

Epistemología para la planeación de la comunicación y definición de los siete problemas comunicativos

Vivian Romeu Aldaya

Universidad Autónoma de la Ciudad de México

RESUMEN

En este texto se presenta una propuesta epistémica y metodológica sobre la planeación de la comunicación. En lo general se pretende abonar a favor de robustecerla teórica y metodológicamente, y para ello se parte de la clasificación del sistema comunicativo propuesta por Martín Serrano, para plantear, a partir de ella, una tipología de siete problemas comunicativos. Paralelamente, se le equipara con el método de intervención en comunicación, mencionando sus potencialidades en el campo de la comunicación aplicada.

Palabras clave: planeación de la comunicación, problema comunicativo, tipología, Manuel Martín Serrano, epistemología.

A menudo se piensa que la comunicación tiene que ver sólo con los mass-media. Esta percepción *naïf*, y un poco ortodoxa, halla su origen en la herencia positivista de la sociología del siglo XIX y, posteriormente, en la forma en que se institucionalizó el campo a partir de la sociología funcionalista y crítica de la primera mitad del siglo XX. Lo anterior da por resultado que cuando se habla de planeación de la comunicación, pareciera que sólo a través de los medios pueden visualizarse los problemas y las soluciones en esta materia.

Si bien es cierto que los media han sido el objeto de estudio por excelencia de la investigación teórica y aplicada en comunicación, no por esto se torna lícito circunscribir el fenómeno de la comunicación a ellos, pues en múltiples ocasiones trae por consecuencia una reducción de los problemas comunicativos a fallas en los procesos de emisión y difusión de un mensaje, soslayando además el cúmulo de problemas no asociados a ellos, pero existentes verificablemente en la realidad, como los de interacción, que tienen que ver con la comunicación interpersonal, por ejemplo.

Si consultamos los programas de estudio de materias sobre la planeación de la comunicación y sus afines,¹ encontramos que están delimitados básicamente desde dos perspectivas conceptuales y metodológicas: una que parte de una tradición difusionista de la comunicación –a medio camino entre los modelos conductistas y funcionalistas–, que se halla estrechamente vinculada a la publicidad, la propaganda político-social y los estudios de opinión pública; y otra que propone a la comunicación como herramienta para el desarrollo social, perspectiva de particular arraigo en América Latina bajo la influencia del Centro Internacional de Estudios Superiores de Periodismo para América Latina

¹ Para estos fines consultamos los programas de estudio de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la UNAM, la UAM, UVM, UIC, UNITEC, UIA y Anáhuac, entre otras. El enfoque prevaleciente es el dirigido a la comunicación estratégica en las empresas, publicidad y marketing político.

(CIESPAL),² y que se acomoda en los modelos críticos.

En ambos casos la solución a los problemas comunicativos se plantea en términos esencialmente mediáticos, poniendo en el centro de atención una concepción de la comunicación desde un punto de vista informativo más que uno propiamente comunicativo, lo que resulta lógico cuando se entiende que la construcción teórico-conceptual del mismo término “comunicación”, apunta a comprenderlo mayormente como información que se transmite unidireccionalmente y no como señales que se intercambian al interior de un régimen de significatividad y afectación mutua.

Sin embargo, lo anterior contribuye –amén de consolidar a los medios como vehículos imprescindibles en los procesos de comunicación– a operar pedagógica y didácticamente con una concepción de lo comunicativo bastante restringida y restrictiva del fenómeno en cuestión. Una breve mirada a las reseñas de los cursos sobre planeación de la comunicación o estrategias para la solución de problemas comunicativos y comunicación para el desarrollo, entre otros afines,³ permitiría mostrar como predominante el enfoque de gestión empresarial que ampara a la

² En México la comunicación se consolida como campo entre las décadas de los cuarenta y sesenta, años en que se orienta la investigación desde y para los medios; sin embargo, a pesar de que en los setenta la influencia de la semiótica francesa condujo a la hiper teorización en detrimento de la investigación aplicada y diagnóstica, y la planificación en comunicación, el desarrollo de la comunicación alternativa, la apertura democrática de la sociedad y el auge de las tecnologías, vincularon a la comunicación con cultura, lo que impuso una dinámica más acotada a los eventos microsociales, sobre todo a partir de los estudios de audiencias. Como botón de muestra se recomienda consultar el texto de Islas, Gutiérrez y Campo (2002), o el artículo de Fuentes Navarro (2005) a propósito de la muerte de Everett Rogers. Esto último nos indica que el campo de la comunicación aplicada cuenta, en América Latina, con la impronta social del legado de Kaplún, Beltrán y Bordenave, aunque con ello no se logra desplazar la centralidad de los medios en las soluciones comunicativas, que es a lo que apuntamos en este artículo.

³ Checar programas de estudio de las carreras de comunicación en la UNAM, UAM, UACM, UVM, UIC, UIA y UNITEC. La excepción aquí es la UACM y la UIC, la primera porque ofrece a la Planeación de la comunicación como una materia enfocada al aspecto metodológico de la planeación, además de una materia de Comunicación para el desarrollo que se distancia del enfoque empresarial. En el caso de la UIC, las materias de planeación están recogidas en materias secuenciadas, a las que se les denomina Intervención estratégica, y abordan la solución de problemas sociales, interpersonales y también mediáticos.

planeación de la comunicación como una estrategia del “decir”, y a los medios de comunicación, masivos o no, como protagonistas de ella. Y no es que esta visión esté equivocada *per se*. Lo que planteamos aquí es que resulta insuficiente para mostrar el espesor de la comunicación como acto y proceso, y sobre todo para exponer sus potencialidades para participar de las soluciones a problemas sociales, económicos, culturales, de salud, etcétera, de un individuo, una comunidad u organización por la vía de la comunicación.

Aunque es quizá la comunicación enfocada a los problemas sociales a través de una perspectiva crítica, comunitaria, democrática y participativa —llamada sintéticamente Comunicación para el desarrollo—, la que sin lugar a dudas ha podido sortear con mayor éxito no sólo el enfoque empresarial, sino también el difusionista y mediático que domina el panorama de las estrategias de planeación comunicativa, aún así desde esta perspectiva social la planeación adolece de una reflexión en torno a los problemas estrictamente comunicativos, y se deja llevar por el sentido común en la implementación de las estrategias resolutivas.⁴

Lo anterior, a su vez, implica que se planeen soluciones comunicativas a problemas que no son de esa índole y viceversa: que se traten como problemas comunicativos acontecimientos o eventos del escenario sociocultural o interpersonal que no tienen una solución comunicativa. En ese sentido, para evitar los errores derivados de tamaña confusión, nos planteamos reflexionar aquí en torno a la impronta teórica y metodológica de la planeación de la comunicación, lo que nos llevará a entender de manera clara qué se puede resolver desde esta perspectiva y qué no, o cuándo y cómo detectar que se está frente a un problema de esta índole.

Para llevar a buen término este objetivo, creemos necesario apoyarnos en la teoría de comunicación de Martín Serrano (2007) y la clasificación que realiza en torno a los elementos del proceso comunicativo, ello debido a que su propuesta provee una concepción amplia del fe-

⁴ Sirva de ejemplo la guía para la elaboración de proyectos de comunicación para el desarrollo emitida por la UNICEF (2006).

nómeno comunicativo que abarca no sólo la comunicación humana y social, sino también los fenómenos comunicativos que tienen lugar en el mundo natural, lo que causa un impacto también en la concepción del planeador de la comunicación.⁵ Dicha propuesta resulta importante en este trabajo debido a que ofrece una perspectiva acorde con la realidad biológica y simbólica del ser humano, donde ocurren fenómenos comunicativos diversos, en el entendido de que el ser humano no es sólo ser social, sino también especie, o sea, ser biológico, por lo que sus problemas comunicativos, a cualquier nivel, no sólo obedecen a su condición social, sino también a la biológica.⁶

⁵ Aunque en este trabajo no se pretende abordar al perfil del planeador de la comunicación, en aras de comprender la orientación epistémica de lo que entendemos por planeación de la comunicación resulta importante referirnos a este profesionista como un mediador de la comunicación humana. Para ello hemos partido de la caracterización del planeador de la comunicación que reseña Karam (2005) en su texto *Dos debates para un currículo en comunicación y cultura: El caso de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México*, quien, tomando como referencia los tres modelos de la enseñanza de la comunicación de los que hablara Fuentes Navarro (2005), lo interpreta como un mediador sociocultural. Aunque su propuesta se decanta sobre todo por una perspectiva marcadamente culturalista, proponemos ampliarla a la esfera de la vida cotidiana, ya que consideramos al ámbito de lo intersubjetivo como escenario de los actos y procesos de comunicación. En cualquier caso, pensamos en un profesionista a medio camino entre el perfil humanista y el científico, lo que precisa de un profesionista con conocimiento de la cultura y la psicología humana como ámbitos de acción a intervenir, pero también entrenado en estrategias de negociación y gestión con una perspectiva integral de los procesos de interacción, intercambio, producción e interpretación de la información, este último aspecto que, si bien no desestima lo mediático, se enfoca de manera global en entender la comunicación como el centro de la vida biológica y social. En ese sentido, pensamos en un profesionista capaz de diagnosticar con eficacia qué hay de comunicativo en un problema psicológico, social, económico, político, filosófico o estético, para construir y gestionar estrategias comunicativas que puedan o ayuden a resolverlo.

⁶ Estrategias de planeación comunicativa como ésta sobrevuelan el espacio de la pedagogía y la didáctica. Por ejemplo, la logopedia, la enseñanza del lenguaje de señas a sordomudos, las estrategias de socialización en niños y adultos con capacidades distintas, etcétera.

En torno a la teoría de la comunicación de Martín Serrano. Breve reseña

Martín Serrano es un teórico de la comunicación radicado en España, cuyo acercamiento a la comunicación ha pasado por varias etapas, desde la pregunta por la comunicación pública o institucional, donde da cuenta de la producción de comunicación al interior de los sistemas sociales, hasta su planteamiento más radical y polémico sobre el enfoque evolutivo en torno a las formas de comunicación biológica y cultural.

Aunque no es intención en este texto extendernos en presentar la teoría propuesta por el autor, se realizará un breve acercamiento a ella y sus principales conceptos, en aras de esclarecer desde dónde se parte para hablar de la comunicación humana y de los fenómenos que la atañen. Esto resulta relevante toda vez que nos posiciona lejos de la tentadora postura pancomunicacionista que nos legara Palo Alto, pero, al mismo tiempo, más allá de aquellas que circunscriben la comunicación a los instrumentos o medios de transmisión y el intercambio de mensajes mediante ellos.

Partiendo del hecho de que para Martín Serrano (2007) la comunicación está implicada en la antropogénesis y en la sociogénesis, el primer posicionamiento al respecto se resume en que es una actividad biológica y social. Como se podrá apreciar, esta tesis se vincula con la línea etológica que está presente en la señera obra de Bateson, que plantea a la comunicación como aquello que le permite al ser humano traspasar su condición biológica, lo que conlleva a asumir, en palabras de Martín Serrano, que sus transformaciones evolutivas participan de un modo necesario y esencial en lo que tiene de específico la comunicación humana (Martín Serrano, 2007, 17), de modo que, si bien la comunicación tiene como objeto a la naturaleza y la cultura, en la comunicación humana se reúne a ambos. En ese sentido, no se puede perder de vista que la especificidad de ésta radica en la singular mezcla entre las formas de comunicación simbólica que se dan dentro de la cultura (y que aprendemos mediante los procesos de socialización) y las formas de comunicación biológica, que son constitutivas de nuestra condición como especie (que heredamos filogenéticamente).

A decir de Martín Serrano (2007), la comunicación es un mecanismo evolutivo con valor adaptativo que permite la selección de las formas de información y comunicación que sobreviven o no ante el necesario intercambio de energía entre un organismo y su entorno, de ahí que no sólo permita el acoplamiento y la adaptación de las especies a la vida, sino la construcción de un espacio intersubjetivo (información-espacio compartido para la inclusión de otro).⁷

La comunicación humana tiene lugar, entonces, a partir del despliegue de una compleja red de flujos de información y comunicación, donde ocurren actos de intercambio de significados que, por una parte, ilustran las reacciones o respuestas adaptativas de nuestro accionar en el entorno (implicación biológica); por ejemplo, lo que sucede cuando lloramos o reímos, cuando otros lloran o ríen, en una especie de acto comunicativo que indica solidaridad, pertenencia, empatía; y por la otra parte, las formas de interacción social que se promueven a través de este intercambio de naturaleza más biológica y los sentidos que se le atribuyen a dichos actos en función de las creencias de una comunidad, grupo o sociedad (dimensión simbólica).

Ambas implicaciones, la cultural y la biológica, conducen a entender el entramado de sentidos que perviven hoy en nuestras comunicaciones, de manera tal que el divorcio entre una dimensión y otra ha sido arbitrario, y ha redundado, además, no sólo en la carencia de una visión compleja de la comunicación como campo de estudio, sino también en la debilidad de su proyección como ciencia aplicada. Y es que, como dice Castro (2011) a propósito del legado de Martín Serrano, la comunicación humaniza a la naturaleza y naturaliza a la cultura, con lo que se le instala como acción que sirve para producir cambios tanto en la esfera de lo biológico como en la de lo social-cultural. La planeación como acción estratégica hace sentido desde esta perspectiva, ya que

⁷ Esta manera de entender la comunicación no sólo abona a su fundamento teleológico, sino también ontoético; ambos son aspectos que hemos trabajado en otros textos, pero que se salen de los marcos concretos que nos proponemos en este artículo. Para mayor información se puede consultar el texto de la autora "Diálogo y sujeto. Apuntes para una discusión sobre la teleología de la comunicación humana" (2012).

permite entenderla como *intervención*, que significa “actuar sobre”.

No obstante lo anterior, debemos aclarar que la propuesta de Martín Serrano al respecto de la acción/comunicación, descarta el sentido habermasiano de la acción comunicativa como habilidad,⁸ para situarse en una perspectiva etológica que la privilegia como actividad o acto expresivo por medio del cual se transforman o afectan los estados e indicaciones tanto de aquellos que ejercen dicha acción como de los que la reciben.

Al sostener que la comunicación es una actividad biológica y cultural de carácter implicativo, es decir, que tiene una repercusión en los agentes que la producen, en otros agentes o en el entorno,⁹ el autor postula su naturaleza interactiva e intencional, y es justo esta condición de acción/interacción/comunicación lo que permite diferenciar lo comunicativo de lo meramente significativo. Esto resulta relevante para los estudios de comunicación en tanto que define el tan añorado por unos, y rehuido por otros, objeto de estudio; pero desde el punto de vista de

⁸ Si bien comprendemos que la propuesta de Habermas (1999) no se reduce a entender la comunicación como habilidad en tanto el alcance político-social de la misma, implica también una posición ética de la comunicación (todos tenemos las mismas oportunidades de “hablar”, por lo que nadie puede ser excluido de su participación en la comunicación y ésta debe ejercerse en plena libertad, sin coacciones, pero siempre mediante argumentos). En este trabajo nos deslindamos justamente de ello y del énfasis que adquiere en Habermas en torno a la habilidad comunicativa como entrenamiento argumentativo, debido a que apostamos por una visión menos racionalista. Para mayor información se puede consultar la obra de Habermas (1999), *La inclusión del otro: estudios de teoría política*.

⁹ Al defender el carácter implicativo de toda comunicación, tal y como lo hace Martín Serrano, afirmamos el carácter intencional de toda comunicación (incluida la de naturaleza biológica), apuntando a lo intencional como intencionalidad (intención no racional). Hacemos eco en la distinción que señalara Pfeiffer (2003) en su artículo “Intención e intencionalidad. Aportes para aclarar un equivoco”. Para esta autora la intencionalidad es un flujo apertura al mundo, no una adecuación a lo existente. La intencionalidad, desde este punto de vista, se entiende más como la posibilidad de habitar y construir un mundo intencional en el transcurso mismo de la vida, pero sin necesidad de reflexionarla racionalmente; por eso la consciencia intencional no pretende arraigar a la racionalidad (en términos de saber razonado, reflexivo) como lugar de la intencionalidad, sino más bien de la intención. La intencionalidad (que es lo implicativo o intencional para Martín Serrano) no es entonces escenario de una lógica racional, sino de una lógica de la relación.

la planeación, su importancia se centra en la posibilidad de acotar la intervención del profesional de la comunicación en lo específicamente comunicativo, es decir, en la producción de señales indicativas para lograr intervenciones más eficaces. Veamos.

Dice Martín Serrano (2007) que el objeto de estudio de la comunicación son las actividades indicativas, entendiendo por éstas aquellas en donde existe una intención por parte del agente comunicante de indicar algo a otro. En ese sentido, para el epistemólogo español, la comunicación precisa como mínimo de un agente que indique y otro al que se le indica; dicha distinción, a su vez, posibilita entender la comunicación como actividad interactiva, participativa, que se lleva a cabo, como ya se avanzó más arriba, mediante la producción de señales.

Es importante recalcar que el carácter intencional de las actividades implicativas no precisa de ser entendido desde una lógica racional o de adecuación a lo preexistente, sino más bien a través de una lógica de la relación con el sí mismo, el otro, el entorno. La intencionalidad de todo acto comunicativo se fundamenta justamente en esta distinción entre formulación y adecuación,¹⁰ que es lo que a nuestro juicio da pertinencia al valor adaptativo de la comunicación. Sin embargo, hemos de confesar que en la teoría de Martín Serrano, el aspecto de la intencionalidad no explica claramente la forma en que lo biológico se implica en la comunicación —que pasa o atraviesa la corporalidad de los actores que la ejercen—, pero ello no permite soslayar la relación que esto guarda con la doble naturaleza del acto comunicativo —como acto y como evento—. En cualquier caso, nos referimos a la producción de señales como actividad implicativa intencional en los términos de significación antes señalados.

Como acto y como evento, la comunicación permite situar al individuo frente a sí mismo, los otros y el entorno; ello es inherente a la condición del ser en el mundo, porque ese posicionamiento (en perenne

¹⁰ Formulación es un procedimiento de selección y empleo de recursos para la expresión, y la adecuación es un procedimiento eficaz que permite adecuar o ajustar dichos recursos a la intención. La formulación es intencionalidad (apertura y relación con el entorno); intención es adecuación.

oscilación entre la situacionalidad del cuerpo como origen del ser biológico, y lo simbólico como ser en la cultura), le permite tanto entrar en relación con el mundo como tener consciencia de sí. Pero aún y cuando los actos comunicativos pretendan ser entendidos como intencionales en términos de persecución de una finalidad concreta y clara, lo cierto es que no todos pueden ser clasificados bajo ese esquema. Si bien todos persiguen un fin (indicar algo a alguien, como señala el autor), ello no siempre se hace con eficacia. He ahí el sentido de la planeación comunicativa, en tanto que permite corregir los posibles errores de una actividad indicativa, y con ello resolver o ayudar a resolver problemas de diversa índole.

No es menos cierto, sin embargo, que cualquier actividad comunicativa depende de un sistema de significación que, al menos mínimamente, deben compartir los participantes (tanto biológico como simbólico) para que estas señales no sólo sean producidas, sino también percibidas como tales, y posteriormente reconocidas al interior de ese sistema de significación que les otorga sentido. La comunicación es también puesta en común, espacio compartido, intersubjetividad, por lo que la significación se construye también teniendo en cuenta convenciones o significados preexistentes que, a la manera de un sistema de referencias, sirven de molde o estructura para gestar las representaciones a través de las cuales se organiza la percepción, el sentido y el conocimiento.¹¹

Es a esa red de significación lo que Martín Serrano (1977) denomina *sistema de referencias*, mismo que se halla expuesto en su interacción tanto con el sistema de comunicación (conformado por los instrumentos y las expresiones de la comunicación, los actores o comunicantes, y las representaciones que en su conjunto gestan el acto comunicativo)

¹¹ Los significados preexistentes están dados con anterioridad a un acto de significación. Generalmente son de origen simbólico por su naturaleza social, y su función es orientar y regular el sentido con vistas a asegurar el entendimiento, la puesta en común. Pueden estar presentes incluso en la construcción de la significación más inmediata, que es la que se construye a partir de nuestra corporalidad o sensibilidad, y se instalan como estructuras de sentido que, como dijera Jodelet (1984), juegan un papel fundamental en la concreción de la acción y el pensamiento humanos porque se asientan como estructuras de sentido común.

como con el sistema social o contexto socio-institucional donde esta actividad tiene lugar.

Es importante resaltar que, para el autor, la comunicación no se da simplemente cuando uno reacciona al estado del otro,¹² sino sólo cuando lo hace ante y por la señal de éste; por ello, el concepto de señal, definido semióticamente como ya se mencionó con anterioridad, impone una perspectiva fundamental en la conceptualización de la actividad comunicativa. En ese sentido, podemos decir, junto con el autor, que en los actos comunicativos se produce una señal cuando existe: 1. Un universo informativo que ofrece informaciones o datos para ser significados; y 2. La necesidad de significar dichas informaciones. Es precisamente en la conjunción entre una y otra condición que se produce una señal.

De lo anterior se resume que la señal es un estímulo proveniente de un cambio o alteración del estado del indicante o agente estimulador (*Ego*, como lo llama también Martín Serrano [2007]), que desencadena una respuesta en el agente reactivo —o mal llamado *receptor*—, que es lo que el autor define como *Alter*. *Ego* y *Alter* pueblan así el sistema comunicativo a través del intercambio de indicaciones que se da en la interacción sostenida entre ambos, y éstas funcionan como objetos de referencia, o lo que es lo mismo, como aquello a propósito de lo que se comunica.

A tenor con esto, en opinión del teórico español, la comunicación sólo puede ser un acto expresivo, es decir, de producción de señales, a través de las cuales un agente le *indica* algo a otro (s). A diferencia de los actos ejecutivos, es decir, en los que un agente le *hace* algo a otro (s), los expresivos utilizan señales o indicaciones. Bajo esta premisa, la planeación de la comunicación debe ser un proceso enfocado a diseñar las indicaciones en los actos expresivos.

En resumen, para Martín Serrano la comunicación tiene lugar cuando la capacidad expresiva de un agente se acopla a la autonomía percep-

¹² Esta justamente es la postura de la Escuela de Palo Alto y su pancomunicacionismo. Para Martín Serrano esto es un error.

tiva de otro para ajustar o regular el comportamiento de ambos con respecto a sí mismos y a otros agentes comunicantes.

La idea anterior se relaciona con la tesis de Mead sobre la construcción del *mi* u *otro*, generalizado mediante la comunicación como proceso de socialización que regula el impulso biológico del *yo* a través de la interacción social.¹³ Para Mead la comunicación es el lugar donde se construye la identidad, es decir, donde, como bien señala Karam (2008), se pasa de la experiencia de la interacción al conocimiento de las reglas de interacción, y es esto lo que justamente Martín Serrano denomina *regulación del comportamiento*, lo cual, a su vez, tiene una importancia notable para la planeación de la comunicación, ya que configura el universo de acción, que es posible convocar en aras de solucionar un problema comunicativo.

Para comprender mejor lo anteriormente expuesto, es pertinente dedicar un apartado a dar cuenta de los elementos constitutivos de la comunicación, con el fin de organizar los aspectos o dimensiones de la actividad comunicativa sobre los que se puede intervenir por medio de la planeación comunicativa.

Los elementos constitutivos de la comunicación según Martín Serrano.

Según Martín Serrano (2007), la comunicación como actividad se conforma a partir de cuatro elementos básicos: los actores, los instrumentos, las expresiones y las representaciones. A continuación se describe a cada uno de ellos, con el fin de que sirvan de base para comprender mejor cómo operan en la actividad comunicativa.

¹³ Es importante señalar que rescatamos de la teoría de Mead el valor de la socialización como mecanismo de regulación del *yo* biológico, que es lo que en términos de Martín Serrano ofrecería también la comunicación como lugar de las interacciones sociales y la supervivencia de unas por sobre otras. En ningún momento la referencia a Mead implica en este trabajo restringir la propuesta comunicativa que aquí se maneja a la interacción cara a cara; en todo caso, se apuesta por incluir la interacción cara a cara como evento comunicativo legítimo en una concepción de la comunicación que trascienda los medios, que es justamente la que aquí se desarrolla.

- Actores. Se llama actores a aquellos seres vivos, sean humanos o animales, que indican algo a otros por medio de señales.
- Instrumentos. Son todos aquellos aparatos biológicos o tecnológicos que posibilitan la producción, recepción o intercambio de señales entre los actores.
- Expresiones. Son sustancias expresivas, materias “informadas” (es decir, con significación específica y diferenciada para alguien) provenientes del mundo físico o simbólico que resulta perceptible para Alter.
- Representaciones. Son estructuras codificantes que organizan la percepción, el sentido y el conocimiento, ofreciendo una interpretación del mundo.

Como se puede notar, a partir de ubicar el origen comunicativo de cualquier problema en uno o varios de los elementos anteriormente descritos, se puede configurar y analizar la dimensión comunicativa de cualquier evento o acontecimiento sociocultural, interpersonal u organizacional, lo que resulta relevante como posibilidad para discriminar cuándo estamos en presencia de un problema comunicativo y cuándo no,¹⁴ y, en consecuencia, cuándo un problema social, cultural, económico, de salud, ideológico, psicológico, etcétera, puede ser resuelto vía la comunicación. A continuación se ofrecen algunos ejemplos de cómo pueden operar estos elementos en tanto problemas comunicativos.

¹⁴ Sólo cuando se involucra al menos uno de esos cuatro elementos estamos ante un problema comunicativo. En ese sentido, la clasificación que hace Martín Serrano resulta importante para localizar y discriminar un problema comunicativo de otro que no lo es. Parece trivial y contradictorio, pero es bastante frecuente que aún sin apoyar la idea de la centralidad de la comunicación en la vida natural y social, en las escuelas de Comunicación se pretenden resolver por la vía de la comunicación muchos problemas que no tienen un origen comunicativo. De ahí no sólo el mal uso del término “planeación de la comunicación”, sino también el abuso de un arsenal de soluciones mediáticas para todos los problemas comunicativos. En ambos casos se corre el riesgo de arraigar la idea de que la comunicación es la solución a todos los problemas sociales, culturales e interpersonales, y también desde una postura pancomunicacionista bastante peligrosa de que la comunicación es el origen de todos los problemas.

Cuando el problema comunicativo se origina en los instrumentos.

La herencia mediática, amparada en la teoría de la información en los marcos de la comunicación colectiva, es lo que ha impedido ver más allá de los medios cuando se habla de comunicación, e incluso de instrumentos de la comunicación.

Para ampliar esta noción de instrumento, junto con Martín Serrano proponemos observar un fallo o conflicto en los instrumentos de la comunicación no sólo cuando se trate de la utilización de un medio o plataforma tecnológica (ya sean los tradicionales medios masivos o los ahora electrónicos), sino también cuando se trate del aparato biológico (como el aire y las cuerdas vocales necesarios para hablar o emitir sonidos, o las articulaciones de los músculos y huesos del cuerpo, para poder empuñar una espada, por ejemplo).

Como se puede notar, un fallo en los instrumentos impediría la producción e intercambio de mensajes, de la misma manera que el hecho de poseer degeneración macular impide a un ciego poder ver. Los instrumentos, así entendidos, son vehículos de la información que se produce, pero también de la que se recibe. El ejemplo de cualquier interfaz tecnológica posibilita entender lo anterior quizá con mayor claridad: la pantalla del teléfono es un instrumento que permite recibir la información o señal enviada por otro. De esa manera, una falla en la pantalla (o en el sistema de redes de comunicación telefónica) deberá ser conceptualizado como un desperfecto en el instrumento que hace posible el envío de señales de un actor a otro, de la misma manera que un defecto en la nariz (nariz tapada, por ejemplo) imposibilita oler, es decir, percibir cualquier señal olorosa del entorno, de otros actores o de uno mismo.

Cuando el problema comunicativo se origina en la materia expresiva.

En cuanto a las expresiones, se puede decir que cualquier cosa puede ser materia expresiva, ya sea física o simbólica. Ya comentamos con anterioridad que una expresión se vuelve significativa para alguien cuando se cumplen dos condiciones de forma simultánea: 1. Ego posee un universo informativo disponible a la percepción de Alter (existe algo en un actor que puede ser interpretado como señal por otro); y 2. Existe una necesidad por parte de Alter de significar dicha señal (o sea, Alter necesita dar sentido a la señal para regular su comportamiento ante Ego, ante sí mismo y/o el entorno).

Para ilustrar lo anterior, se propone pensar en el charco de agua que se forma en las aceras cuando llueve. Éste es materia expresiva (de tipo físico) en tanto se convierte en señal de que ha llovido. Desde esta perspectiva, la materia o sustancia expresiva no forma parte de un universo informativo intencional, por lo que pasa a ser una señal no indicativa, es decir, nadie intencionalmente ha enviado dicha señal. Como se desprende del ejemplo anterior, hay señales indicativas (que generan comunicación) y no indicativas (que generan significación).

En caso de que la señal sea enviada intencionalmente, ya sea por un actor animal o humano (el gruñido de un perro es una señal o expresión enviada para indicar intencionalmente “no te acerques” o “ten cuidado, que muerdo”), será significada por Alter como tal en dependencia del repertorio interpretativo del mismo, llevándose a cabo la comunicación.

Las señales provenientes de actores humanos, como las del juego de la seducción, son más fáciles de ilustrar. Por ejemplo, un actor quiere seducir a otro por medio de su voz; en ese caso, Ego emite un tono de voz que pudiéramos llamar seductor, y con ello indica al otro que lo está tratando de seducir, incluso al margen del contenido verbal de su mensaje. El otro, al captar esto, entra en relación interpretativa con la materia expresiva (la voz) y la significa porque la ha entendido como señal.

Como se puede notar, la diferencia entre una expresión de tipo físico y una de tipo simbólico es la intención indicativa que los actores del segundo tipo le imprimen a la señal. Por eso en los eventos comunicativos (donde se intercambian señales indicativas) tenemos un problema en la expresión cuando la indicación no ha utilizado la materia expresiva adecuada para expresar una intención. Un ejemplo de ello es cuando queremos ser solemnes ante el otro, pero nos reímos; la cara adusta, la seriedad en la mirada y en los gestos, son señales que informan al otro de nuestra solemnidad, pero si nos reímos, nuestra risa es materia expresiva de otro contenido indicativo, arruinando así la producción de señales intencionalmente indicativas de solemnidad. Así entendido, si la materia expresiva cambia, es muy probable que se modifique también el contenido indicativo de la señal, mismo que, en referencia al contexto, da por resultado un dominio indicativo diferente, tal y como sucede con el sarcasmo.

Cuando el problema de comunicación es de los actores.

Muy vinculado a lo anterior, un problema comunicativo que tenga su origen en los actores se vincula, primero, a la habilidad o competencia para indicar algo a otro; segundo, a la intención en la producción de señales hacia el otro, y se habla de problemas en la intención y no de intencionalidad porque, como ya se comentó con anterioridad, todos los actores, bajo alguna circunstancia, son capaces de producir señales intencionales. En ese sentido, permítasenos insistir, el problema comunicativo no puede por ningún motivo residir en su incapacidad para producir señales (esto lo inhabilitaría para ser actor), sino en una falla en la intención para producirlas. Veamos esto con más detenimiento.

Los actores de la comunicación, sobre todo de la espontánea e inmediata que se da generalmente en situaciones interpersonales, no siempre tienen clara la intención a comunicar (en el sentido estratégico del término), pues adecuar ésta a los instrumentos y a las materias expresivas disponibles es un ejercicio que precisa habilidad y competencia y, por

lo tanto, requiere una buena dosis de autoconsciencia y entrenamiento. Se trata de una actividad cuidadosa y, en ocasiones, sumamente preparada.

La actuación en el teatro o el cine es uno de esos eventos en que surgen problemas con los actores de la comunicación, ya que en ocasiones estos no logran ajustar apropiadamente su intención a los instrumentos y materias expresivas de que disponen. Es por eso que insistimos en que se trata de un problema de adecuación.

Asimismo, debemos insistir en que, si bien toda señal indicativa es intencional, hay que entender este carácter como intencionalidad (fluir de la intención sin reflexionar racionalmente sobre su uso estratégico); sin embargo, cuando hablamos de un problema en la intención de los actores, en ningún caso nos referimos a un problema en su intencionalidad (de existir, eso sería materia de la neurología, no de la comunicación, pues deberíamos admitir la existencia de un problema de inconsciencia, no en los términos freudianos, sino de no consciencia de sí mismo y su situacionalidad en el mundo). Así entendido, cuando el problema comunicativo está centrado en los actores, lo que tenemos es una falla en sus habilidades y competencias para ajustar o adecuar su intención (en el sentido estratégico) a la expresión y los medios a su alcance, pero eso no indica en ningún caso su falta de intencionalidad, sino sólo un defecto en la naturaleza reflexiva o estratégica de la misma.

Otro ejemplo de problemas comunicativos originados en la intención o habilidad de los actores, es el que se refiere a cuando una persona no tiene claro lo que quiere comunicar y, como se dice en México, *cantinflea*. El hecho mismo de cantinflear, al margen de que puede significar también un problema con la materia expresiva, es ante todo una dificultad de la intención. No obstante, puede darse el caso de que un actor adecue su intención a la materia expresiva, pero no posea la habilidad para expresarlo. Los bebés se encuentran en ese caso, ya que pueden tener la intención de decirle a su madre que tienen hambre, poseen la materia expresiva para indicarlo (palabras, gestos, llanto), pero como no están suficientemente entrenados para realizar las indicaciones, muestran poca habilidad para lograrlo.

De acuerdo a lo anterior, no tener claro qué decir o expresar implica carencia o merma de señales claras de lo que se quiere indicar (lo que constituiría por sí mismo un problema de expresión también), de la misma manera que no poseer suficiente habilidad o competencia para indicar lo que se quiere, sugiere un problema de comunicación que da por resultado la producción de señales confusas, e incluso opuestas, a lo que se pretendía. Ejemplo: el estado físico-mental de una persona atribulada, distraída, medio dormida o fuera de sus facultades mentales, produce señales poco claras, ya sea porque hay una falla en su intención o en su habilidad o competencia para expresarlas.¹⁵

En resumen, un problema comunicativo en los actores está ocasionado por una falla en la intención y/o habilidad de Ego, lo que provoca que se produzcan señales con intención distinta a la prevista; y ello –que sin dudas tiene consecuencias en la interpretación que da Alter a la misma– también genera una ruptura en la lógica verificativa de la intención y la habilidad de los hablantes.¹⁶

¹⁵ Lo que hemos señalado aquí, no obstante, en ningún caso indica que Alter no pueda percibir o significar estas señales como intencionales; de hecho cuando esto sucede, para evitar malentendidos, Alter debería estar consciente que ha significado una señal cuyo productor no ha tenido intención de producir, o al menos donde la habilidad del actor para producirla puede ponerse en duda, como sucede cuando significamos una mirada como retadora o persistente, y en realidad sólo fue de cavilación.

¹⁶ Si bien el tratamiento que Martín Serrano otorga al interlocutor en su teoría social de la comunicación implica un planteamiento ético-político que redunde en la toma de conciencia por parte de éste a favor del despliegue y desarrollo de su autonomía, en este trabajo hemos preferido soslayar este enfoque, dado que nuestro objetivo al tomar la propuesta de este autor es enfocarnos teóricamente en lo que la comunicación es y no en qué tipo orientación política podría tener su aplicación en la resolución de problemas. Sin embargo, estamos conscientes de que este aspecto no es nada despreciable para la planeación de la comunicación desde el paradigma crítico-constructivista de la intervención, aunque nosotros privilegiamos una postura más sistémica y funcional.

Cuando los problemas comunicativos se ubican en las representaciones.

Las representaciones, como ya comentamos, son estructuras codificantes que organizan la percepción, el sentido y el conocimiento, ofreciendo una interpretación del mundo; pueden estar institucionalizadas a través de los aparatos de captura ideológica, como lo son las instituciones de inculcación (familia, religión, escuela, Estado), o en objetos, imágenes y creencias que resultan normalmente en sistemas simbólicos dominantes o hegemónicos. Toda representación constituye un modo de mediación ideológica de la realidad y se legitima a través de modelos cognitivos, axiológicos y lógicos (Martín Serrano, 1977).

Pero las representaciones se organizan a nivel social e individual, y se construyen al amparo de un campo de representación donde se asientan y naturalizan. Como afirma Moscovici (1979, 46), éste permite expresar la forma en que está organizado el contenido de las mismas y sirve para integrar informaciones sobre el objeto que se representa. En ese sentido, como se podrá apreciar, la representación participa de un sistema porque su contenido está organizado de forma tal que dicho sistema permite explicarla.¹⁷ Así, mientras sobre los sistemas de representación se asientan las estructuras sociales de una época o cultura y los modos de pensar y actuar en las mismas, las representaciones median nuestro pensamiento y nuestro comportamiento a modo de saber, tanto social como individual, de manera que media entre el objeto que se inserta así en un sistema de referencia y el modelo de realidad asociado a él (sistema de representaciones).

¹⁷ Es importante señalar que lo anterior puede inducir al error de considerar a la representación (y el sistema de representaciones al cual se integra) con el sistema de referencia, según lo define Martín Serrano. A decir de Moscovici (1979) y Jodelet (1984), la representación es una estructura del sentido o la significación que permite construir una creencia sobre un objeto, y el sistema de referencias, según Martín Serrano, es el conjunto de objetos de la comunicación, es decir, de aquello sobre lo que se comunica, no un sistema de representaciones que vehiculan la significación a modo de esquemas o modalidades del pensamiento y el saber.

En cualquier caso, sin embargo, la mediación gesta una referencia, es decir, sentido, por lo que cuando en un evento comunicativo localizamos un problema en las representaciones, nos referimos también a un problema en las referencias, o dicho de otro modo, en el significado que de las cosas tiene un sujeto, entendiendo además que dicho significado funciona como un código o estructura sobre la que descansan sus formas de pensar y actuar. Ejemplo: el objeto mujer rubia, alta, delgada, de cabello largo y medidas corporales 90-60-90, se encuentra vinculado representacionalmente con el modelo de belleza femenina hegemónico, y esto hace que cuando pensemos o hablemos de la belleza de una mujer, tengamos que tomar como referencia la representación que social y culturalmente se ha instaurado como legítima. En ese sentido, la belleza se impone como un código tanto para crear objetos bellos y feos como para valorarlos en función de ello. Belleza y fealdad se constituyen entonces en esquemas de conocimiento que nos permiten interpretar la realidad, evaluarla y juzgarla. Por ello cuando dos personas se comunican a propósito de lo feo o lo horroroso, ponen en juego el sistema referencial que estructura el sentido de belleza/fealdad, y aparece un problema comunicativo cuando dichos sistemas de referencia son diferentes. Estos son los problemas que aborda la comunicación intercultural, por ejemplo, aunque sucede lo mismo con el racismo o la discriminación de género, en tanto que gestan problemas comunicativos que tienen su origen en las representaciones.

Hacia una conceptualización operativa de los problemas comunicativos

Como se habrá podido notar, la clasificación anterior resulta no sólo poco ortodoxa, sino también atomizada en tanto pareciera que los problemas comunicativos sólo pueden corresponder con los cuatro elementos que constituyen un sistema comunicativo. Sin embargo, como advertimos más arriba, se halla estrechamente relacionado con el sistema de referencia (objetos sobre los que se puede comunicar) y el siste-

ma social (organizaciones que intervienen los sistemas de información y comunicación).

En ese sentido, los cuatro elementos a los que hemos hecho referencia más arriba nos sirven para diagnosticar el origen de un problema comunicativo y resolverlo con eficacia, toda vez que permitiría enfocar la solución a ello. Sin embargo, no sirven para dar cuenta de la complejidad del problema como tal, pues ésta se debe evaluar por el nivel de afectación de las relaciones entre los elementos al interior y al exterior de un sistema. En consecuencia, después de clasificar al problema por su origen, la segunda clasificación de un problema comunicativo deberá indicar si se trata de un problema intrasistémico o extrasistémico (su grado de complejidad). Esto tendrá una incidencia en la forma específica en que debe solucionarse.

Por intrasistémico vamos a entender aquellos problemas que se dan en la relación entre los elementos del sistema comunicativo, por ejemplo, cuando queremos expresar nuestra frustración sobre algo con palabras, pero no hallamos la manera adecuada; o cuando la indicación de un actor sobre algo no se corresponde con lo que piensa realmente sobre ese algo. En el primer caso se presenta un problema comunicativo en la relación entre expresión e instrumento, mientras en el segundo se halla en la relación actor (intención)-representación.

Por otra parte, los problemas extrasistémicos se dan en la relación entre un elemento del sistema y los sistemas de referencia y social. Estos problemas son más complejos debido a que se obstaculiza la planeación controlada de la comunicación a corto plazo, y obliga al planeador a trazar estrategias a largo plazo, lo que siempre deja la solución a expensas de un cambio de condiciones.

Generalmente, los problemas vinculados a los actores tienen su correlato en el sistema social, ya que este elemento necesariamente opera en y desde el contexto social; mientras que los vinculados a la representación surgen en el sistema de referencia, debido a que la representación siempre refiere a algo en contenido y forma.

A partir de lo anterior se puede conformar una tipología de siete problemas de comunicación en función del nivel de afectación en el que se encuentra el sistema comunicativo (relación proporcional entre la cantidad de elementos involucrados en el problema, su ubicación y origen), y el grado de intervención controlada que puede ser ejercido para estabilizarlo, en el entendido de que toda planeación de la comunicación lleva por finalidad mediar en un sistema comunicativo para equilibrar sus fuerzas en tensión.¹⁸ En el siguiente recuadro se presenta una propuesta de esta tipología:

Tabla 1. Tipología de siete problemas de comunicación en función del nivel de afectación en el que se encuentra el sistema comunicativo y el grado de intervención controlada que puede ser ejercido para estabilizarlo.

ORIGEN	UBICACIÓN	ELEMENTOS AFECTADOS	NIVEL DE AFECTACIÓN	TIPO DE PROBLEMA	GRADO DE INTERVENCIÓN CONTROLADA A CORTO PLAZO	GRADO DE INTERVENCIÓN CONTROLADA A LARGO PLAZO
Instrumentos (I)	Intrasistémico	I-E	Bajo	De difusión	+	n/a
Expresión (E)	Intrasistémico	E	Bajo	De referencia	+	n/a
Actor (A)	Intrasistémico	A-E-I	Bajo	De adecuación	+	n/a
	Extrasistémico	A-A	Medio-Alto ¹⁹	De interacción	-/+	-/+
Representación (R)	Extrasistémico	R-E	Alto	De formulación	-	+
Representación-Sistema de Referencia (SR)	Extrasistémico	R	Alto	De estructuración o ideológico	- -	++
Actor-Sistema Social (SS)	Extrasistémico	Todos los elementos en relación con el actor	Alto	Ecológico	- -	++

Fuente: Elaboración propia.

¹⁸ En términos prácticos, el hecho de que mediante la planeación se logre intervenir un sistema para equilibrar sus fuerzas en tensión implica que todo sistema se auto organiza, y para ello precisa de un constante flujo de información, para desarrollarse y regularse como organismo autónomo. Como se puede notar, no nos referimos al equilibrio de fuerzas en términos sociológicos como acción de neutralización de la resistencia, ni la imposición del poder, sino en términos sistémicos en cuanto a la posibilidad del retorno a la posición de equilibrio que todo sistema necesita para desarrollarse estructural y funcionalmente, después del desequilibrio que inevitablemente supone la afectación o fallo en uno de sus elementos. Para sostener esta concepción, partimos de la teoría de sistemas de Luhmann (1993), que explica de manera concreta la forma en la que opera la comunicación como mecanismo de auto regulación de un sistema. Para mayor información se recomienda consultar la obra del autor.

A continuación ilustramos brevemente y con un ejemplo sencillo cada uno de los problemas comunicativos descritos con anterioridad:

- Problema de difusión. Cuando un medio de transmisión no se adecua al mensaje, obstaculizando su difusión. Ejemplo: cuando no se puede leer la información de un anuncio publicitario de tipo espectacular porque está escrita en letras muy pequeñas. O cuando no se seleccionan correctamente los instrumentos necesarios para difundir un mensaje. Ejemplo: se quiere ofrecer una disculpa y se elige para ello una canción de Luis Miguel.
- Problema de referencia. Cuando se tiene un mensaje con información poco clara y referencialmente inútil. Ejemplo: “Mi alón de piel” o “eso que está ahí es mío”, sin indicar a qué se refiere el demostrativo *eso*.
- Problema de adecuación. Cuando el actor no es capaz de adecuar su intención a lo que dice, o a los medios que utiliza para decirlo. Ejemplo: el hablante quiere decir A y dice B al no poseer la habilidad o competencia para expresar lo que quiere, o por seleccionar mal sus instrumentos o materia expresiva.¹⁹
- Problema de interacción. Cuando existe algún impedimento para la actuación o socialización de uno o ambos hablantes, ya sea debido a las condiciones del contexto (esto ya tendría un correlato problemático en el SS) o a las representaciones mentales de ambos actores (lo que puede vincularse con un problema de referencias externas sobre algo, digamos, sobre el priísmo).
- Problema de formulación. Cuando la representación de algo no se ajusta a la expresión que social y referencialmente la define.

¹⁹ Aunque pudiera parecer que, al incluir los instrumentos, los ejemplos entre difusión y adecuación pudieran mezclarse, hemos de hacer la distinción pertinente en aras de esclarecer su diferencia, la cual radica en que, en el caso de la adecuación, se tiene la intención, pero no se posee la habilidad para adecuarla a los medios y a la expresión disponible, o bien, la intención no está del todo clara. En el caso de la difusión, es el instrumento el que no se ajusta al mensaje, por lo que toda referencia a la intención queda descartada.

Ejemplo: Bandera negra para solicitar una tregua.

- Problema de estructuración o ideológico. Cuando la forma de pensar y actuar de un sujeto es consecuencia del modo en que domina un sistema hegemónico de representación.²⁰ Ejemplo: la violencia simbólica que se ejerce por parte de los hombres contra las mujeres cuando afirman que, por su género, son pésimas choferes. O lo que es lo mismo, cuando por parte de algún actor se cuestiona el sistema de referencia que a través de imágenes, objetos, figuras públicas, creencias, etcétera, lo que permite orientar ideológicamente a individuos y grupos en el campo social, político y cultural. Ejemplo: la animadversión con que ha sido recibida en México la Ley de adopción para parejas de un mismo sexo resulta una clara muestra de cómo ésta ha puesto en entredicho el imaginario social sobre los homosexuales.
- Problema ecológico. Se da mediante la percepción de un “ruido” en la relación del actor con el “medio ambiente” comunicacional. Ejemplo: la manera en que impacta la distribución urbana en la estabilidad de la ocurrencia y calidad de las prácticas comunicativas de un sujeto, cuando se construye un centro comercial en una zona residencial o donde antes había un parque de recreación, ya que transforma los modos de socialización con otros actores, el uso de canales y medios de comunicación, las representaciones sobre el espacio público, etcétera.

²⁰ También debemos hacer la distinción entre los problemas de interacción y los de estructuración, ya que su cercanía puede llevar a confundir unos con otros. En el caso de los problemas de interacción nos referimos a los debidos a una falla en las representaciones: si éstas están organizadas a partir de un sistema hegemónico de representaciones, tienen ciertamente un correlato ideológico y, por lo tanto, pasa a ser, en su nivel de complejidad, un problema de estructuración donde queda subsumido el de interacción, debido a que el problema matriz no está en la actuación de los actores, sino en el enfrentamiento de sistemas de representaciones distintos (generalmente uno hegemónico contra uno emancipado o polémico –para usar la caracterización de Moscovici [1979]–). Pero esto no siempre es así. Puede haber un problema de interacción provocado, por ejemplo, por problemas de representación que no sean fruto del dominio o subordinación de un sistema de representaciones por otro. En ese caso se encuentran las formas de pensar basadas en las experiencias de vida de los individuos, más de carácter interpersonal que social, como sucede, por ejemplo, con las relaciones de pareja.

No está de más enfatizar que en un evento comunicativo pueden co-existir varios problemas simultáneamente. La labor del planeador de la comunicación es, entonces, resolver el problema de origen mediante estrategias que vayan desde el nivel interpersonal, colectivo y organizacional, al nivel socio-cultural y mediático; de ahí la importancia de la localización, descripción y análisis del problema matriz. A esto nos referíamos con la determinación de la complejidad para solucionar eficazmente un problema.

A modo de conclusión, un breve comentario sobre la planeación de la comunicación como método de intervención en comunicación

Como se habrá podido apreciar, el escenario teórico-epistemológico que hemos descrito en los apartados anteriores, aunado a la tipología que hemos elaborado de los problemas comunicativos, posibilitan enfocar la planeación de la comunicación a la solución de problemas presentes en un sistema comunicativo “afectado”. En ese sentido, hablamos de afectación en tanto que nos permite indicar, como bien plantean Macías y Cardona (2007, 93-102), que los sistemas comunicativos están insertos en un entorno social dinámico y, hasta cierto punto, imprevisible, que se alimentan de esa entropía para poder subsistir como sistema.

Desde la teoría de sistemas, la entropía se entiende como información positiva necesaria para estabilizar un sistema; es decir, posibilita la desorganización o transformación de su uniformidad, con vistas a obligarlo a autorregularse. En ese sentido, la entropía resulta el mecanismo sistémico que provoca los cambios necesarios para que subsista, ya que, como se señala en la máxima sistémica, un sistema organizado y estable tiende a su destrucción, por lo que su supervivencia depende justamente de la información positiva o entrópica.

Contrario a lo que suele pensarse, es necesario acotar que la presencia de información positiva en un sistema no siempre conduce al caos, sino más bien que el contacto con lo que pueda resultar nuevo –y por ello desestabilizador– implica la posibilidad auto regulativa del sistema. Bajo esas condiciones, es claro que el sistema queda expuesto al cambio, y que la comunicación –como operación por medio de la cual la información entrópica entra y sale del sistema– es precisamente lo que produce tanto su estabilización como su transformación.

De lo anterior se desprende la necesidad de comprender a la comunicación, al interior de la teoría de sistemas, como una operación que el propio sistema gesta con fines auto regulativos; y fuera de esta teoría,

como un fenómeno interactivo, motor de la organización de lo social en tanto que posibilita su configuración, como plantea Martín Serrano (2007), a través de la selección de la información y los modos de comunicación que permite el sistema. Ello implica que todo problema comunicativo, tenga el origen que tenga, conlleva de manera natural a un problema de interacción entre Alter y Ego, que es de interacción social a fin de cuentas, a partir del cual se evidencia la lucha por la supervivencia de un tipo de información y modos de comunicación concretos. La finalidad de esta lucha es, desde la perspectiva sistémica, generar una modificación del estado del sistema; pero desde el punto de vista de la planeación, es reducir o eliminar el grado de tensión en un sistema comunicativo dado.

En ese sentido, insistimos, planear la comunicación no se supedita de manera exclusiva a controlar el *decir* y el medio o canal por el cual se dice, sino más bien a diseñar una serie de procedimientos estratégicos tendientes a producir y promover señales indicativas, de manera que ello posibilite, mediante un programa de intervención, la modificación del estado de alguno de los cuatro elementos de la comunicación para alterar o transformar la relación de sentido que un actor establece con otro o con los sistemas de referencia y social. Estas estrategias pueden oscilar entre lo interpersonal, lo organizacional, lo social o colectivo, lo mediático y lo cultural, en dependencia del alcance y nivel del problema a tratar.²¹

Como se habrá podido apreciar a partir de los ejemplos proporcionados en los apartados anteriores, los problemas comunicativos sólo son tales si se originan en uno o varios de los cuatro elementos que intervienen en el acto comunicativo y su respectiva relación con los sistemas de referencia y sistema social. En ese marco adquiere pertinencia la planeación de la comunicación como modo de intervenir socialmente vía la comunicación para la resolución de problemas o el fortalecimiento

²¹ Para el esbozo de estas estrategias nos hemos basado en la clasificación que hace García (2008) sobre los ámbitos de estudio de la comunicación, en tanto se instalan también como niveles de la actuación comunicativa. Para mayor información consultar el texto de la autora "Las ciencias de la comunicación a la luz de las nuevas tecnologías. Retos para una disciplina en la incertidumbre".

de nichos de oportunidad que tengan como fin la transformación y/o el mejoramiento del acto comunicativo y las condiciones sociales, donde se gesta y desarrolla la vida social. Desde esta perspectiva, creemos, se otorga especificidad a la labor del planeador de la comunicación como comunicólogo, es decir, como científico de la comunicación –no como comunicador– que enfoca su conocimiento a diagnosticar y resolver problemas comunicativos derivados de múltiples escenarios y contextos donde los fenómenos comunicativos tienen lugar.

Galindo (2005), en su texto *Hacia una comunicología posible*, se refería a la práctica de la comunicometodología como aquella que pone al servicio de lo cotidiano el conocimiento que construimos sobre lo que nos configura como entidades socioculturales, para intervenir a partir de ello en dicha construcción, alterándola o reforzándola (p. 182). En una cuerda similar, Macías y Cardona (2007) afirman que la intervención en comunicación como opción teórica y metodológica, busca la aplicación de conocimientos del campo de los estudios de la comunicación en beneficio de la sociedad. Para las autoras, y coincidimos con ellas en función del deber ser de la comunicación aplicada, la comunicación debe tener incidencia en la vida cotidiana del ser humano, mejorándola en cuanto resulta un poderoso mecanismo en el desarrollo de su autonomía y su conciencia personal y social.

De lo anterior se desprende que la planeación de la comunicación resulta una actividad intencionada y premeditada que implica un ejercicio de intervención, que de suyo supone acción o influencia sobre los actores y el entorno en tanto práctica de planeación estratégica que articula los conocimientos teóricos con el diagnóstico metodológico a fin de transformar, construir y/o (re)conducir los flujos de información y las redes de relación social para lograr una mayor comprensión entre los actores implicados; en ese sentido, intervenir es actuar desde afuera con premeditación, alterando la percepción del otro o su estado mediante la producción de información o señales, como dijera Martín Serrano.

Por eso, ya sea el “otro” ser humano o institución, la intervención en comunicación debe hacerse de forma planificada y responsable, en tanto, como ya hemos demostrado, se enfoca en afectar la estructura

de un sistema, sus funciones y las relaciones entre sus elementos al buscar provocar cambios en las relaciones humanas y sociales. Planificada porque, como ya hemos indicado, precisa de orden, estructura e intención; responsable porque requiere de la aceptación y participación de los actores en la consecución de los fines, debido al necesario desequilibrio que causa la intervención en cualquier sistema y que, como ya vimos, funciona como detonante para la autorregulación del mismo.

Con la planeación de la comunicación se interviene un sistema comunicativo, y a través de la incidencia planificada en sus productos y/o relaciones se configuran y transforman las visiones del mundo que nos rodea, y se construyen realidades más o menos estables que funcionan como universos de sentido que orientan y regulan la vida de los sujetos en su ámbito personal y social. En consecuencia, la planeación como estrategia de intervención en comunicación busca promover el intercambio de información y sentido entre los actores y entre estos y su entorno, con la finalidad de mejorar las relaciones entre ellos a través del respeto, la justicia, la equidad y la búsqueda de relaciones satisfactorias para ambos. En ese sentido, la planeación comunicativa es una práctica que requiere tanto de responsabilidad y ética como de preparación profesional. Es además sobre este último aspecto que esta breve contribución a la reflexión epistémica y metodológica de la comunicación aplicada resulta insoslayable en la vida de un profesional de la comunicación.

Referencias

- Castro, L. (junio-septiembre, 2011). Antropogénesis y comunicación. *Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI*, 114-115, 85-67. Recuperado de http://www.ciespal.net/chasqui/index.php?option=com_content&view=article&id=235:monografico-de-manuel-martin-serrano&catid=136:carta-a-los-lectores
- Fuentes Navarro, R. (julio-diciembre, 2005). Everett M. Rogers (1931-2004) y la investigación latinoamericana en comunicación. *Comunicación y Sociedad*, 4, 93-125.
- Galindo, J. (2005) *Hacia una comunicología posible*. San Luis Potosí: Universidad Autónoma de San Luis Potosí.
- García, L. (2008). Las ciencias de la comunicación a la luz de las nuevas tecnologías. Retos para una disciplina en la incertidumbre. *Global Media Journal en Español*, 5(010). Recuperado de <http://www.redalyc.org/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=68701005>
- Habermas, J. (1999). *La inclusión del otro: estudios de teoría política*. Barcelona: Paidós.
- Islas, O., Gutiérrez, F. y Campo, N. (enero, 2002). Por el accidentado sendero de la comunicación productiva en México.

Razón y Palabra, 24. Recuperado de <http://www.razonypalabra.org.mx/espejo/2002/enero.html>

Jodelet, D. (1984). La representación social, fenómenos, conceptos y teorías. En S. Mocovici (Coord.), *Psicología social II. Pensamiento y vida social. Psicología social y problemas sociales* (pp. 469-494). Barcelona: Paidós.

Karam, T. (octubre-noviembre, 2005). Dos debates para un currículo en comunicación y cultura. El caso de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México. *Razón y Palabra*, 10(47). Recuperado de <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n47/tkaram.html>

Karam, T. (marzo-abril, 2008). Epistemología y comunicación. Notas para un debate. *Razón y Palabra*, 13(61). Recuperado de <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n61/tkaram.html>

Luhmann, N. (1993). *Teoría de la sociedad*. México: UIA.

Macías, N. y Cardona, D. (2007). *Comunicometodología. Intervención social estratégica*. México: Universidad Intercontinental.

Martín Serrano, M. (1977). *La mediación social*. Madrid: Akal.

- Martín Serrano, M. (2007). *Teoría de la comunicación, la comunicación, la vida y la sociedad*. Madrid: McGraw Hill/Interamericana.
- Moles, A. (1973). *Socio-dynamique de la culture*. Paris: Mouton.
- Moles, A. y Zeltman, C. (Dir.) (1975). *La comunicación y los mass media*. Bilbao: El Mensajero.
- Moscovici, S. (1979). *El psicoanálisis, su imagen y su público*. Buenos Aires: Ed. Huelmul.
- Pfeiffer, M. (2003). Intención e intencionalidad. Aportes para aclarar un equívoco. *ÉNDOXAS: Series Filosóficas*, 16, 255-270.
- Romeu, V. (2012). Diálogo y sujeto. Apuntes para una discusión sobre la teleología de la comunicación humana. En M. Rizo (Coord.), *Filosofía y comunicación. Diálogos, encuentros y posibilidades*. Nuevo León, México: CECYTE, Nuevo León-CAEIP.
- UNICEF (2006). *Cuadernillo 2. Elaborando proyectos de comunicación para el desarrollo*. Recuperado de [https://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:A3mRDbke3yoJ:www.unicef.org/argentina/spanish/EDUPAScuadernillo-2\(1\).pdf+&hl=es&gl=mx&pid=bl&srcid=ADGEESj8k2cKcJpwRTcbgpShZB3yL](https://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:A3mRDbke3yoJ:www.unicef.org/argentina/spanish/EDUPAScuadernillo-2(1).pdf+&hl=es&gl=mx&pid=bl&srcid=ADGEESj8k2cKcJpwRTcbgpShZB3yL)

sGQ4qODIYAIHzRPkLF79BgWxE8Ix7OeboWYD
VdUMTFhytTuGJB-GbNeOFws5swmkM6R5TCL
puR9AgIMruwU2Tac4YzWE_GZmCjM825XWl4
lyugo&sig=AHIEtbQ1UlyWZGjqFMxBAKRCt6K
kZgLqMw

Notas finales:

1 El nivel de afectación varía en función de los elementos que incidan en la interacción-socialización. Un nivel alto ocurre cuando se involucran las representaciones.