



REVCOM. Revista científica de la red de carreras de
Comunicación Social
ISSN: 2451-7836
redcom.revcom@gmail.com
Universidad Nacional de La Plata
Argentina

Diez tópicos sobre Investigación Enactiva en Comunicación

Massoni, Sandra

Diez tópicos sobre Investigación Enactiva en Comunicación

REVCOM. Revista científica de la red de carreras de Comunicación Social, núm. 8, 2019

Universidad Nacional de La Plata, Argentina

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=203825203825005>

Diez tópicos sobre Investigación Enactiva en Comunicación

Sandra Massoni

UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO, Argentina

sandra.massoni@gmail.com

Redalyc: [http://www.redalyc.org/articulo.oa?](http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=203825203825005)

id=203825203825005

RESUMEN:

Este texto presenta algunos elementos en torno a la teoría de la Comunicación Estratégica Enactiva (CEE) y su correlato metodológico, la Investigación Enactiva en Comunicación (IEC). Delimita la posición de la metaperspectiva de la CEE respecto del lugar de la comunicación en el entorno de las disciplinas y los saberes como ciencia de la articulación. Incluye conceptualizaciones de comunicación y estrategias de comunicación. Muestra ejemplos de la articulación de técnicas, instrumentos y herramientas en las siete operaciones cognitivas a partir de las cuales se despliega una estrategia de comunicación como algoritmo fluido en una IEC.

PALABRAS CLAVE: comunicación estratégica enactiva, estrategias de comunicación, metodología, epistemologías del sur.

RESUMO:

O texto apresenta alguns elementos em torno da teoria da Comunicação Enativa Estratégica (CEE) e seu correlato metodológico, a Pesquisa Enativa em Comunicação (IEC). Delimita a posição da metaperspectiva da CEE sobre o lugar da comunicação no ambiente das disciplinas e dos saberes como ciência da articulação. Inclui conceituações de comunicação e estratégias de comunicação. Mostra exemplos da articulação de técnicas, instrumentos e ferramentas nas sete operações cognitivas a partir das quais é desenvolvida uma estratégia de comunicação como algoritmo fluido em uma IEC.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação estratégica enactiva, estratégias de comunicação, epistemologías do sul.

INTRODUCCIÓN

La Investigación Enactiva en Comunicación (IEC) es una metodología de investigación científica quizás más conocida fuera de Argentina que en el país. Sin embargo, surge en la

Universidad Nacional de Rosario (UNR) a partir de una tesis doctoral (Massoni, 2003) que se profundiza luego desde proyectos de investigación vinculados a cátedras de posgrado en universidades o centros de CyT en distintos países de Latinoamérica y con la creación –en el año 2012– de la Escuela de Comunicación Estratégica de Rosario. El texto busca acercar elementos de este recorrido, sintetizando algunos de sus componentes fundamentales en diez tópicos.

1. LA IEC: UNA RARA IAP A LA VEZ DISCIPLINAR Y TRANSDISCIPLINAR

La IEC es una metodología de investigación acción participativa (IAP)¹, correlato metodológico de la teoría de la Comunicación Estratégica Enactiva (CEE) (Massoni, 1990 y 2003). Ambas constituyen una metaperspectiva teórico-metodológica transdisciplinaria que trabaja en desplegar innovaciones en las modalidades actuales de pensamiento y de acción comunicacional.

La teoría de la comunicación estratégica enactiva se ofrece como una teoría que aborda el encuentro sociocultural, comprensiva, y aplicable de modo general. Con metodologías y técnicas propias examina con criterios de científicidad a la multiplicidad de lo comunicacional como autodispositivo colectivo y propicia procesos situados de cambio social conversacional. (Massoni, 2016, p. 23)

Esta metaperspectiva de la comunicación estratégica es conocida como la ciencia del encuentro en la diversidad. Una posición desde la cual no se busca establecer una nueva pretensión paradigmática,

sino aportar –desde una posición multiparadigmática– categorías-método que mejoren la capacidad de intervención de la comunicación como disciplina en los territorios. “Las modalidades del encuentro sociocultural son, a la vez, maneras de comprender y de dar forma al mundo. El encuentro en la diversidad como un cambio social conversacional es nuestro saber disciplinar diferencial en el entorno de las ciencias.” (Massoni, 2016: 35)

Las metodologías de la comunicación estratégica proponen un modelo de abordaje transdisciplinario en el que se convoca a los actores a partir del reconocimiento de sus saberes en torno al tema que se investiga, integrándolos en una conversación micro/macro social situada.

El modelo implica a la vez a los saberes de las disciplinas reconociéndolas como formas de producción de conocimientos propias de cierto tiempo y lugar. De allí parten, de los saberes existentes en cada territorio, pero rebasando, como señala Wallerstein (1996), el sólo reconocimiento de su eurocentrismo, admitiendo que hay otras formas del conocer, que no encuadran en lo que llamamos “ciencia” pero que pueden ser capaces de proporcionar saberes necesarios para la vida”. (Massoni, 2016, p. 72)

El diálogo de saberes es una operación clave de la comunicación estratégica que implica el reconocimiento de que hay saberes válidos y socialmente necesarios que se están generando continuamente fuera del ámbito académico, con los que los comunicadores universitarios debemos dialogar para abordar lo que con frecuencia no permite ver la mirada disciplinaria y disciplinada, fragmentada y analítica de las ciencias sociales tradicionales.

La comunicación como encuentro, como conversación micro/ macro social implica esta consideración de lo complejo y de lo fluido en tanto modalidad de la relación intersubjetiva propia de lo comunicacional. No es una descripción de la complejidad, sino una búsqueda de la complejidad a partir de la comunicación como modalidad siempre abierta a nuevas acciones y sentidos compartidos. (Massoni, 2016, p. 72)

Así, la IEC es una metaperspectiva que especifica cómo hacer lo que Morin (2009), Nicolescu (1996) y otros expertos en transdisciplinariedad y pensamiento complejo plantean como destino y desafío de la nueva ciencia y de la nueva profesión. Una innovación metodológica que avanza sobre los retos que Boaventura de Sousa Santos (2009) delimita en las epistemologías del sur, la ecología de saberes y la traducción intercultural.

La CEE trabaja en los abordajes necesarios para una implementación operacional de la conversación micro macrosocial y del diálogo de saberes como cuestión nodal para los nuevos paradigmas. 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 proyectos de investigación tradicional.

La IEC es un nuevo tipo de investigación científica de las ciencias sociales que se inscribe en la tradición de las metodologías de investigación participativa trabajando la especificidad comunicacional desde una mirada doble: transdisciplinaria y a la vez disciplinar.

Busca analizar la multidimensionalidad del fenómeno comunicacional para operar transformaciones en las configuraciones actuales de las modalidades de vinculación intersubjetiva. Su objetivo es propiciar el encuentro en la diversidad como un cambio social conversacional que enactúa. (Massoni, 2016, p. 195)

2. UNA METODOLOGÍA LATINOAMERICANA

Se han desarrollado proyectos de IEC en los siguientes países:

- # Argentina
- # Uruguay
- # Brasil
- # Bolivia
- # Chile
- # Perú

Ecuador
 # Colombia
 # Panamá
 # México

Los proyectos de IEC se han implementado en distintas áreas de investigación científica: ambiental, cultural, rural, empresarial, de gobierno, educación, salud y políticas públicas.

Se puede aplicar la IEC para el despliegue de estrategias de comunicación en cualquier ámbito en el cual haya personas que tienen que hacer algo juntas.

3. REDEFINIR A LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

En la teoría de la CEE definimos a las estrategias de comunicación como algoritmos fluidos.

Las Estrategias de comunicación son dispositivos de conversación micro-macro social, mapas dinámicos de las reconfiguraciones que se van desplegando en los territorios a partir de las metodologías y técnicas propias de la comunicación. Con ellas

desplegamos entonces a la comunicación como algoritmo fluido de la diversidad: el modelo de comunicación estratégica con el que trabajamos ofrece un conjunto ordenado y finito de operaciones como método y notación de distintas formas del cálculo en torno a lo comunicacional (Massoni, 2016, p. 37)

Las estrategias de comunicación así redefinidas, son dispositivos de análisis y de operación del cambio social conversacional que se despliegan en dos momentos: el primero es el encuentro de los saberes disponibles en la situación que aborda la estrategia; el segundo es el encuentro de los actores que habitan ese territorio.

Así, en nuestra redefinición de estrategias de comunicación resulta disparador el reconocimiento de la fractalidad y la autoorganización de lo social para propiciar el cambio fluido como características diferenciales del cambio comunicacional.

4. UNA TEORÍA DE LA MULTIDIMENSIONALIDAD DE LO COMUNICACIONAL

Quienes trabajamos desde esta metaperspectiva planteamos que, tanto los investigadores como los profesionales que abordaron a la comunicación social desde distintas disciplinas científicas en el siglo pasado, se enfocaron en una reducida porción del fenómeno comunicacional.

La teoría de la CEE, por el contrario, plantea la posibilidad de abordar la multidimensionalidad de lo comunicacional.

El análisis y prescripción mediante MRC es una técnica de investigación enactiva en comunicación que atiende a las diferentes modalidades del encuentro sociocultural en una operación de doble registro: el reconocimiento de las racionalidades comunicacionales dominantes en una situación y el diseño de estrategias como dispositivos de interpelación de la situación.

Las marcas de racionalidad comunicacional son huellas observables etnográficamente que son índices de la concepción teórica que está articulando el encuentro en la situación. Por ejemplo, la linealidad, la segmentación, la verticalidad, la comunicación operativa, son marcas de racionalidad propias de la dimensión informativa.

Por su parte, la heterogeneidad, la multiplicidad, las redes, la comunicación como articulación de la diversidad no dualista, son marcas de racionalidad propias de la dimensión del encuentro sociocultural. (Massoni, 2016, p. 187)

Una modalidad del encuentro sociocultural es, por ejemplo, la transferencia; otra evidentemente diferente es el denunciismo. Cada una de ellas opera en una dimensión del fenómeno comunicacional: la primera, en la dimensión informativa; la segunda, en la dimensión ideológica. Y ponen en juego diferentes recursos

comunicacionales para imprimir su particular racionalidad del encuentro en las situaciones en las que operan².

Lo hacen a partir de técnicas específicas enfocadas en medir y operar en la fluidez del vínculo intersubjetivo (ver tabla 1), las cuales son diferentes de las usadas en otras disciplinas que también investigan –con otros objetos de estudio– los fenómenos comunicacionales.

Eso mismo es lo que hace emerger “mundos” con la investigación, en una espiral sin límites fijos mientras el sistema permanezca activo. Por eso los comunicadores estratégicos trabajamos con estrategias de comunicación como dispositivos de inteligibilidad y a la vez de interpelación de lo real en dimensiones múltiples. Así, la utilización de estrategias de comunicación como dispositivos cuestiona la calidad de universal propia del método científico clásico –que aspira sólo a generar leyes– y se propone como una alternativa que trabaja en propiciar la enacción comunicacional.

5. COMUNICACIÓN EN UN MUNDO FLUIDO

La nueva teoría aborda a la comunicación en un mundo fluido en tanto considera el devenir como la transformación constante en la que los seres humanos vivimos. Implica la búsqueda y la exploración de lo comunicacional en tanto modalidad dinámica del vínculo intersubjetivo sociocultural rebasando el saber clásico en torno a la comunicación, típicamente reducido a lo comunicativo y, por ende, especializado en la transferencia: los mensajes, su producción, distribución y consumo. Una mirada representacionista, centrada en los lenguajes, que descarta –a menudo– la principal característica de la comunicación que es su multidimensionalidad.

jerarquización escindida previa, y hoy generalizada, en la que se opera desde un puro dominio del lenguaje como punto de vista.

La comunicación no siempre y no principalmente es una cuestión simbólica. La comunicación desde lo fluido es una posición que contrasta con la actualmente hegemónica, la cual sostiene, por el contrario, que no habría comunicación sin lenguaje. Planteamos que, por ejemplo, la emoción es anterior al lenguaje. Lo vivo no necesita ser hablado, pero sí necesita ser transitado y compartido para ser habitado. Por eso la comunicación en la teoría de la CEE es encuentro en la diversidad (Massoni 1990 y 2003). Una IEC busca prescindir de esa

jerarquización escindida previa, y hoy generalizada, en la que se opera desde un puro dominio del lenguaje como punto de vista.

De la misma manera, la estrategia comunicacional no es una fórmula de verdad. No es un plan elaborado para ser aplicado, sino un dispositivo flexible y especialmente atento a lo situacional en tanto espacio fluido, en tanto lugar habitado en el que coexisten las alteridades socioculturales. Es una mirada respetuosa de las diversidades presentes en la situación que busca transformar, que no se limita tampoco a lo discursivo.

El comunicador estratégico realiza un desplazamiento nodal desde lo semiótico a lo simbiótico, en tanto toda estrategia requiere incluir en el diseño también a los objetos naturales como sujetos de derecho. Es decir, es una conversación que, por ejemplo, incluye al agua (si es un proyecto contra la desertificación) o a los árboles (si se trata de un proyecto de forestación).

6. TÉCNICAS, INSTRUMENTOS Y HERRAMIENTAS DE IEC PARA LAS SIETE OPERACIONES DEL ALGORITMO

Cada una de las siete operaciones cognitivas de la estrategia comunicacional como

algoritmo fluido se despliega a partir de técnicas, instrumentos y herramientas específicas (Massoni, 2013, 2016 y 2018.)

En el entorno de la metodología de comunicación estratégica que trabajamos en la Escuela de Rosario las herramientas en la investigación en comunicación enactiva son una particular forma de sistematización, registro y visualización de datos, los cuales dan cuenta de la relación actual que se analiza pero siempre con vistas a la transformación deseada. Son registros que se captan periódicamente (por ejemplo: mensualmente, cada seis meses, cada año, etc., atendiendo a los ritmos del cambio comunicacional en torno al tema que se indaga). Son mapas fluidos, el registro reconocido y a la vez habilitante del cambio social conversacional que se va generando en el entorno de una estrategia de comunicación.

Cada proyecto IEC diseña la Matriz de datos de su investigación atendiendo las áreas inexploradas identificadas en el inicio del trabajo y el despliegue de la VTC. Con la aplicación de IEC es habitual el diseño de nuevos instrumentos (test, mapeos, etc) para atender a los objetivos de los trabajos de campo en torno a los problemas investigados.

En la tabla 1 se muestra, mediante algunos ejemplos, la correlación de técnicas, instrumentos y herramientas para cada una de las siete operaciones cognitivas de una IEC.

Operación cognitiva	Técnica	Instrumento (ejemplo)	Herramienta (ejemplo)
1. Diálogo de saberes	Versión Técnica Comunicacional (VTC)	Test de la fotoproblema	VTC sintética
2. Determinación del tipo de encuentro dominante	Marcas de Racionalidad Comunicacional (MRC)	Reconocimiento de MRC en productos y espacios de comunicación	Diseño mediante MRC.
3. Identificación de los agentes semióticos y simbióticos de la reconfiguración	Mapeo comunicacional de actores (MCA)	Diagrama de actores por componente del problema	Diagrama evolutivo de actores
4. Reconocimiento de los autodispositivos colectivos	Matrices Socioculturales (MS)	Test de modos y formas	Caracterización de MS
5. Diseño y co-diseño de espacios y productos comunicacionales	Árbol de Soluciones (AS)	Prototipado evolutivo de tecnologías sociales, productos y espacios de comunicación	Matriz escalonada de planificación concertada de acciones, proyectos, programas y políticas de comunicación
6. Diseño y realización de investigación de campo	Matrices de datos IEC	Matriz de datos IEC por MS	Matriz de datos IEC escalonada
7. Reconfiguración micro-macro social del encuentro en la diversidad	Plan operativo inicial de la estrategia comunicacional	Matriz de planificación de acciones, proyectos, programas y políticas a corto, mediano y largo plazo	Ejes y tonos de comunicación por MS

7. DERECHO A LA COMUNICACIÓN EN EL SIGLO XXI

Tal como proponemos en Políticas públicas y comunicación: una cuestión estratégica (2018):

En los siglos XIX y XX el aporte de la comunicación a la democracia estuvo vinculado principalmente con “hacer saber”, “hacer llegar” o asegurar el acceso de los ciudadanos a la información y conectarlos con sus representantes. Un aporte conceptualizado y operado desde dimensiones únicas –usualmente, la dimensión informativa y la dimensión ideológica de la comunicación–; discursos desde un punto de vista que hablan sobre otros puntos de vista o leyes como garantía.

En el contexto actual es necesario entender que la idea del acceso es uno de los componentes posibles pero que el acceso en sí mismo no garantiza nada. De la misma manera que el trabajo comunicacional en cualquier dimensión de la comunicación por separado no lo hace. Lo único que consigue la sostenibilidad de los sistemas es la sinergia emergente de la multidimensionalidad comunicacional. No se trata de procesos lineales sino de una democratización a partir de la reconfiguración de los vínculos en la cotidianeidad. (Massoni, 2018, p. 27)

La metaperspectiva de la CEE trabaja en aportar otra participación, menos impositiva, capaz de salirse del puro dominio que se establece cuando se trabaja desde puntos de vista. Los esquemas del tipo Emisor/Mensaje/Receptor comunicacionalmente hablando trabajan en racionalidades comunicacionales de pura imposición. En cambio la CEE aporta puntos de encuentro en la diversidad atendiendo a las trayectorias de las Matrices Socioculturales y tomando sus intereses y sus necesidades en torno al problema que se investiga como nodo inicial.

Con la IEC aprendimos a desplegar a la comunicación desde lo vivo. A propiciar acoplamientos dinámicos y evolutivos de la realidad y los actores en procesos situados que aprovechan lo fractálico autoorganizado en los actores que habitan ese territorio. Los que trabajamos con la IEC solemos llamarla “la comunicación poblana”, “la que puebla”, porque piensa y hace desde aquello que hace latir a los habitantes en cada territorio y que –por lo mismo– cuando lo consigue, hace crecer.

8. COMUNICACIÓN CON RESPONSABILIDAD AUTÉNTICA

Buscamos desplegar la ciencia de la articulación porque la consideramos una innovación deseable y posible en la época que nos toca vivir.

La CEE aporta al diálogo de saberes para propiciar mundos cooperados de complejidad creciente en torno a problemáticas comunicacionales situadas. Esta exploración, tanto en la ciencia como en la profesión, propicia otras modalidades del encuentro entre las matrices socioculturales presentes en la situación que aborda la estrategia comunicacional. Trabaja en la enacción de acciones y sentidos compartidos y se ofrece como una modalidad de cambio social conversacional centrada en cómo propiciar transformaciones deseables y posibles. El aporte de la IEC es el de abrir nuevos mundos, en lugar de pretender completar diversos inventarios de lo real, o explicaciones de los fenómenos ya ocurridos como lo hacían las perspectivas clásicas.

Así, para dar cuenta del desplazamiento que denominamos de la participación motivada a la participación enactuada, trabajamos con la comunicación estratégica como encuentro sociocultural en dimensiones múltiples: una reconfiguración espacio temporal micro macro social que emerge con la comunicación en la situación que se investiga.

Como comunicadores estratégicos promovemos esta metaperspectiva porque consideramos que es una modalidad de investigación-acción, reflexiva, valorativa, crítica, que indaga el pasado, pero que nos ayuda también a ir hacia adelante con responsabilidad auténtica tanto en la ciencia como en la profesión.

Comunicar estratégicamente es lograr unir aquello que estaba separado a partir de un proceso fluido, respetuoso de las alteridades socioculturales, siempre abierto a la complejidad como una manera de ser y de cambiar.

9. LA ESCUELA DE COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA DE ROSARIO

La Escuela de Comunicación Estratégica de Rosario es un colectivo abierto de profesionales e investigadores enfocado en estudiar a los fenómenos comunicacionales desde una perspectiva específicamente comunicacional y como un aporte al Buen Vivir y al Pensamiento del sur.

El núcleo que inicia esta escuela es una tesis doctoral de la Universidad de Buenos Aires (Massoni, 2003) que presenta los resultados de investigaciones realizadas en la Universidad Nacional de Rosario, la cual se propone como una nueva teoría que plantea abordar a la comunicación como fenómeno histórico, complejo, situacional y fluido.

La escuela se funda en el año 2012 con el objetivo de retomar esta nueva teoría de la comunicación en un núcleo abierto de desarrollo e innovación metodológica. Desde entonces se han integrado a la escuela más de cien investigadores y profesionales de distintos países, interesados en la metaperspectiva³.

Desde su fundación, se han llevado a cabo once encuentros de comunicadores estratégicos, los cuales se pueden consultar en la web del colectivo.

El último evento co-organizado por la escuela –junto a la UNR, Clacso y la Municipalidad de Rosario– fue el “Primer Encuentro Internacional de Metodologías Participativas de la Red Sentipensante para la transformación social” en el año 2018. Tres jornadas de trabajo que contaron con más de seiscientos participantes de todo el continente, entre los que se destacan figuras de gran reconocimiento como, entre otros, la del pensador especialista en sociología, epistemología y metodología Boaventura de Sousa Santos.

10. RETROSPECTIVA

Una mirada sobre el trayecto recorrido nos indica que deberemos continuar trabajando ya que todavía en demasiadas universidades se sigue investigando como si la comunicación fuera en línea o en dimensiones únicas, igual que en el Siglo XIX.

También seguiremos trabajando en nuestro desarrollo metodológico sobre IEC valorando lo realizado. Hoy tenemos técnicas, instrumentos y herramientas para cada una de las operaciones cognitivas del despliegue de estrategias de comunicación como algoritmos fluidos que hemos validado en trabajos de campo y proyectos de investigación⁴ en distintos países. Los resultados obtenidos reafirman la importancia de la especificidad de la comunicación en el entorno de la ciencia, la tecnología y la innovación.

REFERENCIAS

- Busso, M. (2018). “Análisis y producción de videotutoriales en el entorno de investigaciones científicas”, en *Políticas públicas y comunicación: una cuestión estratégica*. Massoni, Uranga y Longo (comp.). Nueva Editorial Universitaria. Universidad Nacional de San Luis.
- Massoni, S. (2018). “Investigación enactiva en comunicación, metodologías participativas y asuntos epistemológicos” en *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación* Año XV N° 28, ALAIC, enero - junio 2018. ISSN 1807- 3026
- Massoni, S. (2018) “Aportes de la comunicación estratégica a las políticas públicas en sociedades políticamente democráticas, pero socialmente fascistas” en *Políticas públicas y comunicación: una cuestión estratégica*. Massoni, Uranga y Longo compiladores. Nueva Editorial Universitaria. Universidad Nacional de San Luis.
- Massoni, S. (2016). *Avatares del comunicador complejo y fluido. Del perfil del comunicador social y otros devenires*. Ecuador. Ediciones Ciespal.
- Massoni, S. (2013). *Metodologías de la Comunicación estratégica: del inventario al encuentro sociocultural*. Rosario, Argentina. Homo Sapiens Ediciones
- Massoni, S. (2003). “Estrategias de comunicación: un modelo de abordaje de la dimensión comunicacional para el desarrollo sostenible entendido como cambio social conversacional” en *Revista Temas y Debates*, Rosario, Año 7, N° 6 y 7
- Massoni, Uranga y Longo (comp.) (2018). *Políticas públicas y comunicación: una cuestión estratégica*. Nueva Editorial Universitaria. Universidad Nacional de San Luis.
- Morin, E. (2009) *Introducción al pensamiento complejo*. Barcelona: Gedisa.
- Nicolescu, B. (1996) *La Transdisciplinariedad: Manifiesto*. Monaco: Ediciones Du Rocher.
- Santos, Boaventura de Sousa (2009), *Una epistemología desde el Sur*. México: CLACSO y Siglo XXI.