



# La información como relato

Actas de las  
V Jornadas  
Internacionales de  
Ciencias de la  
Información

Carlos Barrera  
Miguel Angel Jimeno  
(Eds.)

LA INFORMACIÓN COMO RELATO  
Actas de las V Jornadas Internacionales  
de Ciencias de la Información

© Copyright 1991. Carlos Barrera del Barrio y Miguel Angel Jimeno López.

Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra

Facultad de Ciencias de la Información  
Universidad de Navarra

ISBN 84-87146-76-7

Depósito Legal NA-1676-1991

Fotocomposición: Compomática AZUL. Iturrama 64. Pamplona.  
Imprime: NAVEGRAF. Pol. Ind. Berriainz. nº 17. Berriozar.  
Textos en disco por la Facultad de Ciencias de la Información

Printed in Spain-Impreso en España

# UNA TEORÍA FENOMENOLÓGICA DE LA COMUNICACIÓN APLICACIÓN DE LAS IDEAS DE ALFRED SCHUTZ AL ESTUDIO DE LA COMUNICACIÓN DE MASAS

Manuel MARTÍN ALGARRA

La vitalidad del mundo de los medios de comunicación y su grandísima influencia social puede hacer pensar a los ajenos al campo que el estudio académico y científico de ese fenómeno —así como de la comunicación en general— goza de un desarrollo intelectual similar. Sin embargo, a pesar de que la vitalidad institucional de nuestro campo es innegable<sup>1</sup>, no cabe duda de que los estudios básicos sobre comunicación —la teoría de la comunicación y la teoría de la comunicación de masas— carecen de líneas de fuerza que las orienten. Hay quien mantiene que existe en el campo una gran pobreza intelectual<sup>2</sup> que lleva a que los modos de contemplar las realidades que nos ocupan sean tan diversos entre sí, que difícilmente se puede hablar de una ciencia de la comunicación —por tanto con una terminología, un objeto y un método definidos— sino más bien de consideraciones sobre diversas manifestaciones del fenómeno humano de la comunicación y de la comunicación de masas hechas desde otros campos del saber<sup>3</sup>.

Los «teóricos» de la comunicación sólo contribuyen con su diversidad de procedencias intelectuales y académicas y su multitud de enfoques a incrementar la perplejidad que reina en el campo. No ofrecen, pues, el tan deseado como necesario enfoque de los fenómenos comunicativos que permitan poder hablar con propiedad de la ciencia de la comunicación.

Ya he expresado en otro lugar<sup>4</sup> que la elaboración de una teoría de la comunicación sólidamente fundada no ha de ser necesariamente algo creado *ex novo*. La comunicación es un fenómeno tan antiguo como el hombre y, obviamente, ha ocupado un lugar en la historia de la filosofía<sup>5</sup>. Obviamente, la reflexión de los grandes pensadores de la historia sobre el fenómeno de la comunicación humana debe ser un punto de partida inexcusable para definir el objeto de nuestra ciencia —la comunicación— con sus características peculiares y diferenciadoras. Sólo partiendo de este punto podemos hacer un estudio teórico sólido de los fenómenos comunicativos que la situación social y la tecnología contemporáneas producen.

Si bien la comunicación no constituye un tema nuclear en las reflexiones de la mayor parte de los pensadores contemporáneos, sí es cierto que una buena parte de ellos tratan la comunicación como un tema de gran importancia. Uno de esos pensadores, cuyas reflexiones van a ocupar las páginas que siguen, es Alfred Schutz<sup>6</sup>. Schutz, en su intento de dotar de una bases filosóficas bien fundadas a la sociología comprensiva maxweberiana, se acercó a la fenomenología de Edmund Husserl, del que llegó a ser amigo y discípulo, hasta el punto de ser considerado en la actualidad como el punto de origen de lo que se ha dado en llamar sociología fenomenológica.

En su intento fundamentador, Schutz trabajó con profundidad una serie de conceptos que resultan de gran utilidad para quien pretende alcanzar un conocimiento teórico profundo de la realidad humana de la comunicación.

El fenómeno humano de la comunicación ocupa un puesto importante en la obra de Schutz. Esta afirmación puede contrastar con el hecho de que ese concepto no es analizado de modo sistemático en ninguna de sus obras. Fue la prematura muerte de Schutz lo que impidió el tratamiento más detenido y sistemático del concepto de comunicación humana. Buena prueba de ello es que la palabra comunicación es una de las que aparece con más frecuencia en los cuadernos en los que Schutz fue pre-

parando los materiales para la publicación de lo que pretendía que fuese su *opus magnum*<sup>7</sup> pero que, desafortunadamente, no pudo finalizar.

A este respecto parece significativo que uno de los fenómenos que le hace empezar a dudar de la validez de los análisis fenomenológicos dentro de la esfera transcendental es la comunicación. Como el propio Schutz señala, la comunicación es un dato del mundo de la vida cotidiana, de la realidad experimentada por el hombre común que funciona en la actitud natural. Pero, sin embargo, el pensamiento moderno no ha sido capaz de darle una explicación que no rompa la coherencia racional de todo su sistema. Partiendo desde el *ego cogito* cartesiano es imposible —concluirá Schutz al cabo de treinta años de búsqueda insatisfactoria de una salida— solucionar el problema mundano de la intersubjetividad con su manifestación más evidente: la comunicación. En la esfera transcendental no cabe sino la existencia solitaria de un ego, creador de las realidades transcendentales, pero incapaz de salir de sí mismo, de proyectarse fuera de sí por medio de la acción, y mucho menos de la acción comunicativa<sup>8</sup>.

El planteamiento de este problema abre a los estudiosos de la comunicación un panorama de investigación tan rico como vasto. Efectivamente, la comunicación de masas —y por tanto la ciencia que nos ocupa— es un fenómeno que aún no tiene un siglo de existencia, pero la reflexión sobre el fenómeno humano de la comunicación, en toda la complejidad de sus aspectos, no sólo ha sido objeto de la reflexión filosófica, sino que, como sucede en el caso de Schutz, está en el núcleo del pensamiento moderno. El punto donde quiebran los planetamientos transcendentales de la filosofía moderna es precisamente su incapacidad para explicar los fenómenos cotidianos, que se presentan siempre como intersubjetivos, y de manera muy especial el de la comunicación.

Schutz abandona por ese motivo los análisis dentro de la esfera transcendental y limita sus consideraciones filosóficas al mundo de la vida, y especialmente al ámbito de la vida cotidiana.

na<sup>9</sup>. La comunicación es un fenómeno que se da en el mundo de la vida cotidiana. En éste no es necesario alcanzar claridad y distinción para llevar a cabo una consideración racional. La comunicación es una realidad que hay que presuponer porque, en el mundo de la vida cotidiana, se nos ofrece como algo indudable, algo presupuesto, (*taken for granted*), como un dato de experiencia. La comunicación siempre es descrita por Schutz como un fenómeno intramundano para cuyo estudio hay que abandonar la *epoché* propia de la esfera transcendental. Es concebida por Schutz como un peculiar tipo de acción, y por lo tanto, a pesar de su peculiaridad, debe ser estudiada teniendo en cuenta la teoría general de la acción humana así como del ámbito en el que ésta se desarrolla, a saber; el mundo de la vida cotidiana.

Una de las peculiaridades de Schutz frente a Weber es su interés por explicar la acción haciendo referencia a los procesos que llevan a la constitución del significado subjetivo con que se la dota. La acción, señala Schutz siguiendo a Weber, es algo más que un simple comportamiento. Es necesario que ese comportamiento tenga un significado subjetivo para que pueda ser distinguida del mero comportamiento. Schutz afina más diciendo que ese comportamiento ha de estar previamente proyectado, ya que es en el proyecto donde se encuentra el significado de la acción, concretamente en sus motivos-para (el estado de cosas que se pretende conseguir con la acción) y sus motivos-porque (lo que condiciona desde el pasado tanto el fin de la acción —incluida su propia existencia— como los medios que se establecen para conseguirlo)<sup>10</sup>. Pero los motivos sólo pueden ser explicados haciendo referencia a las experiencias pasadas del sujeto en cuestión. La vida vivida configura el acervo de conocimiento del actor, determina lo que es problemático, lo que se constituye en tema y horizonte de sus experiencias. En sentido estricto, no es que el actor esté determinado por lo externo, sino que el actor se determina al decidir, enriquece su experiencia, completa su acervo de conocimiento. La percepción está estrechamente vinculada al concepto schutziano de acción, pues en el acervo de co-

nocimiento se configuran los sistemas de relevancias, los tipos-ideales, y otros elementos que afectan de modo radical a la decisión humana.

La primera consecuencia que podemos sacar del pensamiento de Schutz para la elaboración de una ciencia de la comunicación de masas es precisamente que la comunicación es una acción. Esto, por evidente, puede parecer una cuestión sin importancia, pero no cabe duda de que supone una determinación de nuestro objeto de estudio —también, de alguna manera, del método— que abre un panorama nuevo al teórico de la comunicación de masas. Sólo el estudio de la naturaleza de la acción comunicativa llevada a cabo a través de medios de masas nos permitirá obtener unos sólidos fundamentos teóricos sobre los que construir un cuerpo doctrinal que permita explicar el fenómeno de la comunicación como algo más que un negocio, o que la popularización de la expresión artística. La comunicación —y por tanto la comunicación de masas— no es algo que «se dá», sino algo que se hace, y las consecuencias que esta sencilla afirmación puede tener sobre el trabajo en comunicación de masas y sobre la investigación teórica sobre ese trabajo son inmensas. La naturaleza de la acción comunicativa nos hace ver que el estudio de los contenidos de los medios no puede realizarse solamente desde los llamados géneros o estilos. Esto es así porque la narración comunicativa se rige por las mismas reglas que cualquier tipo de narración, pero es algo más que una narración. Hay que salirse de ese enfoque de la cuestión al considerar los contenidos de los mensajes formulados por los medios. Su elaboración no puede estar determinada por modos de decir, sino por la comunicabilidad de aquello que es el objeto del mensaje, ya que los mensajes se formulan en primer lugar para ser transmitidos a los otros, y sólo después como modos de expresión, consideración esta última que haría cambiar radicalmente la naturaleza de lo narrado. La exclusiva consideración del problema de la comunicación de masas desde los modos de narrar, supondría trabajar sobre un mundo cerrado y creado por quien formula el mensaje, de manera que la bondad o maldad —en todos los

niveles— de lo que se dice estaría en función de una lógica o coherencia interna, no en función de la acción que se lleva a cabo. Por lo tanto, lo que constituye el núcleo del fenómeno comunicativo es la acción de narrar, y sólo en segundo término la acción que se narra.

La comunicación es un tipo peculiar de acción. ¿En qué consiste esa peculiaridad? Como señala el propio Schutz, la comunicación siempre se mueve en el ámbito de la acción externa, ya que la comunicación tiene que ser explicada por medio de lo que Husserl denominada relaciones representativas<sup>11</sup>. La comunicación es posible porque un elemento presente da a conocer otro que no lo está. Sin embargo, cualquier observador poco avezado caerá en la cuenta de que la comunicación no es sólo la fabricación de un producto que presenta el conocimiento que quien comunica quiere transmitir a alguien. Además de esa acción, que denominamos expresiva, hay otra sin la cual no cabe hablar en sentido estricto de comunicación: la interpretación. Lo expresado ha de ser expresado para dar a conocer a otro lo que se quiere comunicar, y luego ese producto tiene que ser efectivamente interpretado. En la comunicación nos encontramos, por tanto, con dos ámbitos de acción: por un lado la acción de expresarse para modificar la conciencia de un *alter ego*, y por otro lado, la acción de interpretar que lleva a cabo aquél a quien se dirige la acción expresiva.

El primero de esos ámbitos puede ser considerado independientemente. De hecho, cabe expresión sin intención comunicativa —tal es el caso del arte— pero nunca cabe comunicación sin expresión. La expresión —también aquella que está dotada de intención comunicativa— sigue en su funcionamiento las reglas propias de la creación: la composición de un texto escrito en sus diversas modalidades, la plasmación plástica de figuras, etc. Se trata de una acción en sentido estricto, pues el comportamiento exterior va acompañado de un plan.

En el caso de la comunicación de masas, y concretamente del periodismo, existe una gran similitud entre la narración artís-



tica y la informativa. En ambos casos el autor permanece escondido para el lector detrás de su obra. Puede dar la impresión de que la única acción que se ofrece para ser interpretada es la acción que se narra, pero, como hemos señalado anteriormente, también debe ser interpretada la acción de narrar para alcanzar una comprensión cabal de lo que se nos dice. El narrador está por encima de la acción. Conoce su curso completo antes de que el lector lo conozca. El lector sólo se limita a escuchar. Interpreta el texto según el significado objetivo que arrojan los signos lingüísticos con que es reproducido. La posibilidad de aprehender el significado subjetivo de esa acción es escasa. El autor se presenta para el lector como un contemporáneo anónimo del que sólo puede captarse el significado subjetivo típicamente.

Sin embargo, y a pesar de su similitud con la narración esencialmente comunicativa, la narración literaria no tiene esencialmente un carácter comunicativo. La diferencia principal está en que la comunicación está socialmente orientada. La comunicación no existiría si no existieran otros a los que dirigirse. Eso no ocurre con las artes narrativas, ya que el arte es esencialmente solitario, no exige la presencia de otros para adquirir su condición artística. La obra de arte es en sí misma una postura de su autor hacia el mundo. La comunicación es el deseo de que aquél a quien va dirigida adopte una postura determinada hacia el mundo. La comunicación siempre busca la reacción en aquél a quien se dirige: eso forma parte de los motivos para toda acción comunicativa.

El segundo de los ámbitos de acción presente en la comunicación, el de la interpretación, es el que verifica que una acción expresiva es, además, propiamente comunicativa. No puede ser considerada en solitario, pues depende siempre del copartícipe en la situación comunicativa. Sin la transmisión de lo expresado, que no es más que la materialización de la intención de hacer llegar el conocimiento o la experiencia objetivada en un producto expresivo a un *alter ego* para que lo interprete, nunca

habrá comunicación. Esos productos, tengan o no un carácter expresivo, pueden ser interpretados como objetivaciones de acciones humanas, e incluso pueden ser comprendidos, es decir, se puede interpretar el significado subjetivo de quien los llevó a cabo, pero, a pesar de ello, no serían comunicativos de carecer de intención de llegar a otros.

La comunicación supone el uso de un sistema intersubjetivo de signos, históricamente heredado y socialmente aceptado, porque sólo de ese modo puede ser interpretado lo expresado y transmitido. El dominio compartido del sistema de signos con que se expresa el que comunica es condición indispensable para la comunicación. Como ya hemos visto, el sistema de signos es al mismo tiempo un sistema expresivo que permite objetivar en signos nuestras experiencias subjetivas, y un sistema interpretativo que permite interpretar correctamente la objetivación de esas experiencias que el otro ha tenido sin necesidad de que sean vividas por quien interpreta ni de conocer a quien objetivó su conocimiento en signos.

Ya hemos tenido ocasión de considerar que el solo conocimiento del significado objetivo de los signos no es suficiente para comprender cabalmente las experiencias que representan. La comprensión auténtica exige aprehender también el significado subjetivo del discurso. Este significado subjetivo es más difícil de captar, ya que no puede hacerse referencia exclusivamente a un sistema de signos que lo apresente, entre otras cosas porque —y esto es obvio en el caso de la comunicación de masas— el copartípe en la situación comunicativa es con frecuencia alguien anónimo a quien Schutz incluye dentro de una categoría ideal-típica denominada «contemporáneo»<sup>12</sup>. Dentro del tipo-ideal del contemporáneo caben todos los individuos con los que no compartimos la misma situación espacial, y por lo tanto todo un espectro de individuos que se relacionan con nosotros en una situación que puede ir desde la familiaridad o intimidad hasta el completo anonimato. El grado de familiaridad con el copartípe depende de nuestro conocimiento de la estructura motiva-

cional de su actuar. Conforme más conscientes seamos de cuál es la estructura motivacional-para y especialmente la estructura motivacional-porque de quien participa con nosotros en una acción comunicativa, más familiar nos resultará o más íntima será la relación social establecida con él.

El modo de acceder a esa estructura motivacional es —así lo señala Schutz— ponerse en el lugar del otro para averiguar qué motivos-para —qué proyecto— tendría yo mismo de encontrarme en la misma situación en la que actualmente se encuentra el otro cuyo actuar pretendo comprender. Por otra parte también tendría que saber qué es lo que el otro considera importante, ya que eso determina su modo de tipificar sus percepciones del mundo en el acervo de conocimiento: su jerarquización e interpretación de las experiencias así como su decisión de actuar de un modo o de otro frente a ellas. En definitiva, conforme más familiar me resulta la situación biográfica de mi copartícipe en la comunicación más fácil resultará alcanzar una buena comprensión de lo que nos comunicamos.

En el caso concreto de la comunicación de masas, en la que el contenido narra acciones de otros hombres, para alcanzar una comprensión de la acción es preciso interpretar los dos niveles de acción que están presentes en los contenidos informativos: por un lado la acción de la que se habla, con sus motivos, contextos de significado, etc., y por otro la acción de informar o contar.

Dentro de las actividades llevadas a cabo a través de los medios de comunicación de masas, el periodismo, la actividad informativa, se nos presenta como una actividad que ha de ser interpretativa y comprensiva, es decir, sólo podrá ser llevada a cabo con corrección si se basa en la interpretación y comprensión del significado subjetivo de las acciones de los otros. La interpretación se estructura en una triple comprensión que abarca las acciones presentes en el proceso: por un lado el informador debe comprender la acción sobre la que informa; por otro lado el público debe comprender la acción expresiva y comunicativa

del informador y, por último, el público debe comprender la acción de la que habla el informador. Esta triple comprensión de los sujetos que toman parte en el proceso informativo a través de medios de comunicación de masas llevaría consigo modificaciones en las rutinas profesionales de los informadores, que dejarían así de estar prioritariamente preocupados por lo que pasa, para estarlo por el porqué de lo que pasa, al tiempo que se esmerarían en dar cuenta de cuál es el punto de vista —la situación, los motivos-porque— desde el que nos están contando lo que nos cuentan. El cometido fundamental de la actividad informativa dejaría de ser dar cuenta de las cosas que pasan para pasar a ser dar sentido a las cosas que pasan y se nos cuentan.

Obviamente, esa triple comprensión exige el dominio previo del sistema expresivo-interpretativo por parte de los copartícipes en una situación comunicativa a través de medios de comunicación de masas. Esto, que puede parecer algo evidente, no lo es tanto. Sólo el dominio perfecto del sistema de expresión que se utiliza en cada medio permite al informador saber que comunica lo que quiere comunicar y sólo lo que quiere comunicar, cosa que no siempre se da. De alguna manera se puede afirmar que los contenidos de los medios de comunicación de masas constituyen un ámbito de significado finito. Este tiene un estilo cognoscitivo propio que se rige por las reglas del discurso narrado. El conocimiento de ese estilo cognoscitivo garantiza la correcta expresión e interpretación del mensaje. Ese conocimiento y dominio del sistema de expresión impediría las consecuencias imprevistas de las informaciones vertidas a través de los medios.

## NOTAS

1. Cfr. Wilbur SCHRAMM, «Comments on Bernard Berelson, 'The State of Communication Research'», en L. A. DEXTER y M. D. WHITE (eds.), *People, Society and Mass Communication*, The Free Press, Collier-Macmillan, 3ª impresión, Nueva York, 1968, p. 509.

2. Tal es el caso de John Durham PETERS, «Institutional Sources of Intellectual Poverty in Communication Research», en *Communication Research*, vol. XIII, n° 4, Octubre, 1986, pp. 527-559, artículo, en mi opinión, sumamente sugerente. También comparte esta opinión James R. BENIGER, «Who are the most Important Theorist of Communication?», en *Communication Research*, vol. XVII, n° 5, Octubre, 1990, p. 698.
3. Por otra parte, no parece que esta visión exclusivamente «multidisciplinar» de la pretendida ciencia de la comunicación se aleje mucho de los planteamientos que Schramm expone en la página 511 del artículo mencionado en la nota 1.
4. Cfr. Manuel MARTIN ALGARRA, «Una Aportación Europea a la Ciencia Social de la Comunicación», en José Francisco SANCHEZ (ed.), *El Nuevo Mapa Informativo Europeo*, Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra, Pamplona, 1990, pp. 379 y ss.
5. Es interesante la aportación que al respecto hace Beniger en su estudio, anteriormente citado, sobre la *International Encyclopedia of Communications*, publicada en 1989 por Oxford University Press.
6. Sobre la figura intelectual de Alfred Schutz, cfr. Helmut R. WAGNER, *Alfred Schutz: An Intellectual Biography*, Chicago University Press, Chicago, 1983.
7. Cfr. Alfred SCHUTZ y Thomas LUCKMANN, *The Structures of the Life-world II*, Northwestern University Press, Bloomington, 1989, p. 334, voz «communication». Se trata de la redacción realizada por Luckmann de los cuadernos que Schutz dejó. Ese volumen contiene un apéndice con la transcripción de esos cuadernos.
8. Es el problema del solipsismo (*solus ipse*). Si el único modo de hacer de la filosofía una verdadera ciencia es partir de una verdad clara y distinta, irreducible (el *cogito, ergo sum* cartesiano— el mundo necesariamente se convierte en una creación ideal por parte del ese único *ego cogitans*. Desde esa perspectiva no cabe ninguna explicación satisfactoria de fenómenos que se dan en la vida cotidiana como es el caso de la existencia de lo ajeno a mí (intersubjetividad) y de mi posibilidad de modificar el comportamiento y los contenidos de conciencia de otros similares a mí y viceversa (comunicación).
9. El concepto de vida cotidiana (*everyday life*) es uno de los centrales en el pensamiento schutziano. Muy resumidamente podemos decir que el mundo de la vida cotidiana se integra en el sistema de ám-

bitos de significado finito (*finite provinces of meaning*), que son los modos de experimentar la realidad que el hombre común tiene. El mundo de la vida cotidiana —en contraposición a otros mundos, como el del sueño, la locura, el arte, etc.— es la realidad cumbre (*paramount reality*) sobre la que se basan todas las demás realidades que componen su experiencia de la realidad. Una exposición más amplia sobre estos conceptos puede encontrarse en mi trabajo *Comunicación y Vida Cotidiana. La Intersubjetividad en el Pensamiento de Alfred Schutz*, Pamplona, 1990, pp. 97-152.

10. Cfr. Alfred SCHUTZ, *Fenomenología del Mundo Social*, Paidós, Buenos Aires, 1972, p. 243.
11. Puede encontrarse una explicación de ese tipo de relaciones en Alfred SCHUTZ y Thomas LUCKMANN, *The Structures of the Life-world II*, op. cit, p. 133 y ss.
12. Cfr. Alfred SCHUTZ, *Fenomenología del Mundo Social*, Paidós, Buenos Aires, 1972, pp. 205 y ss.