

LÓPEZ FRANCO, Sonia (2008) *Cara a Cara. El poder en las interacciones comunicativas*. Medellín: Fondo Editorial de la Universidad EAFIT. 216 pp.

**Patricia Cardona**  
azuluaga@eafit.edu.co

La comunicación, sus agentes, sus medios y sus mensajes constituyen un circuito, en el que el poder se encarna, por cuanto se establecen, consciente e inconscientemente jerarquías que operan como marcadores del lugar de la enunciación y de la recepción. El uso de una palabra, el tuteo o un simple gesto con la mano, concretan el lugar social que cada uno ocupa en relación con el circuito comunicativo. En este sentido quiero establecer una claridad y siguiendo a Luhmann (2005), sólo hay comunicación en términos sociales, es decir, toda comunicación está radicalmente inscrita en la sociedad, se vale de los códigos, los mensajes, los medios y los símbolos. Luhmann transgrede las formulaciones de la lingüística general y las definiciones más tradicionales de la comunicación, que la entienden como proceso lineal entre el emisor, el receptor, el canal y el medio y se traslada a una comprensión del carácter simultáneo de la comunicación, esto es, estudiar la comunicación como proceso en el que las partes toman forma de manera simultánea y no existen de manera separada: un emisor existe porque hay receptor, un medio y un mensaje, ni la comunicación, ni las partes que la definen preexisten como *a priori* cognitivo, la comunicación se halla inserta en la sociedad y la sociedad es porque existe la comunicación como una experiencia social. Los procesos de significación y de construcción de sentido se dan en esta simultaneidad los con los que cuenta una sociedad, que además definen los modos en los que se construye la comunicación en microsociedades, llámense la familia, la empresa, o la organización.

Por lo tanto estas microsociedades son espacios de excepción para descomponer, analizar, y estudiar los modos en los cuales se hilvana la comunicación y se constituye en experiencia de quienes están allí. Lastimosamente, la comunicación en las organizaciones es salvo, raras excepciones, un área a la que poco se han dedicado pocas investigaciones, menos aún desde el punto de vista de las Ciencias Sociales o de las Humanidades, pues, parece más que se ha constituido en una práctica

que ejecuta mecanismos de circulación y eficiencia de la información, que como un área de preguntas teóricas que aborden su nivel de complejidad y las relaciones que entablan estas formas comunicativas con distintos niveles de la sociedad. Pues bien, el libro de Sonia López intenta integrar una perspectiva más compleja del problema de la comunicación en la organización, pero insertándola en el problema del poder. Es decir, para entender la compleja naturaleza de la comunicación en el seno de la organización es necesario entenderla como producto de las materializaciones, distribuciones y representaciones que alcanza un concepto tan complejo e in-aprehensible como el del poder.

En este sentido el libro de Sonia López trasciende una visión un tanto clásica de la comunicación, entendida como fenómeno de la lengua, para ubicarla como hecho social, del que participan sujetos con una carga cultural que participan del tinglado social. Por ende, no hay sujetos pasivos, simples receptáculos de la comunicación. aún más, la comunicación es consustancial a la sociedad, por lo tanto debe replantearse aquella tendencia a definirla como un acto en el que prima la relación de subalternidad, es decir, donde se cree que existe un receptor pasivo, que sin importar el medio, engulle mensajes. López, restituye la comunicación como una interacción, es decir como la posibilidad de una relación de igualdad, en la que no necesariamente el carácter del receptor implica su estatismo. “Mientras alguien habla el otro está activo con la mirada, con el cuerpo, pues no sólo quien tiene el turno participa de la interacción, sino que quien mira también interactúa” (López, 2008: 28).

La comunicación impone la alternancia de roles, la transformación, la mala interpretación de los mensajes, la réplica, e incluso el silencio. Efectivamente, la comunicación así entendida abarca un campo más complejo y rico, el que tiene que ver con aquél tipo de interacción que no requiere de la articulación de las palabras y que es tan significativo como el otro. El lenguaje gestual, la kinésica, el vestido, la prosodia, la mirada, etc., componen un espacio tan vasto y rico de la comunicación como aquél del que se ha ocupado el análisis lingüístico. Es precisamente este resto, el espacio que define los niveles plurisignificativos de toda interacción comunicativa y designa su instalación social. Pues si bien decíamos que la comunicación entendida como interacción es en principio democrática, también es necesario entender que en el marco de una organización se cumplen roles y se ejecutan funciones mediadas por jerarquías, que distribuidas e incluso invisibilizadas, constituyen todo

un engranaje sobre el que se asientan nociones como obediencia, legitimidad, respeto; constitutivas de la vida social, de la cual, las organizaciones no son otra cosa que un modelo a escala, pues como lo muestra Sonia López, allí se distribuye y se ejerce el poder, se establecen interacciones que definen los campos pragmáticos de internalización de las jerarquías y aceptación del lugar que cada uno ocupa en relación con su función social y la carga cultural.

Por eso el análisis que hace Sonia López en su libro resulta tan interesante: parte de la teoría, define los campos conceptuales de cada una de las nociones que hacen parte de su análisis, pero no se queda allí. El lector se da cuenta que este libro es el resultado de la observación directa, de un trabajo empírico concienzudo y sistemático. Por eso todos los postulados que construye sobre la interacción comunicativa, la comunicación cara a cara, la situación comunicacional en las organizaciones. Sonia López pone a prueba las relaciones entre comunicación y poder, comunicación y democracia, a través de la evidencia empírica y desde la perspectiva del análisis crítico del discurso, que ha encontrado en la oralidad de la vida cotidiana un campo sin igual para el estudio de la comunicación y la creación de sentidos comunicacionales (López, 2008: 73). Por lo tanto es un libro que tiene dos grandes partes; la primera, teórica, hilvana cuidadosamente los presupuestos teóricos, los modelos de análisis y la metodología en la pesquisa analítica, que partiendo del Teun Van Dijk define tres dimensiones del discurso, a saber a) el lenguaje en uso, b) la comunicación de creencias, c) la interacción en situación social. En la segunda parte, la autora confronta las teorías con las formas en las que se constituye la interacción comunicativa en las organizaciones mostrando, a través de un relato descriptivo, la secuencia de un conjunto de acontecimientos que ponen a funcionar la teórica

Por eso construye un escenario, seguramente sumatoria de una cantidad considerable de observaciones, en el que pone a actuar a unos personajes con roles que se intercambian: el obrero, que es padre de familia, sindicalista, compañero de trabajo y el más veterano de los trabajadores. Enunciamos sólo este ejemplo para mostrar de qué manera se restituye el carácter inter-accional de la comunicación, que se construye en diversos círculos, que intercala roles y asume lenguajes no verbales en consonancia con la situación comunicacional en la que se esté involucrado. En esta parte, la autora logra vincular al sujeto con la organización, es decir, logra mostrar de qué manera se establece distintos

niveles de comunicación y de qué forma la organización instaure una serie de prácticas, que son también comunicación, que hablan de lo que ella es y de lo que quisiera ser. Sonia López habla del *ethos* que no sólo aparece en los en la papelería oficial, sino en los hábitos, en las acciones discursivas, en las formas de habla y en “las percepciones que cada miembro de la organización tiene y lo interioriza. El *ethos* hace parte de la identidad de la empresa y sus representantes lo reproducen en habla” (López, 2008: 103).

Lo anterior nos remite a un problema mayor: la incorporación, por parte de los sujetos, los principios de la organización, el modo de entablar interacciones comunicativas dentro de la organización y fuera de ella, los mecanismos de reconocimiento y legitimación que se construyen, la operatividad de tales mecanismos, los momentos conversacionales, el cotilleo, el chisme o el comentario, el uso del vestido, la imagen corporativa a través del uniforme que de un lado iguala, es decir no visibiliza categorías entre quienes lo portan, pero diferencia a aquellos que tienen que usarlo de quienes no lo hacen en la organización. En fin, nos referimos a un campo vasto y complicado que incluye esferas comunicativas, diversas formas de interacción comunicacional, comunicaciones verbales y no verbales, un universo relaciones que remiten al decantado de la cultura, pero también a lo que se espera llegue a ser la organización.

Este es un libro útil y pertinente no sólo para los entusiastas del tema organizacional. Abre un importante espectro de preguntas para diversas ciencias sociales, pues hemos de tener en cuenta que toda sociedad es fundamentalmente el producto de interacciones comunicativas y que hoy, incluso la ciencia, no se ve al margen de este problema, es decir la ciencia como tal y para ser tal, se comunica, y se inserta en lógicas institucionales definidas por roles, categorías y jerarquías. Este libro es pues la posibilidad de pensar la comunicación desde el plano factual de la experiencia, sin renunciar a la teoría y la vía para entender las dimensiones complejas y profundas de cualquier interacción comunicativa 

#### Otras referencias

Luhmann, Niklas (2005) *El arte de la sociedad*. México: Herder.