

MOEBIUS, ESTRATEGIA Y COMUNICACIÓN.

Dra Sandra H. Massoni.

Universidad Nacional de Rosario Argentina

smassoni@fcpolit.unr.edu.ar

CV:

Actualmente es docente investigadora - categoría I - en la Universidad Nacional de Rosario (UNR), Argentina. Ha sido profesora visitante en 6 universidades extranjeras. Docente de posgrados en el nivel maestrías y doctorados. Ha realizado numerosas investigaciones en las áreas de su especialidad: estrategias de comunicación social, comunicación y desarrollo, comunicación ambiental y comunicación educativa. Ha publicado 16 libros y capítulos de libros. El primero fue: "La comunicación como herramienta estratégica", UNR, 1990; los últimos "Comunicación estratégica: experiencias, planificación e investigación en marcha" Agencia Nacional de Promoción Científica y Tecnológica y FCPRRII 2007 y "Saberes de la tierra mía" UNR Editora, 2005. Es gerente de Comunicación del Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria de Argentina y dirige la Carrera de Posgrado especialización en Comunicación Ambiental en su universidad.

RESUMEN:

Este trabajo se propone identificar intersecciones en los debates realizados en torno a la nueva teoría estratégica destacando algunos de los aportes de los estudios comunicacionales en torno a la cuestión. Señala que durante mucho tiempo la línea de desarrollo dominante en gran parte de los estudios del campo se concentró en la dimensión del tiempo como medida y aportó cronologías de lo comunicativo desde los supuestos epistemológicos de las disciplinas (sociología, psicología, semiótica) que abordaron su investigación y su desarrollo. A la vez, la vertiente de la ciencia que se concentró en las espacialidades contribuyó con múltiples inventarios de las formas que los seres humanos hemos sido capaces de desplegar en torno a la comunicación como fenómeno social conjunto que posee una dinámica propia, lo cual ha estimulado la creación de un poderoso y cada vez mas elaborado sistema de procedimientos y formas comunicativas que llevan la huella de identidad de ca-

da pueblo. Considera que la comunicación estratégica como espacio de encuentro de las alteridades socioculturales es una nueva matriz de estilo académico y científico que habilita otro registro de la cuestión al ubicar su objeto de estudio como un fenómeno situacional, complejo y fluido. Al hacerlo nos emplaza en una dimensión del tiempo como experiencia, nos instala en la complejidad de la construcción ínter subjetiva de la temporalidad en y a través de los signos y de las emociones como un autodispositivo colectivo. Se trata de explorar las modalidades de construcción de lo social sobre las diferencias, no negando las diferencias. Se trata de volver a confiar en la experiencia sensorial aprendiendo a convivir en la contradicción y en la diversidad. Esta construcción comunicativa y a la vez comunicacional del orden temporal adopta diferentes configuraciones que el análisis puede captar con metodologías específicas (marcas de racionalidad comunicacional, mediaciones, etc) en las diferentes racionalidades del encuentro existentes en una situación de comunicación. La investigación en comunicación estratégica habilita, inquiere, busca la enacción de otras modalidades del encuentro a partir de la constitución de un cambio social conversacional que se ofrece como un valor agregado a los modelos de investigación tradicional.

PALABRAS CLAVE:

Comunicación estratégica, cambio social, investigación comunicacional.

ABSTRACT

This document contributes to the preparation of the theme on “Goals and success of the new strategic theory” at the “V Latin American encounter on Strategies of Communication”. It provides an overview of the topics identified like the most important from the communicational point of view in line with the main criteria adopted for the FISEC:

- Reflect on how to incorporate communication strategies into development policy and practice.
- It considers that the strategic communication as encounter space of the sociocultural diversities is a new matrix of academic and scientific style that provides another registry of the subject when locating its study object like a situational, complex and flowed phenomenon. It locates us in a dimension of the

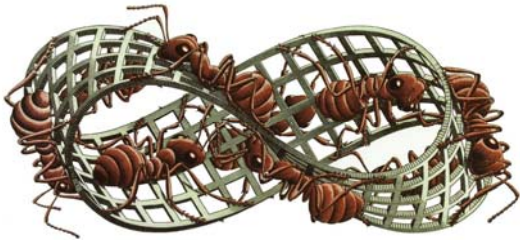
time like experience, it installs us in the complexity of inter subjective construction of the temporality in and through the signs and of the emotions. It explores the modalities of construction of the social thing over the differences, not denying the differences.

- This communicative and simultaneously communicational construction of the temporal order adopts different configurations that the analysis can catch with specific methodologies: marks of communicational rationality, mediations, etc.
- Demonstrate the value-added of strategic communication instead of traditional scientific investigations.

KEY WORDS:

Strategic communication – social change – communicational investigation

Para desarrollar el tema que nos convoca en esta mesa –**La nueva teoría estratégica: metas y logros**– y a modo de introducción a la cuestión, voy a proponerles un brevísimo juego de preguntas y respuestas sobre un objeto muy conocido: la banda de Moebius.

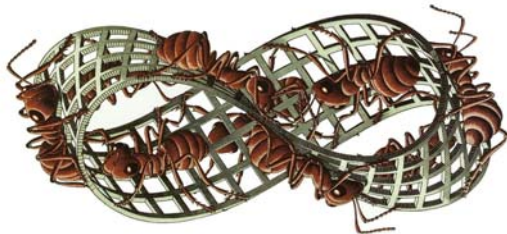


¿Dónde es arriba en esta imagen?

¿Y si la giramos así?



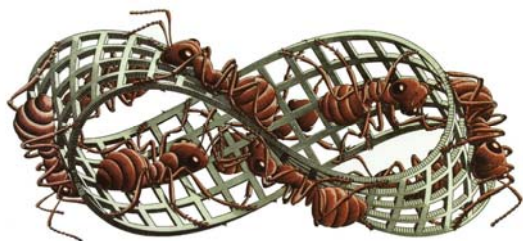
¿O así?



En fin, cambiemos la pregunta:

¿dónde es abajo?

Miremos nuevamente:



La banda de Moebius no tiene arriba, no tiene abajo. Es sabido que hay preguntas que no son pertinentes con este objeto, muchas preguntas y esto incomoda un poco, sorprende un poco, y otro poco descoloca. En esta dirección de la cuestión me propongo plantear algunas metas y logros de la nueva teoría estratégica en el entorno de la ciencia. Creo que por allí va la cosa: vincular estrategia y comunicación básicamente nos descoloca, porque de alguna manera nos saca del registro habitual.

Considero que en el trayecto que hemos recorrido hasta el momento hay cuestiones ya resueltas: a partir de los trabajos de muchos autores destacados como Rafael Pérez, por ejemplo, hemos aquilatado un importante desarrollo de información sobre la estrategia, mucha, tanta que podemos afirmar hoy que en el centro de esta cuestión no se instala una disputa acerca de qué decimos cuando hablamos de estrategia sino más bien un debate acerca de lo comunicacional como modalidad del cambio sociocultural.

Hemos pensado esta mesa como módulos que se van articulando, yo voy a repasar algunas metas y logros de la nueva teoría desde la comunicación, Rafael Pérez desde la estrategia y Eduardo Martínez de la Fe desde la ciencia.

Si vamos a concentrarnos ahora en la comunicación deberemos decir que la propia definición comunicación está matizada por variados enfoques en los estudios del campo. La aceptación más frecuente es quizás considerarla como una de las formas que tienen las personas para relacionarse en el proceso de la actividad, en ella se descubren y realizan las relaciones sociales y personales.

Ortiz Torres (1997) hace una recapitulación de los principales estudios comunicacionales que quiero recuperar aquí. El dice:

A partir de la década de los años 80, comienzan a desarrollarse nuevos enfoques, que superan a los tradicionales (J.Ibáñez, 1987; R.Penman, 1980; M.

Pope and T. Keen, 1981), al valorar que la comunicación constituye un acto que participa en las relaciones como un proceso de interacción, critican su concepción habitual como simple intercambio de mensajes y plantean la necesidad de concebirlo como un proceso diádico (la conducta de una persona en el contexto de la otra).

Proponen, además, el enfoque sistémico para el estudio del proceso comunicativo, que permita valorar varios vínculos simultáneos sin restringirse a la relación emisor-receptor y tener en cuenta el complejo flujo circular de dicho proceso. Se comienza a concebir a la comunicación como un modelo, como un circuito espacio temporal de eventos concatenados que incluyen a dos o más personas que se encuentran en el campo perceptual del otro. Y se estima su conceptualización como un proceso multifacético, con función interactiva e informativa, a través de la cual se establecen las relaciones interpersonales, mantenidas y cambiantes. Por ejemplo, el español J. Ibáñez (1987) enfoca la comunicación como compartir, hacer partícipe al otro de lo que uno tiene, lo que evidencia un intento serio de trascender las concepciones antiguas sobre esta categoría.

De forma resumida se puede afirmar que la concepción teórica general de la comunicación lleva implícita:

1. - Un estudio más integral de su fenomenología.
2. - Un enfoque interdisciplinario en el que los aportes de la sociología y la psicología poseen amplio destaque.
3. - La superación de los primitivos esquemas restringidos a transmitir y recibir contenido.
4. - El influjo de varios intentos muy necesarios y no fructificados totalmente de elaborar una epistemología comunicativa.
5. - Su enriquecimiento constante por el aporte ininterrumpido de varias ciencias sociales abocadas a su estudio.
6. - La precisa delimitación de su fuerte raigambre social y psicológica.
7. - La gran acumulación de hechos comunicativos diversos que todavía no están organizados satisfactoriamente en la teoría.

8. - Su aplicabilidad amplia y exitosa en muchas esferas de la vida social.

9. - Su fuerte imbricación educativa.

Hasta aquí la recapitulación.

Considero que nuestro aporte particular a este debate, como una manera de avanzar en la misma dirección, se funda en abordar a la comunicación como momento y a la vez como espacio relacionante de la diversidad sociocultural (Massoni, 1990, 2003) y en ponderar su dominio estratégico en tanto espacio de crisis de las tensiones presentes en una situación dada. En este entorno lo estratégico se propone como un modelo del desarrollo en tanto es básicamente una manera de ser y de transformar. Un programa de planificación y gestión que busca abordar problemas reales y no solo debates reales: que busca evitar que el análisis del lenguaje caiga en un reduccionismo psicologista que haga abstracción de las vinculaciones sociales de cualquier producción simbólica. Por el contrario, estamos trabajando en un lenguaje que incluye significativo y significado, porque es una red que se teje sobre las acciones sociales de cada día. Sin olvidar nunca, ni por un momento que el hombre vive en sociedad. Se trata de un plan para la acción que intenta no descartar la complejidad, lo heterogéneo del mundo. El filósofo Angel Maya dice que uno de los grandes retos de la sociedad en este tercer milenio es aprender a convivir en la contradicción y en la diversidad. Si el mundo es diverso, es porque es contradictorio. Nuestro mundo es el mundo de la mezcla y éste, como lo entendió Heráclito, es huidizo y contradictorio.

Atendiendo al curioso caso de la banda de Moebius, en este registro de la cuestión muchas preguntas -que ciertamente nos hacemos quienes trabajamos en comunicación estratégica- no resultan pertinentes, ya que, como es sabido, gran parte de la ciencia actual trabaja o sobre una descripción de temporalidades (cronologías) o sobre una descripción de espacios (formas). Por ejemplo, típicamente desde las miradas de las disciplinas tradicionales la línea de desarrollo dominante en gran parte de los estudios comunicacionales se concentró en la dimensión del tiempo como medida y aportó cronologías de lo comunicativo desde los supuestos epistemológicos de las disciplinas (sociología, psicología, semiótica) que abordaron su análisis. A la vez, la vertiente de la ciencia que se concentró en las espacialidades

contribuyó con múltiples inventarios de las formas que los seres humanos hemos sido capaces de desplegar en torno a la comunicación como fenómeno social conjunto que posee una dinámica propia, lo cual ha estimulado la creación de un poderoso y cada vez mas elaborado sistema de procedimientos y formas comunicativas que llevan la huella de identidad de cada pueblo.

Las preguntas a las que este tipo de ciencia aporta refieren a un mundo que puede ser inventariado. Es decir, son descripciones de un mundo dado.

Pero, lo que me interesa plantear aquí es que aún cuando las preguntas a las que sometimos a nuestro modelo de la imagen no son pertinentes, no encajan, no nos llevan a ningún lado, resulta que la banda de Moebius tiene múltiples aplicaciones y que viene a resolver variados problemas en nuestra vida cotidiana. Gracias a su presencia, por ejemplo las cintas transportadoras de los aeropuertos duran el doble del tiempo que una cinta común, porque al hacer esta torsión y esta nueva unión una cinta común de la misma medida se transforma en un objeto con una única superficie del que se aprovechan ambas caras. Esto mismo pasa en las fábricas con los movimientos de productos, de paquetes y cajas de mercaderías en los shoppings, en los grandes edificios y en muchos otros sitios. Este curioso objeto que los matemáticos definen como no orientable, porque no responde a preguntas del tipo arriba /abajo, etc nos mejora la existencia porque mejora nuestra vida cotidiana.

Podríamos decir que si nos concentramos en las metas y en los logros de la nueva teoría estratégica, indudablemente uno de nuestros logros es que en FISEC estamos manteniendo y consolidando un debate, que no pierde de vista esta cotidianidad de nuestro ser en el mundo y por eso mismo busca cambiar algunas de las preguntas que se consideran como científicas, para aportar a otra ciencia social.

Consideramos que la comunicación estratégica como espacio de encuentro de las alteridades socioculturales (Massoni, 2004) es una nueva matriz de estilo académico y científico que habilita otro registro de la cuestión al ubicar su objeto de estudio como un fenómeno situacional, complejo y fluido. Al hacerlo nos emplaza en una dimensión del tiempo como experiencia, nos instala en la complejidad de la construcción ínter subjetiva de la temporalidad en y a través de los signos y de las

emociones como un autodispositivo¹ colectivo. Se trata de explorar las modalidades de construcción de lo social sobre las diferencias, con ellas y no negando las diferencias. Se trata de volver a confiar en la experiencia sensorial re-aprendiendo a convivir en la contradicción y en la diversidad. Esta construcción comunicativa y a la vez comunicacional del orden temporal adopta diferentes configuraciones que el análisis puede captar con metodologías específicas (marcas de racionalidad comunicacional, mediaciones, etc)² en las diferentes racionalidades del encuentro existentes en una situación de comunicación. La investigación en comunicación estratégica habilita, inquiere, busca la enacción de otras modalidades del encuentro a partir de la constitución de un cambio social conversacional que se ofrece como un valor agregado a los modelos de investigación tradicional.

El matemático Adrián Paenza³ -de quien tomé este ejemplo- dice que ninguno de nosotros piensa en hacer ecuaciones cuando va a comprar caramelos. Si un niño pensara de esa manera probablemente no iría: claro si le dicen que tiene que hacer ecuaciones cada vez que quiere disfrutar de una golosina! (Creo que yo haría lo mismo). Pero sin embargo, tanto nosotros como el niño las hacemos. Hacemos ecuaciones al comprar caramelos, solo que éste –el saber matemático- es un saber que ya está incorporado. Creo que eso mismo nos ocurre a los comunicadores. Hablar de comunicación estratégica implica ante todo centrar la mirada en la especificidad de lo comunicacional respecto de las miradas de científicos sociales de otras disciplinas. Digo esto, no como una defensa de una especie de coto profesional o científico exclusivo; por el contrario, lo digo como especificidad de la mirada de quienes hacen comunicación, sean o no comunicadores de formación (en el sentido de que a nadie se le ocurriría hoy en día decir que la pregunta es exclusiva de los filósofos o que la gestión es exclusiva de los administradores). Ser comunicador es ante todo un estilo de hacer. Digo entonces a los publicistas y a los periodistas, a los maestros y a los artistas, a los políticos, y sigue la lista. Digo en fin, este ser comunicador nos ocurre a quienes tenemos como centro de nuestra actividad a otras personas. Los comunicadores sabemos comunicar, tenemos herra-

¹ Autodispositivos colectivos: esta categoría toma el dispositivo de Foucault (que fue pensado a partir del análisis de espacios cerrados y transparentes como la cárcel o el hospital, entonces el dispositivo es un dispositivo con observador) y lo rebasa a partir de pensarlo como un dispositivo con observador: un autodispositivo (potencialmente neutro) colectivo.

² Para ejemplos y aplicaciones de estas categorías, consultar Massoni, 2007.

³ Paenza, 2005.

mientas específicas para ello, hemos creado muchas, diversas. Sin embargo, tanto nuestras herramientas como nuestros argumentos requieren una mayor sistematización epistemológica para alcanzar una coherencia que organice la abundante dispersión de conocimientos y enfoques existentes y logremos trascender la sola declaración de principios. Conciencia de ello ha tenido Rafael Pérez en FISEC, por lo que se trabaja en esa dirección en el marco del proyecto ESTRATEGAR con energía, buscando producir resultados palpables y promisorios. En esta dirección también estamos terminando de editar un libro con Rafael Pérez en el cual ponemos a disposición de quienes quieran tomarlas una docena de herramientas y modelos para distintos campos. Pero seguramente habrá más, porque la nuestra es un área de conocimiento de gran actividad en los tiempos que corren.

Y hago un voto:

Ojalá llegue el día en que eso que hoy ocurre con las matemáticas ocurra también con las racionalidades del encuentro, que estas *especiales modalidades de saber poner en común* sean también saberes incorporados.

Estamos acostumbrados a pensar en racionalidades etnocéntricas, centradas en personas y por eso nos cuesta asomarnos a otras modalidades, como las intersubjetivas que son creo yo las específicamente comunicacionales. Sostengo que los comunicadores hacemos eso mismo: reconocemos modalidades del encuentro sociocultural y a la vez sabemos poner en juego, poner en escena, otras modalidades.

Esta es nuestra propuesta al trabajar con marcas de racionalidad de las teorías de la comunicación (Massoni, 2002). Nos interesa mostrar cómo desde la comunicación estratégica la tarea académica se resitúa para generar (algo) un nuevo registro que asume que por una parte las miradas disciplinarias in-forman –dan forma– a partir de un discurso científico como organización perceptual particular (y viceversa) y a partir de la recursividad de estos niveles, destacar en un segundo registro el enriquecimiento del análisis de la dimensión comunicativa (lo relacional en función de un objetivo) como un modo de transversalizar la mirada disciplinaria, el inconsciente disciplinario de Durkheim, recuperando a su vez su especificidad. Operando en situaciones de comunicación con categorías como éstas la comunicación estratégica busca trabajar en una ciencia no escindida.

La propuesta de la comunicación estratégica entonces resitúa lo transdisciplinario, como espacio de convergencia y no como espacio de yuxtaposición. No describe solo temporalidades, pero tampoco solo espacialidades. Podríamos decir que el fenómeno comunicacional es un híbrido espacio-temporal, en tanto la comunicación como el momento relacionante de la diversidad sociocultural, es un espacio de transformación en el cual se pone en juego en forma abierta y permanente el sentido y la acción social. Como ocurre con la banda de Moebius, en la comunicación hay fronteras nuevas que se unen y a partir de una torsión enactúan otra relación y establecen otro dominio sobre el mundo. Este aspecto fluido –porque nunca deja de cambiar– habilita un desplazamiento también en el discurso científico y en la práctica académica: un transitar desde la verificación, de un mundo escindido hacia la co-construcción de matrices generativas de nuevos sentidos y acción social. La comunicación estratégica opera matrices del encuentro.

Voy a citar a Gregory Bateson en una frase que últimamente me resuena, y es música para mis oídos. El dice con esa armonía, esa cadencia que lo caracteriza: “los seres humanos somos, ante todo, seres en red-dándonos”. (Bateson, 1979).

Considero que uno de los aportes mas importantes que la nueva teoría estratégica nos ha permitido es entonces el de inaugurar una nueva modalidad de investigación acción. Para los nuevos paradigmas la ciencia no estaría centrada sólo en descubrir sino también en validar el conocimiento y en interpelar los dispositivos que lo hicieron emerger. En esta última parte de la tarea científica estaríamos los comunicadores estratégicos.

Por último:

De qué nos hemos librado:

- a- De los discursos sobre discursos. Que abordan una dimensión del lenguaje desgajado del mundo.
- b- De ser furgón de cola en una línea de montaje (de ser comunicadores/bomberos voluntarios que llegan cuando el incendio ya está instalado y con la misión de apagarlo).
- c- De trabajar en soledad. Porque esta perspectiva implica necesariamente el trabajo en equipo.

Qué nos ha habilitado:

- a- strategar
- b- recuperar la dimensión humana
- c- ser partícipes de nuestro futuro. Porque nuestra especialidad como comunicadores estratégicos no se centra en saber *qué* decir sino en *cómo* aportar a que emerjan futuras realidades compartidas). Esta también es una meta y un logro porque al strategar buscamos fundamentalmente diferenciarnos del escepticismo. El filósofo Felipe Angel Maya dice que lo grave del escepticismo no es tanto que niegue los instrumentos para conocer, sino que nos castra para la acción. Es, sin duda, la tentación de cruzarse de brazos ante una realidad que no podemos manejar, porque no podemos dominar. Simplemente no hay metarrelatos sobre los cuales ponerse de acuerdo, no hay una manera conjunta de entender la realidad. Sólo hay enacción.

Conclusiones

Finalmente, vuelvo al comienzo y digo que vincular estrategia y comunicación básicamente nos descoloca, porque de alguna manera nos saca del registro habitual de la comunicación, de la estrategia y de la ciencia. Creo que aquí está nuestro principal logro: con la comunicación estratégica trabajamos en la consolidación de modelos de investigación que aborden la fluidez del mundo para no descartar la transformación; buscamos aportar a una ciencia en acción. Una ciencia en la que otras preguntas y especialmente aquellas acerca de los autodispositivos colectivos que hacen emerger el conocimiento, también sean posibles.

Referencias bibliográficas.

- Bateson, Gregory. Pasos para una ecología de la mente. Paidós. Buenos Aires, 1979.
- Foucault, Michel, Arqueología del saber. Siglo XXI. México, 1977.
- Massoni, Sandra; "Comunicación estratégica: experiencias, planificación e investigación en marcha", FCPyRR II UNR y Agencia Nacional de Promoción Científica y Tecnológica, Rosario, Argentina, 2007.

- Massoni, Sandra. "Estrategias de comunicación: una mirada comunicacional para la investigación sociocultural" en Recepción y mediaciones. Casos de investigación en América latina. Enciclopedia Latinoamericana de sociocultura y comunicación, Guillermo Orozco Gómez (coord). Grupo Editorial Norma, Buenos Aires/ Venezuela, 2002.
- Maturana, H y Varela, F. El árbol del conocimiento, Universitaria, Santiago, 1985.
- Pérez, Rafael; Estrategias de Comunicación. Barcelona: Ariel, 2005.
- Ortiz Torres, Emilio. Documento: Una comprensión epistemológica de la comunicación. Área de Estudios sobre Ciencias de la Educación Superior. Universidad de Holguín "Oscar Lucero Moya" Cuba 1997.
- Paenza, Adrián. Matemática...¿estás ahí? Sobre números, personajes, problemas y curiosidades. Siglo XXI Editores, Buenos Aires, 2005.
- Varela, Francisco. Conocer. Las ciencias cognitivas: tendencias y perspectivas. Cartografía de las ideas actuales. Barcelona, Gedisa Editorial. 1996.

Para citar este artículo:

Massoni, Sandra H. (03-09-2007). MOEBIUS, ESTRATEGIA Y COMUNICACIÓN.

FISEC-Estrategias - Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora

ISSN 1669- 4015 Año III, Número 7, VVII, pp.29-41

URL del Documento: <http://www.cienciaried.com.ar/ra/doc.php?n=707>

URL de la Revista: <http://www.cienciaried.com.ar/ra/revista.php?wid=9>