

# Sociología fenomenológica y comunicología: Sociología Fenomenológica y sus aportes a la comunicación interpersonal y mediática

Marta Rizo García<sup>1</sup>

El texto parte de la relación entre la Sociología Fenomenológica y la Ciencia de la Comunicación, la Comunicología. Pese a que esta relación está marcada, fundamentalmente, en los aportes que la fuente socio-fenomenológica hace a los estudios sobre interacción y comunicación interpersonal, se parte de la posibilidad de ampliar estas reflexiones al ámbito, también, de los procesos de comunicación mediática.

**Palabras clave:** sociología fenomenológica, comunicación interpersonal, comunicación mediática.

*Phenomenological sociology and communicology: Phenomenological Sociology and its contributions to interpersonal and media communication.* The text starts from the relation between Phenomenological Sociology and Communication Science, Communicology. Although this relation can be seen, fundamentally, in the contributions that socio-phenomenological thinking makes to the studies on interaction and interpersonal communication, the text starts from the possibility of extending these reflections to the scope of the processes of media communication.

**Key words:** phenomenological sociology, interpersonal communication, media communication.

*O texto parte da relação entre a Sociologia Fenomenológica e a Ciência da Comunicação, a Comunicologia. Embora esta relação seja visível, fundamentalmente, nas contribuições que o pensamento sócio-fenomenológico dá aos estudos sobre interação e comunicação interpessoal, o texto parte da possibilidade de estender estas reflexões ao âmbito dos processos da comunicação midiática.*

**Palavras-chave:** sociologia fenomenológica, comunicação interpessoal, comunicação midiática.

<sup>1</sup> Universidad Autónoma de la Ciudad de México. E-mail: mrizog@yahoo.com.

## Apuntes sobre la sociología fenomenológica

La Fenomenología es un movimiento filosófico del siglo XX que describe las estructuras de la experiencia tal y como se presentan en la conciencia, sin recurrir a teorías, deducciones o suposiciones procedentes de otras disciplinas. Aunque presenta varias ramificaciones, suele haber consenso en considerar a *Investigaciones filosóficas* de Edmund Husserl como primera fuente de inspiración del pensamiento fenomenológico. La misión de la filosofía de Husserl fue trascender todo significado cultural y científico, regresar al contacto prerreflexivo con el mundo que define a la conciencia natural para darle el estatus filosófico necesario.

El más claro acercamiento entre la Fenomenología y la Sociología se da en lo que conocemos como Sociología Fenomenológica, cuyo máximo representante es Alfred Schütz. La propuesta del autor está basada en la filosofía de Husserl (2005 [1913], 2001 [1925]) y en el método de comprensión (*verstehen*) de Weber (1978). El debate general gira en torno a cómo se puede lograr el conocimiento, a partir de preguntas como las siguientes: ¿cómo podemos tratar los datos subjetivos en términos objetivos?, ¿cómo conocemos otras mentes?, ¿cómo se produce la comprensión y la comunicación recíproca entre sujetos?

Suele haber consenso en torno a la consideración de que la Sociología Fenomenológica se inserta en el campo de las llamadas Sociologías Interpretativas, junto a corrientes como el Interaccionismo Simbólico, las Sociologías de la Vida Cotidiana e incluso las Sociologías de la Situación. ¿Qué comparten estas corrientes de la Sociología? ¿Puede la Sociología Fenomenológica equipararse completamente a las Sociologías Interpretativas? La hipótesis es que no, y la explicación se encuentra en el carácter filosófico-especulativo que impregna a la Sociología Fenomenológica. Pese a este carácter, es cierto que la Sociología Fenomenológica es interpretativa, eso sí, pero su casi inexistente trabajo empírico y, reitero, su matriz filosófica hacen imposible el considerarla por completo una Sociología Interpretativa en el sentido estricto y campal del término.

La propuesta sociofenomenológica pone énfasis en la interpretación de los significados del mundo (*lebenswelt*) y las acciones e interacciones de los sujetos sociales, y no tanto en el sistema social ni en las relaciones

funcionales que se dan en la vida en sociedad. Del mundo conocido y de las experiencias compartidas por los sujetos se obtienen las señales, las indicaciones para interpretar la diversidad de símbolos. La última frase apunta ya un primer acercamiento entre las bases de la Sociología Fenomenológica y el espacio conceptual de la comunicación: los sujetos comparten experiencias, interactúan y se comunican, y como producto de estas situaciones de interacción obtienen las señales necesarias para comprender la realidad.

Schütz, a diferencia de Husserl, comprendió a la fenomenología como una instancia de aproximación a lo cotidiano y definió a la realidad como un mundo en el que los fenómenos están dados, sin importar si son reales, ideales o imaginarios. En este mundo, los sujetos viven en una actitud natural, desde el sentido común. Esta actitud permite a los sujetos suponer un mundo externo en el que cada sujeto vive experiencias significativas y asume que otros también las viven.

## Ideas y conceptos centrales de la Sociología Fenomenológica

La propuesta de la Sociología Fenomenológica implica una apuesta por la explicación del *verstehen*, la experiencia de sentido común del mundo intersubjetivo de la vida cotidiana. Según Schütz, los sujetos que viven en el mundo social están determinados por su biografía y por sus experiencias inmediatas, de modo que cada individuo se sitúa en un determinado lugar en el mundo, y su experiencia es única e irrepetible. Los sujetos aprehenden la realidad desde esta posición que ocupan en el mundo, y desde este mismo lugar se configura un *repositorio de conocimiento disponible* que consiste en el “almacenamiento pasivo de experiencias” (Schütz, 1993 [1932], p. 107), mismas que pueden ser traídas al “aquí y ahora” y constituir una nueva experiencia personal inmediata. Gracias a esta reserva de conocimientos, los sujetos pueden comprender nuevos fenómenos sin tener necesariamente que iniciar un proceso reflexivo para ordenar cada una de las vivencias nuevas con que se encuentren.

La propuesta de Schütz fue retomada por Berger y Luckmann (1993 [1967]), cuyo propósito principal fue la reconstrucción de las construcciones sociales de la realidad. Los autores parten de que los sujetos crean la sociedad y de que ésta se convierte en una realidad objetiva que, a la vez, crea a los sujetos. El eje básico se encuentra en el concepto

de intersubjetividad, comprendida como el encuentro por parte del sujeto de otra conciencia que va constituyendo el mundo en su propia perspectiva. La intersubjetividad no se reduce al encuentro cara a cara, sino que se amplía a todas las dimensiones de la vida social. Así, tanto Berger y Luckmann como Schütz abandonan la concepción de la intersubjetividad como flujo de conciencia interior y la conciben como el vivir humano en una comunidad social e histórica. Sus propuestas implican un tránsito de lo individual a lo social, de lo natural a lo histórico y de lo originario a lo cotidiano.

Igual que Schütz, Berger y Luckmann conciben a la realidad de la vida cotidiana como una realidad intersubjetiva, compartida con otros. La interacción cara a cara es considerada como la más importante de las experiencias de interacción social, porque de ella se derivan todas las demás situaciones de interacción. La realidad de la vida cotidiana es aprehendida en un continuo de tipificaciones que se vuelven progresivamente anónimas a medida que se alejan del “aquí” y “ahora”, de la situación de interacción cara a cara.

A continuación se exponen de forma muy sintética los conceptos básicos de la propuesta de Schütz.

(i) En el tránsito de Husserl a Schütz, la intersubjetividad experimenta un cambio: no se reduce al encuentro cara a cara entre el ego y el *alterego*, sino que se amplía a todas las dimensiones de la vida social. La configuración particular del sujeto está determinada por la intersubjetividad, el *aquí* se define porque se reconoce un *allí*, donde está el otro.

(ii) Con respecto a las acciones y significados, Schütz retoma de Husserl el concepto de corriente interna de conciencia para profundizar en la teoría de la acción social. Este concepto le permite explicar la elaboración de un proyecto en la conciencia del sujeto, que da origen a la acción.

(iii) Un tercer concepto importante es la realidad social, concebida por Schütz como la suma total de objetos y sucesos dentro del mundo social, tal como los experimenta el pensamiento de sentido común de los sujetos que viven su existencia cotidiana entre sus semejantes. La realidad social no es un mundo privado sino intersubjetivo, común a todos los sujetos, y es otorgado y potencialmente accesible a cada uno de ellos.

(iv) El mundo de la vida cotidiana es la realidad que se muestra como evidente para los hombres que permanecen en actitud natural. Sólo dentro del ámbito de la vida cotidiana los sujetos pueden ser comprendidos por sus semejantes, y sólo junto a ellos los sujetos pueden actuar en el mundo.

(v) Al comportamiento específico de cada individuo Schütz lo denominó situación biográfica. Cada sujeto lleva una secuencia en su vida de las interpretaciones de lo que encuentra en el mundo, según sus intereses, motivaciones e ideología. Aunque la realidad del sentido común es dada a los sujetos en formas culturales-históricas universales, la forma en que éstas se expresan en las vidas individuales depende de las experiencias que una persona construye a lo largo de su existencia.

(vi) Relacionado con lo anterior, el acervo de conocimiento se refiere a que, a lo largo de su vida, el sujeto incorpora y acumula una gran cantidad de indicaciones, que luego usa para comprender o al menos controlar aspectos de su experiencia cotidiana.

(vii) Por último, la intersubjetividad requiere de interacción y en toda situación de interacción se produce un contacto intersubjetivo. Para Schütz, cualquier forma de interacción tiene su origen en las construcciones de la comprensión del otro, de modo que cualquier interacción entre sujetos presupone una serie de construcciones de sentido común.

## Relación entre la Sociología Fenomenológica y la Comunicología

Durante la segunda mitad del siglo XX aparecen las llamadas teorías sociológicas contemporáneas. Junto con el funcionalismo estructural de Parsons y Merton, la teoría del conflicto de Dahrendorf, la teoría de sistemas de Luhmann y el Interaccionismo Simbólico de Mead, la Sociología Fenomenológica suele ser considerada una de las principales escuelas sociológicas contemporáneas. Si bien abundan los escritos sobre esta corriente de la fenomenología, es muy pobre la reflexión en torno a las relaciones entre la Sociología Fenomenológica y la comunicación. Aunque Schütz habló de la comunicación, desde el campo académico de la comunicación no se han atendido suficientemente sus aportes.

Hablar de la historia de la Sociología Fenomenológica en el campo académico de la comunicación nos remite, sin duda, a la Escuela de Chicago, y concretamente a los aportes realizados unas décadas más tarde por la corriente del Interaccionismo Simbólico, que supuso una ruptura con el pensamiento sociológico anterior. Esta corriente,

inaugurada por Herbert Blumer en 1938, parte de la importancia de la comunicación en el desarrollo de la sociedad, la personalidad y la cultura. Sus raíces históricas son el pragmatismo y el conductismo: el primero, por la importancia dada a la acción de los sujetos para la existencia de la realidad; el segundo, por la preocupación por las conductas empíricamente observables de los individuos.

El Interaccionismo Simbólico se propuso estudiar la interpretación por parte de los actores de los símbolos nacidos de sus actividades interactivas. En *Symbolic Interactionism* (1968), Herbert Blumer establece las tres premisas básicas de la corriente: (i) los humanos actúan respecto de las cosas sobre la base de las significaciones que estas cosas tienen para ellos; (ii) la significación de estas cosas deriva de la interacción social que un individuo tiene con los demás actores; y (iii) Estas significaciones se utilizan como un proceso de interpretación efectuado por la persona en su relación con las cosas que encuentra.

La Escuela de Chicago, por un lado, y los trabajos del Interaccionismo Simbólico, por el otro, son quizás las caras más visibles de la relación entre la Sociología y la Comunicología. Aunque poco, en el campo académico de la comunicación se suelen tomar en cuenta dichas escuelas. Sin embargo, en un sentido estricto, y tomando a Schütz como principal representante de la Sociología Fenomenológica, es casi inexistente su presencia en la reflexión sobre la comunicación. Lo anterior se contradice con las interesantes reflexiones en torno a la comunicación realizadas desde la Sociología Fenomenológica. A ello dedicamos el siguiente apartado.

## La comunicación desde la perspectiva de la Sociología Fenomenológica

La comunicación, en sentido estricto, no aparece como objeto de conocimiento en las obras básicas de la Sociología Fenomenológica. Sin embargo, son muchas las reflexiones que Schütz, Berger y Luckmann hicieron al respecto. En la mayoría de casos, la comunicación aparece vinculada a los conceptos de acción e intersubjetividad, y, como se verá posteriormente, esta afirmación da lugar a que la Sociología Fenomenológica sea considerada una fuente histórica científica importante de lo que llamamos Comunicología Histórica, por sus aportaciones al espacio conceptual de la comunicación, concretamente a lo que comúnmente conocemos como comunicación interpersonal.

A continuación se exponen los principales juicios que sobre la comunicación hizo esta corriente de pensamiento.

(i) No es posible la comunicación en la esfera trascendental, porque toda situación de comunicación necesita de elementos del mundo intersubjetivo de la vida cotidiana.

(ii) La naturaleza de la intersubjetividad es el vínculo, la comunicación entre semejantes.

(a) La posibilidad de comprender a los otros se fundamenta en la existencia de relaciones de mutuo entendimiento y de un ambiente común comunicativo.

(b) Para comprender las acciones de los otros es necesario no sólo conocer la materialidad de los mensajes, sino también comprender a quien los está emitiendo.

(c) La comunicación es el medio por el cual los sujetos superan su experiencia de la trascendencia de los otros, especialmente sus experiencias del mundo.

(d) La comunicación necesita de la existencia de un mundo de objetos físicos y culturales; de los otros como seres dotados de conciencia; de la capacidad de los sujetos de atribuir significados a las conductas de los otros; y de la conciencia de que muchos objetos y fenómenos de la vida cotidiana tienen el mismo significado para el otro que para uno.

(e) Para que exista comunicación, los sujetos deben compartir un mundo y deben comprender este mundo de una forma similar a como el otro lo comprende.

(f) Existen dos tipos básicos de comunicación: aquellos en los que el resultado final de la acción comunicativa le es ofrecido al receptor para que lo interprete y aquellos en los que el sujeto participa en el proceso en curso de la acción comunicativa del otro.

(g) Sólo son comunicativas las acciones que intentan transmitir un determinado significado.

Lo anterior da lugar a la definición de comunicación que elaboró Schütz. Para el autor, la comunicación no es sólo un sistema semántico, implica un “compartir el flujo de las experiencias del otro en el tiempo interior, este vivir a través de un presente común que constituye la experiencia del ‘nosotros’, que es el fundamento de toda comunicación posible” (Schütz, 1974, p. 173). Así, la comunicación sólo puede ser concebida si se cuenta con un “tú” al que dirigir nuestros actos expresivos con el fin de que sean interpretados.

## Intersubjetividad y comunicación

Para la Sociología Fenomenológica, el individuo es un actor que reproduce su contexto social a partir de sus interacciones cotidianas. La reflexión se centra en las relaciones intersubjetivas, bajo el ángulo de la interacción, y se otorga un rol relevante a los elementos de negociación y de comunicación en la construcción social de los referentes de sentido que posibilitan el diálogo, negociación y/o conflicto en cualquier encuentro o situación de interacción humana.

Abordar la interacción desde la Sociología Fenomenológica implica hablar de la relación entre el *yo* y el *otro*. Esta relación dialéctica es el punto de partida para la construcción social de la realidad y se sitúa en el debate sobre la intersubjetividad como principio básico del mundo social. Como afirma Schütz, “al vivir en el mundo, vivimos con otros y para otros, y orientamos nuestras vidas hacia ellos. Al vivenciarlos como otros, como contemporáneos y congéneres, como predecesores y sucesores [...] comprendemos la conducta de los otros y suponemos que ellos comprenden la nuestra” (Schütz, 1993 [1932], p. 39).

Así entonces, la interacción en el mundo se da en el plano de la intersubjetividad, lo cual implica la cualidad de las personas de ver y oír fenomenológicamente. Estas acciones constituyen las dos formas de relación por excelencia con el mundo. Y el habla, como principal canal de comunicación, es consecuencia de ellas. Es a partir del ver y el oír que se forma el sentido, desarrollado a través de los diálogos y las interacciones. Lo anterior se explica por el hecho que la interpretación de lo social tiene como telón de fondo a las influencias que las acciones de las personas tienen en los demás.

La creación del consenso en torno a los significados de la realidad social es resultado de las interacciones de las que participan los sujetos, por lo que el mundo de la cotidianidad sólo es posible si existe un universo simbólico de sentidos compartidos, contruidos socialmente, y que permiten la interacción entre subjetividades diferentes.

En conclusión, para la Sociología Fenomenológica la subjetividad está inevitablemente presente en cualquier acto de comunicación, pues éste parte de las perspectivas

particulares -ya sean convergentes o divergentes- de los participantes en el acto. Sin interacción no existen los sujetos sociales, dado que la construcción de sentidos compartidos sobre la realidad social requiere, inevitablemente, de la interacción. Dicho de otra forma, para la Sociología Fenomenológica la comunicación es la interacción de subjetividades por medio del lenguaje. La interacción se comprende como intercambio de acciones, y en ese sentido se aprecia que esta fuente científica histórica de la Comunicología presta más atención a la acción que a la interacción misma, afirmación que daría lugar para una reflexión mayor pero que, por principio, nos parece importante para la reflexión en torno a la comunicación desde la Sociología Fenomenológica, a lo que dedicamos el siguiente apartado.

## Preguntas para abordar la comunicación desde la Sociología Fenomenológica

En este apartado se presentan algunos apuntes y vetas de reflexión para explorar las posibles aportaciones de la Sociología Fenomenológica en el proyecto de construcción de una Ciencia de la Comunicación, la Comunicología<sup>2</sup>. Ya en algunos trabajos anteriores (Rizo García, 2004, 2005a, 2005b, 2006b, 2006c, 2007) se han desarrollado propuestas para relacionar la Sociología Fenomenológica y la comunicación; concretamente se ha presentado una propuesta para leer a la dimensión comunicológica de la interacción -que incluye desde la comunicación interpersonal hasta la interacción social general- desde los aportes de esta fuente. También se han trabajado anteriormente revisiones bibliográficas sobre la presencia de la Sociología Fenomenológica, o corrientes afines, en manuales de teoría de la comunicación (Rizo García, 2006a).

Si evaluamos la trayectoria de la Sociología Fenomenológica en el campo de la comunicación en México, podemos decir que simplemente no existe. Pese a esta situación desalentadora, una lectura prospectiva de la fuente nos puede hacer plantear algunas preguntas que permitan retomar esta fuente para la construcción de la Comunicología.

<sup>2</sup> Para mayor información, ver el Portal del Grupo hacia una Comunicología Posible (GUCOM) (2008).

Partiendo de la centralidad de los medios de difusión como objeto de estudio básico de las ciencias de la comunicación y de la inexistencia de reflexión sociofenomenológica en el campo de la comunicación de habla hispana, nos podemos preguntar lo siguiente: ¿Será que no se ha leído correctamente la obra traducida de autores como Schütz, Goffman y Mead? O bien, ¿será que la Sociología Fenomenológica ha sido considerada como una corriente filosófica, y la filosofía no ha sido muy tomada en cuenta en el pensamiento sobre comunicación? Si revisamos el impacto de la bibliografía básica de la Fenomenología y la Sociología Fenomenológica en el campo académico de la comunicación en México, vemos que, en el mejor de los casos, las obras referenciadas son las de Berger y Luckmann y las de Goffman, sin que ello signifique que se ha hecho una buena lectura de ellas<sup>3</sup>.

La reflexión en torno a las aportaciones que la Sociología Fenomenológica puede hacer a la construcción de la Comunicología puede presentarse a partir de algunas preguntas de corte teórico. La más general debe responder a cómo se ha conceptualizado la comunicación a lo largo de la historia de la Sociología Fenomenológica. Dicha pregunta implica realizar una historia de la ciencia, y el método crítico-histórico puede ser una buena opción para conocer cómo ha evolucionado el concepto central que nos ocupa, la comunicación, a lo largo de una determinada escuela de pensamiento, en este caso la Sociología Fenomenológica. Esta misma reconstrucción nos debe permitir identificar los momentos por los que ha pasado la conceptualización de la comunicación a lo largo de la historia de la fuente, esto es, los cambios o evoluciones que ha sufrido el concepto en las diversas etapas que conforman la historia del pensamiento sociofenomenológico. Preguntas más particulares, pero no por ello menos importantes, pueden ser las siguientes: ¿La intersubjetividad puede considerarse condición indispensable de la interacción y la comunicación? ¿Qué relación conceptual existe entre acción y comunicación? ¿Qué aporta la Sociología Fenomenológica a la reflexión sobre esta relación? ¿Qué conceptos e ideas hacen que se pueda considerar al Interaccionismo Simbólico como una propuesta sociofenomenológica?

Las interrogantes anteriores parten de la consideración de que existe una concepción sociofenomenológica de la comunicación, misma que, aunque ha sido poco retomada

y considerada en la historia oficial del campo de la comunicación, nos parece importante para conceptualizar a la comunicación y sus fenómenos afines, específicamente todo lo que tiene que ver con la relación entre sistemas de comunicación, con la puesta en común e interacción entre sujetos, así como también con las relaciones sociales o interacción social general.

Habiendo revisado los juicios básicos de la Sociología Fenomenológica con respecto a la comunicación, y habiendo también expuesto algunas preguntas que pueden guiar las reflexiones en torno a este tema, se está ya en posibilidades de afirmar que la comunicación, desde el enfoque sociofenomenológico, es intersubjetividad, es relación entre sujetos que se asumen similares a sus interlocutores, es acto significativo de expresión de sentidos sobre el mundo de la vida cotidiana, es flujo de conciencias entre semejantes, es acción de compartir sentidos, es puesta en común de significados.

Aunque la Sociología Fenomenológica no habla de comunicación interpersonal estrictamente, es decir, no usa este término, se refiere a la interacción cara a cara, a la intersubjetividad y a la interacción social. Estos tres fenómenos están relacionados con la comunicación interpersonal. La interacción se comprende, por tanto, en su doble configuración: como comunicación interpersonal -donde entraría también la intersubjetividad- y como interacción social general. En cuanto a lo primero, podemos decir que la intersubjetividad de la interacción, en la fenomenología social, es parte del campo de estudios de la comunicación interpersonal, uno de los objetos de la Comunicología Histórica. Sin embargo, como ya se ha dicho, son muy secundarios los trabajos que abordan este tema, en comparación con el gran tema de los medios de difusión masiva.

Por su carácter sociológico-filosófico, la Sociología Fenomenológica observa los fenómenos de intersubjetividad e interacción de forma inductiva, apriorística, a partir de una lógica de significaciones y con base a la especulación filosófica. Posteriormente regresaremos a este punto, en el marco de la reflexión epistemológica acerca de cómo construye los objetos y juicios comunicológicos la Sociología Fenomenológica. Las rutas conceptuales de la intersubjetividad, la interacción cara a cara y la interacción social general dan lugar a unos objetos específicos, entre los cuales destacan la interacción interpersonal, la subjetividad

<sup>3</sup> Para mayor información sobre los análisis de la bibliografía básica del campo académico de la comunicación, se recomienda la consulta de Galindo *et al.* (2005).

social y los sistemas de información y comunicación.

Todos los objetos nombrados en los párrafos anteriores se podrían situar, sociológicamente hablando, en la reflexión en torno al gran macro-objeto de las Sociologías Interpretativas: la relación social. Este fenómeno general constituye una categoría básica de las ciencias sociales, no así de la filosofía. Las dos grandes corrientes para el abordaje de la relación social son el holismo metodológico y el individualismo metodológico, y la Sociología Fenomenológica se sitúa en este último enfoque. En cuanto a las aproximaciones particulares, Herrera (2000) considera que son nueve los acercamientos a la relación social; entre ellos destacan las aproximaciones histórica-comprensiva (Weber y Sociologías de la Acción), fenomenológica (Husserl, Schütz, Berger, Luckmann) y el Interaccionismo Simbólico, las tres cercanas e íntimamente relacionadas con la genealogía sociofenomenológica que hemos considerado en este artículo.

## Sociología Fenomenológica y procesos mediáticos

Como ha quedado claro a lo largo de las páginas precedentes, desde el punto de vista de la Sociología Fenomenológica se puede concebir a la comunicación como un proceso de intercambio permanente de sentidos y significados en el mundo de la vida cotidiana. Sin embargo, y pese a que la Sociología Fenomenológica nos sirve fundamentalmente para explorar lo que conocemos como comunicación interpersonal, sería erróneo no apuntar ciertas relaciones entre este enfoque y los estudios sobre medios. ¿Qué puede aportar el enfoque sociofenomenológico de la comunicación al estudio sobre medios? ¿Hasta qué punto los nuevos medios están modificando las configuraciones espacio-temporales y, por ende, están configurando los procesos de comunicación? ¿Los medios masivos realmente comunican o más bien difunden información? ¿Cómo se genera la intersubjetividad en nuevos medios como la Internet?

Las preguntas anteriores abren el abanico de opciones para re-considerar algunos aspectos sobre la comunicación mediática asumidos como válidos desde hace varias décadas. Así entonces, el enfoque asumido en el presente artículo permite nuevas preguntas, nuevas

reflexiones, nuevas relaciones conceptuales, para hablar de comunicación masiva, lejos de los espacios conceptuales funcionalistas, culturalistas y económico-políticos, por citar tres de los enfoques que gozan de mayor legitimidad en el pensamiento comunicacional.

El espacio conceptual de la Sociología Fenomenológica permite explorar la comunicación mediática como constructora de sentidos de vida en el mundo de la vida cotidiana, a partir de preguntas como las siguientes: ¿Qué papel juegan los medios en la difusión de sentidos y significados sobre los elementos básicos del mundo de la vida? ¿Qué funciones cumplen los medios en los procesos de percepción de uno mismo y de los *otros* con quienes interactuamos diariamente? ¿Cómo los medios construyen tipificaciones de la vida cotidiana? ¿Qué temas transmitidos por los medios nos permiten interactuar con nuestros contemporáneos? ¿Qué discursos mediáticos son parte de nuestra percepción sobre nuestros *predecesores* y *sucesores*?

Si comprendemos al sujeto como un actor social en permanente interacción con *otros* en el espacio del mundo de la vida, no podemos obviar la importancia de la comunicación mediática -además de la interpersonal o cara a cara- en la construcción de sentidos y significados sobre el entorno. Estos sentidos y significados se construyen en las interacciones múltiples, en los encuentros intersubjetivos entre sujetos. Sin embargo, en dichos encuentros tematizamos sobre aspectos y sucesos que hemos conocido por medio de los mensajes mediáticos. Es decir, conversamos -intercambiamos información, conocimiento, significados- no sólo sobre lo que experimentamos directamente por medio de la experiencia empírica cotidiana, sino también sobre los mensajes que los medios construyen y difunden.

El siguiente mapa conceptual incorpora los conceptos básicos de la Sociología Fenomenológica en relación con los procesos de interacción cotidianos en los que participamos los actores sociales. Este mapa se complementa, además, con elementos pertenecientes a la comunicación mediática, a los medios como constructores sociales de realidades múltiples, de mundos finitos de sentido en el mundo de la vida.

Como se puede observar, los sujetos interactúan en el marco del mundo de la vida (empírico, no trascendente, intersubjetivo, compartido), establecen relaciones intersubjetivas que requieren de un acervo de conocimiento, de un repertorio de conocimiento disponible que proviene no sólo de las interacciones cotidianas con *otros*, sino también de la exposición de los actores a los mensajes de los medios de difusión masiva. Así entonces, lo que conocemos nos sirve para interactuar con otros y compartir, con esos otros, conocimientos, percepciones,



**Figura 1.** Intersubjetividad, interacción y comunicación mediática.

**Figure 1.** Intersubjectivity, interaction and media communication.

valoraciones, opiniones. La fuente de estos conocimientos, que disponen hacia ciertas prácticas, son tanto la comunicación interpersonal como la comunicación mediática.

Así entonces, pese a que para la Sociología Fenomenológica la comunicación es un proceso de intercambio permanente de sentidos y significados en el mundo de la vida cotidiana, y pese a que este intercambio se da de forma prioritaria –según este enfoque– en los procesos de interacción cara a cara de los que participamos en el mundo de la vida, también los mensajes mediáticos son dispositivos que ayudan a que dichas interacciones se produzcan en un espacio de intersubjetividad.

## Referencias

- BERGER, M.; LUCKMANN, T. 1993 [1967]. *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires, Amorrortu, 240 p.
- BLUMER, H. 1968. *Symbolic interactionism: Perspective and method*. Englewood Cliffs, Prentice Hall, 208 p.
- GALINDO, J.; KARAM, T.; RIZO, M. 2005. *Cien libros hacia una comunicología posible: ensayos, reseñas y sistemas de información*. México, Universidad Autónoma de la Ciudad de México, 542 p.
- HERRERA, M. 2000. La relación social como categoría de las ciencias sociales. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 90:37-77.
- HUSSERL, E. 2001 [1925]. *Invitación a la fenomenología*. Barcelona, Paidós, 142 p.
- HUSSERL, E. 2005 [1913]. *Ideas relativas a una fenomenología pura y una filosofía fenomenológica*. México, Fondo de Cultura Económica, 529 p.

PORTAL DEL GRUPO HACIA UNA COMUNICOLOGÍA POSIBLE (GUCOM). 2008. Acessado en: 10/11/2008, disponible en [http://www.geocities.com/comunicologia\\_posible](http://www.geocities.com/comunicologia_posible).

RIZO GARCÍA, M. 2004. Interacción y comunicación: apuntes para una reflexión sobre la presencia de la Interacción en el campo académico de la comunicología. In: L. MARTELL (coord.), *Hacia la construcción de una ciencia de la comunicación en México: ejercicio reflexivo. 1979-2004*. México, Asociación Mexicana de Investigación de la Comunicación (AMIC), p. 101-124.

RIZO GARCÍA, M. 2005a. La Psicología Social y la Sociología Fenomenológica: apuntes teóricos para la exploración de la dimensión comunicológica de la interacción. *Global Media Journal en Español*, 1(3). Acessado en: 11/11/2008, disponible en: [http://gmje.mty.itesm.mx/articulos3/articulo\\_4.html](http://gmje.mty.itesm.mx/articulos3/articulo_4.html).

RIZO GARCÍA, M. 2005b. Comunicología, Psicología Social y Sociología Fenomenológica: exploraciones teóricas para la conceptualización de la interacción y la comunicación. In: J.A. CALLES (ed.), *Anuario de la Investigación de la Comunicación CONEICC*. México, CONEICC, XII:105-127.

RIZO GARCÍA, M. 2006a. La teoría en el campo académico de la comunicación: análisis de manuales de teoría de la comunicación desde la propuesta de la Comunicología Posible. In: L. MARTELL; M. RIZO; A. VEGA (coords.), *Políticas de comunicación social y desarrollo regional en América Latina*. México, AMIC, p. 185-223.

RIZO GARCÍA, M. 2006b. La intersubjetividad y la vida cotidiana como objetos de estudio de la ciencia de la comunicación: exploraciones teóricas y abordajes empíricos. In: M.A. REBEIL CORELLA (ed.), XIII Anuario de Investigación de la Comunicación CONEICC. México, CONEICC, Universidad Anáhuac, Universidad Autónoma de Coahuila, UIA-México, UIA-León, p. 85-104.

RIZO GARCÍA, M. 2006c. La interacción y la comunicación desde los enfoques de la Psicología Social y la Sociología Fenomenológica: breve exploración teórica. *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura*, 33:45-62. Acessado en: 11/11/2008, disponible en: <http://ddd.uab.es/pub/analisi/02112175n33p45.pdf>.

RIZO GARCÍA, M. 2007. Intersubjetividad, Comunicación e Interacción: los aportes de Alfred Schütz a la Comunicología. *Razón y Palabra*, 57. Acessado en: 13/11/2008, disponible en: <http://www.razonypalabra.org.mx/actual/mrizo.html>.

SCHÜTZ, A. 1993 [1932]. *La construcción significativa del mundo social: introducción a la sociología comprensiva*. Barcelona, Paidós, 304 p.

SCHÜTZ, A. 1974 [1962]. *El problema de la realidad social*. Buenos Aires, Amorrortu, 336 p.

WEBER, M. 1978. *Ensayos de metodología sociológica*. Buenos Aires, Amorrortu, 280 p.

Submetido em: 14/11/2008

Aceito em: 23/02/2009