

Los aportes del Pragmatismo de William James y la Fenomenología Social de Alfred Schütz a la Comunicación

Marta Rizo García¹

RESUMEN

Es común en el campo de la comunicación aceptar las relaciones entre la Sociología y las Ciencias de la Comunicación. También es parte de la cosmovisión del campo de la comunicación el incluirlo como parte de las Ciencias Sociales. ¿Qué sucede con la Filosofía? ¿Es la Filosofía una matriz disciplinaria relacionada con la comunicación? ¿Qué ha aportado la Filosofía a la comunicación? En este texto se presentan algunas reflexiones en torno a la relación entre estos dos campos de conocimiento, y se identifican relaciones, distancias, puntos de acuerdo y posibilidades. Para ello, se toman dos corrientes filosóficas que pueden complejizar las reflexiones sobre la comunicación: el Pragmatismo de William James y la Fenomenología Social de Alfred Schütz.

Palabras clave: Pragmatismo, Fenomenología Social, Comunicación.

Abstract

It's common in Communication field to accept the relations between Sociology and Communication Sciences. Also it's part of the vision of Communication field including it as part of Social Sciences. What happens to Philosophy? Is Philosophy a disciplinary matrix related to the communication? What has contributed Philosophy to Communication? This text presents some reflections around the relation between these two fields of knowledge, and identifies relations, distances, points in agreement and possibilities. For it, are taken two philosophical currents that can make complex the reflections on communication: Pragmatism of William James and Social Phenomenology of Alfred Schütz.

Keywords: pragmatism, social phenomenology, communication

Introducción

La relación entre las Ciencias Sociales y las Ciencias de la Comunicación goza de una notable legitimidad en la historia oficial del campo académico de la comunicación. De hecho, se suele aceptar a la comunicación como un campo de estudio que se inserta en el campo mayor de las Ciencias Sociales. Esta consideración, de alguna manera, concibe a la comunicación como un objeto de estudio susceptible de ser abordado por diferentes disciplinas sociales.

En el caso de las relaciones entre la Filosofía (y las Humanidades en general) y las Ciencias de la Comunicación no está tan claramente asumida la relación entre ambos campos de conocimiento. Éstos, a menudo, se vislumbran como campos de conocimiento aislados, con pocos puntos de contacto. En el mejor de los casos, la Filosofía y la Comunicación aparecen unidas por la existencia de la llamada Filosofía de

¹ Doctora en Comunicación por la Universidad Autónoma de Barcelona. Coordinadora del Plantel Centro Histórico y Profesora-Investigadora de la Academia de Comunicación y Cultura de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

la Comunicación, que suele equipararse a todo aquello que implica pensamiento teórico y epistemológico sobre la comunicación. Pero hay más.

Las relaciones entre la Filosofía y la Comunicación pueden hacerse desde varios puntos de vista. En este texto se asume una postura o enfoque teórico, es decir, se plantea la posibilidad de observar cómo algunas corrientes filosóficas contribuyen al pensamiento sobre la comunicación. Para ello, se retoman dos corrientes filosóficas particulares, que permiten dar cuenta de algunas vetas de relación entre los dos campos de conocimiento mencionados. Concretamente, el propósito general del texto es presentar las aportaciones del Pragmatismo norteamericano y la Sociología Fenomenológica o Fenomenología Social a la reflexión sobre la comunicación en general y sobre otros conceptos vinculados a ella, tales como intersubjetividad y acción. De la primera corriente se elige a William James. De la segunda, a Alfred Schütz. El segundo tuvo influencias de James, sobre todo en su afán por deslindarse de la fenomenología trascendental y solipsista de Edmund Husserl e introducir la sociabilidad –y por tanto a la interacción social- como ámbito de estudio legítimo de la filosofía y de las ciencias sociales.

Aunque no han sido suficientemente reconocidas, ambas tendencias son importantes para las Ciencias de la Comunicación, y específicamente para la dimensión interpersonal de la comunicación –la interacción-, por el peso que le dan al sujeto como actor social en relación con otros, con quienes interactúa y construye sentidos y significados acerca del mundo.

Las reflexiones que se presentan en este texto se enmarcan en el trabajo realizado por el Grupo hacia una Comunicología Posible (GUCOM) sobre la revisión de las fuentes científicas históricas de las Ciencias de la Comunicación, esto es, sobre aquellas disciplinas o campos del saber que oficialmente han sido reconocidas como importantes para el desarrollo y consolidación del pensamiento comunicacional². Si bien el Pragmatismo no ha sido considerado estrictamente dentro de las nueve fuentes de conocimiento que histórica y oficialmente han construido el campo de la

² Según la propuesta de GUCOM, las nueve fuentes científicas históricas de las Ciencias de la Comunicación son las siguientes: Sociología Funcionalista, Sociología Cultural, Sociología Crítica, Sociología Fenomenológica, Psicología Social, Economía Política, Lingüística, Semiótica y Cibernética. Para mayor información, consultar Galindo Cáceres, Jesús (coord.) (2008). *Comunicación, ciencia e historia. Fuentes científicas históricas hacia una Comunicología Posible*. Madrid: McGraw Hill Interamericana.

comunicación –algo que sí sucede con la Sociología Fenomenológica-, se vislumbra como corriente con valiosas aportaciones a nuestro campo de conocimiento.

En un primer momento se presentan las ideas, conceptos y juicios básicos generales del Pragmatismo Norteamericano, representado por autores como James, Dewey y Peirce, entre otros. Posteriormente se exponen las principales tesis y juicios de las propuestas de los dos autores centrales para este artículo: William James y Alfred Schütz. Lo anterior da lugar a la exposición de algunos elementos que pueden hacer dialogar a las propuestas de ambos autores. El texto cierra con un apunte general de las posibilidades del Pragmatismo y la Sociología Fenomenológica en el campo de saber comunicativo.

Sirva un apunte básico para presentar a los autores protagonistas de esta ponencia. William James es conocido más como psicólogo que como filósofo. Como filósofo, es considerado la figura rectora del pragmatismo, corriente que afirma que la verdad de una idea o concepto puede evaluarse según el valor práctico que posee. Sus propuestas, sin embargo, van más allá de ser sólo psicológicas o sólo filosóficas. En palabras de Pérez de Tudela (1998: 142), “la psicología de James, el pragmatismo de James, la teoría jamesiana de la verdad y, en definitiva, su análisis de las experiencias religiosas, son todos distintos caminos que parecen apuntar a un corazón común; corazón diverso, pero constantemente sugerido, anticipado, buscado: una teoría general acerca de la experiencia, o si se quiere, una teoría general de la realidad”. Lo descrito en la cita anterior presenta ya un primer acercamiento entre William James y el otro autor central del texto: Alfred Schütz. Filósofo y sociólogo, Schütz es considerado el principal exponente de la llamada Sociología Fenomenológica o Fenomenología Social, corriente que a partir de la Fenomenología de Edmund Husserl y la Sociología Comprensiva de Max Weber pretende una aproximación fenomenológica a lo social, a lo cotidiano, a la experiencia de los sujetos.

El pragmatismo de William James

El Pragmatismo es una corriente filosófica idealista y subjetiva que considera la verdad desde el punto de vista de la utilidad social. William James y Charles Sanders Peirce son considerados los padres de esta corriente filosófica. Según James, sin embargo, el Pragmatismo no es propiamente una teoría filosófica, sino un modo de pensar en el que

tienen cabida teorías y enfoques distintos y que puede y debe aplicarse a distintas disciplinas.

El vocablo “Pragmatismo”³ proviene de la palabra griega *pragma*, que significa “acción”. “El pragmatismo tiende a definir que una acción motiva un cambio de la realidad en cuanto mueve cosas físicas que la componen y que más que atender las ideas de las personas sólo importan sus actos, que en definitiva son evaluables científicamente” (Estévez, 2007). Por lo tanto, esta corriente se aleja de las abstracciones, de las soluciones verbales, de la retórica y de los sistemas cerrados absolutos, y se dirige hacia la acción, hacia los hechos concretos. Y la comunicación en la vida cotidiana es, sin duda, un hecho concreto, observable, susceptible de ser analizado.

Por otra parte, el Pragmatismo proporciona una nueva lógica del significado. Según esta corriente, la función del pensamiento debe ser la de imponer una regla de acción, un hábito de comportamiento, una creencia o cosmovisión compartida. En términos generales, los puntos de partida del Pragmatismo pueden enumerarse en las siguientes ideas:

- a. No existe una verdad, sino que cada ser humano la posee por sí mismo, lo que le permite resolver sus problemas. De ahí que la verdad, para el Pragmatismo, sea lo que funciona bien o lo que mejor le conviene al hombre.
- b. No entiende por utilidad práctica la confirmación de la verdad objetiva mediante el criterio de la praxis, sino aquello que satisface los intereses subjetivos de los individuos. Lo verdadero, lo satisfactorio y lo útil confluyen en el mismo lugar.
- c. La división sujeto-objeto se establece únicamente dentro de los marcos de la experiencia, por lo que el conocimiento es un conjunto de verdades subjetivas.
- d. El ser humano es capaz de orientar su actividad según fines que han sido, en cierta medida, creados o decididos por él de manera individual o colectiva.
- e. El conocimiento mismo es un tipo de actividad. Es privativa del ser humano la capacidad de actuar reflexiva e intelectualmente.
- f. Las acciones y fines constituyen el eje en que se sustenta la actividad interpretativa.
- g. El proceso del conocimiento está vinculado a lo que el hombre hace, pero al mismo tiempo influye en lo que el hombre puede o quiere hacer.
- h. Lo característico del Pragmatismo no es subordinar el pensamiento a la acción, sino redefinir la expresión del pensamiento mismo en teorías que tratan de desentrañar la realidad.
- i. La ciencia se sustenta en la búsqueda incondicional de teorías cada vez más correctas. La ciencia mantiene una relación indirecta con respecto a la acción.

³ El término fue acuñado por Charles Sanders Peirce durante los encuentros del Metaphysical Club de Cambridge, Massachusetts, en 1872. Sin embargo, el término fue popularizado por William James en una conferencia que data de 1898.

- j. La prueba de la verdad de una proposición es su utilidad práctica. El propósito del pensamiento es guiar la acción, y el efecto de una idea es más importante que su origen.

Sin embargo, la mayoría de autores coinciden en que no existen puntos básicos en que todos los pragmatistas concuerden (Rossi, 2005). Las ideas o propuestas en torno a las cuales sí hubo consenso fueron las siguientes: la concepción dicotómica de la experiencia, que lleva a considerar la relación sujeto-objeto como un proceso no lineal; la vinculación entre conocimiento y acción, esto es, la reivindicación de la utilidad del conocimiento; la defensa del carácter público del conocimiento, que debe ser siempre compartido; el privilegio dado a la experiencia futura, que se concibe como la única fuente para juzgar nuestras acciones; y, algo que ya se ha apuntado anteriormente, el rechazo a la concepción clásica de la verdad.

Los puntos de partida generales del Pragmatismo permiten apuntar varios temas comunes, o al menos similares, entre el Pragmatismo, la Fenomenología Social y la Sociología Comprensiva. Entre estos temas encontramos, por ejemplo, la referencia al *verstehen* con el propósito de reflejar la comprensión personal de los motivos y creencias que están detrás de las acciones de los sujetos. Por otro lado, también se observan similitudes en torno al énfasis dado al asunto del significado, comprendido como la interpretación que hace el actor de su realidad y su cultura dirigida a conocer qué hace el actor, qué sabe y qué cosa construye y utiliza. El *verstehen*, sin duda, apunta ya a algunas relaciones entre estas tendencias filosóficas y el conocimiento en comunicación.

Por otra parte, si concebimos al Pragmatismo como un método, es viable hablar de la investigación pragmática. Ésta se caracteriza por concebir a la realidad como algo múltiple; por ser comprensiva; por considerar que la experiencia humana siempre está mediada por la interpretación; por comprender a la verdad como un acuerdo social e históricamente condicionado; por dar énfasis a la capacidad de ponerse en el lugar del otro; por estar interesada en la comprensión de las percepciones y valores asignados a los significados; por trabajar en escenarios naturales, no modificados; por potenciar la diversidad; por tener carácter contemplativo; por poner énfasis en el proceso de transformación del objeto en sujeto en la obtención de conocimientos teóricos; por construir conocimiento ideográfico, singular, concreto, basado en el razonamiento

inmediato; por emplear métodos como la observación participativa, la entrevista en profundidad y las historias de vida; por no generalizar los resultados teóricos obtenidos; por trabajar a partir de métodos inductivos; y, por último, por propiciar diseños de investigación flexibles y abiertos.

Algunos conceptos básicos: conocimiento, verdad y acción

William James describió tres parte de la personalidad: el mi o yo material (mi cuerpo), el mi social (las personas de nuestro alrededor: amigos, familia, etc.) y el mi espiritual (lo que pienso, mis ideas y sensaciones). Como se puede observar, hay un gran paralelismo entre esta concepción de la personalidad de James y la propuesta de conductismo social de George H. Mead en *Espíritu, persona y sociedad* (1968). No es casual, por ello, que tanto Mead como James hayan sido considerados fuentes de pensamiento fundamentales para el desarrollo de las ideas que posteriormente haría la corriente del Interaccionismo Simbólico, con Herbert Blumer (1968) al frente, corriente que goza de cierta presencia en el ámbito de las teorías de la comunicación, sobre todo en lo que a los análisis de la comunicación interpersonal y la interacción se refiere.

Para William James, el pragmatismo no es sólo un método de análisis. Es también una teoría genética de la verdad, “una teoría de que las verdades están vivas, nacen y envejecen” (Rodríguez, 1990: 94). La insatisfacción ante la teoría de la verdad y la concepción milenaria del conocimiento –lineal, único- fueron, entre otros, los detonantes de la propuesta de James, que fue concebida como una forma de empirismo radical. El empirismo radical se fundamenta en tres ideas básicas: el postulado de que las únicas cuestiones debatibles en filosofía son las que pueden definirse en términos extraídos de la experiencia; la constatación empírica de que las relaciones entre las cosas, conjuntivas o disyuntivas, son objeto de experiencia directa, ni más ni menos que las cosas mismas; y la conclusión generalizada según la cual las relaciones son también parte de la experiencia y, por tanto, no se necesita para nada de los oficios de ningún soporte unificante transempírico (James, 1975: 6-7).

El centro del pensamiento de James debe situarse en el tema de la verdad. En palabras del propio autor, “la epistemología ordinaria se contenta con la vaga afirmación de que las ideas tienen que ‘corresponder’ o ‘estar de acuerdo’; el pragmatismo insiste en que hay que ser más concretos, y pregunta qué puede significar en detalle tal ‘acuerdo’” (James, 1975: 104). La verdad, vista desde el empirismo

radical, puede explicarse como sigue: “la experiencia pragmatista de la verdad es, por encima de todo, la experiencia de la radical historicidad de ésta. El conjunto de la experiencia humana es el resultado inestable de la mutua modificación que tiene lugar entre las viejas verdades y los nuevos descubrimientos. La estabilización de este ajuste, siempre relativa, es lo que James llama la nueva verdad” (Rodríguez, 1990: 99). En síntesis, la verdad significa adecuación a la realidad, adecuación que no está basada en relaciones estáticas ni inertes, sino en procesos dinámicos constantes. Parafraseando a James, cualquier idea que nos conduce de forma próspera y exitosa de una parte de nuestra experiencia a otra, simplificando y ahorrándonos trabajo, es una idea verdadera. La verdad es, entonces, una especie de guión para la acción social.

Por otra parte, James establece una distinción entre dos tipos de conocimiento: el conocimiento *de familiaridad*, constituido por preceptos, por las únicas realidades que conocemos; y el conocimiento *acerca*, formado por conceptos, algo así como unos mapas o planos que agotan toda su función en conducirnos hasta los preceptos careciendo de misión cognoscitiva distintiva o específica. Por ello, para James, “el conocimiento conceptual es un simple sustituto, todo cuyo sentido consiste en servir de medio para conducirnos a la presencia de las realidades sensibles” (Rodríguez, 1990: 96). El primer tipo de conocimiento permite al sujeto actuar sobre la realidad; es un tipo de conocimiento de la intuición empírica. El conocimiento *acerca*, por su parte, permite reflejar la realidad, no actuar sobre ella; es un conocimiento representativo o intelectual. En todo ello, la práctica no es más que la actividad que permite conectar el pensamiento conceptual con la sensación, con lo vivido y experimentado directamente por los sujetos. Si concebimos aquí la comunicación como una experiencia cotidiana de relación con *otros*, parece claro entonces que la teoría pragmática del conocimiento se relaciona también con la comunicación, sobre todo si concebimos a esta última como sinónimo de la interacción.

Todas las reflexiones de James, ya sean psicológicas o filosóficas, se centran en el primer tipo de conocimiento, en el conocimiento *de familiaridad*. Es entonces el hombre singular el que interesa al autor, algo que como se verá posteriormente, James comparte con Alfred Schütz con su propuesta de fenomenología mundana. “El hombre entra en contacto no con una realidad hallada, no fabricada, pero en el contacto con ella

el hombre tiene cierta libertad para tratarla de un modo u otro” (Rossi, 2005: 5). La realidad, por tanto, es una “realidad maleable en las manos humanas” (Rossi, 2005: 5).

La Fenomenología Social de Alfred Schütz

Como ya se ha dicho anteriormente, la Fenomenología Social (también conocida como Sociología Fenomenológica o Fenomenología de la vida cotidiana) de Alfred Schütz se basa en la Fenomenología trascendental de Edmund Husserl, por un lado, y la Sociología Comprensiva de Max Weber, por el otro.

Uno de los conceptos básicos del pensamiento schütziano, y el que permite identificar de forma más clara las aportaciones de la Fenomenología Social a la Comunicación, es la intersubjetividad, la consideración de que los sujetos actuamos en el mundo con base a las relaciones intersubjetivas que tenemos con *otros*. Aunque para pensar la comunicación, la intersubjetividad puede considerarse como el concepto matriz del pensamiento de Schütz, el propio autor empleó otros términos que también ayudan a entender la naturaleza del mundo social y, por ende, la comunicación cotidiana que tiene lugar en él. Algunos de estos conceptos son el *alterego*, la acción y el conocimiento de sentido común.

Para Schütz, el “alterego” le es dado al sujeto como una demostración práctica de un ser idéntico con quien comparte un mundo intersubjetivo conocido como “mundo del yo” en el cual conviven sus antecesores, sus contemporáneos y sus predecesores. Esto significa, diría Schütz, que el “otro” es como “yo”, capaz de actuar y de pensar; que su capacidad de pensamiento es igual a la mía; que análogamente a mi vida, la de él muestra la misma forma estructural-temporal con todas las experiencias que ello conlleva. Significa que el “otro”, como “yo”, puede proyectarse sobre sus actos y pensamientos, dirigidos hacia sus objetos, o bien volverse hacia su “sí mismo” de modo pretérito, pero puede contemplar mi flujo de conciencia en un presente vivido.

Con respecto a la acción, para Schütz el escenario básico de la acción social es el mundo de la vida. Es en él donde las personas emprenden acciones basadas en proyectos y caracterizadas por intenciones determinadas. Como ya se anotó anteriormente, la “acción” es entendida como la conducta intencionada proyectada por el agente; en cambio el “acto” es definido como la acción cumplida. Por tanto, el mundo de la vida cotidiana es el escenario y también el objeto de nuestras acciones e interacciones. Este mundo no es el mundo privado del individuo aislado, sino un mundo

intersubjetivo, común a todos nosotros, en el cual tenemos intereses eminentemente prácticos.

Acción y Comunicación en Schütz

Todas las acciones sociales conllevan comunicación, y toda comunicación se basa necesariamente en actos ejecutivos para comunicarse con otros; por lo tanto, los sujetos deben llevar a cabo actos manifiestos en el mundo externo que se supongan interpretados por los otros como signos de lo que quieren transmitir. Ésta es, precisamente, la base de la intersubjetividad, la asunción de que *alter* y *ego* se comprenden, significan el mundo con base en significados compartidos.

Por último, el autor vincula el conocimiento de sentido común con la intersubjetividad. El mundo de la vida es intersubjetivo porque en él viven sujetos entre sujetos, con valores comunes y procesos de interpretación conjunta. También es un mundo cultural, en tanto se constituye como un universo de significación para los sujetos, es decir, como una textura de sentido que los sujetos deben interpretar para orientarse y conducirse en él.

Por tanto, el mundo de la vida no es un mundo privado, sino intersubjetivo, y por ende, el conocimiento de él no es privado, sino intersubjetivo y socializado desde el principio: es un conocimiento de sentido común. Sólo una parte del conocimiento se origina dentro de la experiencia personal, y en su mayor parte es de origen social, es decir, ha sido transmitido por otros sujetos que enseñan a sus semejantes a definir el ambiente, a significar el entorno. El medio significador por excelencia que permite transmitir el conocimiento de origen social es el lenguaje cotidiano.

Todo lo anterior permite afirmar que el abordaje teórico de la interacción y la comunicación desde la Fenomenología Social implica hablar de la relación entre el *yo* y el *otro*. 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, al unirnos con ellos en la actividad y el trabajo común, influyendo sobre ellos y recibiendo a nuestra vez su influencia, al hacer todas estas cosas, comprendemos la conducta de los otros y suponemos que ellos comprenden la nuestra” (Schütz, 1974: 39). Por tanto, para la Sociología Fenomenológica estar en el mundo significa comunicarse con otros, interactuar con otros. Todo sujeto se comunica para constituirse como tal, y todo acto de

comunicación implica una puesta en acción de actos manifiestos en el mundo externo que los otros deben interpretar y comprender desde sus propias biografías, haciendo uso de sus acervos de conocimiento disponible.

Como afirma Martín Algarra (1993: 207), “la comunicación es un fenómeno propio y exclusivo del ámbito de significado finito de la vida cotidiana”, o lo que es lo mismo, no cabe la comunicación fuera de la vida cotidiana: la comunicación es un “fenómeno mundano al que se accede desde su análisis como acción humana y que, por lo tanto, para su correcta comprensión, ha de ser enmarcado en el mundo de la vida cotidiana (Martín Algarra, 1993: 16). Y es que para Schütz, la comunicación no es un sistema semántico, sino que es el proceso de compartir el flujo de experiencias del otro en el tiempo interior, de modo que se pueda constituir la experiencia del “nosotros”.

En síntesis, para la Fenomenología Social la subjetividad está inevitablemente presente en cualquier acto de comunicación. Sin interacción no existen sujetos sociales, dado que la construcción de sentidos sobre la realidad social requiere, inevitablemente, de la interacción, de la puesta en común y negociación de significados.

Acercamientos entre James y Schütz

Tanto el Pragmatismo como la Fenomenología Social comparten la preocupación por conocer cómo se forman los significados y las creencias compartidas en el escenario de la vida cotidiana. El énfasis pragmático, sin embargo, hace que William James se interese también por cómo es que se toman y adoptan decisiones para la acción.

El empirismo radical de James no identifica la experiencia con lo dado sin más, porque su concepción del conocimiento es sobre todo pragmática, no contemplativa. Esto implica una cierta diferencia con la actitud de Alfred Schütz ante el problema de conocimiento, puesto que para Schütz, lo dado sin más, los sujetos en “actitud natural”, son el centro de la construcción del mundo de la vida y, también, del conocimiento.

Sin embargo, ambos autores comparten el énfasis dado a lo concreto. Como afirma James, “toda la originalidad del pragmatismo, lo esencial en él, es su uso del modo concreto de ver las cosas. Comienza con la concreción y regresa y termina con ella” (James, 1975: 115-116). La concreción a la que se refiere James bien pueden verse como un rasgo característico del mundo de la vida, escenario marco de todas las reflexiones de Schütz. Ambos autores, también, se preguntan por las circunstancias en que las cosas cobran realidad, sentido, para las personas. En James estas circunstancias

son circunstancias verdaderas, útiles para los fines de los sujetos; en Schütz, la circunstancia básica para que las cosas cobren sentido es la intersubjetividad que se da entre los hombres en actitud natural. En James, la intersubjetividad es concebida como aquello que nos permite pensar la falibilidad del conocimiento. Las teorías –dice James– no resuelven enigmas, son sólo instrumentos de investigación. El centro de su propuesta pragmática, por lo tanto, es la experiencia concreta de los sujetos.

También se observan coincidencias en los autores en la división de la realidad en varios mundos. James dice que existen varios órdenes de realidad, tal vez un número infinito, a los que designa como “subuniversos”; Schütz, por su parte, ve también varias realidades, varias “provincias de sentido”, la más importante de las cuales es, sin duda, el mundo de la vida cotidiana, el *lebenswelt*. De hecho, Schütz hace explícita su deuda con el pensamiento jamesiano, y de alguna manera rinde homenaje al autor: la teoría de las realidades múltiples de Schütz está basada en la discusión de James sobre el sentido de realidad, fundamentada en la clásica obra de *Principios de Psicología* (1890). Schütz sustenta que hay varias provincias de significado finito en el mundo de la vida. Los agentes perciben el mundo como una multiplicidad de realidades. De ahí el paralelismo entre las provincias de significado finitas de las que habla Alfred Schütz y los subuniversos a los que se refiere William James.

Para Schütz, todo nuestro conocimiento del mundo –tanto el conocimiento de sentido común pre-teórico propio de la actitud natural, como el conocimiento científico– supone construcciones, es decir, conjuntos de abstracciones, generalizaciones, formalizaciones e idealizaciones propias del nivel respectivo de organización del pensamiento. Lo anterior evidencia una semejanza con los tipos de conocimiento establecidos por James, *de familiaridad* y *acerca*, siendo los primeros, los conocimientos de sentido común, los que mayor importancia tienen en las propuestas de ambos autores.

Tanto en James como en Schütz, el objeto de reflexión es el sujeto mundano, el hombre *normal*, en el marco de la vida cotidiana. La centralidad de lo cotidiano en Schütz, es decir, su alejamiento de la fenomenología trascendental husserliana, tiene que ver con la negación de la experiencia pura de James: “Para James, la experiencia pura no encuentra su expresión en el ego de la conciencia pura, la experiencia pura es el conjunto de todo lo que está con relación a otra cosa sin que exista necesariamente

conciencia de esta relación” (López, s/f). En el ámbito de la vida cotidiana, dice Schütz, opera la intersubjetividad, el reconocimiento del *otro* como un sujeto similar a mí y con quien comparto, *a priori*, saberes y significados sobre el mundo.

Lo anterior hace que ambos autores compartan, también, una cierta concepción del tiempo y la relación entre sujetos. Para James, nuestros modos fundamentales de pensar sobre las cosas son descubrimientos que obedecen a la experiencia de antepasados que lograron conservarse a lo largo de tiempos ulteriores. Del mismo modo, Schütz plantea una continuidad entre los predecesores (los antepasados jamesianos) y los contemporáneos con los que compartimos espacio y tiempo. Si bien ambos autores reflexionan en torno al pasado, en torno a cómo los que nos precedieron dejaron sus huellas en el mundo actual, el centro de su interés, como se ha comentado anteriormente, lo constituye el aquí y el ahora, lo concreto, el tiempo presente. El pragmatismo jamesiano, como la socio-fenomenología schütziana, toman como punto de partida el sentido común y no prescinden nunca del mundo concreto y cotidiano.

Y es que tanto James como Schütz tienen en el centro de su reflexión a la experiencia cotidiana. Para James, ésta no se reduce a la sucesión de datos sensoriales más o menos cosificados por los sentidos; es el ámbito de lo sentido, de lo irreductiblemente concreto y subjetivo, irracional, multiforme y cualitativo, y por ello, no es conceptualizable (Laso, s/f). El espacio de análisis de James no es, por tanto, el espacio de las ideas, de las creencias en abstracto, sino el de la acción y las prácticas cotidianas. Lo mismo sucede con Schütz, que se aleja de lo trascendental y pretende construir conocimiento sobre el mundo intersubjetivo de la vida cotidiana, donde los seres humanos viven en actitud natural sin poner en duda lo concreto. En ambos autores, por lo tanto, lo concreto se convierte en el centro de sus reflexiones, y pese a que ninguno de los dos realizó estudios empíricos propiamente dichos, sus aportes conceptuales sobre el acto concreto de la comunicación y la interacción son de sumo interés para ampliar conocimiento sobre estos fenómenos.

Vale la pena profundizar un poco más en la concepción de la intersubjetividad y la comunicación en ambos autores. Si bien para ninguno de ellos la comunicación fue un concepto central, ambos, sobre todo Schütz, pusieron énfasis en las relaciones intersubjetivas y las interacciones cotidianas como *lugar* en el que se construyen los significados *verdaderos* por parte de los sujetos. Schütz se preguntaba cómo era posible

el entendimiento y la comunicación, en qué estructuras de la conciencia se hallaban los significados que otorgamos a nuestras acciones o cuál era el origen de la relación entre los sujetos y la sociabilidad. La vida cotidiana, el aquí y el ahora, lo concreto, es el espacio en el que tiene lugar la interacción entre sujetos. Del mismo modo, James se preocupa por cómo los sujetos singulares, los concretos, construyen significados útiles para conducir sus acciones en este mundo. Ninguno de los dos se interesó por los conocimientos trascendentales, sino por lo que los hombres humanos comunes piensan y hacen en el mundo de la vida.

Cierre. Pragmatismo, Fenomenología Social y Comunicación.

Ya se apuntó anteriormente que existe cierto consenso en torno a las relaciones entre las Ciencias Sociales y las Ciencias de la Comunicación, y que en el caso de la Filosofía, no son tan reconocidas las mutuas implicaciones entre ésta y el campo de saber comunicacional. Pese a ello, y para dar continuidad a las reflexiones presentadas en los apartados anteriores, es válido plantear las siguientes preguntas: ¿Qué aportan el Pragmatismo y la Fenomenología Social al pensamiento en comunicación? ¿Son reconocidas dichas aportaciones? ¿Cómo puede leerse la interacción –la comunicación interpersonal- desde la óptica de ambas corrientes de pensamiento?

En trabajos anteriores (Rizo, 2006; 2007; 2008) se han presentado extensas reflexiones en torno a las aportaciones de la Fenomenología Social –con Schütz al frente- a la interacción, así como ideas sistematizadas que dan cuenta que esta corriente no ha sido suficientemente reconocida como parte de la historia del pensamiento comunicacional. Algo similar sucede con el Pragmatismo; sus referencias en el campo académico de la comunicación se han reducido fundamentalmente a dos cuestiones muy generales: por un lado, se asocia el Pragmatismo con la dimensión pragmática del lenguaje, ejemplificada en los trabajos de Austin (1971), entre otros autores con menor importancia oficial en el campo; por el otro, ha habido algunas referencias generales al Pragmatismo como raíz filosófica de la corriente del Interaccionismo Simbólico, cuyos autores con más presencia en el campo han sido Mead (1968), con su concepto de *sí mismo*, y Goffman (1972), con sus aportes al análisis dramático de la vida cotidiana con conceptos como interacción, ritual, situación social y encuentro, entre otros.

Sin embargo, ni el Pragmatismo ni la Fenomenología Social constituyen referencias de importancia en la historia oficial y legitimada del pensamiento sobre la comunicación. La concepción pragmatista de la verdad aporta algunas vetas de reflexión interesantes para complejizar nuestra reflexión sobre la comunicación y, específicamente, sobre la interacción: ¿podemos considerar únicamente verdaderas aquellas interacciones que sirven para algunos de los fines que nos fijamos como sujetos? O dicho de otra forma, ¿el grado de verdad de una interacción radica en su utilidad para conseguir lo que deseamos? Quizás sea demasiado aventurado responder afirmativamente estas cuestiones, pues si bien es cierto que el éxito y la eficacia de una interacción vienen determinados por el resultado que esperamos de ella, no puede afirmarse con toda certeza que aquellas situaciones de interacción en las que no logramos nuestros cometidos sean “no verdaderas”. Lo que sí está claro es que en cualquier situación de interacción, construimos una imagen del *otro* que determina en distinto grado nuestra forma de comportarnos durante la interacción, nuestros actos y gestos. La construcción “verdadera” de ese *otro* es condición indispensable para poder actuar y entablar comunicación con los *otros* con quienes interactuamos en el marco de la vida cotidiana.

El Pragmatismo y su énfasis en la acción aportan también interesantes consideraciones acerca de la comunicación en una perspectiva más general: ¿para qué nos comunicamos? ¿Tenemos siempre claros los fines para los cuales nos comunicamos? De no ser así, ¿sería necesario que todo sujeto tuviera claro el “para qué” de su comportamiento comunicativo? Para el Pragmatismo, sin duda, la respuesta sería afirmativa. La comunicación es una forma de acción, y toda acción debe permitir a los sujetos conducirse bajo sus “verdades” en el mundo. ¿Pero toda acción comunica? ¿La comunicación resultante de una acción debe ser necesariamente verdadera para uno o ambos de los sujetos comunicantes?

La negociación de significados con el *otro*, la construcción de “verdades” como punto de partida para la interacción con ese *otro*, son también elementos indispensables para que se dé la comunicación según la perspectiva de la Fenomenología Social de Schütz. Sin embargo, desde este enfoque el énfasis es más subjetivo, pues según Schütz la subjetividad está inevitablemente presente en cualquier acto de comunicación. La construcción de sentidos sobre la realidad social requiere de la interacción, de la puesta

MATRIZes

en común y negociación de significados. ¿Son estos significados verdaderos? O más bien, ¿para que estos significados tengan sentido para los sujetos, deben éstos considerarlos verdaderos? Verdad, subjetividad y comunicación emergen, entonces, como un triángulo conceptual sobre el que aún quedan muchas cosas que decir.

Como se ha demostrado en esta ponencia, la relación entre la Filosofía y las Ciencias de la Comunicación no puede limitarse a la existencia de la denominada Filosofía de la Comunicación como espacio para pensar teóricamente los fenómenos comunicativos. La Comunicación debe mucho a otras disciplinas, sobre todo a las Ciencias Sociales, pero debe también al pensamiento filosófico. En este caso se han mostrado los aportes que corrientes como el Pragmatismo y la Fenomenología Social pueden hacer al pensamiento en comunicación, sobre todo vinculando los conceptos de acción, verdad, conocimiento, interacción e intersubjetividad. Todos ellos, conceptos útiles para pensar a la comunicación como fundamento de la vida social.

Bibliografía

- AUSTIN, J. L. *Cómo hacer cosas con palabras*. Buenos Aires: Paidós, 1971.
- BLUMER, Herbert. *Symbolic Interactionism. Perspective and Method*. New Jersey: Prentice Hall, 1968.
- ESTÉVEZ Griego, Fernando. "Pragmatismo de William James", 2007. <http://fernando-estevez-griego.blogspot.com/2007/07/pragmatismo-de-william-james.html>. Acceso el 31 de octubre de 2008.
- GALINDO Cáceres, Luis Jesús. *Hacia una Comunicología posible*. San Luis Potosí: Universidad Autónoma de San Luis Potosí, 2005.
- _____; KARAM Cárdenas, Tanius y RIZO García, Marta. *Cien libros hacia una Comunicología posible. Ensayos, reseñas y sistemas de información*. México: Universidad Autónoma de la Ciudad de México, 2005.
- _____. (coord.) *Comunicación, Ciencia e Historia. Fuentes científicas históricas hacia una Comunicología Posible*. Madrid: McGraw Hill Interamericana, 2008.
- _____. y RIZO García, Marta (coords.) *Historia de la comunicología posible. Las fuentes de un pensamiento científico en construcción*. León y Puebla (México): UIA León y UIA Puebla, 2008.
- GOFFMAN, Erving. *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu Editores, [1959]1972.
- JAMES, William. *Principios de psicología*. Madrid: Daniel Jorro Editor, [1890] (1909).
- _____. *The meaning of truth. A Sequel to Pragmatism*. Cambridge y Londres: Harvard University Press, 1975.
- JAMES, William. *Pragmatismo. Un nuevo nombre para antiguos modos de pensar*. Madrid: Sarpe, 1984.
- LASO, Esteban (s/f). "Fuga a dos voces: las verdades sobre William James". <http://estebanlaso.com/pdfs/james.pdf>. Acceso el 19 de noviembre de 2008.
- LÓPEZ Pérez, Ricardo (s/f). "Idea de constructivismo". <http://www.periodismo.uchile.cl/cursos/psicologia/constructivismo.pdf>. Acceso el 3 de noviembre de 2008.
- MARTÍN Algarra, Manuel. *La comunicación en la vida cotidiana. La fenomenología de Alfred Schütz*. Pamplona (España): Eunsa, 1993.
- MEAD, G. H.. *Espíritu, persona y sociedad. Desde el punto de vista del conductismo social*. Madrid: Paidós, [1934] (1968).
- MENAND, Louis. *El club de los metafísicos. Historia de las ideas en América*. Barcelona: Destino, 2002.
- PÉREZ de Tudela, J. *El pragmatismo americano: acción racional y reconstrucción del sentido*. Madrid: Cincel, 1988.
- RIZO García, Marta. "La intersubjetividad y la vida cotidiana como objetos de estudio de la ciencia de la comunicación. Exploraciones teóricas y abordajes empíricos", en REBEIL Corella, María Antonieta (ed.) *XIII Anuario de Investigación de la Comunicación CONEICC*. México: CONEICC, Universidad Anáhuac, Universidad Autónoma de Coahuila, UIA-México, UIA-León, pp. 85-104, 2006.
- _____. "Alfred Schütz y la teoría de la comunicación. Reflexiones desde la Comunicología Posible", en revista *Question*, núm. 15, invierno 2007, Sección Ensayos. Universidad de La Plata (Argentina), 2007. http://perio.unlp.edu.ar/question/numeros_anteriores/numero_anterior15/nivel2/articulos/ensayos/rizogarcia_1_ensayo_15invierno07.htm. Acceso el 3 de noviembre de 2008.

- _____. “La Sociología Fenomenológica como fuente científica histórica de una Comunicología posible”, en Galindo, Jesús (Coord.) (2008) *Comunicación, ciencia e historia. Fuentes científicas históricas hacia una Comunicología posible*. Madrid: McGraw-Hill Interamericana, pp. 43-107, 2008.
- RODRÍGUEZ, Mariano L. (1990). “Conocimiento y verdad en el pragmatismo de William James”, en *Enrahonar. Quaderns de Filosofia*, Núm. 16, Bellaterra: Universidad Autónoma de Barcelona, pp. 89-104.
- ROSSI, Paula. “Dos pragmatistas, dos pragmatismos”, en *A parte Rei. Revista de Filosofia*, Núm. 40, Julio de 2005. <http://serbal.pntic.mec.es/~cmunoz11/rossi40.pdf>. Acceso el 15 de enero de 2009.
- SCHÜTZ, Alfred. *El problema de la realidad social*. Buenos Aires: Amorrortu editores, [1962]1974.
- YU, Chong Ho. “Abduction? Deduction? Induction? Is there a Logic of Exploratory Data Analysis?”, Conferencia presentada en el Encuentro Annual de la American Educational Research Association. Nueva Orleans, Louisiana, Abril de 1994. <http://www.conductitlan.net/context.doc>. Acceso el 19 de enero de 2009.

Artículo recibido en 23 de marzo de 2009 y aprobado en 28 enero de 2010.