Abraham Nosnik Ostrowiak

Teoría de la Comunicación Productiva

Exploraciones más allá de la retroalimentación

Colección **Comunicación**

HomoSapiens EDICIONES

Colección **Comunicación**

Directora
Sandra Massoni

Teoría de la Comunicación Productiva

Exploraciones más allá de la retroalimentación

Abraham Nosnik Ostrowiak

BENEMÉRITA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE PUEBLA

Maestría en Comunicación Estratégica

UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO

HomoSapiens EDICIONES

Nosnik Ostrowiak, Abraham
Teoría de la comunicación productiva : exploraciones más allá de la retroalimentación / Abraham Nosnik Ostrowiak. - 1a ed. - Rosario : Homo Sapiens Ediciones, 2021.
Libro digital, PDF - (Comunicación)

Archivo Digital: descarga y online
ISBN 978-987-771-756-3
1. Comunicación. I. Título.
CDD 302.2

Este libro se realiza en el marco del convenio académico de coedición entre la BUAP y la UNR a través de la *Maestría en Comunicación Estratégica* y en articulación con Homo Sapiens Ediciones.

© 2012 • **Homo Sapiens Ediciones**
Sarmiento 825 (S2000CMM) Rosario | Santa Fe | Argentina
Telefax: 54 341 4406892 | 4253852
E-mail: editorial@homosapiens.com.ar
Página Web: www.homosapiens.com.ar

Queda hecho el depósito que establece la ley 11.723.
Prohibida su reproducción total o parcial.

ISBN: 978-987-771-756-3

Diseño editorial: María Victoria Pérez

Este libro se terminó de imprimir en enero de 2013
en **Talleres Gráficos Fervil S.R.L.** | Santa Fe 3316 | Tel: 0341 4372505
Email: fervilsrl@arnetbiz.com.ar | 2000 Rosario | Santa Fe | Argentina

Dedico este libro con gratitud sincera a Ramón Lecuona Valenzuela y a Antonio Morfin Maciel, creadores de ambientes productivos en la academia de los cuales me he beneficiado grandemente.

A.N.

Agradecimientos

A Ramón Lecuona Valenzuela y Antonio Morfín Maciel, a quienes dedico este trabajo. Su labor como líderes de la Facultad de Economía y Negocios en la Universidad Anáhuac México Norte ha resultado en una época de gran productividad y aprendizaje para mí.

A Patricia Durán Bravo, Directora de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, y a Rosa Elba Domínguez Bolaños, Directora de Posgrado de dicha Facultad y encargada de la supervisión de la publicación de este trabajo por parte de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP). A la propia Facultad de Ciencias de la Comunicación de la BUAP y sus autoridades, maestros y alumnos/as, quienes han impulsado mi ánimo y han apoyado mi trabajo en los años más recientes.

A Sandra Massoni, Directora de la Maestría en Comunicación Estratégica, Universidad Nacional de Rosario (UNR), Coordinadora de Investigación en Comunicación Estratégica del Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA), y Directora de la *Colección Comunicación* de la editorial Homo Sapiens Ediciones, así como a la propia editorial Homo Sapiens de la República de Argentina, por su interés y apoyo en la publicación de este libro.

A Pablo Blesa Aledo, Director de *Sphera Pública, Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación,* de la Universidad de San Antonio, Murcia, España, por dar permiso para publicar como capítulo

el texto "Comunicación y cultura organizacional en la era de la incertidumbre", que apareció en dicha revista originalmente en su número dedicado a la *Organización y Cultura: La Identidad Corporativa*, Año 2002, N° 2.

A Octavio Islas y Fernando Gutiérrez, colegas del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (Tec de Monterrey), Estado de México (Lago de Guadalupe), creadores y líderes de su Proyecto Internet-Cátedra de Comunicaciones Digitales, y de la Revista electrónica (web) *Razón y Palabra*, por el permiso para incluir los dos siguientes textos: "Linealidad, dinamismo y productividad. El argumento original", publicado en *Razón y Palabra*, Año 1, N° 1, enero-febrero de 1996. Y "La productividad de la comunicación en la era del Internet", incluido originalmente en Islas, Octavio y Fernando Gutiérrez (coords.) *Internet: el medio inteligente*, CECSA/ PROYECTO INTERNET Tec de Monterrey, México, DF, 2000.

A Miguel Ángel Corona, colega de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Anáhuac México Norte, quien organizó el coloquio que presentó por primera vez la idea de Comunicación Productiva públicamente, evento realizado en la Universidad del Tepeyac a iniciativa del Centro de Investigación de dicha institución académica el 10 de octubre de 1995.

A Fernando Castro Adame, colega del Departamento de Ciencias Sociales y Humanidades de la Universidad de Occidente, Unidad Los Mochis, Sinaloa, por su estudio y análisis minucioso de las ideas presentadas en este volumen.

Y finalmente, a aquellos, en especial alumnos y alumnas de las nuevas generaciones de la Comunicación, que han visto en la Comunicación Productiva un horizonte esperanzador de mayor entendimiento de la naturaleza y condición humanas.

Índice

Introducción. Comunicación Productiva.
Exploraciones más allá de la retroalimentación 11

Capítulo I.
Linealidad, dinamismo y productividad.
El argumento original 23

Capítulo II.
De fuentes egoístas a comunidades de inteligencia
comunicativa. Exploraciones sobre el universo conceptual
de la comunicación humana 39

Capítulo III.
La productividad de la comunicación en la era de Internet 53

Capítulo IV.
Comunidades de Inteligencia Comunicativa.
Desafíos y oportunidades de la ciencia de la comunicación
ante el desarrollo tecnológico 75

Capítulo V.
Comunicación y cultura organizacional en la era
de la incertidumbre 101

Capítulo VI.
Comunicación Productiva: un nuevo enfoque teórico 117

Introducción. Comunicación Productiva. Exploraciones más allá de la retroalimentación

Generalidades

He relatado en más de una ocasión la anécdota donde describo la primera vez que pensé en términos de comunicación productiva. Estaba trabajando en un texto que analizaba el proceso de calidad desde el intercambio de información entre los usuarios y sus proveedores y, precisamente, al darme cuenta de que este tipo de actividad de mejora de productos, procesos y servicios era un proceso de comunicación invertido, me intrigó el hallazgo y decidí explorarlo. El "resto es historia", como suele decirse, y esa historia se documenta en el presente texto.

La historia del pensamiento de la comunicación como un proceso de interacción humana, pues, tiene tres momentos. El principio fue un momento mecánico o causal en el que una fuente tecnológica transmite, con el menor ruido físico posible, un conjunto de señales que integran uno o más mensajes que se encaminan a un destino. En esta primera etapa, la referencia universal es el modelo de Claude Shannon y Warren Weaver de fines de los años cuarenta del siglo pasado. El segundo esfuerzo de conceptualización, ya desde las ciencias humanas, sociales o de la conducta muestra algunos cambios: las fuentes se vuelven mediaciones y son sustituidas por los emisores como inicio del proceso. Lógicamente, las fuentes y los canales se vuelven sinónimos. El mensaje se codifica al emitirlo una persona y se decodifica al recibirlo otra. Además del ruido físico potencial, se suma ahora el semántico o de interpretación.

En esta segunda etapa del pensamiento en comunicación, se descubre que, a diferencia de las señales, los significados son intransferibles. Jesús María Cortina, pionero y maestro de la comunicación en México ya desaparecido, solía explicarlo así: el significado, o en su caso, la interpretación, es como la digestión de los alimentos, es intransferible. No puedo hacer la digestión por nadie y nadie la puede hacer por mí. Prácticamente todos los modelos que describen la comunicación entre los humanos caben aquí. Una de las conceptualizaciones clásicas es la de Lasswell (1948).

La Comunicación Productiva se inserta, esa es la hipótesis que defiendo aquí, en la tercera etapa de la comunicación. Este nuevo paso conceptual se ocupa del cambio del sistema donde ocurre la comunicación como intercambio e interpretación de mensajes entre seres humanos auxiliados por tecnologías de información cada vez más flexibles y convergentes. La Comunicación Productiva, pues, es el estudio de la innovación y mejora de los sistemas creados y/o habitados por el ser humano a partir del intercambio e interpretación de los mensajes transmitidos a, y recibidos por, otros seres humanos.

Antes de seguir con la descripción y la búsqueda de entendimiento de la Comunicación Productiva, habrá que aclarar algunas cosas implicadas en el párrafo anterior.

No todos los sistemas que habita el hombre (hago alusión al concepto universal de hombre que incluye varones y mujeres) fueron creados por el ser humano. Sin embargo, la comunicación humana sí depende de la percepción de esos ambientes naturales desde la óptica humana, para bien y para mal. Como ventaja y como limitación. Para inspiración y como sesgo.

En segundo lugar, los ambientes creados por el hombre (en su expresión en idioma inglés "man-made") son artificiales pero no arbitrarios en su comportamiento. Es un hecho que la capacidad organizativa de los seres humanos es un producto de su mente, sin embargo, no por ser un producto humano las organizaciones responden lineal y puntualmente a las intenciones y caprichos de quienes las crearon. Es exactamente el hecho contrario, que las organizaciones y los sistemas de organización humana, como seres vivos colectivos, responden a sus propios principios, que para nosotros como especie su estudio es necesario y su comprensión, un logro deseable de supervivencia y prosperidad.

En tercer lugar, y quizá el punto más importante dirigido hacia el interior de la comunidad de comunicólogos y comunicadores profesionales, la Comunicación Productiva se ocupa del estudio no sólo de las organizaciones, y entre ellas, prioritariamente, de las empresas, sino del principio de organización como un principio civilizatorio y distintivo del ser humano. Es decir, cuando afirmo que la Comunicación Productiva se ocupa de la innovación y mejora como cambio positivo y progresivo de los sistemas (sean naturales y/o artificiales) en la experiencia humana, me refiero a todo tipo de sistemas de convivencia humana, formales e informales, que buscan que dicha convivencia sea satisfactoria para cada parte, pacífica entre todas las partes y productiva tanto para el sistema como para cada una de sus partes. Aquí entran todos los sistemas que existen y todos los que podemos imaginar como guía de perfeccionamiento de los primeros.

Particularidades

He mencionado hasta ahora tres conceptos básicos para entender la Comunicación Productiva: el principio de organización como principio de vida; las organizaciones y los sistemas.

En el fundamento de la Comunicación Productiva está la explicación de Freeman Dyson del principio de organización como origen y lógica de la vida. Este autor afirma (Dyson, 1988) que la vida es una amalgama entre dos fuerzas, de suyo contradictorias: diversidad y disciplina. La diversidad requiere como condición la máxima libertad imaginable para poderse expresar como una multiplicidad de seres y formas.

Piénsese en la diversidad de lo creado como lo mineral, lo vegetal y lo animal y su extraordinaria variedad. Piénsese en lo material y espiritual en la experiencia humana como componentes y expresiones del mismo ser. Piénsese que lo real no es sólo lo tangible y lo que podemos captar y atestiguar por medio de los sentidos sino también lo intangible cuyo efecto en nosotros se hace tangible e incluso mejora y da sentido a nuestras vidas: conceptos, principios, valores, ideales y utopías, entre otros. El nivel de sofisticación y complejidad de las sociedades humanas actuales y de la Humanidad a través de su evolución y cambio ha desembocado en lo que hoy llamamos "Economía de los Servicios", que