



México Julio 20, 2014

[Inicio](#)

“MEDIATIZACIÓN Y TRANS-SUBJETIVIDAD EN LA CULTURA TECNOLÓGICA.”

LA DOBLE FAZ DE LA SOCIEDAD MEDIATIZADA.

Por [Eduardo Vizer](#)

Número 61

Resúmen:

Este trabajo prosigue proposiciones e investigaciones teóricas presentadas en libros y publicaciones especializadas, con el fin de aportar argumentos e hipótesis para el desarrollo (a)sistemático de cuestiones y problemáticas sociocomunicacionales. Se trabaja sobre las relaciones entre los procesos de mediatización objetiva y subjetiva de la sociedad y lo que he denominado en mi tesis doctoral del año 1982 como “Cultura Tecnológica”. Se presentan proposiciones que articulan las relaciones entre los conceptos de información y comunicación y las de estructura y proceso social. Se propone un modelo de tres dimensiones sociocomunicacionales que fundamentan y objetivan una interrelación trans-subjetiva entre los procesos subjetivos y la construcción de los procesos de mediatización social. Esto a través de dispositivos a la vez tecnológicos y simbólicos, asociados e interrelacionados entre sí en la forma de códigos eminentemente indiciales y procesos abductivos presentados por Peirce.

Introducción. Mediatización objetiva y mediatización subjetiva.-

Giddens asume con agudeza que la vida social se constituye como un doble proceso de estructuración permanente. Y que ese proceso de estructuración se realiza tanto objetiva como subjetivamente: acción social y sentido de la acción, estructura y agencia. A esta naturaleza dual, le podemos agregar la doble dimensión de los procesos de información y de comunicación. Podemos afirmar que la realidad social se *constituye a la vez que se instituye intersubjetivamente*. La sociología comprensiva se sobrepone al funcionalismo y al estructuralismo, en un intento de rescate de la riqueza de la realidad social mediante una proposición teórica que Giddens denomina doble estructuración, o doble hermenéutica de la vida social. Opuesta a esta concepción bidimensional de los procesos sociales, tenemos las propuestas de Luhmann sobre la constitución comunicacional de los procesos sociales, pero sin la dimensión de la (inter)subjetividad. No habría ins-titución, sino des-titución del sentido, reemplazado por los acoples estructurales de las conductas interindividuales. Ni subjetividad ni conciencia, solo inter-acción, dentro de las lógicas de funcionamiento y de organización de un sistema cerrado. En síntesis: monismo *versus* dualismo. En otros términos, podríamos decir: reduccionismo objetivista *versus* reconstitución de nuevas formas teóricas y epistemológicas de concepción de los procesos sociales como duales, como acción objetiva de los actores sociales, y también como acciones cargadas de sentido subjetivo.

Que nos diría Marx ante este dilema? Me animo a decir que “si la realidad determina las formas de conciencia” (Crítica a la Economía Política, 1848/9), sostendría además de la clásica subsunción de las formas de conciencia a las condiciones de existencia, una forma de autonomía relativa –dialéctica- de las formas de conciencia gracias a los recursos del lenguaje, las formas y los imaginarios culturales, las ciencias y las ideas. De lo contrario, Marx hubiera caído en la paradoja de tener que negar la posibilidad de su propio pensamiento crítico. Las formas de existencia, se hallarían condicionadas a las formas y posibilidades de subsistencia (trabajo, recursos, economía, etc.). Al mismo tiempo, la *sobredeterminación* (usando un término Althusseriano) del sistema de producción, condiciona las formas de subsistencia de los seres humanos, pero no sus peculiares formas de *asumir* la existencia. Podemos agregar que –fenomenológicamente- los “mundos de la vida”, o lo que es percibido como la “realidad” vivida por los individuos, se reserva un grado de autonomía a la vez ontológica y epistemológica respecto al modo de producción y a las condiciones económicas y de subsistencia. Seguramente la era de la primera revolución industrial homogeneizó violentamente las condiciones de vida por las modalidades maquinísticas y las jornadas interminables de trabajo. Los obreros prácticamente no pudieron salvaguardar su mundo de la vida de las exigencias coercitivas del modo de producción industrial hasta que las luchas sindicales le aseguraron ciertos derechos a la reapropiación del tiempo

libre. Técnicamente, la economía pos-industrial –al menos en teoría- podría reafirmar un grado mayor de autonomía y libertad, de reapropiación del tiempo libre y de la creatividad y diversidad cultural en las nuevas condiciones del mundo de la vida. Aunque social, política e ideológicamente no sea tan así, ya que surgen nuevos condicionamientos mucho más sutiles e inmateriales que los de la era industrial.

La Cultura Tecnológica (Vizer, 1983, 1998, 2003, 2006) se manifiesta como la emergencia contemporánea de nuevas formas de construcción social de la existencia humana. Se fundamenta en relaciones interdependientes –y ecológicas- entre las tecnologías, las nuevas formas de conocimiento científico, los saberes tradicionales de la cultura, las formaciones imaginarias del mundo de la vida, y la apropiación y reconstrucción subjetiva que realizan los individuos y las comunidades en sus prácticas cotidianas. La Cultura Tecnológica emerge como la nueva forma cultural hegemónica universal. Y su expresión mas refinada surge en los procesos de mediatización social. Podemos concebir a su vez a la mediatización como un doble proceso, a la vez objetivo y subjetivo: objetivo como manifestación de la acelerada y transformadora penetración de las tecnologías –en especial las de información y de comunicación- en todos los órdenes de la vida económica, política, social y cultural. En un primer momento –a partir de comienzos del siglo XX- como medios masivos de comunicación que permitían el surgimiento de las Industrias Culturales marcadas por el modelo de la producción económica masiva y el surgimiento de la figura de públicos consumidores. Ya a fines del mismo siglo, con las denominadas Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación, los procesos de mediatización social revelan una profunda transformación. La producción y el consumo masivos se reservan a los productos “hard” de la tecnología y a lo que ahora se denomina la “industria de contenidos” (modificando la concepción Frankfurtiana de la Industrias Culturales), en lo que V. Britto denomina “la fase de la multiplicidad de la oferta” (2006). Pero el proceso de “consumo” se ha modificado completamente. Se ha individualizado progresivamente a través del acceso masivo a las computadoras y a Internet (en Argentina el año 2006 ya cubría el acceso al 27 % de la población).

Hasta aquí me he referido a los aspectos más “objetivos” de la mediatización social, pero una marca específica de éstos procesos intrínsecamente asociados a la comunicación y la información, se revela en las transformaciones culturales y las necesidades subjetivas que motorizan en forma vertiginosa el crecimiento universal de la demanda de acceso y apropiación tanto individual como social de las TIC’s. Cuáles son las fuerzas misteriosas que están motorizando esta demanda universal ? Más allá de la publicidad, de las modas, de las políticas de Estado, los individuos de todas las culturas demuestran igual fascinación por estas nuevas tecnologías. Pretendo referirme a los aspectos menos visibles y manifiestos de la mediatización social: la construcción social y tecnológica de las nuevas subjetividades. Mejor dicho: la demanda social e individual por la apropiación de las tecnologías de información y comunicación como manifestación de necesidades de expresión de la subjetividad. Una **subjetividad objetivada** por medios tecnológicos, expresada en “productos-mensajes-interacciones” que toman vida propia a través de la circulación en la red. Un proceso de construcción colectiva de **trans-subjetividades** virtuales.

La doble faz de la mediatización social.-

Creo que las figuras teóricas de la doble estructuración y la doble subsunción (Vizer 2007), se refieren precisamente a la “doble naturaleza” de los procesos sociales. Por doble subsunción entiendo la determinación mutua –desde la perspectiva subjetiva de los individuos- que se produce entre las condiciones objetivas de subsistencia y las condiciones subjetivas e intersubjetivas en que los individuos “cultivan” y re-construyen sus mundos de la vida. Este cultivo interpersonal de la vida social, inevitablemente es percibido por los agentes sociales como una *apropiación personal* de los recursos y los medios físicos, sociales, simbólicos e imaginarios que el medio y la cultura le ofrecen. Esta apropiación personal y social de los medios y los recursos –en especial de las tecnologías- puede concebirse como una doble apropiación: *técnica* por un lado y *simbólica o de sentido* por el otro. Apropiación técnica como dominio de la *información y el control sobre técnicas y objetos*, en otras palabras, sobre el entorno. Y apropiación simbólica como dominio de la *expresividad y la comprensión, como formación de la intersubjetividad*. La articulación fructífera entre ambas es la que puede asegurar mejores condiciones para un crecimiento de los grados de libertad y bienestar personal. Pero esta es la mirada más optimista e individualista. Desde una perspectiva colectiva, este proceso de apropiación y crecimiento individual, sino es realizada en un contexto cooperativo, no logra asegurar mejores condiciones de vida ni para toda la sociedad, ni menos aún para todas las naciones. El “sueño americano” de igualdad de oportunidades, supone también un acceso igualitario a las fuentes de información y el derecho a la libre expresión en tanto derecho a la comunicación, de lo contrario solo permanece como un sueño local y elitista, imposible de ser realizado y universalizado (además ha dejado de ser pregonado aún en los propios Estados Unidos). La distribución de iguales oportunidades para todo el mundo se halla mas lejos que nunca antes en la historia de la humanidad, ya que las propias tecnologías de información y comunicación cumplen un doble rol de fomentar la fragmentación del mercado y la sociedad, al mismo tiempo que sirven como mediadoras entre los individuos, promoviendo así los procesos de individuación creciente, aunque también asociada a la creación de comunidades asociativas virtuales. Pero este es un tema demasiado amplio para tratar aquí.

El mundo de la técnica implica un tipo de relación entre el hombre y los objetos. Una relación de apropiación estratégica mediada por el acceso y la capacidad de procesar información, y un dominio de conocimientos y dispositivos que aseguran la relación operativa y eficaz de control o de adaptación sobre el entorno. Ya sean entornos naturales, tecnológicos, institucionales o interpersonales. Implica la capacidad de establecer una relación objetual, a la

vez *información* sobre los objetos, e *in-formación* o competencia por parte de un sujeto para lidiar con ellos en un dominio de realidad definida y referenciada implícitamente en el discurso como realidad objetiva. En cambio el mundo “simbólico-expresivo” implica una relación entre sujetos. Relación intersubjetiva (o trans-subjetiva). Relación eminentemente comunicativa. El “objeto” de esta relación, es la relación-vincular con un Otro, con un Sujeto-Otro, mientras que el “objeto” de la relación informacional es la relación con *lo otro*. Por un lado podemos hablar de un conocimiento y una estrategia objetiva de inserción o control de los objetos y de los *acontecimientos* del medio ambiente. Por otro lado –como la otra cara del mundo de la vida- podemos hablar de un proceso de subjetivación, de interiorización y exteriorización expresiva de los sujetos en un mundo de símbolos, de imágenes, de palabras, de rituales y de gestos. Podemos hablar de una apropiación simbólica y expresiva de los acontecimientos. Podemos hablar de *sentido*. En cierto modo, la información materializa la realidad, la espacializa. Así como la comunicación la desmaterializa, transformándola en un proceso eminentemente intersubjetivo, regido por otras modalidades de construcción del tiempo y la identidad.

La percepción humana transforma los estímulos en datos internos. Datos que organizamos casi inconscientemente en formas de *índices interrelacionados* entre sí en la forma de una Gestalt. Esta organización de los estímulos internos que a-perciben nuestros sentidos no es arbitraria, ni tampoco un reflejo de los objetos de la realidad. Los estímulos se organizan siguiendo patrones internalizados por cada ser humano. Si verbalizamos este proceso, podemos hablar de datos, datos que se “organizan” siguiendo patrones culturales, sociobiológicos, visuales, o lingüísticos. La organización interna –subjetiva- de los datos/estímulos corresponde a una *in-formación* perceptiva de la realidad exterior por medio de dispositivos aprendidos y desarrollados por el sujeto. Al “producto” de este proceso podemos llamarlo *información*. Y la organización lógica y semántica *interna y cognitiva* de esta información nos permite atribuirle- o negarle- *sentido*. La Modernidad occidental y la influencia del pensamiento científico, definieron un sentido estrictamente racionalista, cognitivo y lingüístico para los procesos de construcción de sentido, asociado al concepto de verdad y del lenguaje, en especial el lenguaje científico.

Mediatización, tecnología e información.-

La mediatización social representa el triunfo de la Cultura Tecnológica. El triunfo de la penetración invasiva de las tecnologías de intermediación en todos los órdenes de la vida social. Es a la vez un proceso tecnoantropológico y cultural que transforma y recrea nuestras ecologías físicas, sociales, culturales y simbólicas. En una primer etapa histórica mediante una variedad de dispositivos analógicos dispersos (cine, televisión, video, etc.) que generaron la emergencia de los medios masivos de comunicación y las industrias culturales de consumo masivo. En la actualidad, los dispositivos analógicos están siendo velozmente suplantados por los procesos de digitalización y la convergencia local y global de los dispositivos de mediatización. La convergencia digital es un nuevo hecho económico y tecnológico que promete transformar y recrear los universos reales en virtuales y viceversa. Desde el mundo físico a la biología, de la medicina a la educación, desde la pasividad del consumo mediático tradicional a la interactividad (muy proclamada por los “integrados” a la red, pero poco visible aún en el mundo real). La nueva palabra mágica que sintetiza estos procesos parece ser “cibercultura”, o espacios virtuales de la cibercultura. Aunque tal vez sea más adecuado –y modesto- referirnos a estas transformaciones tecnoculturales como procesos de *mediatización social*, marcada por la aparición de las tecnologías de registro, reproducción y reconstrucción ilimitada de imágenes, sonidos y textos por medios técnicos, así como por los procesos socioinstitucionales que llamamos medios de comunicación. Y en las últimas décadas, marcada por la implantación generalizada de las Tecnologías de información y comunicación (TIC’s), los multimedia, la digitalización y la interactividad, que han planteado un desafío a la hegemonía del lenguaje y la escritura como únicos medios de expresión de la racionalidad moderna. Los medios han exigido a nuestros aparatos perceptivos (formados aún en la lógica del lenguaje y la escritura), aprender a organizar nuestro mundo perceptivo de acuerdo a una multiplicidad simultánea de códigos, lenguajes imagéticos, sonoros, e imaginarios (es interesante reconocer la noción de semiosfera que ha desarrollado Lotman, refiriéndose a la “polifonía” de la vida cotidiana, en las fiestas populares y en la cultura oral).

La comunicación en tanto campo de investigación, precisamente surge como una actividad institucionalizada y un proceso intelectual que busca conocer, interpretar y poner en discurso la naturaleza específica y desafiante de la implantación masiva y global de estas nuevas tecnologías que reproducen y reconstruyen lo que por siglos hemos considerado una única realidad objetiva. Las ciencias sociales –como producto intelectual y académico de la era logocéntrica de la razón y la escritura- tienen enormes dificultades en aprehender la especificidad de la nueva era comunicacional y mediatizada. Para las ciencias sociales, el conocimiento científico *es información verdadera sobre una realidad*. Hay una homología entre el discurso, las proposiciones científicas y los hechos observables. Podemos decir: entre información y realidad. Para la comunicación, esto último no es la solución sino apenas un problema a ser abordado. No hay homología entre información y verdad, porque desde una perspectiva radical y constructivista de la comunicación, tanto la “verdad” como la información son *constructos*, productos resultantes de una adecuación entre procesos de percepción y de interpretación con los procesos históricos, sociales, intelectuales y aún psíquicos. Y ese proceso de construcción –de la “realidad como información, como praxis de sentido y de interpretación”- es precisamente el gran campo ontológico de estudios de la comunicación. Es el campo ontológico de las realidades construídas por los hombres y las sociedades en tanto campos de formación de *sentido* y de *valor*. La investigación y

el conocimiento de las complejidades y sutilezas del mundo de la vida (feliz denominación para esta conjunción entre la realidad física y las formas subjetivas de apropiarnos socialmente de esa realidad “dura”), requiere obviamente métodos y una epistemología diferente a la de las ciencias clásicas, ya que su “objeto teórico” de análisis difiere de cualquier otro objeto científico.

Podemos afirmar que la información supone entonces un producto de una historia, un producto “congelado” de la acción humana o de un proceso técnico. Un “producto” que puede expresarse en forma objetiva y material (como un texto por ej.), y también como un proceso cognitivo de comunicación (como procesamiento de la información que se interpreta subjetivamente como “sentido”). Supone la materialidad de un soporte físico, y un cierto orden textual que permite su análisis. Un doble análisis: de consistencia lógica interna, y de relaciones con un contexto “externo” determinado (ya sea el sistema lingüístico, un sistema informático, observaciones sistemáticas sobre datos y procesos observables, como en la investigación empírica, ya sean conductas políticas, ya sean regularidades institucionales o económicas en el mundo social). No es casual que el *approach informacional* se haya constituido en la cenicienta de los científicos “duros”, de los ingenieros de sistemas y la tecnociencia de la inteligencia artificial, de los programadores y los sistemas expertos, los administradores de Estado, los bibliotecarios y los economistas. Es este paradigma al que hace un cuarto de siglo atrás he denominado cultura tecnológica. Y este también el universo idílico que implícitamente nos ofrece el paradigma de la Sociedad de la Información. Una ambigua sociedad informatizada sustentada en el “control de riesgos”. Y que nos acerca peligrosamente a su inversión: los riesgos del control.

La información como apropiación “técnica” y la comunicación como apropiación “expresiva” de la realidad.-

Para los teóricos de la información de mediados del siglo XX, preocupados por lograr la correspondencia precisa entre información y realidad objetiva, la información representaba una estructura “económica, eficaz y eficiente” de organización de datos, la representación de un objeto, un hecho o una realidad prácticamente física y exterior, representada fielmente en signos codificados y transmisibles. En cambio la noción de comunicación es mucho más amplia, rica e indefinida, asociada a la construcción de la socialidad, los vínculos, la expresión cultural y subjetiva. Para el investigador brasileño M. Sodré (2002, 221), “La palabra *comunicación* en la práctica discursiva corriente, recubre tres campos semánticos: vehiculación, vinculación y cognición”. Desde el constructivismo, la comunicación implica *producir, construir*: relaciones, representaciones, imágenes, textos, sentidos. Para la semiología clásica, la comunicación surgía como un proceso de significación de las palabras, los textos, los mensajes en tanto sistemas de signos, o sea como un lenguaje sistemáticamente codificado por la cultura.

Como relacionar y articular las concepciones sistemáticas de información con las de comunicación, cuando éstas se preguntan por los procesos culturales, el estado de ánimo, las expectativas, los imaginarios, los rumores, las informaciones producidas por los medios de comunicación y sus efectos sobre los procesos y las prácticas sociales, políticas y económicas? Para G. Canclini y M. Barbero (1991), se afirma una relación directa entre la comunicación y la centralidad de las nociones de *apropiación* y consumo cultural: “en el escenario político, simbólico y comunicativo en que las clases y los grupos compiten por la apropiación del producto social, organizan su distinción como sujetos individuales y colectivos, y se integran intercambiando significados, compartiendo el sentido mediante rituales cotidianos”. La eliminación de las lógicas económicas y políticas del análisis de los procesos de comunicación “desfonda la existencia misma del *socius* en que se funda la comunicación” (Barbero).

“Mattelart, desde otra perspectiva propone cuatro t picos en la génesis histórica de la comunicación, otorgando prioridad al análisis histórico por sobre el sistemático. En primer término menciona la relación entre la comunicación y las nociones de organización, progreso, desarrollo y evolución (Spencer), propios de la visión decimonónica de la formación del Estado nación, y el impulso material hacia la construcción (evidentemente física) de carreteras, canales y ferrocarriles. Luego propone la relación entre la comunicación y las utopías tecnológicas (Saint Simon), y la visión del rol del ferrocarril y el telégrafo. En esta categoría se inscribirían también autores como L. Mumford y McLuhan. En tercera instancia propone una relación entre comunicación y geopolítica, en especial en Alemania, y orientadas hacia doctrinas de expansión civil y militar. Como última línea histórica menciona la relación entre la comunicación y el individuo, y el tema de la manipulación de las masas (y la psicología de Le Bon). Retoma de Levy Strauss la necesidad del estudio de la comunicación como intercambio, como flujo de mensajes, de cuerpos y de bienes.”

“La primera línea evidentemente muestra como característica central lo que podríamos ver como *control centralizado del espacio y de los intercambios*. La segunda se asocia con una temática hegemónica de la Cultura Tecnológica de nuestros días: *las utopías de futuro* asociadas a los logros tecnológicos (la Autopista de la Información, por ej.). La tercera con la expansión constante en el *espacio y el tiempo*, que en nuestros días tiende a acelerarse en forma exponencial. Por último, la relación comunicación-individuo muestra una preocupación siempre presente sobre *el crecimiento de la autonomía individual y un segundo tema referido a la manipulación de las mentes* (ya sea que se parta de una perspectiva más integrada o más apocalíptica sobre el poder de los medios)” (Vizer, 2001). Estas cuatro líneas nos presentan una asociación muy estrecha con las funciones sistemáticas de la información: control, expansión del tiempo y del espacio, manipulación, organización centralizada, etc.

Sin embargo, el verdadero motor de las conductas humanas no es la razón –y mucho menos aún la información- sino la “comunicación” de la pasión, las emociones, los intereses, las ambiciones, las fantasías, los miedos, la búsqueda de

la seguridad y la reducción de la incertidumbre sobre el presente y el futuro. En las ciencias sociales se tienden a dar dos tipos de interpretación: a) desde la perspectiva “cientificista positivista” (marcada por la influencia de las ciencias exactas), se buscan leyes, estructuras y regularidades, tratando de eliminar toda forma de subjetividad y valores. b) Desde una perspectiva mas “humanista o comprensiva”, se buscan conocer prácticas (mas o menos establecidas e institucionalizadas), conductas, procesos, circunstancias, condicionantes históricas y culturales, creencias y expectativas. *A priori*, la economía neoclásica tiende a subscribirse epistemológicamente a una perspectiva científicista –y podemos decir informacional-, más que a una comprensiva. La comunicación se halla mucho mas cercana (casi hermanada) con la segunda perspectiva. Hasta cierto punto, se podría decir que tiende a una epistemología y una ontología opuesta.

Considero que el *quid pro quo* que rige la permanencia de ciertas regularidades en los vínculos, en las conductas, en las relaciones sociales (sobre todo institucionalizadas por la tradición, la cultura, o el Estado) se halla en la necesidad subjetiva –conciente o inconsciente- de asegurar medios eficientes y eficaces (económicos ?) de reducir la incertidumbre –creciente- en la vida cotidiana. Ya sea en forma aprendida –socializada- y conciente, ya sea en forma espontáneamente sobreentendida por el sentido común en la vida cotidiana, los seres humanos aprenden de la cultura y en la convivencia diaria las destrezas necesarias para aprender a ***apropiarse***, a ***cultivar*** y a ***reproducir los medios y recursos que les brindan sus entornos físicos, sociales y culturales***. Recursos y dispositivos que han sido colectivamente generados, establecidos, mantenidos y reforzados por la tradición, los valores y los mecanismos de premio y castigo de cada grupo social.

Cuando hablamos de mediatización social, nos referimos a la acelerada y omnipresente presencia de los medios y las tecnologías de información y de comunicación en todas las formas de relación humana y en las prácticas sociales e institucionales. Las actuales TIC’s- van ocupando aceleradamente un lugar predominante en la articulación entre la ecología de los ambientes físicos y sociales, y en los procesos de construcción de sentido y las formas de la subjetividad en la vida social (Vizer, 2003/06). Esto es lo que permite la *apropiación simbólica e imaginaria* de los individuos sobre la vida social y cultural. Claro es que desde esta perspectiva, debemos asumir el concepto de mediatización en un sentido ampliado: incluyendo los medios utilizados por las instituciones educativas y los procesos de *socialización* en general.

Información y comunicación. Estructura(ción) y proceso.-

Establezco aquí proposiciones sobre diferencias específicas entre los términos información y comunicación. Se busca definir propiedades de cada una en relación a ciertas proposiciones teóricas. En este sentido, propongo como una *hipótesis abductiva*, asociar el concepto de estructura (económica, social o lingüística), al de información (o información, como reglas que establecen relaciones regulares entre los elementos componentes de un sistema). En teoría, se propone que la unidad de análisis de la información (bit, número, ecuación, etc.), se diferencie de la noción semiótica-comunicacional de significación, en cuanto a que la primera se refiere a las reglas y la estructura de funcionamiento de los ***dispositivos*** de producción (ya sea de objetos materiales o de textos), y la segunda alude al ***proceso indicial y también abductivo*** de comunicación, y la posibilidad de generar efectos de sentido y construcción de valor (Vizer, 2003/06). A su vez, asumiendo una sugestión que planteé anteriormente, y presentada con admirable claridad por J.L Braga (2007), considero sumamente fructífera la hipótesis que sostiene en su trabajo: “*Comunicação, disciplina indiciária*”. Si el “procesamiento” mental de la información presupone operaciones cognitivas asociadas a una lógica inductiva/deductiva, el proceso de comunicación presenta asociaciones estrechas con una construcción perceptiva indicial y una “lógica” abductiva que “construye imaginariamente” el sentido de una frase, una imagen o una situación, a partir de señales que cumplen la función de índices de un objeto, o de un contexto, permitiendo así un proceso de interpretación y adjudicación de sentido. ***La hipótesis que sostengo aquí es que la comunicación, en tanto proceso de construcción de sentido, se constituye en base a una conjunción de procesos cognitivos e imaginarios de abducción e iconicidad, emotividad, percepciones y sensaciones corporales*** (o sea, en base a procesos de “primeridad” para Peirce, mientras que la creencia mas generalizada asume el “sentido” como un proceso casi puramente mental y del orden de la “terceridad” Peirceana).

Un modelo tridimensional de comunicación.-

En otros trabajos (Vizer 1983, 2003, 2006), he presentado un modelo tridimensional de la comunicación en tanto constituyente e instituyente de las relaciones y los vínculos sociales. Implícitamente, -y a diferencia de la información- la comunicación *no* debe confundirse con el objeto producido, con la información que podemos extraer de un texto, o con el *soporte material y espacial* sobre el que se ha construido (mensaje, texto, imagen, etc.). A diferencia de la información, la comunicación implica cierto grado de intencionalidad – conciente o inconsciente, pero generalmente expresiva- de un acto, ya sea en el proceso de construcción de cualquier mensaje como en el proceso de su recepción. La comunicación implica un *proceso temporal*, una acción *indicial* generadora de sentido y de valor. Puede implicar reflexividad –de naturaleza cognitiva- pero sobre todo implica sensibilidad, provocación de reacciones (inter)subjetivas, conductas, gestos y emociones. Podemos parafrasear a Morin afirmando que la comunicación es el proceso resultante –o emergente- de inter-retro-acciones recíprocas.

En principio se pueden considerar tres dimensiones diferenciadas constituyentes de toda acción de comunicación: **referencial, inter-referencial y autoreferencial** (Vizer 1983). La primera como dispositivo de construcción discursiva de "realidades objetales" (los "contenidos" de lo que se habla); la segunda como construcción de relaciones entre actores sociales que se "referencian" mutuamente entre sí (crean relaciones e interacciones sociales mutuas). Finalmente la tercera dimensión (autoreferencial) como procesos eminentemente sociosubjetivos de auto-observación reflexiva y de presentación del sí mismo en sociedad. Y como marcas del "yo" en tanto sujeto y actor social en el lenguaje y en la interacción social (la "presencia" y la imagen de la persona en tanto individuo ante la sociedad y ante sí mismo).

Desde la perspectiva de un análisis estrictamente sociocomunicacional, he propuesto estas tres dimensiones diferenciadas en los procesos discursivos y comunicacionales. La dimensión referencial, generalmente expresada por medio del lenguaje, como dispositivo de construcción discursiva y consiente de "representaciones objetales" (de **qué** se habla). La segunda dimensión –interreferencial–, como un proceso de *construcción del contexto* de relaciones y vínculos entre actores sociales que se "referencian" mutuamente entre sí (cuando se habla, se habla **con** alguien, con un interlocutor que puede o no estar presente físicamente en la comunicación, como en el caso de la comunicación mediada tecnológicamente: teléfono, e-mail, etc.). Finalmente la tercera dimensión como un proceso de presentación del sí mismo en sociedad, y como marcas de identidad –e identificación– de pertenencia a una organización, una clase social, o una jerarquía. Es la construcción social de la persona en tanto sujeto y actor social (**quién** es el que habla; ya que el reconocimiento social implica la re-presentación del sí mismo en tanto sujeto social, o miembro de un colectivo social, como los actores y las jóvenes que dicen que se "producen" a sí mismas cuando salen a la calle como un escenario teatral). *La mediatización de las prácticas sociales construye entonces comunicacionalmente a los sujetos en tres dimensiones*: a) como referenciación y construcción simbólica del mundo de los objetos (la dimensión del discurso que se refiere a la "realidad exterior", y que se *asocia íntimamente a la noción de información*); b) como función de inter-referenciación, como construcción social y temporal de las relaciones y los vínculos entre los agentes sociales, (suplantando así la noción empirista de "interacción social"). Por último, c) una dimensión de autorreferencial de los propios agentes sociales, como los modos, estilos y términos que emplean las organizaciones y los individuos (conciente o inconcientemente)- para "presentarse" ante los demás y ante el mundo (como los políticos, los deportistas, los artistas y los famosos que se "producen" para construir una imagen pública positiva de sí mismos). Los medios de comunicación y las tecnologías de información (TIC's) no rompen con las tres dimensiones, sino que las *mediatizan*. Esta mediatización tecnológica implica *expandirlas en nuevos espacios y tiempos* (ahora digitalizados y virtualizados). Los dispositivos expresivos de los medios tradicionales como la radio, el cine y la televisión permitieron el desarrollo global de una *expansión espacial*, a la vez tecnológica e imaginaria. A esta expansión espacial de los medios, las TIC's agregaron la posibilidad de *control del tiempo* y la multiplicación de los dispositivos de producción y acceso a la información (Internet como una cyberbiblioteca que expande la dimensión referencial del texto a una dimensión cybereferencial). La TIC's mediatizaron también los dispositivos de intercomunicación (como inter-referenciación, o "interacción mediada por computador" en el e-mail, los chat's y la convergencia digital entre las redes y las múltiples terminales interconectadas). Por último, las TIC's permitieron la emergencia de nuevos dispositivos de expresión autoreferencial (como los blogs, los diarios íntimos, las imágenes privadas volcadas a internet, etc.). Hemos entrado entonces a un mundo de cyberinformación y cybercomunicación donde la propia aceleración de la velocidad de la circulación de las palabras, los datos y las imágenes en la Red, expande en forma cuantitativa y cualitativa la producción, la circulación y el consumo de información. Otro tanto sucede con las nuevas modalidades interactivas de intercomunicación y autoexpresión personal en el espacio digital. Las tres dimensiones tienden a intermezclarse entre sí en los procesos de circulación dentro de las nuevas ecologías virtuales, donde se articula la información con la intercomunicación y la expresión personal, en tanto procesos trans-subjetivos de la mediatización social.

*"Considero a la comunicación como la manifestación "simbólica y cargada de sentido", a través de la cual la sociedad construye culturalmente su **ecología social**. Un "cultivo" ambiental, un entorno (de sentidos y de valores) que las propias comunidades y los individuos pueden hombres generar (cultivar, en forma consciente o inconsciente) a través de diferentes formas de aprendizaje y de **trabajo**, produciendo los recursos necesarios para el colectivo social. Los agentes sociales se ponen en "enacción" por medio de **dispositivos** culturales aprendidos y reconstruidos permanentemente. Proceso que implica a la vez un **trabajo de estructuración sobre el espacio y el tiempo: trabajo físico y también social, cultural-simbólico e imaginario**. Las sociedades regeneran sus recursos productivos construyendo dispositivos y prácticas organizadas. Éstas se instituyen como **estructuras** de un sistema a fin de ocupar, desarrollar y distribuir "racionalmente" los múltiples espacios y tiempos que les aseguren la organización y el acceso a los **recursos** para su supervivencia: prácticas instrumentales; normas, valores y rutinas formales e informales; estilos de vinculación y asociación social; organización espacial y temporal de sus "ambientes"; dimensiones culturales, simbólicas e imaginarias."* (Vizer, de "Aportes a una teoría social de la comunicación". Presentación a la reunión anual de la COMPÓS 2006, BRASIL).

1) Viene muy al caso un buen ejemplo de una experiencia que me tocó vivir en 1996, en ocasión de una estadía en calidad de Fulbright Fellow en la Universidad de Massachussets. En una de las reuniones semanales con el equipo académico, se plantearon los riesgos de dejar para la universidad en que se trabaja, textos producidos por los profesores y los investigadores. Las universidades se hallaban en pleno deslumbramiento con las posibilidades de

informatizar textos y construir bancos de registros audiovisuales sobre el desarrollo de clases y experiencias. Como el argumento oficial de la universidad mencionaba la posibilidad de difusión y trascendencia de la producción intelectual del “autor”, algunos profesores aceptaron la oferta, transfiriendo a la universidad la mayor parte de sus “producciones”. Basta mencionar que algunos de estos profesores perdieron su cargo al comienzo del próximo semestre. Hasta donde yo sepa, luego de esta experiencia no surgieron más profesores “dadores voluntarios” de su producción intelectual.

Bibliografía

- Atlan H., *Ruido, complejidad y significado en los sistemas cognitivos*, Revue Internationale de Systemique, vol. III, no.3,1989, TGS al día No.1º, Bs.As., 1991.
- Auerswald E.H., *Paradigms and Definitions*, mimeo, San Francisco, 1993.
- Balandier G., *El Desorden, la teoría del caos y las ciencias sociales. Elogio de la fecundidad del movimiento*, Gedisa, Barcelona 1989.
- Berger P. & Luckmann T., *La construcción social de la realidad*, Amorrortu, Bs.As. 1986.
- Bernstein R. J., *Beyond objectivism and relativism. Science, Hermeneutics and Praxis*. Univ. of Pennsylvania Press, 1993.
- Bilbao C. (comp.), *La ciencia del hombre en el siglo XVIII*, Cedral, Bs.As., 1991.
- Braga, J. Luiz. *Os estudos de interface como espaço de construção do Campo da Comunicação*. Ponencia a GT Epistemología de Compós 2004. S. Paulo.
- “.... “*Comunicação, disciplina indiciária*”. Trabajo presentado a la XVI Reunión de la Compós. Curitiba, 2007, Brasil.
- Chang Briankle G., *Deconstructing Communication, Representation, Subject and Economies of Exchange*. University of Minnesota Press (1996).
- Giddens A. & Turner J.H., *La teoría social, hoy*. Alianza Ed., México 1987.
- Klimovsky G. & Hidalgo C., *La epistemología de las ciencias sociales. La Inexplicable Sociedad*, A-Z Ed. Bs. As. 1998.
- Lakatos I. *The Methology of Scientific Research Programmes*, una colección de ensayo de Imre Lakatos. Cambridge University Press. London, New Cork, Melbourne. 1975.
- Lotman Iuri, *La semiosfera I Semiótica de la cultura y del texto*. Frónesis, Cátedra.Un.Valencia, Madrid 1996
- Lopes, M.I., *Sobre o estatuto disciplinar do campo da Comunicação*. En Epistemología da Comunicação. Ed.Loyola, S.Paulo. 2003.
- “... M.I., *O campo da comunicação: sua constituição, desafios e dilemas*. Famecos No.30, agosto 2006.PUC.
- Morin E., *Sobre la Interdisciplinariedad*, Boletín No. 2 del Centre International de Recherches et Etudes Transdisciplinaires (CIRET), Paris. (?)
- “.. , Edgar *El pensamiento complejo*. Ed. Gedisa. Barcelona 1996.
- Morris, Charles *La significación y lo significativo. Estudio de las relaciones entre el signo y el valor*. Comunicación serie B. Ed. Alberto Corazón. Madrid, 1974.
- Papert S., & Turkle Sh. *Epistemology and Learning Group*, Media Laboratory, Massachusetts Institute of Technology. Original, 1990.
- Peirce, Ch. S., *Principles of Philosophy. On a New List of Categ*". Collected pap, 1559. Cambridge, Mass. 1933
- Prigogyne I., *Creatividad en las Ciencias y las humanidades. Un estudio en la relación entre las dos culturas*, El proceso creativo Ed. L. Gustafsson, Ministerio Educ. y Ciencia, Estocolmo 1993.
- Schnitman D.F., (comp.) *Nuevos Paradigmas Cultura y Subjetividad*. Ponencias y diálogos del Encuentro Interdisciplinario, Bs. As. 1991. Ed. Paidós, Bs.As. 1994.
- Rodrigues, A. D., *O impasse da técnica no conflito dos saberes*. En "Agonia do Leviatá. A crise do Estado moderno". Novo Pacto da Ciência - 5. Org. C. Medina & M.Gre'co. ECA/USP/CNPq 1996.
- Rosnay de, Joël: *Los saberes conectados crean un conocimiento superior*. Entrevista, revista [Transversales, Science culture](#) , Nueva Serie, N°1, mayo 2002 (12/05/2002
- Sfez L., *Crítica de la Comunicación*. Amorrortu. Bs. As, 1995.
- Tacussel Patrick, *A sociología interpretativa*. Famecos N° 18, agosto 2002. PUCI, Río Grande do Sul, Brasil
- Varela F. J., *CONOCER. Las ciencias cognitivas: tendencias y perspectivas*. Gedisa, Barcelona 1990.
- Vizer, E.A., “*The Challenges of developing a Technological Culture*”. United Nations Department of Public Information. Nueva York (1987). Trad.Telos No.37, Madrid (1994).
- ...”, E. A., “*SOCIOANÁLISIS, metodología de investigación, análisis diagnóstico e intervención social*”. Redes.Com No 2. Sevilla 2005. Instituto Europeo de Comunicación y Desarrollo.
- ...”, E.A., “*Globalization and Cooperation. Social actors on a New Technologies and Communication perspective*”. Anales del Congreso CALACS (Canadian Association for Latin and Caribbean Studies, Canadian Journal) 1991.
- ...”, Eduardo. A., *La trama (in)visible de la vida social: comunicación, sentido y realidad*. Ed. La Crujía, Buenos Aires, 2ª. Ed. 2003/2006.

...”, *Ciencias sociales, Cultura y Tecnología*. En *Comunicación y tecnocultura en la Sociedad de la (in)formación*. Buenos Aires, libro en prensa.

...”, *El Modelo Actor-Observador y el desarrollo de una perspectiva comunicacional*. (Compilac. Iberoamericana en Teorías de la Com.) Univ. de Guadalajara y ALAIC. México, 1994. ISBN 968-895-577-9

“ , *Comunicación: apropiación expresiva de los mundos sociales ? Propositiones para un Programa de Investigación sociocomunicacional*. Revista da ALAIC No. V. USP, Brazil, 2007.

“ , *Modelización del conocimiento social: la comunicación como estrategia de apropiación expresiva de los mundos sociales*. FAMECOS No. 32, abril 2007. PPGCOM- PUC. P. Alegre

Vizer-Ortiz. - *Educación Ambiental desde el “Pensamiento Complejo”*. Publ. OEA y Ministerio de Educac., Bs. As. 1993.

Wallerstein, I., *El Legado de la Sociología, la Promesa de la Ciencia Social*. Discurso Presidencial, Décimocuarto Congreso Mundial de Sociología, Montreal. 1998.

....” & Prigogine I. et.al, *OPEN THE SOCIAL SCIENCES, Report of the Gulbenkian Commission on the Restructuring of the Social Sciences*. Lisboa 1995. (Versión original).

....” , *Impensar las ciencias sociales. Límites de los paradigmas decimonónicos*. Siglo XXI, México 1998.

Zeitlin I., *Ideología y Teoría Sociológica*. Amorrortu, Bs. As. 1970.

Eduardo Andrés Vizer

Dr.en Sociología.Prof. Visitante CNPq. cat. 1 PPGCOM Univ. Fed Rio Grande do Sul (UFRGS) Prof. Consulto e Investigador Titular1. Fac. C. Soc., Inst.Germani UBA.1er. Director Carr. C. de la Comunicación,UBA. Coord. Epist. y Teoría del Conocimiento



© Derechos Reservados 1996- 2007

Razón y Palabra es una publicación electrónica editada por el Proyecto Internet del ITESM Campus Estado de México.