

## LA NOCIÓN DE MEDIACIÓN COMUNICATIVA PARA EL ANÁLISIS Y EL DISEÑO DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

**José Luis Piñuel Raigada**

Catedrático

Facultad Ciencias de la Información. Universidad Complutense de Madrid. Avda. Complutense, s/n, 28040, Madrid (España) - Tlfn.: (+34) 913026196 - Email: [pinuel@ccinf.ucm.es](mailto:pinuel@ccinf.ucm.es)

### Resumen

Se ponen en relación la Comunicación y la cohesión en las formaciones sociales, tanto desde la perspectiva de su instauración como objetos de estudio, como desde la revisión de las prácticas sociales, académicas y profesionales que adquieren compromisos con la gestión de la Comunicación en las organizaciones y con la investigación. En este último sentido se hace la propuesta de un modelo de investigación basado en el concepto de mediación.

### **Palabras clave**

*Teoría de la Comunicación, comunicación organizacional, mediaciones*

### **Key Words**

*Communication, Organization, Mediation*

### **Abstract**

The communication and the cohesion in the social organizations are put in question, as much from the perspective of their instauration as study objects, like from the revision of the social, academic and professional practices that acquire commitments with the management of the communication in the Organizations and with the scientific research. In this last sense the proposal becomes of an epistemological model based on the mediation concept.

## Introducción: el estado de la cuestión

Como ya he expuesto en otros lugares (ver Piñuel, J.L. 1997), la biología y la psicología han demostrado que la progresiva autonomía, independencia y distanciamiento del sujeto humano respecto de la presión de su entorno físico (comparada con el resto de seres vivos), viene dada por la capacidad de control, cada vez menos pegado a estimulaciones sensoriales, que el ser humano ha sido capaz de desarrollar sobre sí mismo, sobre el hábitat donde vive, y sobre la apropiación que puede ejercer sobre él. Ahora bien, la relación entre el cambio del entorno y la conciencia que el sujeto, que permanece, se hace de ese cambio, no puede establecerse sólo por la actividad escrutadora del sujeto en cuestión, sino por el concurso de otros sujetos reconocibles que le proveen de información acerca de ese cambio, identidad y relación. La actividad mediadora de la comunicación conoce aquí su origen: la mediación se produce por la intervención de procesos de comunicación, o de intercambio de información, entre Actores de la Comunicación. De modo que aquél intercambio sirve para mediar entre el acontecer del entorno (físico y cultural), y los humanos que lo habitan y necesitan adaptarse a aquél. Hoy sabemos ya que en todas las épocas históricas —y aún en aquellas que denominamos “prehistóricas”— los colectivos humanos han desarrollado ruti-

nas, pautas, habilidades, etc., por medio de las cuales se crea y reproduce un capital cognitivo que, sostenido por prácticas comunicativas y transmitido de generación en generación, garantiza la confianza o la seguridad sobre las actuaciones que la sociedad prescribe llevar a cabo para su reproducción, y ello hasta el punto de que la reproducción biológica de nuestra especie terminó por supeditarse a la reproducción social de los grupos humanos, sin la cual aquélla resulta ya poco viable. Por las ciencias de la naturaleza hemos llegado a comprender, precisamente, cómo la comunicación permite a los seres vivos, en primer lugar, ir configurando un dominio de existencia propio, al que se incorporan de forma recíproca y dialéctica las habilidades de la especie y las oportunidades que les brinda el entorno (Cfr. v.g. Maturana y Varela, 1973, 1996); y por las ciencias humanas hemos llegado a comprender cómo, en segundo lugar, la comunicación llega a ser un comportamiento específico determinante en la evolución del individuo (en su maduración personal y social —Cfr. v.g. Vigotsky, L.S. 1988), pero también en la construcción de identidades, hábitos, escenarios e imaginarios sociales sin los cuales ni el conocimiento compartido, ni las relaciones humanas en sociedad se pueden reproducir (Cfr. v.g. Luhman, N. 1991); hemos llegado a comprender cómo

también, en tercer lugar, la comunicación es el universo respecto al cual adquieren vida y vigencia las reglas del lenguaje, las normas de la lengua y los discursos expresivos pero que, recíprocamente también, reglas, normas y discursos contribuyen a enriquecer y reproducir el universo de la comunicación (Cfr. v.g. Deacon, T.W, 1997); también por la Arqueología y las ciencias etnográficas, hemos llegado a comprender cómo, en cuarto lugar, la escritura y su evolución cultural muestra esa dialéctica entre comunicación y lenguaje, promoviendo la reproducción del conocimiento socialmente vigente, de generación en generación (Cfr. v.g. Garfinkel, H. 1967); cómo, en quinto lugar, con la experiencia de la escritura llega el titubeo sobre la mejor adecuación entre expresiones y representaciones, y que estas dudas aparecen tanto si se considera el desarrollo del individuo, como la evolución de las culturas, y están en el origen de los discursos que socialmente se imponen para garantizar el conocimiento seguro (con sus criterios de “verdad”, tanto míticos como científicos –Cfr. v.g. Lledó, E. [1961] o Piñuel, J.L. y Lozano, C. [2006] cap. 6); cómo, en sexto lugar, van cambiando históricamente estos criterios de verdad cuando se aplican al propio “discurso histórico”, el cual proporciona las claves para ubicar en el tiempo y el espacio el acontecer de la comunidad propia y de las ajenas (Cfr. v.g. Ranke, L.V. 1954; Bachelard, G. (1973); y, en fin, cómo, en séptimo lugar, la reflexión cientí-

fica sobre la comunicación como objeto de estudio, ha llevado a repensar el orden natural y el orden social desde la propia práctica social de la comunicación (Cfr. v.g. Leydesdorff, L. [2003], o bien Piñuel J.L. & Lozano, 2006, óp. cit. cap.8).

Es además un hecho que, hasta ahora, todos los grandes pensadores han aportado muy ricas experiencias sobre la actividad comunicativa, y muchas ciencias, y muy diversas éstas entre sí, han producido saberes muy importantes a propósito de la actividad comunicativa. También, hasta fechas muy recientes, el caudal de experiencias aportado por pensadores y científicos, y el capital cognitivo acumulado sobre la comunicación, por las diversas ciencias, se ha manifestado, unas veces incompleto, otras demasiado parcelado, y frecuentemente mal organizado debido a la disparidad de criterios teóricos y epistemológicos. Existe efectivamente el reto epistemológico de enfrentarse, primero, a cierta excesiva acumulación de saberes que atañen a la comunicación como objeto material de estudio; y evidentemente este empeño posiblemente ha obligado a repasar los saberes que actualmente la biología, la psicología, la lingüística, la filosofía, la historia y la sociología aportan al estudio de la comunicación animal, de la comunicación humana y de la comunicación social; también a veces se plantea examinar tales aportaciones procurando completarlas hasta constituir un campo de estudio: el de la comunicación; no obstante, este empeño

obligaría también a plantearse si existe un paradigma disciplinario susceptible de proporcionar un nuevo enfoque capaz de

integrar y reorganizar todos los saberes sobre la comunicación.

## **Objetivo: contextualizar la actividad mediadora de la comunicación al servicio de grupos y organizaciones**

La actividad mediadora de la comunicación al servicio de grupos y organizaciones, posee una explicación en términos de integración y consenso, entendiendo el término *consenso* en su sentido etimológico de «acuerdo de sentido». Más aún, las interacciones comunicativas constituyen la red por donde circula la materia prima (significados y valores) de la estructura de relaciones sobre la que reposa la arquitectura de posiciones y funciones asignadas a los componentes de una formación social: individuos, grupos, medios y procesos de producción, productos intercambiables y reglas generadoras de orden interno y externo; de forma que de la organización material de una formación social histórica se espera siempre una perpetuación del sistema que trasciende la individualidad de sus componentes y atañe a un sujeto genérico que actúa en un espacio/tiempo que le es propio a la vida histórica de los pueblos y de sus instituciones.

Las interacciones comunicativas pueden, pues, ser consideradas desde la óptica de procesos de un sistema (el sistema de flujos habidos, flujos en curso y flujos posibles de comunicación) en cuyo desarrollo y repro-

ducción no sólo intervienen los interlocutores en cada situación, sino aquellos instrumentos de los que éstos hacen uso para generar, distribuir y recibir espacialmente mensajes que, conforme a determinadas reglas de orden -o lenguajes-, sirven para hacer posible la *relación interpersonal* (mutuo reconocimiento en situación frente a un entorno físico compartido) y la *interacción social* (la “agentividad” – *agentivity*- lingüística y cognitiva que consecuentemente facilita la organización material de tareas distribuidas y desempeño de roles conforme a compromisos, reglamentos, leyes, etc., que los legitiman. -Cfr. J.R. Taylor, 2001).

Las interacciones comunicativas, por tanto, desempeñan un papel mediador dirigido a integrar el sistema psicocognitivo de las conductas de los individuos en el sistema de la organización material de la producción de bienes y servicios; y, a la inversa también, dirigido a lograr la adecuación ergonómica del sistema de trabajo y producción, a las exigencias del sistema psicocognitivo de los comportamientos humanos.

Ahora bien, las interacciones comunicativas resultan también mediadas por condicionamientos sociales (rutinas, hábitos, costumbres de la organización material del trabajo humano: oficios, roles, status, cultura organizacional...) y por condicionamientos psicológicos cognitivos y emotivos (sedimentados por la microhistoria de las circunstancias personales de los miembros de la organización social y la de sus interlocutores). La instalación y uso de medios y prácticas de comunicación, por

parte de las formaciones sociales, culturales, históricas, debe hacerse tomando en cuenta las mediaciones impuestas por el sistema social de la organización material de la producción y por el sistema psicocognitivo del comportamiento humano, así como también tomando en cuenta las mediaciones sociales y psicocognitivas que la propia comunicación puede facilitarle a la organización material de la interpretación y construcción de lo que, habitualmente, se entiende por *realidad*.

## **El terreno de los saberes y las prácticas profesionales expertas en la Empresa**

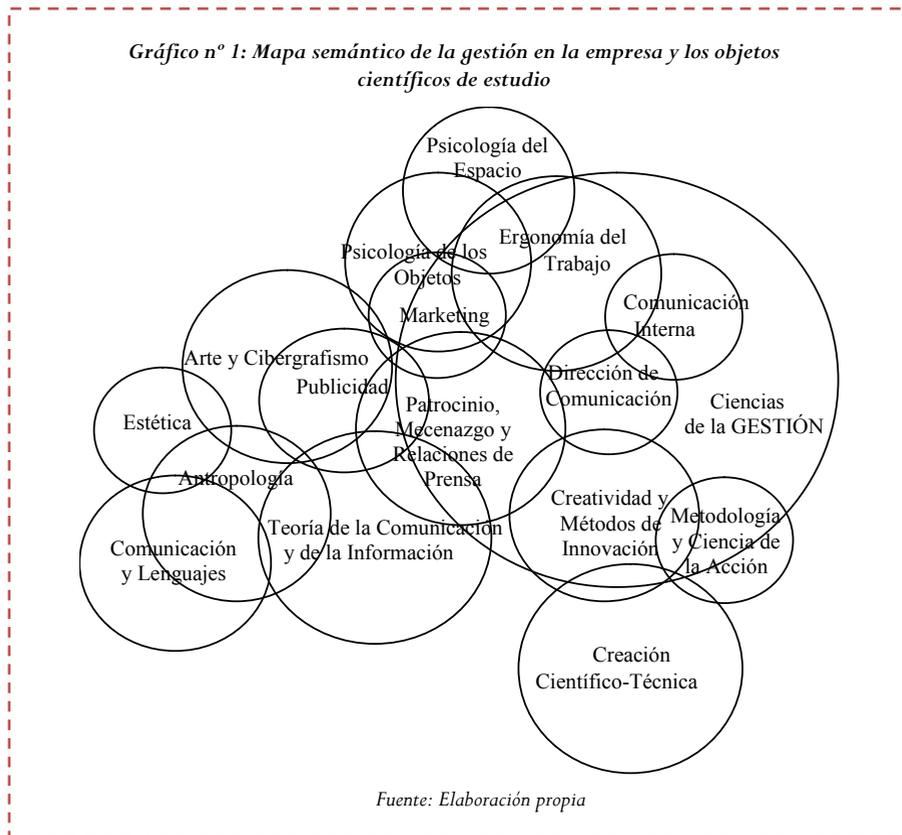
En la experiencia acumulada por la práctica de los saberes movilizados al interior de las organizaciones y en el discurso con que posteriormente los profesionales dan cuenta de ella y permite a unos y a otros de profesiones distintas reproducir verbalizaciones sin requerir constantemente acuerdos y explicaciones, existen representaciones que sirven para describir objetos de estudio y su relación con otros objetos de estudio más o menos próximos. El saber acumulado sobre la comunicación como objeto de estudio en el capital cognitivo que brindan las ciencias no está al alcance en el día a día de la experiencia de los profesionales en las organizaciones. Es cierto que se puede exponer, explicar y comentar acudiendo al “cajón” de cada una de ellas y revisando su contenido a la búsqueda de aquellos capítulos y apartados relacionados

con la actividad comunicativa de los seres vivos (Biología), con la actividad comunicativa del “Homo Sapiens” (Antropología) o relacionados con la conducta y el comportamiento humanos (Psicología), o relacionados con el lenguaje y la escritura (Lingüística), o relacionados con los vestigios culturales y los discursos a través de los cuales conocer el devenir de la historia y del pensamiento humanos (Historia y Filosofía), o, en fin, a la búsqueda de aquellos capítulos y apartados de la epistemología moderna que, tanto desde los saberes sobre la Naturaleza, como desde los saberes sobre la Cultura, han pretendido revisar y reorganizar las visiones hasta ahora parciales de las diferentes ciencias, proponiendo reunificarlas desde paradigmas formales nuevos, y uno de ellos ha sido el paradigma de la Comunicación. Pero el saber acumu-

lado sobre la comunicación como objeto de estudio en el capital cognitivo que está al alcance en el día a día de la experiencia de los profesionales en las organizaciones, puede desvelarse explorando el discurso que ellos producen cuando se conversa y se discute aprovechando la estrategia de ir construyendo en grupos de discusión, por ejemplo, círculos convencionales que representen objetos de conocimiento de los

saberes disponibles, de forma que cada saber (cada círculo) puede comprender o estar comprendido en otros, o bien relacionarse entre sí mediante las operaciones booleanas de conjuntos... En el Gráfico 1 se muestra un ejemplo del resultado de este juego, mantenido con profesionales, todos Directores de Comunicación españoles, participantes en un curso de la UCM.

Gráfico nº 1: Mapa semántico de la gestión en la empresa y los objetos científicos de estudio



Fuente: Elaboración propia

Tomando en consideración los saberes y discursos profesionales involucrados en la gestión de las Organizaciones, aún se podría plantear la cuestión del diverso encuadramiento académico, profesional y social recibido por estos saberes y discursos profesionales. El Cuadro 1: *Matriz de contextualización de saberes*, muestra ejemplos de cómo estos saberes, repartidos tradicionalmente por Facultades Universitarias, adquieren diversa contextualización (señalada por los colores azul, verde, o violeta), según respectivamente reciben criterios de utilidad procedentes de su origen en la propia tradición académica, o de exigencias sociales surgidas externamente a las empresas pero acogidos en éstas, o en aspiraciones surgidas en la propia gestión de las organizaciones. Concretamente, los saberes y objetos de estudio enunciados en las casillas de este cuadro son todos ellos considerados útiles en la gestión de las Organizaciones y Colectividades institucionalizadas, pero se alinean en las columnas correspondientes a distintas facultades universitarias (tomando aquí como referencia España), y su carta de naturaleza unas veces radica sobre todo en aspiraciones de consistencia epistemológica, como en el caso de las teorías sobre formación de capital, de la psicología de valores y aspiraciones, o de

condiciones ergonómicas del trabajo; otras, radica principalmente en exigencias sociales que se le demandan a la empresa, como es el caso de la salud, higiene y nutrición en el lugar de trabajo, en el de la viabilidad del mercado donde las empresas se ven arrojadas a la competencia entre ellas, o en el de las regulaciones jurídicas donde se ventilan derechos y obligaciones de los sujetos y de las entidades colectivas; pero existen saberes y discursos profesionales cuya carta de naturaleza surge por iniciativa de la empresa, la cual reclama para sí el reconocimiento y legitimidad de un “saber hacer” cuya utilidad considera privativa; se trata de aquellos saberes y discursos profesionales que están señalados en violeta, todos ellos más o menos dotados de presupuestos y estructura y que, en el caso de los saberes vinculados a los oficios y profesiones de la comunicación, han llegado a la universidad y adquirido solvencia social tras décadas de haber sido incorporados antes a las rutinas del trabajo cotidiano, impidiendo con ello en cierta manera que el conocimiento de la comunicación como objeto, el análisis de los campos donde la comunicación se hace presente, y la práctica de la comunicación, recíprocamente se hayan podido enriquecer, progresar y reproducirse.

**Cuadro n.º 1. Matriz de la contextualización de saberes**

		Facultades universitarias					
		Medicina	Ciencias económicas	Ciencias empresariales	Derecho	Psicología	Ciencias de la comunicación
Gestión de la empresa	Salud laboral		Teorías Micro y Macro sobre formación de capital	Administración financiera (Sociedades, Bolsa, etc.)	Derecho financiero, fiscal, etc.	Psicología de los valores y aspiraciones	Comunicación estratégica y comunicación financiera
	Prevención de riesgos		Producción (análisis de costes, sistemas, etc.)	Gestión de calidad (Investigación operativa, certificados de calidad, etc.)	Derecho laboral	Ergonomía del trabajo	Comunicación interna, comunicación de crisis, comunicación “B to B”, etc.
	Higiene, nutrición, etc.		Mercado (viabilidad de oferta y demanda, distribución, precios, etc.)	Comercialización (Gestión de stocks, mantenimiento, distribución, etc.)	Derecho mercantil, etc.	Psicología del consumo, etc.	Publicidad, RR. de Prensa, eventos, patrocinio y mecenazgo, etc.

Fuente: *Elaboración propia*

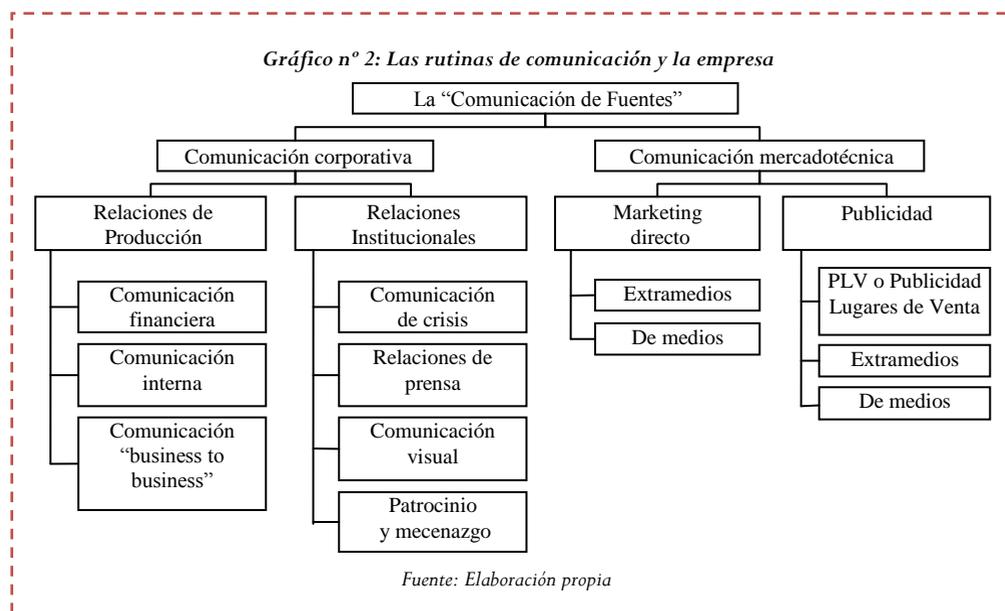
## La comunicación organizacional como objeto, sus saberes de referencia y los modelos de su revisión

Hemos concluido el apartado anterior afirmando que los oficios y profesiones de la comunicación, han llegado a la universidad y adquirido solvencia social tras décadas de haber sido incorporados antes a las rutinas del trabajo cotidiano, impidiendo con ello en cierta manera que el conocimiento de la comunicación como objeto, el análisis de los campos donde la comunicación se hace presente, y la práctica de la comunicación, recíprocamente se hayan podido enriquecer, progresar y reproducirse. Resulta hoy día evidente que, aunque con diferencias de casi una década compa-

rando ambos lados del Atlántico norte, las etapas del saber comunicacional en las organizaciones se inician bajo dominio de la experiencia cotidiana de la gestión empresarial, cuya sistematización comienza con la preocupación de hacer corresponder las estrategias por definir públicos, objetivos, recursos y rentabilidad de campañas, con la geografía de departamentos y estructuras más o menos imaginables por sus profesionales. Puede contemplarse a este respecto el Gráfico 2: *Las rutinas de comunicación y la empresa*, donde se muestra un árbol invertido cuyo tronco, “La comunicación de

Fuentes”, se llama así por oposición a la “Comunicación de Medios” cuyo discurso profesional y científico le antecede en su legitimación, y donde las ramas arrancan diferenciando “Comunicación corporativa” de “Comunicación mercadotécnica” según que sus interlocutores se auto reconozcan anteponiéndose una identidad social previa a cualquier intercambio (de capital, en la

“Comunicación financiera”, de trabajo en la “Comunicación interna”, de prestaciones productivas, en la “Comunicación B to B”, etc., en la rama de las “Relaciones de producción”; o de credibilidad, confianza y reputación en la rama de “Relaciones institucionales”) o por el contrario una identidad diluida tras el intercambio de mercancías...



La siguiente etapa del saber comunicacional en las organizaciones se continua reclamándole a la Academia ocuparse de hallarle validez epistemológica y herramientas de evaluación metodológica a aquellos nuevos objetos de estudio que, vinculados a problemas de gestión, ya se saben que son abordados por campos de conocimiento o “disciplinas” científicas más o menos consolidadas, algunas de las cuales

han producido modelos teóricos capaces de ayudar en la revisión de las prácticas profesionales, que es la encrucijada donde investigadores y consultores confluyen... A este respecto puede contemplarse el Cuadro 2: *Objetos de estudio, campos de conocimiento y modelos para revisar el saber de “La comunicación organizacional”*, donde se ilustra con ejemplos algunos de estos objetos de estudio (primera columna), algunas de las dis-

ciplinas que los han abordado (segunda columna) y algunos de los modelos teóricos que han permitido poner a prueba la revisión de las prácticas profesionales a ellos vinculadas en la Comunicación Organizacional. Y tras esta etapa, han llegado otras

marcadas por las instauraciones (a veces alternativas) de objetos privilegiados de estudio y cuya geografía de trayectorias no se pueden desarrollar por carecer en esta ocasión de espacio y oportunidad.

**Cuadro n° 2. Objetos de estudio, campos de conocimiento y modelos para revisar el saber de “La comunicación organizacional”**

Ámbitos de conocimiento			
	Algunos objetos de estudio	Campos de conocimiento	Algunos modelos que revisan el saber
Comunicación Organizacional	Transmisión de mensajes y redes para la circulación de información	- Física Arquitectura de computadores, etc.	- Teoría de la Información (Shannon) - Teoría de Redes (Degenne & Forsé, 1999), etc.
	Lenguajes, textos, discursos, significados	- Semiología Lingüística	- Teoría del Prototipo, en Semántica cognitiva (G. Lakoff) - Modelos narrativos (storytelling de Yannis Gabriel), etc.
	Comportamiento grupal	Psicología social	- Teoría de la disonancia cognitiva (Festinger, L.) - Teoría del “Doble vínculo” (Bateson, G.), etc.
	Interacción social	- Sociología Antropología	- Teorías del capital estratégico (Aaker, D.) - Conversation theory (Pask, G.) - Teoría de las distancias (Hall, E.T.), etc.

Fuente: Elaboración propia

## Metodología: revisión epistemológica de los requerimientos para desarrollar un modelo teórico integrador para la “comunicación organizacional”

Una trayectoria histórica como la brevemente descrita, responde a mi juicio a una carencia previa de disciplina capaz de integrar los objetos de estudio que han sido apuntados, haciéndolo desde las visiones de esos objetos liberadas de vasallajes epistemológicos, como si la validez del conoci-

miento científico en Física, en Informática, en Semiología y Lingüística, en Psicología, Sociología o Antropología tuviese que repartirse de forma que si una disciplina lo garantiza para uno de esos objetos, las demás nunca podrían compartirlo y deberían cedérselo. Esa disciplina capaz de inte-

grar estos objetos de estudio y las visiones parceladas a que se corresponden según campos de conocimiento, está todavía en discusión, y se suele llamar “Teoría de la Comunicación” (en América Latina algunos la llaman “Comunicología” -cfr. Galindo, J. 2008); tal ha sido la experiencia de la encuesta a profesores europeos y latinoamericanos de “Teoría de la Comunicación”, llevada a cabo en 2009 por el grupo MDCS bajo mi dirección (Cfr. Piñuel J.L. 2010) así como la experiencia del Simposio realizado en la Universidad Complutense de Madrid en mayo de 2009, bajo la égida de la AE-IC, la ECREA y FELAFACS.

Ahora bien, sin entrar en discusiones sobre la conveniencia o no de esa disciplina, y en lo que concierne a la epistemología de la comunicación organizacional, ayudaría, en primer lugar, hacer una distinción neta de las dimensiones que le son propias a cualquier interacción comunicativa como objeto de estudio, frente a las dimensiones que le son propias a la interacción humana considerado el campo de las relaciones sociales, y frente a las dimensiones propias de las prácticas que organizan el comportamiento humano considerando sus representaciones cognitivas y sus resonancias emotivas. Dicho en otros términos: esta “Teoría de la Comunicación” posible, debe afrontar la respuesta más cabal a los problemas siguientes en las organizaciones:

- ¿puede cambiar y desarrollarse la actividad cognitiva (y aún emotiva) vincu-

lada al aprendizaje y desempeño de tareas, con ausencia de la comunicación?;

- ¿puede, inversamente, cambiar y desarrollarse la actividad comunicativa requerida en cualquier proceso de cooperación o conflicto, sin recursos cognitivos y sin predisposiciones emotivas previas, simultáneas, o consiguientes?;
- ¿pueden darse, cambiar o desarrollarse relaciones sociales -ya sean, v. g. de poder, sometimiento o colaboración-, prescindiendo de interacciones comunicativas?;
- ¿puede, inversamente, haber interacciones comunicativas que no se encuentren día a día en la organización comprometidas por relaciones sociales de algún tipo?;
- ¿puede haber un capital cognitivo (y aún emotivo) socialmente compartido en la organización, en total ausencia de relaciones sociales?;
- y finalmente ¿puede haber en las organizaciones relaciones sociales sin un capital cognitivo y emotivo de alguna manera compartido?

Más aún:

- ¿pueden reproducirse en las organizaciones sociales interacciones comunicativas sin capital cognitivo/emocional compartido y comprometido por relaciones sociales del tipo que sean?;
- ¿puede en las organizaciones reproducirse capital cognitivo/emocional com-

partido y comprometido de alguna manera por relaciones sociales, sin interacciones comunicativas?;

- ¿pueden reproducirse relaciones sociales del tipo que sean, sin capital cognitivo/emotivo de alguna forma compartido y sin interacciones comunicativas?

La formulación de las preguntas precedentes responde obviamente a la consideración de que las dimensiones individuales de Conocimiento y Emoción, las dimensiones Sociales (sean del tipo que sean: poder, sometimiento, compromiso, etc.) y las dimensiones Comunicacionales son objetos de estudio formal y materialmente distintos, pero que no pueden desenvolverse, ni formal ni materialmente, por separado, sino al interior de un campo compartido, y que la actividad cognitiva, las relaciones sociales y las interacciones comunicativas se condicionan entre sí mediante la indeclinable revisión de sus prácticas.

Esta propuesta teórica deberá asumir que el condicionamiento entre *Conocimiento*, *Sociedad* y *Comunicación* es recíproco, pero también que es secuencial; es decir, que si un estado de conocimientos y emociones recíprocos actúa en un momento dado, influye sobre el curso que hayan de tomar después las relaciones sociales y las interacciones comunicativas, pero también aquél estado de conocimientos y emociones recíprocos se habrá producido por la concurrencia secuencialmente previa de determinadas formas de relaciones sociales y de determinadas interacciones comunicativas. Por

ejemplo, una configuración determinada de interacciones comunicativas habituales (v.g., caso de las redes sociales de perfil profesional en Internet: “LinkedIn”, “Twitter”, etc.) puede influir sobre el curso que tome después el capital cognitivo/emotivo compartido por los profesionales de la empresa (v.g. habilidades y/o adiciones por destrezas informáticas) y también puede influir sobre el curso de diversas relaciones sociales (v.g., el teletrabajo, o el ocio, etc.), pero también Internet ha sido posible por los avances previos en el capital cognitivo referido a la cibernética y por su rendimiento militar y económico en los procesos de producción.

La noción de Mediación histórica es la que permite estudiar estos condicionamientos recíprocos y secuenciales; y esta noción implica el considerar al capital cognitivo/emotivo compartido en cada grupo humano, mediador de sus relaciones sociales y comunicativas, y mediado por éstas; implica también considerar a las relaciones sociales, en cada grupo humano, mediadoras del capital cognitivo/emotivo y de las interacciones comunicativas, así como también considerar las relaciones sociales mediadas, a su vez, por el capital cognitivo/emotivo y por las interacciones comunicativas; finalmente, la noción de Mediación histórica implica considerar a las interacciones comunicativas, en cada grupo o colectivo, mediadoras del capital cognitivo/emotivo compartido y de sus relaciones sociales, y a su vez considerar dichas inter-

acciones comunicativas mediadas por el capital cognitivo/emotivo compartido y por sus relaciones sociales.

En rigor, este proyecto teórico obligar a acotar, por una parte, las constantes que hayan de ser consideradas en aquello que respecta a cada uno de los objetos materiales de estudio en sus dimensiones relacionadas con el capital cognitivo/emotivo compartido, con las relaciones sociales y las interacciones comunicativas; por otra parte, este proyecto teórico obliga también a acotar secuencialmente los estados sucesivos de un campo que comprende el cambio de los momentos históricos y/o temporales de la conciencia compartida, de la sociedad y de la comunicación.

Acotar las constantes que hayan de interesar en el estudio la conciencia compartida, de la organización social y de la comunicación requiere discernir cuáles son los elementos sin los cuales es imposible la existencia de un estado de conciencia, de un estado de organización social y de un estado de interacciones comunicativas. Acotar secuencialmente los estados sucesivos requiere discernir teóricamente criterios en virtud de los cuales ponerle límites al campo espacio-temporal de aquellos estados; no es lo mismo referirse, por ejemplo, al cambio del conocimiento, de las relaciones sociales o de la comunicación a la escala espacio-temporal del devenir biográfico de una pareja familiar, que al cambio del conocimiento, de las relaciones sociales o de la comunicación, a la escala

espacio-temporal del devenir histórico de una formación social dada, ya sea a pequeña escala (por ejemplo, una comunidad, una empresa o un colectivo religioso) ya sea a gran escala (por ejemplo, una época histórica o una cultura).

Una técnica heurística para representar aquellas constantes referidas a los elementos que integran los procesos y estados de la reproducción de la conciencia, de la reproducción de las relaciones sociales y de la reproducción comunicativa, es la representación de estos objetos de estudio mediante esquemas capaces de sistematizarlos en sus componentes y relaciones efectivas y temporales. Y una técnica heurística para representar los límites espacio-temporales de ese campo de procesos y estados cuyo cambio se aspira a descubrir, es recurrir a establecer estos límites mediante contornos convencionales que contengan simultáneamente los componentes y relaciones referidos a una misma escala, para cada sistema de conocimiento, de organización social y de comunicación considerados. Esto obliga a delimitar siempre un entorno determinado o campo dentro del cual unos mismos individuos, unos mismos recursos materiales, unos mismos productos y unas mismas reglas de orden, sean considerados a la vez desde las correspondientes perspectivas cognitivas, sociales y comunicativas, proponiéndose después el examen de las respectivas mediaciones entre ellas. Por ejemplo, a pequeña escala podemos imaginar una situación en que un jefe de servicio o

mando intermedio regaña a su empleado subordinado; pues bien, esta situación remite directamente a considerar que se trata de una interacción comunicativa, ya que difícilmente se puede “regañar” sin servirse de expresiones verbales y no verbales susceptibles de ser comprendidas por el subordinado; pero sería también imposible que esta comunicación produjese ningún efecto cognitivo (v.g. asociar la “regañina” con el recuerdo de una actuación inadecuada del empleado) ni efecto social (v.g. compromiso de obediencia o de

respeto en el trabajador), si previamente ambos interlocutores (emisor y receptor) no se identificasen respectivamente por los papeles sociales que a cada uno le comprometen dentro del grupo (“jefe” y “subordinado”) y gracias a un capital cognitivo y emotivo (aunque sea diferentemente compartido) que les permite reconocerse socialmente, pero también reconocer el significado de los mensajes y su vinculación con recuerdos personales y expectativas de futuro.

## **Distinguir lo que es comunicación de lo que no es comunicación para saber en qué “tableros” se juega**

Todos los modelos de la comunicación consideran la transmisión de mensajes como su rasgo específico, de forma que sobre este objeto material de estudio cada teoría o cada perspectiva formal ha elegido su punto de vista: por ejemplo, la fidelidad o reproducción fiel en destino de los mensajes emitidos en origen, para Shannon y Weaver; o una forma de conducta en los seres vivos y/o de comportamientos sociales, para otras muchas de las alternativas habidas para explicar la comunicación. A partir de este rasgo específico, por consiguiente, aparecen los diversos enfoques que hacen de la transmisión de mensajes un problema que debe resolver o bien la física (para diseñar la fidelidad de las transmisio-

nes), o bien la biología y la psicología (para explicar las conductas interactivas de los seres vivos), o bien la lingüística (para dar respuestas al uso de significados y discursos), o bien la filosofía (para asignar criterios de verdad a las expresiones), o bien la historiografía (para asignarle criterios de interpretación a los relatos del acontecer), o bien la sociología (para atribuirle a los mensajes que circulan entre los grupos humanos consecuencias propias de la acción social).

Pues bien, la transmisión de mensajes es el rasgo ineludible de la comunicación. A partir de esta constatación, los diferentes enfoques han considerado la transmisión de mensajes teniendo que especificar qué se

entiende por mensaje, qué se entiende por transmisión y con qué criterios evaluarla. Por ejemplo, si por mensaje se entiende un flujo de señales (modulaciones energéticas) que se transmiten entre dos puntos diferentes del universo físico, el problema es superar las distorsiones sufridas durante la transmisión y la respuesta tiene que ver con el cálculo de su fidelidad; pero si por mensaje se entiende un estímulo de tele-acción (o de interacción a distancia) el problema se vincula con las nociones disponibles para distinguir qué son estímulos de conducta, a qué reacciones se vinculan estos estímulos y qué diferencias habría entre estímulos comunicativos y no comunicativos, así como entre reacciones comunicativas y no comunicativas, etc.; y si por mensaje se entiende expresión, o texto, o discurso, o relato, o escenificación, etc., entonces los problemas que se plantean desbordan los tableros específicos de la simple transmisión de mensajes y se sitúan en aquellos otros “tableros” donde lo que se juega es el análisis del lenguaje, del pensamiento, de la acción social o de la cultura. Hemos recordado que las ciencias ya han hecho saber que la transmisión de mensajes se hace presente en la conducta de muchos seres vivos y que es un recurso imprescindible en la reproducción social de los grupos humanos y de las sociedades históricas; no se puede prescindir, por consiguiente, de considerar todas aquellas dimensiones ligadas al uso de los mensajes y su transmisión entre los seres vivos y en el seno de los

grupos humanos. Ahora bien, muchas de estas dimensiones preceden a la transmisión de mensajes, otras la acompañan y otras la siguen, pero no forman parte del juego específico en el que se compromete la propia transmisión. Para distinguir, pues, cómo la comunicación es posible y qué es debido al juego de la comunicación, será necesario discernir entre las piezas indispensables en el tablero de la comunicación y aquellas otras que forman parte de otros tableros donde lo que se juega no es la comunicación, sino el comportamiento, o la interacción social, pero que cambian o se reproducen según sea el juego de la comunicación que se practique. Y en el tablero de la comunicación, siempre y cuando la transmisión de mensajes haya de afectar a cualquier otra dimensión no comunicativa, será necesario distinguir quienes son los ejecutantes de esa transmisión, y qué dimensiones o aspectos condicionan su actividad; igualmente convendrá distinguir cuáles son los medios o recursos disponibles para que su transmisión sea efectuada y qué otros aspectos no comunicativos la condicionan; será necesario también tomar en consideración, finalmente, qué reglas se imponen en el propio juego de la transmisión de mensajes y qué reglas no comunicativas la condicionan o cambian por el juego de la comunicación.

La propuesta es distinguir que hay aspectos o dimensiones que condicionan, en primer lugar, el juego de los *Actores* de la comunicación (o son emisores o son receptores

aunque secuencialmente intercambien sus papeles); estos aspectos proceden de cuál sea la naturaleza de la transmisión de mensajes, pero otros aspectos proceden de cuál sea la naturaleza del capital cognitivo/emotivo que tienen disponible como *Sujetos* de interacción humana, o de cuál sea el rol social en virtud del cual actúan como *Agentes* cuando se comunican.

En segundo lugar, conviene distinguir que hay aspectos o dimensiones que atañen a los *medios* disponibles para producir, transmitir o recibir señales en la transmisión de mensajes, y que algunas de estas dimensiones proceden directamente del sistema físico elegido para la transmisión; pero también hay otras dimensiones en virtud de las cuales los medios disponibles resultan ser herramientas o *Útiles* biológicos y/o tecnológicos de acomodación frente al entorno, así como dimensiones en virtud de las cuales los medios disponibles se convierten en *Medios de producción* de bienes o servicios comunicativos (con un valor social de uso y de cambio).

En tercer lugar, debe considerarse que hay dimensiones o aspectos que atañen a la naturaleza de los mensajes, los cuales son *Expresiones* desde el punto de vista de la

comunicación, pero que desde el punto de vista del capital cognitivo invertido en el comportamiento interactivo también resultan ser *Objetos* de experiencia sometidos a fines humanos de la interacción frente al entorno, y *Productos* (bienes o servicios) de la interacción social por la que se intercambian.

Finalmente, en cuarto lugar, hay que considerar dimensiones referidas al orden impuesto a los ejecutantes en el ejercicio de cualquier interacción en que, usando unos recursos disponibles, se intercambian algo de forma no aleatoria; este orden, desde el punto de vista de la comunicación, atañe a la complejidad (información) de la transmisión de mensajes, reducida por la redundancia de pautas y códigos (*Lenguajes*); pero también este orden, desde el punto de vista bio-cognitivo, atañe a la disponibilidad de *sensaciones y lógicas* operativas del comportamiento inteligente; y desde el punto de vista de la interacción social, existe también un orden que afecta a la interacción comunicativa en virtud de las *Normas y Valores* prescritos que comprometen socialmente los papeles a interpretar en la interacción. (Ver Cuadro 3).

**Cuadro n° 3. Constantes de interacción y variables de sus dimensiones comunicativas, comportamentales y sociales**

<b>Campo de estudio: Situaciones de Interacción</b>	<b>Transmisión o intercambio de mensajes Sistema Comunicación [SC]</b>	<b>Intercambio de estímulos/datos Sistema cognitivo [SE]</b>	<b>Intercambio de prestaciones Sistema de Relación Social [SS]</b>
<b>Ejecutantes</b>	<i>Actores</i> Emisores Receptores	<i>Sujetos</i> Ego Alter	<i>Agentes</i> Productores Distribuidores Consumidores
<b>Herramientas</b>	<i>Instrumentos</i> Productores de señales Distribuidores de señales Receptores de señales	<i>Útiles</i> Asimilación Acomodación	<i>Medios</i> Capital Trabajo
<b>Producciones</b>	<i>Expresiones (Mensajes)</i> Materias Expresivas Configuraciones expresivas	<i>Objetos</i> Perceptibles Abstractos	<i>Productos</i> Mercancías Bienes Servicios
<b>Orden</b>	<i>Lenguajes (o Códigos)</i> Patrones expresivos Códigos de significación	<i>Epistemes</i> Lógicas Categorías	<i>Sanciones</i> Roles/Status Valores/Normas

Fuente: Elaboración propia

Todas estas dimensiones citadas atañen simultánea o sucesivamente a los ejecutantes de cualquier interacción en que la comunicación se hace presente, a los recursos materiales o herramientas que la hacen posible, a las entidades materiales o producciones que por la interacción se intercambian, y a las reglas de orden por las que la interacción se reproduce y no se desorganiza. Así pues, *ejecutantes*, *herramientas*, *producciones* y *orden* se consideran las constantes en cualquier campo espaciotemporal o situación de interacción a la que remiten tanto la transmisión de mensajes en la comunicación humana, como el capital cognitivo/emotivo que regula el comportamiento entre sujetos frente al entorno, como, en fin, las relaciones sociales en la organización. La propuesta es tomar en consideración estas constantes y plantear los pro-

blemas que se derivan de considerarlas desde las dimensiones comunicativas, comportamentales y sociales, que las modifican cuando se examinan los procesos de cambio. Pero una tan detallada representación esquemática de variables o dimensiones susceptibles de modificar el juego de las constantes del campo de una interacción donde la comunicación se hace presente, exige el pormenorizado análisis de prácticas humanas encaminado a identificar cómo cambian aquellas variables y relaciones que, en cada situación de interacción, respectivamente puedan atribuirse a la intervención de unos y otros elementos en cada sistema, y de uno u otro de los sistemas representados; de esta manera se podrán verificar las afectaciones entre los sistemas, y los órdenes de prelación (o antelación) en virtud de los cuales existen acuerdos cultu-

ralmente establecidos o implícitos por los que uno de los sistemas domina sobre los otros dos. Para comprender esto, es necesario reparar en los juegos o “tableros” donde la relación entre ejecutantes, herramientas, producciones y regulaciones u orden contribuyen a hacer posible que se

reproduzcan las condiciones de la interacción comunicativa, del comportamiento entre sujetos, y de la interacción social, conforme al orden histórico que fijan las praxis, sometiendo a la reproducción de uno de estos sistemas, los otros dos.

## **Lo que suceda en el “tablero” de la comunicación afecta a otros juegos en la sociedad y en el individuo, y viceversa**

Lo que suceda en el tablero de la comunicación afecta a otros juegos en el grupo social y en el individuo, y viceversa. Vamos a imaginar que al pinchar un determinado enlace de Internet en su puesto de trabajo, un empleado accede a una pantalla en la que puede leerse y escucharse de forma perpetua y monótona el siguiente mensaje: “si quiere ser rico no salga de esta página y siga prestando para siempre su atención a este mensaje”. La historia de este ser humano que es el trabajador (sus conocimientos y sus recuerdos, sus creencias y aspiraciones, o dicho en resumen, su capital cognitivo), así como la historia de sus relaciones y futuras actividades sociales, tanto como la previsión de sus prácticas comunicativas futuras, se encuentran en este momento en juego: es fácil imaginar que esta persona decidirá no hacerle caso a aquel mensaje. Esta situación constituye en esencia un estado determinado, temporalmente ubicado en un dominio de existen-

cia, en el que como usuario de Internet (receptor de comunicación) de hecho no puede prescindir de su condición de sujeto consciente que controla su propia conducta en función de habilidades adquiridas a lo largo de su vida, ni de su condición de consumidor o usuario de bienes y servicios sociales comercializados por alguna URL de la Web. Pues bien, este estado concreto en su dominio de existencia podría también considerarse, en consecuencia, un “hiperjuego” (un juego de juegos) en el que un mismo tablero y unas mismas fichas sirven para jugar varios juegos diferentes a la vez. Obsérvese que cuando un usuario de Internet realiza una selección con el puntero del ratón en la pantalla de su computador se están activando simultáneamente tres “juegos” o “sistemas” diferentes: el que nos presenta al internauta como actor receptor de un determinado flujo de mensajes informáticos cuyo contenido o significado interpreta según pautas y códigos compar-

tidos con el emisor de la Web (sistema de comunicación); el que nos presenta al internauta como un sujeto (Ego) que busca mediante esta actividad (mirar una pantalla jugando a cambiar el flujo de estímulos visuales con el puntero del ratón) un determinado ejercicio perceptivo por el que emplea un tiempo muerto haciendo uso de lógicas y categorías según oferta de entretenimiento que se le cuele en su entorno (sistema ecológico-adaptativo); y el que nos presenta al internauta como un agente social que participando de un proceso de producción en su tiempo de trabajo, se torna en posible consumidor cuando encuentra una opción de la oferta de servicios que un sitio de Internet le oferta, al amparo de contratos y legislaciones vigentes (sistema económico-social). De esta manera, los movimientos de ficha registrados en uno de los juegos (el sistema de comunicación mediante sonido e imagen en movimiento de la pantalla, por ejemplo) sólo pueden llegar a evaluarse, explicarse y comprenderse si se considera que las nuevas posiciones obtenidas sobre ese tablero condicionan a su vez el desarrollo de otros juegos simultáneos: el juego de la oferta y la demanda de las relaciones del sistema social en cuanto a producción y consumo

de servicios por Internet, por ejemplo; y el juego de los hábitos de conducta y de los conocimientos, etc., de un adulto, en contraposición a los de un niño, conforme a un estado de su sistema adaptativo de comportamiento; esos cambios que la práctica de la comunicación produce en el tablero al modificar las relaciones sociales y comportamentales, condicionarán a su vez los siguientes movimientos de ficha en el propio juego de la comunicación. Por esta razón es pensable, pero poco posible, que aquel internauta de nuestro ejemplo quedase atrapado por el monótono mensaje que le invitaba a quedarse quieto y esperar a que llegase su felicidad prometida. Ni el territorio de las relaciones sociales, ni el capital cognitivo disponible cuando se “mueven fichas” en el tablero de la comunicación permiten, en este caso, confiar en el éxito comunicativo del mensaje en cuestión. Lo que sucede, por el contrario, es que la reproducción de situaciones comunicativas se ajusta a prácticas sociales y prácticas cognitivas que la hacen posible; pero también que dichas prácticas sociales y cognitivas se reproducen, a su vez, por medio de las situaciones comunicativas que les resulten más pertinentes.

## **Las partidas jugadas (cambios) y su representación como "fichas", "tableros" y "reglas de juego" en un modelo de mediaciones entre la comunicación, la organización y la conciencia**

La concepción de procesos de comunicación, procesos de interacción social y procesos de comportamiento, que recíprocamente y de forma secuencial se afectan entre sí, exige suponer que tales procesos pertenecen a un campo que comprende sistemas de interacción formal y materialmente distintos, pues estos sistemas no se desorganizan internamente cuando uno sufre afectaciones de los otros; e incluso también que estos sistemas, por consiguiente, no son cerrados, sino abiertos unos a las influencias y/o determinaciones de los otros. Sirviéndonos de la misma metáfora ya empleada, las partidas jugadas (cambios) en un sistema producen cambios en los otros sistemas y viceversa. De esta manera, los cambios en los sistemas de comunicación [SC] se describirán normalmente identificando, en primer lugar, al menos dos estados del sistema de comunicación (correspondientes a dos momentos temporales o históricos diferentes), para una vez comparados y señaladas sus transformaciones, analizar entonces el valor que puede tener el análisis de la influencia ejercida en y/o por el sistema social [SS] y la

influencia ejercida en y/o por el sistema ecológico-adaptativo de comportamiento [SE] como factores explicativos del cambio experimentado por el sistema de comunicación [SC]. Si consideramos, igualmente las estructuras y condiciones del comportamiento humano como componentes de un sistema ecológico-adaptativo (sistema que regula, por definición, las relaciones entre el organismo humano y su entorno), será fácil comprender que el modelo propuesto (Cfr. Piñuel J.L. y Lozano C., 2006, cap. 9) o Modelo de la Mediación Dialéctica de la Comunicación Social (en adelante MDCS) contiene implícitamente una cierta teoría acerca del cambio histórico de dichas estructuras y algoritmos. Desde esta teoría implícita, el cambio histórico del sistema ecológico-adaptativo [SE] podría también conocerse (describirse, explicarse o predecirse) examinando el papel que juegan los sistemas de comunicación [SC] y los sistemas sociales [SS], en su transformación interna, y viceversa: examinado a su vez el papel que juega el propio sistema ecológico-adaptativo [SE] en la transformación de los otros dos sistemas.

Siguiendo con la metáfora propuesta anteriormente, las “fichas”, los “tableros” y las “reglas de juego” construyen un campo o “híper juego” asimilable a un “híper sistema” que cambia por las partidas (movimientos de fichas) que se juegan en tres tableros: el de las relaciones sociales entre los interlocutores (Sistema Social de la organización), el de sus condiciones psico-biológicas como sujetos (Sistema Ecológico de comportamientos) y el de sus intercambios de mensajes (Sistema de Comunicación). Pues bien, a modo de ilustración, la propuesta es acotar ese “híper sistema” a un examen de caso con tradición en las aportaciones de Pask, G. (1975) y de JR. Taylor & van Every, E. J. (2000): v.g. una conversación. Es sabido que la acumulación colectiva de capital cognitivo, de generación en generación, y la construcción de las representaciones colectivas que en los grupos humanos sostiene la reproducción de rutinas y prescripciones para la reproducción del orden en una comunidad, ocurre de manera fundamental mediante procesos comunicativos cara a cara del tipo de las conversaciones, hasta el punto que, como indicara Ibáñez (1986), la conversación pueda entenderse como la unidad mínima de la interacción social. De hecho, es difícilmente imaginable que sin conversaciones cara a cara pudiese sostenerse la vigencia de los discursos escritos y cualquiera otros tecnológicamente mediados, pues sin las conversaciones sería imposible aprender a utilizarlos y reproducirlos.

Pues bien, en los procesos comunicativos (v.g. una conversación), el uso de los mensajes no se cierra en la transmisión de señales acústicas y visuales, sino que se abre a la relación que los interlocutores mantienen entre sí por sus diferentes posiciones sociales y psicológicas; se abre también a la diferente adecuación de sus órganos vitales respecto al intercambio de estímulos y reacciones producidas por los mensajes intercambiados; y se abre al capital cognitivo con el que los interlocutores procesan la referencia o significación de los mensajes, los cuales aportan sólo una parte de los datos que se pueden procesar, pero no su totalidad, en una representación; y obviamente cada cual, emisor y receptor, elabora su propia representación. Concretamente, los órdenes del intercambio de expresiones, de la referencia cognitiva, y de la interacción social, se estructuran en los procesos comunicativos humanos:

1. asimilando condicionamientos sociales y psicológicos en las relaciones entre los interlocutores; por ejemplo, en una conversación entre un jefe y su subordinado, los condicionamientos sociales proceden de la instauración vigente en la organización y los condicionamientos psicológicos proceden de las diferencias de sus experiencias vitales;
2. integrando rutinas biológicas y culturales en la codificación y decodificación de mensajes; por ejemplo, si el jefe es muy mayor y el subordinado es muy joven, sus diferentes biorritmos provocan

conflictos que culturalmente se han reflejado en muchas lenguas estableciendo por ejemplo pautas protocolarias de cortesía o respeto, de autoridad o sumisión, etc., en la conversación; y

- poniendo en juego nociones y operaciones bastantes contingentes en la elaboración de datos o referencias; por ejemplo, entre un jefe muy mayor y un subordinado muy joven es presumible el diferente juego de nociones y operaciones referidas al trabajo y las habilidades del oficio como tema de conversación.

Así, la estructuración de aquellos condicionamientos, esas rutinas y estas nociones y operaciones será absolutamente necesaria, pues si esta estructuración faltase, la comunicación humana sería difícilmente integrable en su interacción; en efecto, no podría darse comunicación sin recurrir incesantemente a la meta comunicación, y esta última exigiría nuevas meta-comunicaciones y así sucesivamente, ya que el objeto de toda meta comunicación, es decir, toda comunicación a propósito de la comunicación en curso, está dirigida a reducir la ambigüedad de los órdenes del intercambio expresivo, de la referencia cognitiva o de la interacción social, en los procesos comunicativos concretos. Por eso es necesario que en la sociedad, el grupo o la situación existan sistemas de regulaciones ya institucionalizados, o de formato estable (Cfr. Hall, E.T. 1978), tanto para el intercambio expresivo, la interacción social, como para

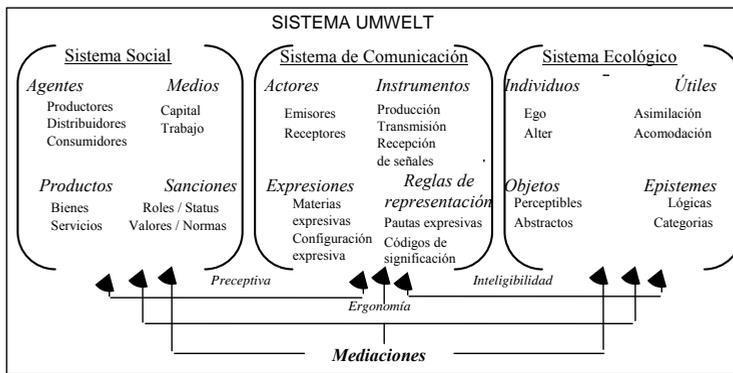
la referencia cognitiva. Pero un análisis pormenorizado de esos sistemas de regulaciones ya institucionalizados, excede los límites de esta exposición. Por esto, la concluiré ofreciendo, primero la representación estructural de las relaciones entre los sistemas y sus componentes (ver. Gráfico 3: *Modelo estructural de las Mediaciones*), al interior de un entorno o campo (que se propone denominar *Sistema Umwelt*) y que se corresponde con las prácticas culturales a la escala que se establezca para el análisis (ya sea, como se ha expuesto antes, a pequeña escala, v.g., una comunidad, una empresa o un colectivo religioso, ya sea a gran escala, v.g., una época histórica o una cultura); y segundo, la representación diacrónica de las relaciones entre los sistemas, considerando la evolución histórica (ver Gráfico 4: *Esquema de la evolución diacrónica de las mediaciones*) que luego se ilustra con un ejemplo (Gráfico 5).

En el Gráfico 3: *Modelo estructural de las Mediaciones*, se citan todos y cada uno de los componentes de cada sistema ya conocidos, y se representa conceptualmente, en primer lugar, las relaciones dos a dos entre los sistemas, asignándole un término procedente de la tradición en Ciencias Humanas. Así, el ajuste entre la interacción social [SS], y el intercambio comunicativo de mensajes [SC], da lugar a lo que se propone denominar *Preceptiva*, pues todo precepto es un ordenamiento normativo social que se expresa mediante enunciados comunicativos; el ajuste entre el intercambio comu-

nicativo [SC], y la perspectiva comportamental de la interacción [SE], da lugar a la *Inteligibilidad* y confianza de los discursos, como puede ser aceptado fácilmente; finalmente, el ajuste entre la interacción social, y la perspectiva cognitiva/emotiva del comportamiento, da lugar a lo que

hemos denominado *Ergonomía*, noción que, como se sabe, compromete a facilitar la adecuación entre los procesos de trabajo (propios del sistema social de producción) y los condicionamientos psico-biológicos derivados de las capacidades y destrezas de los sujetos humanos.

Gráfico nº 3: Modelo estructural de las Mediaciones

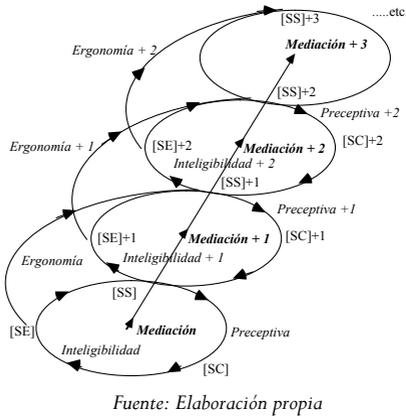


Fuente: Elaboración propia

En el Gráfico 4 se muestra la perspectiva diacrónica, considerando diferentes estados del hiper sistema *Umwelt* (y de cada uno de los sistemas que lo componen) y examinando su evolución a lo largo del tiempo (o de la historia, a gran escala). Para representar gráficamente la evolución temporal conjunta de los sistemas de comunicación [SC], social [SS] y ecológico [SE], se emplea el recurso figurativo de una espiral, la cual posee la paradójica propiedad de compatibilizar reproducción y cambio, ya que a pesar del carácter cíclico de la expansión espacial de la curva, ésta nunca vuelve a

pasar por un mismo punto. La representación del modelo de la MDCS haciendo uso de espirales, debe suponerse proyectada en un espacio tridimensional que debería traducirse en una espiral irregular (de evolución no regulada por una razón matemática constante) pero que se representa como “regular”, al objeto de ilustrar la idea de que el cambio de cada sistema se encuentra mediado por los sistemas restantes y a su vez opera como mediador del cambio histórico de dichos sistemas.

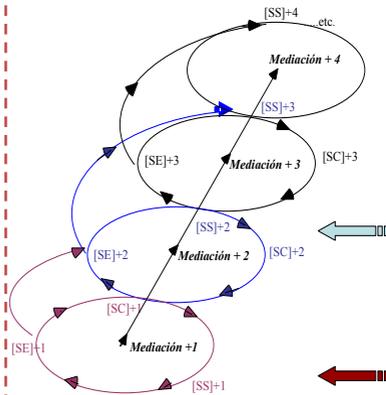
**Gráfico nº 4: Esquema de la evolución diacrónica de las mediaciones**



Para ilustrar con un ejemplo cómo los cambios inter-sistémicos se reproducen

secuencialmente en el tiempo, podemos examinar ciertas rutinas en las Organizaciones, pues existen socio-esquemas y encuadres (Lakoff, G. 2001) que permiten descubrirlos. En el Gráfico 5 se comparan sendos formatos de NEGOCIACIÓN DE HORARIOS y de SORTEO DE PREMIOS en un evento corporativo de celebración, fácilmente identificables en la medida que se trata de dos diferentes situaciones suficientemente contextualizadas tanto social, como cognitiva y comunicacionalmente, cuyas marcas activan registros memorizados y disponibles de inmediato cuanto más antiguo uno sea en la empresa...

**Gráfico nº 5: Formulación gráfica del modelo diacrónico mediante ejemplos**



Por ejemplo, si comparamos NEGOCIACIÓN DE HORARIOS y SORTEO DE PREMIOS, los socioesquemas de género permiten establecer, según nuestra propuesta, "dominios de realidad" diferentes:

- NEGOCIACIÓN DE HORARIOS: elegir un turno diseñado y ofertado por Recursos Humanos (SS)(2) y anunciado en Reunión Departamento (SC)(2), que puede satisfacer aspiraciones personales de conciliación (SE)(2) y solicitarlo (SS)(3). O sea:

\* [SS](2) : [SC](2) → [SE](2) → [SS](3)

- SORTEO DE PREMIOS: asistir a una celebración y participar de las apuestas de un juego (SE)(1), integrado en el montaje escénico de un evento (SC)(1), gracias al patrocinio de la propia empresa promotora (SE)(2). O sea:

\* [SE](1) : [SC](1) → [SS](1) → [SE](2)

Fuente: Elaboración propia

## Conclusiones

Conforme a estos postulados, se podría, con carácter general, tomar en consideración todas las mediaciones posibles, las cuales serían éstas:

1. Dado un estado propiciado por el Sistema Social de la Organización [SS]+1, por ejemplo, se recurre a un formato de comunicación [SC]+1 para promover un cambio en el sistema de comportamiento por parte de los sujetos, o sistema ecológico [SE]+1, de manera que esto último redunde en beneficio del Sistema Social de la Organización, que adquiere así un nuevo estado [SS]+2 (por ejemplo así ocurre en la “negociación de horarios” o de turnos, -ver Gráfico 5 -); o bien, en sentido inverso de la espiral, se recurre al Sistema Ecológico [SE]+1 para promover un cambio en el Sistema de Comunicación [SC]+1, que redunde en beneficio igualmente del Sistema Social de la Organización, que adquiere así un nuevo estado [SS]+2 (así ocurre en la práctica de la formación *in company*, cuando el servicio orientado a la formación de los empleados, como sujetos, promueve el aprendizaje de destrezas comunicativas mediadas por la tecnología informática, por ejemplo, la cual habrá de servir a la reproducción del orden social más productivo en el puesto de trabajo). En ambos casos el Sistema de Comunicación resulta mediador del cambio en el Sistema Social de la Organización. Pero en el primer caso la *Mediación Social de la Comunicación*, se ejerce por la intervención de la comunicación sobre el sistema ecológico, y en el otro por la intervención del sistema ecológico sobre el sistema de comunicación (*mediaciones cognitivas de la comunicación* que se sostienen por el criterio de *inteligibilidad y/o confianza*).
2. Dado un estado propiciado por el que hemos llamado Sistema Ecológico, por ejemplo, [SE]+2, o de adaptación del comportamiento por parte de los sujetos, se recurre a la comunicación [SC]+2 para promover un cambio en el sistema social de la organización [SS]+2, de manera que esto último redunde en beneficio del Sistema Ecológico, que adquiere así un nuevo estado [SE]+3; un ejemplo de ello se da cuando los sujetos en estado de enojo o contrariedad, recurren al ritual comunicativo de la bronca al objeto de que gracias a ella, se dirima socialmente un vencedor y un vencido que puede orientar nuevos rumbos en las relaciones personales; o bien, en sentido inverso de la espiral, se recurre al sistema social [SS]+2 para promover un cambio en la comunicación [SC]+2, de manera también que esto último redunde en beneficio del Sistema Ecológico, que adquiere así un nuevo estado [SE]+3;

un ejemplo de esto se da cuando se acude a comprar servicios de compañías operadoras en telecomunicaciones, al objeto de entablar fácilmente intercambios comunicativos a distancia que sirvan a mantener la conciliación familiar y el tele-trabajo. En estos casos puede hablarse de *Mediación Ecológica del Sistema de Comunicación*, ya sea ejercida por la intervención de la comunicación sobre el sistema social, o ya sea ejercida por la intervención del sistema social sobre el sistema de comunicación (*mediaciones estructurales de la comunicación* que se sostienen por el recurso a la *Preceptiva*), para promover un cambio en las relaciones entre sujetos y entorno [SE].

3. Dado un estado propiciado por el Sistema de Comunicación [SC]+3, se recurre al Sistema Social [SS]+3 para promover un cambio en el sistema de adaptación al entorno por parte de los sujetos, o sistema ecológico [SE]+3, de manera que esto último redunde en beneficio del Sistema de Comunicación, que adquiere así un nuevo estado [SC]+4; un ejemplo de esto se da cuando usamos una conexión a través de operadoras de telecomunicaciones para contactar con alguien al objeto de confirmar, por esta vía, si está disponible para proseguir comunicativamente una tarea iniciada con anterioridad y por otros procedimientos. O bien, en sen-

tido inverso de la espiral, se recurre al sistema ecológico [SE]+3 para promover un cambio en el sistema social [SS]+3, de manera también que esto último redunde en beneficio del Sistema de Comunicación, que adquiere así un nuevo estado [SC]+4. Un ejemplo lo encontramos en muchas prácticas vigentes de los rituales comunicativos del liderazgo, especialmente cuando, v.g. el jefe se ampara en su condición profesional de cierto prestigio, para vencer las resistencias del subordinado, limando con expresiones afables y simpáticas las asperezas en una relación muy asimétrica. En estos casos, finalmente, se trata de una *Mediación Meta-comunicativa de la Comunicación*, la cual requiere de mediaciones *ergonómicas* que comprometen los ajustes de los recursos sociales y de capital cognitivo disponibles para hacer que la propia comunicación se reproduzca sirviéndose de ellos.

Naturalmente, esta propuesta tiene ya una cierta continuidad experimentada por el programa de investigación denominado MDCS (Mediación Dialéctica de la Comunicación Social) cuyo grupo interuniversitario de investigadores me honro en dirigir, y que está encaminado al análisis de las prácticas vigentes en nuestra cultura (pero también podría ser aplicado al estudio de otras culturas) capaz de progresar en el análisis de las Mediaciones.

## Referencias

- AAKER, D. (2000, 2005) *Estrategia de la cartera de marcas*. Girona, Edit. Gestión 2000.
- BACHELARD, Ga. (1973) *Epistemología*. Barcelona, Edit. Anagrama.
- (1972) *La formación del espíritu científico*. Buenos Aires, Edit. Siglo XXI.
- BATESON G. et. al (1984) *La nueva comunicación*. Barcelona, Edit. Kairós.
- (1980) *Espíritu y Naturaleza*. Buenos Aires, Edit. Amorrortu.
- BEAVIN, J. H. y JACKSON, D. D. (1983) *Teoría de la comunicación humana*. Barcelona, Edit. Herder.
- BERTALANFFY, L.V. (1976) *Teoría general de los sistemas. Fundamentos, desarrollo, aplicaciones*. México, Edit. FCE.
- DEACON, T. W. (1997) *The symbolic species: the co-evolution of language of the brain*. Nueva York, W. W. Norton & Co.
- DEGENNE, A. y FORSE, M. (1999) *Introducing Social Networks*. London, Edit. Sage Publications.
- FESTINGER, L. (1957) *The Theory of Cognitive Dissonance*. Stanford, Edit. U. Press.
- GALINDO CÁCERES, L.J. (2008) *Filosofía y comunicología: exploración general para un programa posible de estudios*. "Razón y palabra", N° 64. Monterrey, México.
- GARFINKEL, H. (1967) *Studies in Ethnomethodology*. Nueva York, Edit. Prentice-Hall.
- HALL, E. T. (1978) *Más allá de la cultura*. Barcelona, Edit. Gustavo Gili.
- IBÁÑEZ, J. (1986) *Más allá de la sociología. El grupo de discusión: crítica y técnica*. Madrid, Edit. Siglo XXI.
- (1990) *Nuevos avances de la Investigación social*. Barcelona, Edit. Anthropos. (Suplementos n° 22)
- JACKSON, D. D. (1981) *El problema de la homeostasis familiar* en Winkin (ed.), *La nueva comunicación*. Barcelona, Edit. Paidós.
- LAKOFF, G. (2001) *Metáforas de la vida cotidiana*. Madrid, Edit. Cátedra.
- LEYDESDORFF, L. (2003) *A Sociological Theory of Communication. The Self-Organization of the Knowledge-Based Society*. Parkland, FL, Edit. Universal Publishers.
- LUHMANN, N. (1998) *Complejidad y modernidad. De la unidad a la diferencia*, Madrid. Edit. Trotta.
- (1991) *Sistemas sociales. Lineamientos para una teoría general*. México, Edit. Universidad Iberoamericana.
- LLEDÓ, E. (1961) *El Silencio de La Escritura*, Madrid, Edit. Espasa.
- MATURANA H. y VARELA, F. (1973) *De máquinas y seres vivos*. Santiago de Chile, Edit. Universitaria.
- (1996) *El árbol del conocimiento*. Madrid, Edit. Debate.
- PASK, G. (1975) *Conversation, cognition and learning. A Cybernetic Theory and Methodology*. Amsterdam and New Cork, Edit. Elsevier.
- PIAGET, J. (1985) *Psicología y Epistemología*. Barcelona, Edit. Planeta-Agostini.
- PIÑUEL RAIGADA, J. L. *Teoría de la Comunicación y Gestión de las Organizaciones*. Madrid, Edit. Síntesis.
- (2010) *La comunicación como objeto científico de estudio, como campo de análisis y como disciplina científica*. "Contratextos", n° 18. Universidad de Lima, Perú.
- PIÑUEL RAIGADA, J. L. y GAITÁN MOYA, J. A. (1995) *Metodología General. Conocimiento científico e investigación en la comunicación social*. Madrid, Edit. Síntesis.
- PIÑUEL RAIGADA, J. L. y LOZANO, C. A. (2006) *Ensayo general sobre la comunicación*. Barcelona, Edit. Paidós.
- RANKE, L. (1954) *Pueblos y Estados: en la Historia Moderna*. México, Edit. FCE.
- SHANNON, C. y WEAVER, W. (1981) *Teoría Matemática de la Comunicación*. Madrid, Edit. Forja, [1948].
- TAYLOR, J.R. y van EVERY, E. J. (2000) *The Emergent Organization. Communication as Site and Surface*. Mahwah, NJ, Edit. Lawrence Erlbaum Associates.

VIGOTSKY, L. S. (1988) *El desarrollo de los procesos psicológicos superiores*. México, Edit. Grijalbo, pp. 87-94 y 123-140.

WATZLAWICK, P. (1981) *¿Es real la realidad? Confusión, desinformación, comunicación*, Barcelona, Edit. Herder.

WESTFALEN, M. H. y PIÑUEL, J. L. (1993) *La Dirección de Comunicación. Práctica profesional y Diccionario técnico*. Madrid. Edit. Del Prado.

YANNIS, G. (2000) *Storytelling in Organizations. Facts, Fictions and Fantasies*. Oxford, Edit. Oxford University Press.

***Cita de este artículo***

PIÑUEL RAIGADA, J.L. (año) La noción de mediación comunicativa para el análisis y el diseño de la comunicación organizacional *Revista Icono14 [en línea] 1 de Julio de 2010, Año 8, Vol. 2*. pp. 125-152. Recuperado (Fecha de acceso), de <http://www.icono14.net>