecemos relaciones con quienes inte-

ractuamos, y nuestra personalidad, la de todos, tiene fuertes implicaciones en la relación de interacción dada.

El mundo de la vida cotidiana es sólo posible si existe un universo simbólico de sentidos compartidos, construidos socialmente, y que permiten la interacción entre subjetividades diferentes. El filósofo Ramón Xirau sintetiza esta idea afirmando lo siguiente:

Cuando percibo a 'otro' lo percibo como un ser encarnado, como un ser que vive en su cuerpo, es decir, como un ser semejante al mío, que actúa de manera semejante a como actúo y que piensa de manera semejante a la manera en que pienso (Xirau, 2002, pág. 436-437).

Por tanto, para la Sociología Fenomenológica la subjetividad está presente en cualquier acto de comunicación, y sin interacción no existimos como sujetos, ya que la construcción de sentidos compartidos sobre la realidad social requiere, inevitablemente, que interactuemos –nos comuniquemos- unos con otros.

Los comentarios anteriores dan lugar a una serie de temáticas que pueden contribuir a ampliar el espectro de objetos de estudio en el ámbito de la comunicación interpersonal. Entre otras, destacan las siguientes: la construcción de consensos en situaciones de la vida cotidiana; los elementos que facilitan el diálogo y la negociación en situaciones comunicativas interpersonales; los elementos que obstaculizan el diálogo y la negociación de significados en situaciones comunicativas interpersonales; la puesta en escena de los repertorios de conocimiento disponibles –de nuestras “enciclopedias personales”- en situaciones de comunicación interpersonal; y la importancia de la comunicación en la construcción de subjetividades individuales y colectivas.

LA REIVINDICACIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERPERSONAL COMO OBJETO DE ESTUDIO COMUNICACIONAL: EXPLORACIÓN DE NUESTRO ENTORNO ACADÉMICO INMEDIATO.

En algunos trabajos anteriores (Rizo, 2006) he revisado la presencia de la dimensión interpersonal de la comunicación en la producción académica generada en el campo. En casi todos los análisis realizados, tanto en manuales de teorías de la comunicación como en la bibliografía general del área, he podido apreciar que la presencia de la comunicación interpersonal como objeto de estudio está en inferioridad absoluta con respecto a los estudios sobre medios, por un lado, y con respecto a objetos de estudio que relacionan la comunicación con otros ámbitos de la vida como la política, la economía y la cultura, por el otro.

Algunas de las obras que refieren a la interacción social y que gozan de cierta legitimidad en nuestro campo académico son *La presentación de la persona en la vida cotidiana* (1971), de Erving Goffman, y *Espíritu, persona y sociedad* (1968), de George H. Mead. En ambos casos, se trata de obras de corte teórico que fueron escritas desde fuera del campo de la comunicación, y más concretamente desde la Psicología Social o desde lo que conocemos como sociologías interpretativas o micro-sociología. Si nos fijamos específicamente en la producción iberoamericana, podemos ver que la mayoría de trabajos sobre comunicación interpersonal provienen de campos como la Psicología y la Pedagogía o la educación. En el campo de la comunicación, la mayoría de trabajos que estudian la comunicación interpersonal se ubican en la línea de investigación de la comunicación organizacional, siendo este campo de estudios el único que, sin ser estrictamente mediático, goza de una gran legitimidad en el campo académico, al menos en América Latina y especialmente en México. Prueba de ello son los trabajos de académicos mexicanos como Abraham Nosnik, quien emplea el enfoque sistémico de la comunicación en las organizaciones, Carlos Fernández Collado (1997) o María Antonieta Rebeil (1998), con aportaciones básicas para la comprensión de la comunicación organizacional.

Por una parte, entonces, tenemos algunos trabajos de construcción o reflexión teórica sobre lo interpersonal, desde la Psicología Social y, en mucha menor medida, desde la comunicación. Por el otro, abundan los trabajos empíricos sobre comunicación interpersonal en organizaciones y los que se centran en estudiar los procesos comunicativos relacionados con la educación. En este último terreno, destacan trabajos sobre la interacción en el aula y, en las últimas décadas, los que abordan el uso educativo-pedagógico de las tecnologías de información y comunicación y, en general, de todo el espectro de procesos de comunicación que se abren con las nuevas formas de comunicación e interacción digital.

La distinción entre los abordajes teóricos y los abordajes empíricos no es menor. La ausencia de reflexión teórica en el campo académico de la comunicación afecta también a los trabajos sobre comunicación interpersonal. En muchas ocasiones nos limitamos a repetir lo que ya se ha dicho sobre la comunicación interpersonal, en formato de manual introductorio, por ejemplo. En otros casos, las obras se centran en algún aspecto concreto de la comunicación interpersonal y aportan datos empíricos específicos. De esto último, quizás sean las tecnologías de información y comunicación el tema que mayor producción bibliográfica ha generado en los últimos años.

¿A qué campo pertenece, entonces, el objeto de estudio de la comunicación interpersonal? Parece que este tema ha sido fundamental para disciplinas como la Psicología Social y la Pedagogía, y en menor medida, para la comunicación. ¿Será entonces que el campo académico de la comunicación tiene como objeto de estudio únicamente a los medios de comunicación? ¿Decir teoría de la comunicación debe equivaler necesariamente a decir teoría de la comunicación mediática? Desafortunadamente, los aportes del campo académico de la comunicación en México y en general, en Iberoamérica, han ido sobre todo dirigidos al estudio de la comunicación mediática, y aunque la comunicación interpersonal pudiera considerarse el objeto de estudio que más se acerca al concepto originario de comunicación, su estudio se ha dejado, en muchos casos, en manos de otras disciplinas.

Aunque el panorama presentado es en cierto modo desalentador, se pueden mencionar algunas aportaciones importantes en el campo académico de la comunicación con respecto al estudio de la comunicación interpersonal y temas afines. Nos referimos, por ejemplo, a autores como María Dolores Cáceres (2003) y Manuel Martín Algarra (1993), en España; a Rosalía Garza (s/f), Fátima Fernández (2013), Marco Millán (2012) y Tania Rodríguez (1996), en México; y a Eduardo Vizer (2003), en Argentina.

Por otra parte, es de destacar, por ejemplo, que en la máxima asociación de investigación en comunicación en Latinoamérica, ALAIC, no exista un grupo que se centre específicamente en la comunicación interpersonal. Ésta aparece diluida en mesas temáticas cuyos objetos son otros como lo intercultural, la educación, las organizaciones, la juventud, entre otros. Parece, entonces, que la comunicación interpersonal no es un objeto de estudio, en el sentido estricto, en el campo académico de la comunicación latinoamericano. Esta dimensión interpersonal de la comunicación aparece transversalmente en otras temáticas que sí han interesado a varios de los investigadores en el campo.

En México, hace apenas 5 años, se creó el grupo de investigación “Comunicación intersubjetiva” en la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC). Por ser un grupo relativamente reciente, es todavía muy pronto para hacer algún análisis de la producción que se genera al interior del mismo. Sin embargo, es una excelente noticia que en la máxima asociación de investigadores de la comunicación en México se haya visto necesaria la creación de una línea de investigación que aborde temas relacionados con lo interpersonal y lo intersubjetivo. Al respecto, me permito destacar los trabajos que en los últimos dos años hemos realizado conjuntamente Fátima Fernández, Marco Millán, y que están reflejados en la obra titulada *La comunicación humana en tiempos de lo digital*

(2012), en la que reflexionamos, por un lado, en torno a las distinciones conceptuales básicas entre comunicación interpersonal y comunicación intersubjetiva, y por el otro, planteamos algunas reflexiones respecto a los cambios en los procesos comunicativos que están siendo provocados por las redes sociales digitales, que, según nuestra hipótesis, si bien fomentan nuevas formas de comunicación y de construcción de sentidos, no generan *per se*, comunicación intersubjetiva. Más adelante regresaré a este asunto.

LA COMUNICACIÓN INTERPERSONAL EN LA FORMACIÓN DE COMUNICADORES Y COMUNICÓLOGOS

Pensar la presencia de la dimensión interpersonal de la comunicación en la formación de comunicadores y comunicólogos requiere necesariamente una reflexión de alcance mayor sobre la relativa indefinición del campo educativo (y no sólo académico) de la comunicación. Indefinición que se pone de manifiesto, según mi opinión, en al menos dos elementos que podemos observar de manera muy directa en el campo formativo. Por un lado, en la multiplicidad de nomenclaturas en la enseñanza de la comunicación (Ciencias de la comunicación; Ciencias y técnicas de la comunicación; Ciencias de la información; Ciencias y técnicas de la información; Comunicación social; Comunicación audiovisual; Comunicación y relaciones públicas, etc.). Por el otro, en la variedad de facultades que albergan las licenciaturas en comunicación a lo largo y ancho de nuestro país (Antropología, Ciencias Sociales y Políticas, Sociología, Administración, Letras, Artes, etc.). Aunque en gran parte de los planes de estudio en comunicación de nuestro país subyace una idea de comunicación asociada, en gran medida, a la comunicación mediática, también observamos que existe una amplia variedad de temas y enfoques en muchos de ellos. No nos debe parecer extraño, entonces, que en muchos casos seamos considerados como una especie de “todólogos”, en un extremo, o “hiper-especializados”, en el otro.

En este escenario, es importante que tomemos consciencia de algunos de los elementos que debemos superar en el campo de la enseñanza de la comunicación. Por ejemplo, el dilema no resuelto entre el ver a la comunicación como objeto de estudio y el verla como sujeto, como mirada o como enfoque particular sobre la realidad social; o el dilema no resuelto entre la teoría y la práctica, que todas y todos seguramente hemos padecido en algún momento. Esto último da lugar a que en ocasiones veamos a la comunicación únicamente como un campo profesional, y que desde ese lugar estemos formando a nuestros estudiantes

para que se inserten en el campo laboral de, sobre todo, los medios de comunicación; y a que en otros casos, nos obstinemos a concebir a la comunicación exclusivamente como un campo académico o científico, y formemos a los futuros comunicólogos como profesionales habilitados para la investigación, la reflexión y la construcción de conocimientos sobre los diversos fenómenos comunicativos que caracterizan a nuestras sociedades actuales. ¿Cómo resolvemos este dilema formativo? ¿Lo hemos superado? ¿Existen formaciones realmente integrales que inserten ambas concepciones de la comunicación? Dejo aquí estos interrogantes para que pensemos, todas y todos, si como estudiantes, profesores, investigadores y profesionales de la comunicación, si ya hemos superado los obstáculos señalados.

En este escenario de reflexión, es importante también que nos preguntemos por qué alguien decide estudiar una licenciatura en comunicación. Al respecto, en los últimos meses desarrollé una investigación sobre los imaginarios que existen sobre la carrera de comunicación en la ciudad

¿Es suficiente con que seamos buenos diseñadores de mensajes (y difusores de los mismos) para mejorar los problemas de comunicación que acechan a nuestras sociedades?

de México. En la obra resultante de esta investigación, titulada *Imaginarios sobre la comunicación. Algunas certezas y muchas incertidumbres en torno a los estudios de comunicación, hoy* (Rizo, 2013), que se publicará próximamente como libro digital por el Instituto de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona, se presentan resultados empíricos y reflexiones teóricas sobre el tema de los imaginarios sobre la comunicación (concebida como fenómeno pero también como campo de conocimiento y campo educativo). De todos los resultados, que son muchos, es importante traer a colación, al menos, los siguientes cuatro: primero, la casi totalidad de los encuestados se sienten satisfechos por el hecho de estar estudiando la carrera de comunicación; segundo, la poca claridad en torno a lo que ofrece la carrera de comunicación, por un lado, y la incertidumbre que genera el no saber a qué se dedicarán una vez que obtengan el título, por el otro, son dos elementos que, pese a que pudieran parecer obstáculos, no parecen influir mucho en los estudiantes para que estos se sientan satisfechos con estar cursando la licenciatura en comunicación; tercero, los estudiantes apuntan como principal inconveniente, además de la amplitud de la carrera, el que no son formados para trabajar en los medios y, muy relacionado

con ello, el que la carrera está desvinculada del ámbito profesional y es muy ambigua; y cuarto, llama la atención que, pese a estar viviendo en la actualidad un auge espectacular en lo que a tecnologías de información y comunicación se refiere, los estudiantes siguen asociando el campo de la comunicación con medios más tradicionales como la televisión y, en menor medida, la prensa, el cine y la radio. Como puede observarse, este rápido repaso de algunos de los hallazgos principales de la mencionada investigación ponen de manifiesto que la comunicación interpersonal no aparece en el imaginario que los estudiantes tienen sobre la carrera; lo anterior, pese a que en algunos casos los estudiantes definieran la comunicación, sobre todo, como un proceso de construcción de sentido y como la interacción entre personas. Parece, entonces, que hay una distancia considerable entre la manera como los estudiantes entienden la comunicación en general, y las expectativas que tienen sobre su estudio.

En este entorno confuso, vale la pena preguntarnos qué tipo de profesionales de la comunicación estamos formando: ¿Formamos periodistas? ¿Formamos intelectuales? ¿Formamos científicos sociales? ¿Formamos profesionales capacitados para resolver problemas de comunicación? ¿Estamos formando a profesionales de los medios, que simultáneamente son intelectuales humanistas y científicos sociales capaces de investigar e intervenir su entorno? Y si ello fuera cierto, ¿es lo anterior un rasgo atractivo para que los egresados de las licenciaturas encuentren trabajos interesantes? Las licenciaturas en comunicación, lejos de ser proyectos académicos, parece que se sujetan cada vez más a las leyes del mercado, puesto que efectivamente, lo atractivo para la gran mayoría de empleadores es el saber hacer, y en mucho menor medida, el saber pensar, saber conocer, saber cambiar, etc.

Y en este magma de perfiles formativos ¿Dónde queda la comunicación interpersonal en la formación de comunicadores y comunicólogos? ¿Capacitamos para comunicarnos bien unos con otros? ¿Enseñamos habilidades para detectar problemas de comunicación en nuestros entornos y para tratar de resolverlos? ¿Es suficiente con que seamos buenos diseñadores de mensajes (y difusores de los mismos) para mejorar los problemas de comunicación que acechan a nuestras sociedades?

Concluyo este apartado con una afirmación que, pese a tener más de 15 años, tiene hoy, según mi opinión, plena vigencia. Afirma Raúl Fuentes:

Después de todo, no es con cables, lentes y hojas de papel con lo que trabaja un comunicador, sino con significaciones, valores y mediaciones entre sujetos. Al menos, con esto es con lo que tendría que trabajar, generando satisfacciones a las necesidades de comunicación de los actores sociales. Los instrumentos son inútiles si no se sabe usarlos, pero peligrosos si sólo se sabe usarlos pero no se sabe para qué. Por ello la aportación universitaria limitada a la preparación acrítica de técnicos es no sólo una pobre aportación a la sociedad, sino un obstáculo a la satisfacción de sus necesidades (Fuentes, 1986, pág. 72).

PROVOCACIÓN FINAL. REDES SOCIALES DIGITALES Y COMUNICACIÓN INTERSUBJETIVA

La comunicación intersubjetiva implica la búsqueda intersubjetiva de acuerdos racionalmente motivados, de la cual puede deducirse que definirla requiere de constructos teóricos concretos. Así, los rasgos inherentes a la comunicación intersubjetiva son los siguientes: primero, la capacidad interpretativa de los actores sociales se despliega en la situación concreta; segundo, los sujetos que participan de tal situación se reconocen como análogos y se comunican por medio de códigos compartidos; y tercero, los interactuantes, en última instancia, buscan acuerdos y consensos que requieren, antes de cualquier otra cosa, de un uso del lenguaje racionalmente motivado. Como puede verse, esta aproximación teórica a la comunicación intersubjetiva permite distinguirla del hecho acontecido de la comunicación interpersonal, sustentada en los vínculos que los seres humanos establecemos en nuestra vida cotidiana, que “no provienen de una decisión racional deliberada, sino de lo que nos proporciona el hábito” (Millán, 2012). Así vista, la relación de comunicación interpersonal es una condición previa necesaria para el mantenimiento y configuración de su vida, y como tal, no requiere de constructos teóricos para ser definida. Simplemente tiene lugar cotidianamente porque como seres humanos no podemos vivir si no es en interacción con seres de nuestra misma especie. “La experiencia común a los hombres en sociedad no tiene el perjuicio de ninguna teorización”, afirma André Jacob (1989), lo cual confirma que estamos ante dos conceptos, comunicación interpersonal y comunicación intersubjetiva, cuya principal diferencia viene dada por la propia naturaleza de sus aproximaciones.

¿Son las redes sociales digitales facilitadoras de la comunicación intersubjetiva? ¿Las relaciones comunicativas que acontecen en dichas redes se aproximan más a situaciones de comunicación

interpersonal mediadas tecnológicamente? Muchas reflexiones en torno a los nuevos fenómenos comunicativos ponen énfasis en las modificaciones espacio-temporales. Es común leer afirmaciones que apuntan hacia la desaparición de las barreras geográficas, la disolución de los espacios y los lugares fijos, la emergencia de nuevas formas de vinculación hiper-espacial y el aumento de la simultaneidad. Y es que en la comunicación digital no se otorga tanta importancia al contexto físico, elemento fundamental en la comunicación cara a cara. El concepto de conexión modifica incluso la concepción de la persona, hasta considerarla como un ente portátil:

No necesariamente tenemos que estar fijados en un lugar para comunicarnos con otros, el contexto físico se vuelve menos importante. Las conexiones son entre personas y no entre lugares, así la tecnología proporciona un cambio: conectar las personas estén donde estén. Las personas se vuelven portátiles, pueden ser localizadas para interacción a través de la tecnología en cualquier lugar (Ninova, 2008, pág. 303).

Lo anterior se relaciona con la desterritorialización de la comunidad, que en ocasiones ha sido concebida como causante de la pérdida de la intersubjetividad y, en extremo, del sujeto: “El hombre no es tal sin el ser-con-los-otros, es decir, sin reconocer y ser reconocido por los demás, sin interpelar y ser interpelado, sin la interlocución que implica comunidad” (Herrero, 2008, pág. 73). Otros autores, en cambio, consideran que las tecnologías, lejos de impedir que el hombre sea-con-los-otros, amplía estas formas de estar con los otros, de construir sentidos y de *estar en el mundo*. Pero ello no significa que Internet, y la comunicación digital en general, promueva la comunicación intersubjetiva.

Las personas han construido diversas formas de relacionarse y organizarse a lo largo de la historia. La novedad, en el momento que vivimos actualmente, es que estas posibilidades, a decir de algunos autores, se amplían. Como las redes sociales en el espacio físico, las redes sociales digitales permiten las relaciones personales y fomentan nuevas formas de organización colectiva:

Moldean a los usuarios, creando un nuevo tipo de mentalidad, de forma de ver el mundo y las relaciones, de aprender y de interactuar entre nosotros. Tal vez está surgiendo una nueva antropología, una nueva forma de ser y estar por la presencia y el uso [...] de las nuevas tecnologías (Valiente, 2008, pág. 1).

Sin lugar a dudas, Internet se está convirtiendo en un nuevo espacio para las relaciones sociales, creando

nuevas formas de comunidad y de asociación entre las personas. Pero aunque aumenten las posibilidades de comunicación sigue existiendo soledad y aislamiento:

Existe descalificación de estas forma de relación social por considerarla pobre y mermada respecto a la riqueza propia de la comunicación cara a cara [...] pero también hay sobrevaloración de las relaciones electrónicas por considerar que harán posible un ideal de comunicación abierta, libre, democrática y plena de sentido (Núñez, 2008, pág. 211).

Queda claro, entonces, que el debate en torno a las posibilidades de la comunicación digital lleva a posiciones encontradas: la red como potenciadora de las comunicaciones libres, abiertas y democráticas vs la red como potenciadora del aislamiento, el cierre y la soledad.

Más allá de las posturas tecnófilas o tecnófobas, deberíamos asumir una postura reflexiva frente a estas nuevas formas de comunicación interpersonal en entornos digitales. Pensarlas implica generar nuevos conceptos o redefinir los ya existentes. Las comunidades *reales* no van a desaparecer ante la cada vez mayor presencia de comunidades *virtuales*. Entonces, las comunidades emanadas de las interacciones digitales representan una nueva manera de concebir, vivenciar y experimentar las relaciones sociales. El debate en torno a si las interacciones son o no reales parece zanjarse: la interacción existe, se experimenta, es real; lo que cambia es el soporte o vehículo (y los entornos que de él se desprenden) de la misma, muy distinto a la comunicación interpersonal cara a cara. En este punto, cabe reflexionar respecto a si estas formas de interacción digital fomentan algo parecido a la comunicación intersubjetiva. Pese a considerar que efectivamente las redes sociales digitales fomentan nuevas formas de comunicación y relación entre las personas, no estoy del todo segura que estas formas emergentes de comunicación partan de los supuestos de la comunicación intersubjetiva que expresé hace unos momentos. Que los interactuantes construimos nuestros discursos con base en suposiciones provenientes del sentido común, es posible. Pero de ahí a concebir que toda forma de comunicación por medio de plataformas digitales (ni siquiera la mayoría) esté orientada hacia el entendimiento mutuo entre sujetos que nos relacionamos con base en argumentos racionales, hay un trecho muy amplio. Quizás sean necesarios algunos años más para evaluar el uso que hacemos de estas redes sociales en Internet, y los sentidos que otorgamos a estas formas de comunicación interpersonal digital, más allá de las actividades concretas que realizamos en ellas.

BIBLIOGRAFÍA

- Cáceres, M. D. (2003). *Introducción a la comunicación interpersonal*. Madrid: Síntesis.
- Fernández Christlieb, F., Millán Campuzano, M., & Rizo García, M. (2013). *La comunicación humana en tiempos de lo digital*. México: Universidad Autónoma Metropolitana.
- Fernández Collado, C. (1997). *La comunicación en las organizaciones*. México D.F.: Trillas.
- Fuentes Navarro, R. (1986). Escuelas de comunicación y brechas tecnológicas en México. En CONEICC, *Tecnología y comunicación*. Xochimilco: UAM-Xochimilco y CONEICC.
- Garza, M. R. (s.f.). *Comunicación interpersonal, primer reto del profesional de la comunicación*. México D.F.: CONEICC.
- Goffman, E. (1971). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Herrero de Miñón, M. (2008). La ciudad sin horas contribución a la fenomenología de la deshumanización. *Anales de la Real Academia de Ciencias Morales y Políticas*, (86), 57-73, Madrid: Academia de Ciencias Morales y Políticas.
- Ibáñez, T. (1988). *Ideologías de la vida cotidiana*. Barcelona: Sendai.
- Jacob, A. (1989). L'étique comme anthropo-logique: conscience, sujet, personne aujourd'hui. En A. Jacob, *L'univers philosophique* (págs. 213-223). París: Presses Universitaires de France.
- Lazar, J. (1996). *La ciencia de la comunicación*. México D.F.: Publicaciones Cruz.
- Martín Algarra, M. (1993). *La comunicación en la vida cotidiana. La fenomenología de Alfred Schütz*. Pamplona: Eunsa.
- Mead, G. (1968). *Espíritu, persona y sociedad. Desde el punto de vista del conductismo social*. Madrid: Paidós.
- Millán, M. (2012). *Comunicación interpersonal y comunicación intersubjetiva: trazos y aproximaciones. Ponencia para el Encuentro de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación 2012*. México: Documento Mimeografiado.
- Mucchielli, A. (1998). *Psicología de la comunicación*. Barcelona: Paidós.

- Ninova, M. G. (2008). Comunidades, software social e individualismo conectado. *Athenea Digital* (13), 229-335.
- Núñez, F. (2008). El sentido de la caverna. Lo virtual como un ámbito finito de sentido. *Ontology Studies*, (8), 209-216.
- O'Sullivan, T. (1997). *Conceptos clave en comunicación y estudios culturales*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Peters, J. D. (1986). Institutional Sources of Intellectual Poverty in Communication Research. *Communication Research*, 4(13), 527-559.
- Rebeil Corella, M. A., & Ruiz Sandoval, C. (1998). *El poder de la comunicación en las organizaciones*. México D.F.: Plaza y Valdés.
- Rizo, M. (2006). La teoría en el campo académico de la comunicación. Análisis de manuales de teoría de la comunicación desde la propuesta de la comunicología posible. En L. Martell, M. Rizo, & A. Vega, *Políticas de comunicación social y desarrollo regional en América Latina* (págs. 185-223). México D.F.: AMIC.
- Rizo, M. (2013). *Imaginarios sobre la comunicación. Algunas certezas y muchas incertidumbres en torno a los estudios de comunicación, hoy*. Barcelona: Instituto de la Comunicación-UAB.
- Rodríguez Salazar, T. (1996). El itinerario del concepto de mundo de la vida. De la fenomenología a la teoría de la acción comunicativa. *Comunicación y Sociedad*, (27) Guadalajara: Universidad de Guadalajara, 199-214.
- Rojas-Bermúdez, J. (1997). *Teoría y técnicas psicodramáticas*. Barcelona: Paidós.
- Schramm, W. (1972). *The process and effects of mass communication*. Illinois: University of Illinois.
- Schütz, A. (1974). *El problema de la realidad social*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Schütz, A. (1974). *Estudios sobre teoría social*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Valiente, F. J. (2008). Misión joven. Obtenido de http://www.misionjoven.org/08/11/382_2.html
- Vizer, E. (1982). *La televisión, sus efectos y funciones. Aportes al análisis de ciertas hipótesis y puesta a prueba en una investigación piloto sobre escolares*. Buenos Aires: Tesis Doctoral.
- Vizer, E. (2003). *La trama (in)visible de la vida social. Comunicación, sentido y realidad*. Buenos Aires: La Crujía.
- Xirau, R. (2002). *Introducción a la historia de la filosofía*. México D.F.: UNAM.