

Aspectos básicos

Epistemología de la comunicación

□ Antonio Velasco

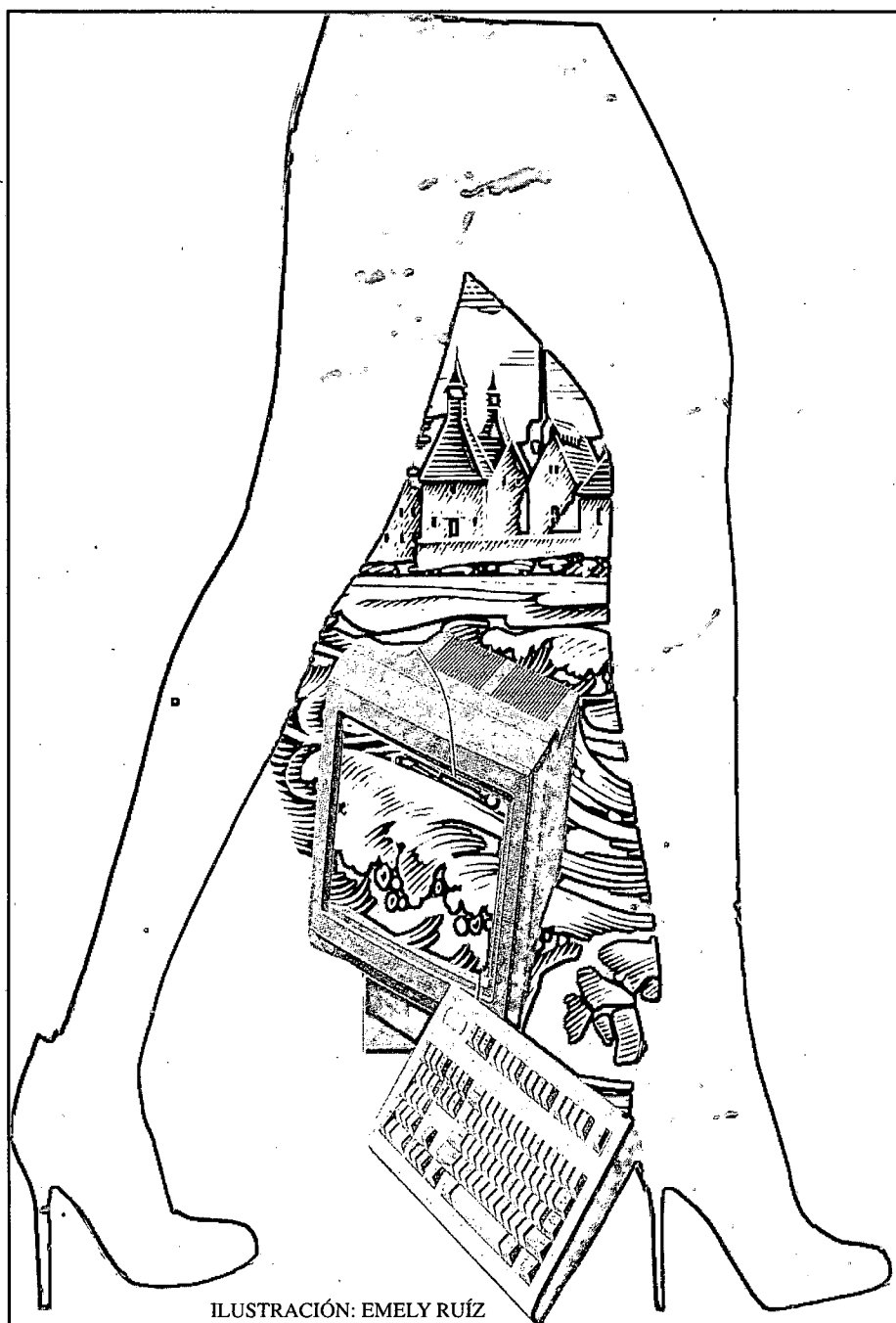


ILUSTRACIÓN: EMELY RUÍZ

Resumen

Se parte de la constatación de que el problema del conocimiento en la comunicación no ha recibido tratamiento adecuado. Lograrlo implica discernir los principios cognitivos de estructuración, generación, transmisión e influencia del conocimiento sobre los sujetos comunicantes, problema eminentemente epistémico. Por ello, acá se propone investigar en un área que se sugiere denominar Epistémica de la comunicación, de la que se expone una visión breve y general.

Abstract

This study begins from the fact that the problem of knowledge in communication has not received an adequate treatment. To achieve it implies a discussion about the cognitive principles of knowledge structuring, generation, transmission, and influence of it on the subjects in communication, which clearly is an epistemic problem. That's why here is proposed to do research in a field which is suggested to label as Epistemics of communication, of which a brief general survey is made here.



quí se va a tratar sobre lo que se sugiere tentativamente considerar como una nueva disciplina, y se propone denominar Epistémica de la comunicación.¹ Se procurará delimitar el campo de trabajo y presentar el objeto propio de la disciplina que acá se considera adecuado ubicar dentro del área general de la Teoría de la Comunicación o Comunicología, si bien se trata, por la misma razón, de una materia que aún no se encuentra del todo definida ni presenta la uniformidad necesaria, y que además requiere de la colaboración de diferentes campos de estudio.²

Los problemas de lo cognoscitivo en general son tratados por diferentes ciencias, entre ellas, desde el punto de vista psicológico, por la Psicología del conocimiento, del aprendizaje, etc. Al estudio de la génesis (onto y filogenética) del conocimiento, sus procesos de estructuración y funcionamiento, así como a la posibilidad del conocer, se dedican ciencias como la Psicología genética, Psicología del desarrollo, Psicología cognoscitiva y Teoría de la cognición social, e incluso otras disciplinas colindantes como la Filosofía del conocimiento o la Inteligencia artificial. Mas para el examen de los problemas específicos de lo cognoscitivo en la comunicación no parece haber aún una rama individualizada dentro de los estudios de la comunicación.³

Ahora bien, lo epistémico constituye el núcleo de lo cognoscitivo desde el punto de vista de los contenidos, de manera que en general, la Epistémica trata de la estructura subjetiva y formas del conocimiento (Ferrater, 1986); si consideramos que la Comunicología se ocupa, lato sensu, del estudio de las relaciones transmisivas de información entre los entes, diremos entonces que la Epistémica de la comunicación se encuentra en el territo-

rio compuesto por la intersección entre la Epistémica y la Comunicología. Y que, como su objeto, se debe encargar del análisis de las formas en que el conocimiento es estructurado y manejado, consciente o inconscientemente, por los sujetos en el proceso de la comunicación, así como sus consecuencias epistémicas.⁴

La interesante problematicidad del asunto para la teoría de la comunicación se echa de ver enseguida si se consideran temas como, por ejemplo, los siguientes: cómo se transforma la información en conocimiento; si es diferente la comunicación de la transmisión de información o si esta es parte de aquella; cómo se transforma la información en presupuesto para la acción comunicativa; cuál es la diferencia entre una información puramente aceptada y una que forme parte del sistema de creencias del sujeto; si existe algo como no-conocimiento almacenado en la memoria del sujeto; si este no-conocimiento, de existir, es o no comunicable. Y un largo etc., del que sólo se expondrá lo básico debido a razones de espacio.

1. EL PROBLEMA TAXONÓMICO Y CONCEPTUAL

Extrañamente, el de la epistémica de la comunicación es un tema no muy explorado, ya que la mayoría, o quizás todos los modelos sobre la comunicación dan por sentados -esto es, toman como dados- los procesos epistémicos y no abordan el asunto.⁵ Se suele dar por cierto que la información es, de alguna manera, convertida «limpiamente» en conocimiento y que tal proceso no sería muy importante para la comunicación; de allí que, por ejemplo, no suela hacerse mayor diferencia entre información y conocimiento en el proceso de comunicación, lo cual es un error, y es allí donde creemos que se encuentra la raíz del asunto.

1.a. La nomenclatura

Ahora bien, la responsabilidad por todo esto no se encuentra tanto en la Teoría general de la comunicación cuanto más bien en la Psicología de la comunicación, especialmente en su aspecto o corriente cognitiva: el específico módulo cognitivo, o sistema cognoscitivo, o módulo del conocimiento, como también se lo ha llamado, se da por sentado, por lo tanto como improblemático, mas no lo es en absoluto, salvo si se lo pasa por alto o si se lo toma como una suerte de caja negra forzosamente congruente con el modelo general del sistema cognoscitivo que se esté empleando, algo que al pasar al terreno de lo interpersonal -al de la comunicación-, resulta muy difícil de sostener (p. ejem., De Fleur and Ball-Rokeach, 1989; De Vega, 1984; Rich and Knight, 1991; e incluso en un modelo socio-cognitivo como el de Bandura, 1996).

Lo anterior muestra que debe tratarse de un sub-campo de la Psicología de la comunicación, o quizás seguramente, de la Teoría de la comunicación propiamente dicha, y que debería existir una sub-disciplina paralela en el terreno de la Psicología, mas resolver ese problema taxonómico corresponde en realidad a los expertos en nomenclatura y clasificación de las ciencias: baste aquí con dejar sentado el asunto.⁶ Pero nótese bien que no debe confundirse a la Epistémica de la comunicación con la Epistemología de la comunicación, pues esta última consiste en el análisis propiamente epistemológico, en el sentido contemporáneo del vocablo, de la estructura de la comunicología como ciencia, esto es, el análisis de su cientificidad de acuerdo con parámetros de evaluación aplicables a toda ciencia (sobre la Epistemología contemporánea y sus métodos, Balzer, 1997; Bunge, 1983).⁷

Mas, dado que ésta no es materia indisputada, cabe hacer una muy breve

aclaratoria al respecto. Original y tradicionalmente, la Epistemología correspondía a lo que se conocía como Teoría del conocimiento, una disciplina filosófica. Con el correr del tiempo, los terrenos que ésta abordaba pasaron a ser apropiados por la Psicología en sus diferentes ramas, especialmente por la Psicología del pensamiento, y por la Epistemología genética, en cuanto atañe a los orígenes bio-psicológicos del conocimiento y de la estructura de la posibilidad del conocer en los sujetos.

Es así como la Epistemología gradualmente pasó a ocuparse, propiamente, de la ciencia en general, en cuanto que forma más refinada del conocimiento humano, como su objeto, y de allí su actual acepción como Teoría de la ciencia. El extraordinario desarrollo de la Informática y los modelos computacionales desde los años '50 dió nacimiento a la Ciencia cognitiva como área encargada de tópicos que ya desde antes venía abordando la Psicología del pensamiento, o Psicología cognitiva (Puente, Poggioli y Navarro, 1995). Así es como hoy día se puede ya distinguir claramente entre Psicología cognitiva (o cognoscitiva), Ciencia cognitiva, Epistemología genética y Epistemología: mientras la primera se ocupa de la cognición humana, la segunda atañe a los modelos de procesamiento de símbolos e información en humanos, animales o máquinas, la tercera ha mantenido aproximadamente su campo teórico original, y la cuarta trata del estudio de la estructura de las ciencias.

Lo cual permite, entonces, diferenciarles de la Epistémica como una disciplina que debe examinar el conocimiento ya existente en un sujeto, sus formas, grados, estructuración, estructura y manifestación en los sujetos, sean humanos, animales, artificiales o híbridos. Si bien la anterior división parece clara, existen desde luego áreas colindantes o francamente mixtas, y además hay aún quienes abordan una u otra disciplina de diferente manera.⁸ De acuerdo con estos criterios, creemos que la Epistémica de la comunicación no debe confundirse, pues, con la Epistemología de la comunicación. No obstante, éste es sólo un criterio general sobre una problemática que no se puede dilucidar en unas cuantas líneas.

1.b. Lo conceptual

Decíamos atrás que la raíz del problema se encuentra en cómo se conceptúe el conocimiento y su estructuración (y, por ende, su representación o modelado) de-

66

Se suele dar por cierto que la información es, de alguna manera, convertida «limpiamente» en conocimiento y que tal proceso no sería muy importante para la comunicación; de allí que, por ejemplo, no suela hacerse mayor diferencia entre información y conocimiento en el proceso de comunicación, lo cual es un error, y es allí donde creemos que se encuentra la raíz del asunto.

99

bido a que en la comunicación se transmite un algo simbólico que presenta alguna clase de organización, y es luego incorporado (o no) al sistema cognitivo del otro sujeto, que en respuesta emite «símbolos», una vez ha procesado y modificado lo recibido⁹: ese proceso, que es estudiado por diferentes disciplinas, en cuanto atañe a la captación, examen y generación de datos que pueden o no ser conocimiento, y que pueden o no ser transformados en conocimiento, por ello es precisamente epistémico, y requiere de un análisis de cuáles son los principios que lo rigen, las condiciones que lo afectan, determinan o limitan, y de cómo se lleva a cabo que proceso: acá no se intenta resolver semejante problema, desde luego, pero se desea señalarlo de modo suficientemente claro.

Deben existir, entonces, (a) Principios de Organización, (b) de Contenido (c) de Transmisión y (d) de Funcionamiento de la comunicación desde el punto de vista de lo epistémico, que permitan discernir, respectivamente, los siguientes problemas: (a') ¿Cómo se encuentra estructurado el conocimiento en los sujetos que toman parte en una comunicación, antes y

después de la emisión y recepción de los símbolos empleados?, (b') ¿Cuál es el contenido simbólico de tal estructura o estructuras de conocimiento?, (c') ¿Cómo es que un mensaje o mensajes modifica la estructura de conocimiento de un sujeto? y (d') ¿Cómo funciona la capacidad comunicativa en un sujeto para manifestarse como actuación comunicativa? Consideramos, pues, que en cuanto al tema que acá se desarrollará, estas son las cuatro preguntas esenciales, de las que se desprenden otras varias, como se podrá colegir.

Ahora bien, aparte de los aspectos generales que se propondrán, no consideramos pertinente proponer aquí y ahora una lista de tales principios, debido a que se requiere tanto de una labor de síntesis teórica de aportes de diferentes disciplinas (cognitivas y comunicativas) y de meta-análisis de los estudios empíricos ya existentes sobre estos temas, en diferentes áreas, así como de una adecuada integración de sus hallazgos, cuanto finalmente de una labor de cuidadosa verificación empírica de los modelos y teorías que surjan de todo ello.

2. CONCEPTOS FUNDAMENTALES

2.a. Definiciones básicas

Definiremos (a) el Sistema epistémico (SE) como el conjunto interno de elementos capaz de generar una configuración de conocimiento en un ente, de manera que forma parte de su sistema cognitivo general. Y (b) la Unidad epistémica (UE) será el quantum mínimo de conocimiento posible manejable por un ente cualquiera, mediante su sistema epistémico; postularemos que según su grado de sistematización se puede presentar en tres configuraciones: como dato (UE aislada), como información y como conocimiento (ambas agrupaciones de UE's más o menos sistematizadas).

Ahora bien, un sujeto o un ente cognoscente cualquiera, puede representar el conocimiento de diferentes maneras, y éstas pueden variar en el contenido de verdad (algo que no se abordará acá), así como varían también en el grado de certidumbre. Simplificando la cuestión, es como aquí se hablará de (c) Grados de conocimiento o de profundidad epistémica, como incrementos o decrementos en aquel (entendido como lo opuesto de la ignorancia), y los caracterizaremos como las formas básicas de conocimiento que un ente puede manejar; se postulará

que existen al menos cinco grados: Ignorancia, Sospecha, Aceptación, Creencia y Saber. Asimismo, definiremos (d) las Actitudes como la postura afectiva de un sujeto con respecto a un objeto de conocimiento; diremos que existen tres posturas afectivas básicas: positiva, negativa y neutra o ausencia de actitud.

Ahora, considerando las variables Profundidad epistémica (grado de conocimiento) y Variación emotiva (tipo de actitud), podemos definir (e) un Espacio epistémico (Esp), esto es, un espacio de estados de conocimiento para un SE, que son los que puede adoptar un SE en el manejo de las UE's; cruzando las variables referidas (operación que supondremos metodológicamente lícita), resulta un espacio de quince estados básicos. Y definiremos (f) la Configuración epistémica como el patrón de estado o estados de un SE en un Esp para un momento (un estado único) o para un período dado (una sucesión de estados). Sobre los conceptos formales de estado, espacio, y estructuras de conocimiento, consúltese Suppes, Pavel and Falmagne, 1994.

Por otra parte, un mensaje puede ser afectado por factores externos a los participantes, o generados por ellos (intervención de elementos no humanos, como es el caso del ruido, o de elementos humanos). Estos factores dan lugar a una modificación total o parcial en el contenido del mensaje, lo cual es una modificación en la configuración de las unidades epistémicas generadas, o pueden dar lugar a que el mensaje sea conducido a un lugar social diferente al de que originalmente intentó el emisor; tales factores los vamos a denominar (g) Moduladores en cuanto que, aplicados por los participantes o por terceros, modifican el mensaje.¹⁰

2.b. Supuestos epistémicos de la comunicación

Debemos considerar que el conocimiento del sujeto ha de ser puesto en práctica por su sistema cognitivo con vistas a la interacción comunicativa; es decir, existe una condición o característica básica para que el sujeto logre comunicarse, y en este terreno, parece correcto diferenciar entre tres cuestiones diferentes aunque íntimamente relacionadas, a saber: (i) la Competencia comunicativa epistémica, como la facultad innata que posee el sujeto para comunicar su conocimiento, en el sentido que se le da en la Gramática generativa a la competencia (capacidad básicamente innata para el manejo del

66
Es así como la Epistemología gradualmente pasó a ocuparse, propiamente, de la ciencia en general, en cuanto que forma más refinada del conocimiento humano, como su objeto, y de allí su actual acepción como Teoría de la ciencia. El extraordinario desarrollo de la Informática y los modelos computacionales desde los años '50 dio nacimiento a la Ciencia cognitiva como área encargada de tópicos que ya desde antes venía abordando la Psicología del pensamiento, o Psicología cognitiva.

lenguaje); (ii) la Actuación epistémica comunicativa, como la competencia comunicativa puesta en práctica por un sujeto en una situación, como efecto de la competencia comunicativa aplicada sobre la situación o contexto de comunicación por parte del sujeto comunicante; y (iii) la Capacidad epistémica como la habilidad no innata que posee un sujeto para conocer y manejar el conocimiento en una situación dada.¹¹ Parece claro que la competencia comunicacional o comunicativa constituye la base psicológica mínima necesaria para que se lleve a cabo la comunicación, aunque resulta socialmente estructurada por la cultura y el contexto o ambiente.

Debido a ello, supondremos que la misma se encuentra conformada por (o que se puede examinar de acuerdo con) al menos tres capacidades primitivas: (a) la lingüística, en cuanto al manejo de la lengua, (b) la específicamente epistémica, en cuanto a la manipulación del conoci-

miento, y (c) la contextual, en cuanto al manejo del contexto. Parece evidente que la primera capacidad es básicamente innata (como se ha establecido desde Chomsky, con serios matices), y que la tercera es fundamentalmente aprendida; en cuanto a la segunda, no vamos a adelantar opinión pues carecemos de información en ese sentido, pero parece plausible aseverar que debe presentar elementos innatos y aprendidos, pues es una capacidad que resulta modelada culturalmente, antes que genéticamente.

Vale traer a colación la posición de Bruner (1991), según quien es la cultura y no la Biología (que sólo impone las restricciones), la que moldea la vida y la mente humana (vale decir, en este caso, la capacidad epistémica, y la capacidad comunicativa), al conferir significado a la acción y situar los estados intencionales en un sistema interpretativo socialmente generado y compartido, lo cual se consigue imponiendo patrones inherentes a los sistemas simbólicos. De manera que, expresa Bruner, sólo se podrán comprender los principios que rigen la elaboración e interpretación de los significados en cuanto seamos capaces de especificar la estructura y coherencia del o los contextos, lo cual conduce al siguiente punto.

3. CONTEXTO Y ESPACIO DE LA COMUNICACIÓN

3.a. Situaciones comunicacionales básicas.

Progresivamente, en las disciplinas de lo cognitivo (y en la Inteligencia artificial) se está tomando consciencia de la necesidad de considerar la cognición desde lo situacional, de allí el conceptualizarla como «situacional», contextualizada o «situada». Muy brevemente, consideraremos que el contexto en la comunicación se encuentra determinado por tres clases de factores: (i) el Contexto de significado, que puede ir desde lo público hasta lo privado; (ii) el Contexto normativo social, que atañe a los patrones culturales de lo admitido o no en una situación-tema; y (iii) el Contexto estimular, que atañe a los estímulos (aversivos y atractivos, actuales y potenciales) presentes para los participantes en una comunicación. Consideramos que el cruce de estos tres ejes permite definir unas Situaciones comunicacionales básicas donde contextualizar un proceso de comunicación e incluso determinar situaciones comunicacionales típicas.

Parece evidente que el contexto ya se

encuentra estructurado, socialmente determinado, como han expresado diferentes investigadores (Bruner, 1991; Girotto and Light, 1992; Hatano and Kazoko, 1992), a menos que sea absolutamente novedoso, de por sí, o para los sujetos involucrados en el proceso. Además, está claro que existen cánones preestablecidos acerca del significado de las conductas en un contexto determinado, y reglas de cortesía y de negociación ante la violación de tales cánones (Bruner emplea la expresión de Psicología cultural).

3.b. Espacio conceptual de la comunicación

Siguiendo la idea metodológica de representación propuesta en Velasco, 2000a para el Espacio general de las ideas, vamos a proponer la distinción de un Espacio conceptual de la comunicación, esto es, uno donde se encuentran las ideas manejadas o a manejar en la comunicación; podemos definirlo en base a tres dimensiones: (i) el Número de sujetos intervinientes en la comunicación, (ii) la Clase de actividad comunicativa (casual o no estructurada, estructurada, resolutive, inquisitiva, conflictiva, etc.), y (iii) la Temática tratada (política, personal, etc.), lo cual permite ubicar en tal espacio (algo que no podremos desarrollar acá) actividades comunicacionales como el Diálogo, la Conversación, el Mitin, el «Talk Show», la Clase académica, etc.

Ahora, podemos definir un Espacio epistémico de la comunicación, como aquel que resulta de la actividad epistémica (manejo del conocimiento) de un sujeto (específicamente, de su SE) aplicada sobre el Espacio conceptual de la comunicación, dentro de los límites que impone la Situación comunicacional que enmarca el proceso del caso. Afirmaremos que es examinable matemáticamente (vectorialmente) siempre y cuando se logren crear escalas de representación adecuadas, y métodos apropiados de conversión de los datos, para las dimensiones de los constructos que lo generan.

4. LA TRANSMISIÓN DE UNIDADES EPISTEMICAS

4.a Sistematización cognoscitiva

En una comunicación hay siempre una transmisión de UE's, pero ello no implica que toda transmisión de ellas constituya una comunicación, ni que toda transmisión genere conocimiento entre los sujetos; la razón se encuentra en que la cua-

66

Debemos considerar
que el conocimiento del sujeto
ha de ser puesto en práctica
por su sistema cognitivo con vistas
a la interacción comunicativa;
es decir, existe una condición
o característica básica para
que el sujeto logre comunicarse.

lidad cognoscitiva de, por ejemplo, un mensaje transmitido por un controlador aéreo, es muy diferente de la de uno transmitido en un mitin político, en una clase magistral o en una conversación. Es por ello que resulta pertinente introducir el concepto de Sistematización cognoscitiva (Rescher, 1979). Este hace referencia al grado de organización (compleción o completud erotética, compleción explicativa y consistencia) que presenta un conocimiento.

Rescher toma como modelo la Teoría de sistemas generales aplicada al análisis de la verdad y coherencia del conocimiento, tomando como paradigma de éste al conocimiento científico. Este concepto resulta necesario a fin de poder ahora diferenciar entre el conocimiento y el no-conocimiento como resultado de la transmisión de las UE's, de donde se pueden encontrar tres posibles configuraciones de UE's, según su sistematización sea mínima o máxima, a saber: los Datos, la Información y el Conocimiento. Además, de acuerdo con las características del proceso de transmisión se puede distinguir entre la Transmisión pura y la Comunicación, si tenemos en cuenta no sólo el envío de UE's, sino la posibilidad de su mutuo tratamiento, de dejar abierta la oportunidad para retroalimentación, etc. (ver análisis relacionado, en Pasquali, 1990).

4.b. Transmisión del Mensaje

La Transmisión es el proceso por el cual un emisor envía UE's a un receptor. Y de acuerdo con nuestro análisis, debemos distinguir según la transmisión sea de UE's sistematizadas o no, y según se trate de la pura transmisión, o bien, de una comunicación. Ambas cualidades del proceso se relacionan así: mientras que los puros datos (que son UE's no sistematizadas), son transmisibles mas no comunicables, los datos configurados como conocimiento (las UE's sistematizadas) sí son comunicables, y los datos configurados como información (podemos considerar como UE's pre-sistematizadas) pueden o no ser comunicables, pero en todo caso son transmisibles. Se requiere, por otra parte, que las UE's reciban la atención del receptor; así, cognitivamente, la cualidad primordial del mensaje es su Relevancia para el receptor.

Ahora bien, una crítica, justificada, al que han llamado «modelo del código» tradicional, es que en éste se asume que la información comunicada es recibida sin modificación, o que se genera una copia en el sistema de representación del receptor, y que el «hecho sociológicamente crucial» de que su contenido resulta transformado, distorsionado o suprimido, no puede ser explicado en términos del modelo del código, y hay que idear otro mecanismo apropiado (Sperber and Wilson, 1997, párr. 4, 5).

Esto es totalmente cierto, pero parece una acusación totalmente errada si se considera que con el «modelo del código» nunca se ha pretendido lograr más que lo que permite: examinar el mensaje (con modelos basados en analogías fisicalistas y electrónicas, erradas quizás, pero importantes) y su transmisión. El modelo, debería estar claro, no permite ir más allá de ello, hasta los problemas de la percepción, manejo y generación de nuevos mensajes, puesto que éste es un problema psicológico, y, específicamente, epistémico,¹³ fuera de su ámbito de aplicación.

Los autores atrás citados proponen entonces el que denominan Principio de Relevancia como el mecanismo apropiado para llenar el vacío del modelo criticado. Pero como se podrá colegir de este trabajo, no creemos que se trate de añadir un principio más abstracto al modelo tradicional, o de que éste resulte totalmente errado: se trata de que no se lo puede aplicar a aquello para lo que no fue creado, y en ese sentido es que resulta necesaria una disciplina que estudie estos problemas específicos.

En un trabajo reciente (Velasco, 2000) se ha examinado el concepto de Relevancia en la comunicación centrándose el análisis en la importancia social de las ideas manejadas; tal importancia, según Velasco, dependería de que tales ideas presenten altos grados de organización, de relación con la temática pertinente, y de relación con el bienestar social. Por otra parte, en el trabajo de Sperber y Wilson se ha sugerido un diferente examen de la Relevancia, desde el punto de vista cognitivo.¹⁴ Parece correcto aseverar que uno y otro enfoque no resultan contradictorios ni tampoco se solapan, sino que atañen a dos aspectos, o niveles, diferentes del mismo problema: mientras que el segundo enfoque es puramente cognitivo y de psicología individual, el primer enfoque es abiertamente pragmático y de psicología social: éste supone a aquél, del mismo modo como la Pragmática supone a la Semántica, o en este caso, la Psicosemántica (ver espec. Mey and Talbot, 1988; Ziv, 1988).¹⁵

5. EL PROCESO EPISTEMICO DE LA COMUNICACION

5.a. La representación del proceso

Hay diferentes maneras de representar el conocimiento, y es en verdad dudoso que alguna de ellas sea totalmente correcta para expresar cómo es que los seres humanos realmente manipulan cognitivamente el conocimiento: trátase de Redes neuronales, de Marcos y guiones, de Representaciones proposicionales, de Redes semánticas, etc. (De Vega, 1984; Mayer, 1983; Rich and Knight, 1991; Suppes, Pavel and Falmagne, 1994), entre otros métodos, resulta dudoso afirmar que uno de ellos, o una combinación de los mismos, sea una adecuada síntesis de la cognición humana (exámenes críticos en Massaro and Cowan, 1993; Holyoak and Spellman, 1993; Oden, 1987). Teniendo esto en mente, vamos a continuación a pasar por alto el método de representación (que puede ser cualquiera y no es nuestro tema) para proponer cómo se llevaría a cabo el tratamiento epistémico de los datos de la comunicación.

Parece claro que el sistema epistémico de un sujeto participante en una comunicación debe poner en ejecución un algoritmo o serie de ellos que actúe en al menos dos niveles o, por así decir, que cumpla con dos clases de tareas diferentes aunque complementarias: (a) En un primer nivel, con el empleo de una función

66

Hay diferentes maneras
de representar el conocimiento,
y es en verdad dudoso que alguna
de ellas sea totalmente correcta
para expresar cómo es que los seres
humanos realmente manipulan
cognitivamente el conocimiento:
trátase de Redes neuronales,
de Marcos y guiones,
de Representaciones
proposicionales,
de Redes semánticas,

99

generadora de estados de conocimiento, ha de (a.1) generar el espacio de conocimiento para el tema en comunicación, o bien (a.2) completar tal espacio, si ya existe uno relacionado con el tema. (b) En un segundo nivel, mediante el empleo de una función de búsqueda, comparación y selección, el sistema epistémico del sujeto ha de (b.1) escoger la configuración epistémica más adecuada que en el espacio de conocimiento a continuación debe ser adoptada, y (b.2) llevar a cabo la corrección de la configuración previa, si se encuentra a la actual como total o parcialmente errónea.

Estamos de acuerdo con el lector en que esta es una síntesis sumamente burda, que el proceso debe ser en buena parte inconsciente, y en que los procesos cognitivos, conscientes o no, (como, entre otros, lo ha dicho Penrose) difícilmente pueden ser algorítmicos salvo en lo que al sujeto le resulta evidente. Pero considérese que aquí se emplea «algoritmo» en un sentido muy general (no en el matemático computacional), entendido como una serie finita de pasos, no necesariamente consciente y no estrictamente determinista, que se puede corregir («mejorar») conscientemente o no, para hallar

una solución subjetivamente satisfactoria (esto es, que no necesariamente es objetivamente correcta) a una cuestión.

Podemos aseverar, finalmente, que los componentes o factores esenciales del proceso comunicacional en lo epistémico son pocos, a saber: (a) por una parte, un SE de un sujeto iniciador del proceso de comunicación, que presenta una determinada configuración epistémica; (b) un mensaje emitido por aquél, conformado por UE's que presentan una determinada sistematización, y cuyo contenido varía si (c) se le aplica un modulador del contenido; y (d) otro SE de otro sujeto, que a su vez presenta una determinada configuración epistémica, que recibe el mensaje inicial y en su momento emite mensajes que pueden ser modulados. El desarrollo del proceso comunicacional genera cambios en cada uno de estos elementos debido a recíprocas influencias directas e indirectas, y lo que resulta quizás más importante es cómo y por qué una configuración de UE's genera otra en otro sujeto.

El proceso presenta, así, al menos dos relaciones funcionales básicas: (a) una, es la que se presenta en la aplicación de un modulador sobre un mensaje, para generar un mensaje modulado, y (b) otra, la que existe entre el mensaje, modulado o no, y la estructura epistémica del receptor en su aplicación sobre ésta, para generar un cambio en ella. Hay a su vez, desde luego, una relación entre las dos anteriores; además, parece evidente que para los dos casos señalados, si se logra determinar la forma matemática de cada función, y en una situación dada se conocen dos de los factores intervinientes, se puede determinar el otro.

5.b. Consecuencias epistémicas del proceso.

En concordancia con las críticas de diversos investigadores (por todos, ver Pasquali, 1990), llegamos a mostrar cómo el no-conocimiento no es comunicable sino solamente transmisible. Un sujeto normal puede sistematizar UE's como verdadero conocimiento o como no conocimiento, y un sujeto mentalmente disminuido puede repetir fonéticamente configuraciones de datos carentes de sentido para él, tal como puede hacerlo una cordera, o como cierto autista puede imitar una vocalización a la perfección, todo ello sin que por parte de esos emisores haya comprensión de la configuración de datos manejada ni intención de comunicarse, o si hay tal intención, sin que ella se corres-

ponda con la emisión fonética proferida. De manera que en estos casos no es recomendable hablar de comunicación sino de pura transmisión de datos o de información.

Pero tampoco es posible hablar de comunicación cuando el sujeto, aun psicológicamente normal, se comporta en la transmisión de UE's, voluntariamente o no, de modo disminuido, sin hacer uso adecuado de su competencia comunicativa, como es el caso de las muletillas, manierismos, modismos, jergas, etc. empleadas indiscriminadamente. Si bien es normal que ello ocurra ocasionalmente (puesto que la racionalidad y la consciencia sólo son posibles de modo parcial y temporal), hay una clase de situaciones en que el fenómeno resulta inconveniente, como en las pautas de comunicación estereotipada propia de etapas como la adolescencia, algo que dudamos en considerar verdadera comunicación.

Esto guarda relación con el viejo tema de la alienación (un excelente examen conceptual en Riu, 1981), puesto que hay que preguntarse hasta qué punto una transmisión de información de UE's no sistematizadas (por tanto, no-conocimiento) y llevada a cabo inconscientemente (por tanto, no-comunicación) da lugar a, o es característica de, procesos considerables como alienantes.

6. CONCLUSIÓN

Calificar a una comunicación como social es cometer un pleonismo: toda (verdadera) comunicación humana es social, y si una transmisión de información entre seres humanos no es social, entonces, no es comunicación sino pura transmisión de datos o de información.¹⁶ Pues si bien toda interacción es necesariamente social, no toda es necesariamente comunicativa: la clasificación sugerida permitió aclarar por qué ciertos procesos suelen ser considerados como «falsa comunicación», «alienantes», etc.: se trata, en síntesis, de que o no se cumplen ciertas condiciones epistémicas y contextuales para que los sujetos se encuentren en pie de igualdad, o de que uno de los sujetos no está en capacidad de responder o efectivamente no lo puede hacer, que la transmisión de datos resulta alienante, etc.

El fenómeno de la comunicación es inevitablemente social pues involucra la participación de al menos dos sujetos; es inevitablemente cognitivo, pues implica la interpretación de símbolos; y es también necesariamente pragmático, pues genera

efectos causados por los símbolos transmitidos. Esta interdisciplinariedad «natural» del fenómeno afecta a la disciplina que lo estudia, y si bien sus modelos deben ser propios, también es cierto que deben basarse en insumos de otras varias disciplinas. El olvido de alguna de aquellas dimensiones, o el énfasis excesivo en una de ellas, genera enfoques parciales y por ello ontológicamente sesgados, como por ejemplo el de Sperber y Wilson, orientado sólo hacia lo cognitivo-computacional.

La característica anterior no sólo estimula el trabajo interdisciplinario, sino que muestra que deben también crearse sub-disciplinas que por derecho propio examinen las diferentes facetas del tema. Ahora, si bien tal tarea es sumamente difícil, no es superflua; en este sentido, acá se han sugerido las líneas básicas alrededor de las cuales crear una sub-disciplina en el campo teórico de la Comunicología: se ha procurado establecer una base para el análisis de los procesos epistémicos en la comunicación, base que, como se dejó ver, puede ser formalizada. En todo caso, aun si el enfoque que se ha sugerido resultase inadecuado, si este trabajo ha mostrado que existe un vacío por llenar, su propósito estará cumplido.

Para finalizar, y en este orden de ideas, metodológicamente, entonces, consideramos que la cuestión clave es la siguiente: ¿Es posible representar los procesos simbólicos (o al menos los específicamente epistémicos) de la comunicación, en una estructura completamente formal que, en cuanto al estudio del fenómeno, permita llevar a cabo operaciones analíticas que resulten isomórficas con respecto a las operaciones simbólicas reales, esto es, los procesos intra e intercognitivos empíricos?¹⁷

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BALZER, Wolfgang. 1997. *Teorías empíricas: estructuras y ejemplos*. Madrid: Alianza.
- BANDURA, Albert. 1996. *Teoría social cognitiva de la comunicación de masas*. En J. Bryant y D. Zillmann. Los efectos de las comunicaciones de masas. Investigaciones y teorías. Barcelona: Paidós.
- BILLOROU, Oscar P. 1997. *La comunicación publicitaria*. En Galeano Ernesto, Modelos de comunicación. Buenos Aires: Macchi. 2ª edición.
- BRUNER, Jerome. 1991. *Actos de significado*. Madrid: Alianza.
- BUNGE, Mario. 1983. *Epistemología*. Curso de actualización. Barcelona: Ariel.
- CONTASTI, Max. 1988. *La planificación como disciplina social*. Caracas: Universidad Nacional Abierta.
- DEFLEUR, Melvin and Sandra J. Ball-

- Rokeach. 1989. *Theories of Mass Communication*. New York: Longman. 5th. edition.
- DE VEGA, Manuel. 1984. *Introducción a la psicología cognitiva*. Madrid: Alianza.
- DELGADO D., Carlos. 1990. *Introducción al estudio de la comunicación social*. San Cristóbal: Ediciones andinas.
- FERRATER M., José. 1986. *Diccionario de Filosofía*. Madrid: Alianza. 5ª. reimpresión.
- FREEDMAN, Norbert and Stanley Grand. 1977. *Communicative structures and psychic structures*. A psychoanalytic interpretation of Communication. New York: Plenum Press.
- GALEANO, Ernesto C. 1997. *Modelos de comunicación*. Desde los modelos «estímulo-respuesta» hasta la comunicación «contingente». Buenos Aires: Macchi. 2ª edición.
- GARFIELD, Jay L. 1988. *Belief in Psychology*. A study in the Ontology of mind. Cambridge: MIT Press.
- GIROTTO, Vittorio and Paul Light. *The pragmatic bases of children's reasoning*. Chapter 8, en Paul Light and George Butterworth (eds.) Context and cognition. Ways of learning and knowing. Hillsdale: Lawrence Erlbaum.
- Hatano, Giyoo and Inagaki Kazoko. 1992. *Destituting cognition through the construction of conceptual knowledge*. Chapter 7, en Paul Light and George Butterworth (eds.) Context and cognition. Ways of learning and knowing. Hillsdale: Lawrence Erlbaum.
- Holyoak, Keith J. and Barbara A. Spellman. 1993. Thinking. Annual Review of Psychology, 44: 265-315.
- Massaro, Dominic and Nelson Cowan. 1993. *Information processing models: Microscopes of the mind*. Annual Review of Psychology, 44: 383-425.
- MAYER, Richard E. 1983. *Thinking, problem solving, cognition*. New York: W. H. Freeman.
- MEY, Jacob L. and Mary Talbot. 1988. *Review Article: Computation and the soul*. Journal of Pragmatics, 12: 743-789.
- MILLER, Gerald R. 1986. Capítulo 2 en Carlos Fernández-Collado y Gordon L. Dahnke (comps.). *La comunicación humana, ciencia social*. México: McGraw-Hill.
- ODEN, Gregg C. 1987. Annual Review of Psychology, 38: 203-227.
- PASQUALI, Antonio. 1990. Caracas: Monte Avila. 4ª edición.
- PETTY, Richard y Joseph R. Priester. 1996. *Cambio de actitud de los mass media: implicaciones del modelo de elaboración probable*. En J. Bryant y D. Zillmann. Los efectos de las comunicaciones de masas. Investigaciones y teorías. Barcelona: Paidós.
- PETTY, Richard, Duane T. Wegener and Leandre R. Fabrigar. 1997. *Attitudes and attitude change*. Annual Review of Psychology, 48: 609-647.
- PUENTE, Aníbal, Lissette Poggioli y Armand Navarro (comps.). 1995. *Psicología cognoscitiva. Desarrollo y perspectivas*. Caracas: McGraw-Hill.
- RESCHER, Nicholas. 1979. *Cognitive systematization. A systems-theoretic approach to a coherentist theory of knowledge*. Oxford: Blackwell.
- RICH, Elaine and Kevin Knight. 1991. *Artificial intelligence*. New York: McGraw-Hill.
- RIU, Federico. 1981. *Usos y abusos del concepto de alienación*. Caracas: Monte Avila.
- SPERBER, Dan and Deirdre Wilson. 1997.

Remarks on Relevance theory and the Social sciences. Multilingua, 16: 145-151.

- SUPPES, Patrick, M. Pavel and J.-Cl. Falmagne. 1994. *Representations and models in psychology*. Annual Review of Psychology, 45, 517-544.
- VELASCO, Antonio. 2000a. *Venezuela: la relevancia comunicacional del debate pre-constituyente*. Manuscrito en arbitraje.
- VELASCO, Antonio. 2000b. *La hipotetización del otro como sustrato de la interacción simbólica comunicativa*. Manuscrito no publicado.
- ZIV, Yael. 1988. *On the rationality of 'relevance' and the relevance of 'rationality'*. Journal of Pragmatics, 12: 535-545.

NOTAS

- 1 Decimos «tentativamente» porque a pesar de que se ha procurado llevar a cabo una búsqueda bibliohemerográfica exhaustiva, sólo se ha tenido acceso a los recursos informativos al alcance del autor, y bien puede ocurrir que existan exámenes del tema que éste no pudo conocer.
- 2 Presentar esto trae aparejada la grave responsabilidad de que no sólo hay que mostrar que existe un problema y toda una compleja temática, sino que hay que proponer un modo apropiado de abordaje del asunto. La crítica del lector será la que permita concluir si nos encontramos ante un nuevo campo del conocimiento, o si es más bien un terreno ya explorado pero aún árido.
- 3 Consúltese por ejemplo la Página Web oficial de la International Communication Association.
- 4 De acuerdo con J. Ferrater Mora, epistémico es lo relativo al conocimiento, así como las cuestiones que se plantean cuando se analizan expresiones que envuelven actitudes proposicionales (o variables oréticas). Consúltese «Epistémico», Vol. 2, p. 959. Asimismo, «Episteme», *ibíd.*, pp. 958-959; «Epistemología», *ibíd.*, p. 960; «Conocimiento», Vol. 1, pp. 597-603; «Creencia», *ibíd.*, pp. 660-664, y «Saber», Vol. 4, pp. 2906-2909, en Ferrater, 1986.
- 5 Existen muchas definiciones y modelos de Comunicación, desde la interpersonal diádica hasta la comunicación de masas; por todos, consúltese definiciones en Delgado D., 1990; Galeano, 1997; Pasquali, 1990. Hay una exposición breve e interesante de los principales modelos de la comunicación de masas, así como una teoría propia al respecto, en De Fleur and Ball-Rokeach, 1989. Un examen de las teorías recientes y sus modelos en la comunicación masiva, en Jennings y Bryant, 1996. Una exposición de diversos modelos psicoanalíticos parciales sobre la comunicación en Freedman and Grant, 1977. Pero, hasta donde alcanza nuestra información, el problema específicamente epistémico suele obviarse o dejarse en algún lugar entre la Psicología y la Filosofía, algo que parece haber generado el problema de que ese terreno ha venido tratándose por diferentes manos y con diferentes criterios, sin haberse estabilizado.
- 6 Con respecto a los problemas taxonómicos en las disciplinas de lo cognitivo, consúltese Garfield, 1988, Chapter 2. Vale señalar que un representante de la International Communication Association, en comunicación reciente dirigida al autor, ha informado que la nomenclatura y taxonomía de la disciplina no es de competencia de la organización, y que el desarrollo de las investigaciones en el área es el que deberá dar lugar a su progresiva estructuración.
- 7 No deseamos entrar aquí en discusiones más bien impertinentes para nuestro caso (alguno las llamaría Bizantinas) acerca de si la idea de Episteme según Foucault significa lo mismo que el término griego original; o el tema de las relaciones entre tal concepto de Episteme y el de Paradigma de T. S. Kuhn; o su relación con los de Weltanschauung o Espíritu de la época, etc.
- 8 Cabe aclarar que esta división no es materia indisputada: en la llamada «Filosofía continental» hay quienes aún continúan considerando a la Epistemología como Teoría del conocimiento, en el sentido puramente filosófico y de análisis conceptual, lo cual es desde luego un error, y reservan para la Epistemología, como se la conceptúa aquí, la expresión de Teoría de la ciencia (entendida como análisis conceptual). El problema con ello es que una disciplina bien establecida (aunque aún en elaboración) como la Ciencia cognitiva carece de lugar en tal esquema (sobre todo si se considera que ella trata también del conocimiento en entes artificiales), e igual sucede con una materia como la Epistémica, considerable entonces como apéndice de la Teoría del conocimiento.
- 9 Sobre los procesos mentales y sus modelos en Psicología, Inteligencia artificial y Ciencia cognitiva: Holyoak and Spellman, 1993; Massaro and Cowan, 1993; Rich and Knight, 1991.
- 10 Basados en parte en la tipología de Oscar Billorou sobre los que llama «ruidos conceptuales», a saber, de concepción, de propagación, de comprensión y de asimilación (1997, pp. 120-122), proponemos seis Moduladores sociales del mensaje: (1) el efecto de Barrera, que impide de hecho la transmisión del mensaje, aunque haya sido emitido correctamente, (2) efecto de Pantalla, que devuelve el mensaje a quien lo emitió; (3) el Sesgo, que desvía el mensaje hacia un lugar social diferente del originalmente intentado por el emisor; (4) efecto de Filtro, que selecciona fragmentos específicos del mensaje, (5) el Ruido, que lo deforma, y (6) el efecto de Espejo, que invierte el mensaje. Nótese bien que consideramos necesario ubicar estos factores como intervinientes sobre el mensaje, antes que durante la emisión, percepción o procesamiento del mismo, algo cuya utilidad metodológica no podemos justificar acá por falta de espacio.
- 11 Max Contasti (1988) ha introducido el concepto de Capacidad epistémica, como una función de tres factores principales (racionalidad, criticidad y creatividad) consistente en la flexibilidad y sensibilidad para proponer, caracterizar y precisar conjuntos coherentes de conceptos y relaciones que sean válidos para analizar situaciones difusas y cambiantes y que sean útiles para intervenir en circunstancias novedosas (pp. 167-168).
- 12 Según Miller (1989) la más crucial determinante situacional es el número de sujetos (las otras, Cercanía, Canales sensoriales disponibles e Inmediatez de retroalimentación); para Miller la variación de lo impersonal a lo personal no depende del contexto, algo con lo que disintimos, desde luego.
- 13 Véanse las tesis expuestas en Bandura, 1996; Petty y Priester, 1996; y Petty, Wegener and Fabrigar, 1997, acerca de cómo la comunicación, específicamente los mensajes, modifican actitudes y conductas; se notará que no presentan especial énfasis en el cambio en el sistema de conocimiento (aquí, específicamente el SE).
- 14 Sperber y Wilson (1997) establecen dos principios de relevancia: Uno, de carácter cognitivo, según el cual la búsqueda de relevancia es un factor constante en la vida mental humana, y otro, de carácter propiamente comunicacional, según el que la comunicación ostensiva debe crear únicamente las expectativas precisas de relevancia en el otro. Se trata, pues, de lograr el mayor efecto cognitivo con el menor esfuerzo de procesamiento para el receptor, puesto que el sujeto debe enfocar su atención en lo que le parezca ser más relevante. La exposición completa del modelo se encuentra en Sperber, Dan and Deirdre Wilson. 1995. *Relevance: Communication and cognition*. Oxford: Blackwell, 2nd. edition, texto que no se pudo consultar para el presente trabajo. Valga notar que los autores en su texto de 1997 no presentan una definición de la Relevancia. Hay dos severísimas críticas al modelo de Sperber y Wilson en Mey and Talbot, 1988 y Ziv, 1988.
- 15 Para Sperber y Wilson, comunicar es implicar que la información comunicada es relevante. Una consecuencia del modelo de estos autores es que la transmisión no ostensiva de información no es en realidad comunicación, algo en lo que estamos de acuerdo, pero el enfoque parece inadecuado si se considera que un sujeto involucrado en una comunicación no necesariamente sigue el principio de relevancia; considérese el caso de alguien a quien se le explica que su pareja le es infiel: si desea enterarse, invertirá el tiempo que sea necesario para comprender y actuar.
- 16 Cabe aclarar dos cuestiones en este sentido: una, que comúnmente, con la expresión de «Comunicación social» se quiere hacer referencia a la comunicación de masas y mediada; y otra, que la llamada «comunicación interna» o conversación consigo mismo, de ninguna manera es un proceso de comunicación, sino una forma de la cognición, la intracognición consciente y dialógica.
- 17 Creemos firmemente que sí es posible, y que es no sólo necesaria incluso indispensable. Ello precisa, además de una representación adecuada de lo cognitivo, de la creación de taxonomías de procesos, contextos y factores intervinientes en la comunicación. El asombroso desarrollo de las aplicaciones de la Matemática a los fenómenos empíricos da buenas razones para considerar que esto es plenamente factible, pero depende, o de la aplicación de las herramientas formales adecuadas, o bien, de no existir aún tales herramientas, de su creación. En este sentido, orientado a la formalización del proceso, un modelo parcial atinente a la formación y corrección de la percepción del otro en la interacción comunicativa se presenta en Velasco, 2000b.