

La comunicación de valores y antivalores

The communication of values and anti-values

A comunicação de valores e antivalores

Abraham Nosnik Ostrowiak

- Doctor en Comunicación Social, Institute for Mass Communication Research, Stanford University, EUA
- Licenciatura en Comunicación, Universidad Iberoamericana, México
- Profesor-investigador del Centro de Alta Dirección en Economía y Negocios (Caden), de la Facultad de Economía y Negocios, Universidad México Norte, México
- Consultor y capacitador (educación ejecutiva) desde 1987
- Autor de artículos, capítulos y libros en comunicación organizacional, organización y management (gerencia, liderazgo y equipos) y filosofía de la ciencia.
- En abril de 2009, la Universidad Autónoma de Agascalientes fundó la Cátedra Abraham Nosnik Ostrowiak de Comunicación Organizacional.
- En octubre de 2009, la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla le dió a su biblioteca el nombre Centro de Información y Documentación Abraham Nosnik Ostrowiak
- El 15 de mayo de 2010 la Universidad Anáhuac México Norte le otorgó la Medalla al Mérito Académico, máximo reconocimiento de la universidad a uno de sus maestros
- Profesor visitante en universidades fuera del México: Brasil, Colombia, Chile, Estados Unidos y España
- anosnik@anahuac.mx

Resumen

El artículo muestra que la comunicación de valores y antivalores es parte de un análisis y una discusión más amplia y multidisciplinaria. Finalmente se argumenta, por medio del pensamiento de Charles W. Morris y Thomas J. y Sandar Larkin, que la comunicación es un reflejo fiel y consecuencia de las realidades explicadas por la filosofía y la psicología y que manifiestan su equilibrio por medio de la conducta ejemplar (pragmática de la comunicación) y los procesos de cambio humano en las organizaciones que logran alinear actitudes y conductas con valores que muestran las virtudes que el ser humano logra ejercer cuando sus estructuras éticas y su moralidad acompañan su perfeccionamiento como ser vivo.

PALABRAS CLAVE: COMUNICACIÓN · CONDUCTA EJEMPLAR · VALORES · DESARROLLO · ENAJENACIÓN

Abstract

This paper deals with the issue of values and how we can communicate them effectively in society. Athletes as public figures are expected and scrutinized in terms of their attitudes and behavior as they relate to their excellent performance and extraordinary achievements in sports. The article provides elements from the philosophy of science and psychology in order to better understand why some professionals in the world of sports are able to communicate, as expected, the values implied in their achievements, while some do not. Communicating values, or, in turn, anti-values, is not only related to verbal abilities or dialogical skills but more importantly it is a permanent process related to an all-consuming and life-long effort to engage in self-perfection.

KEYWORDS: COMMUNICATION · EXEMPLARY BEHAVIOR · VALUES · DEVELOPMENT · ALIENATION

Resumo

Este artigo mostra que a comunicação de valores e antivalores integra uma análise e uma discussão mais ampla e multidisciplinar. Finalmente, se argumenta, com base no pensamento de Charles W. Morris e Thomas J. e Sandar Larkin, que a comunicação é um reflexo fiel e consequência das realidades explicadas pela filosofia e pela psicologia. Essas realidades manifestam seu equilíbrio por meio da conduta exemplar (pragmática da comunicação) e dos processos de mudança humana nas organizações nas quais se conseguem alinhar atitudes e condutas com valores que mostram as virtudes que o ser humano consegue exercer quando suas estruturas éticas e sua moralidade acompanham seu aperfeiçoamento como ser vivo.

PALAVRA-CHAVE: COMUNICAÇÃO · CONDUTA EJEMPLAR · VALORES · DESENVOLVIMENTO · ALIENAÇÃO

Del 12 al 20 de noviembre de 2011 se llevaron a cabo en la ciudad de Guadalajara (Jalisco, México) los Juegos Paralímpicos Panamericanos (Parapanamericanos). El medallero final clasificó a Brasil como el país más ganador de medallas, con un total de 197. El segundo lugar lo ocupó México, con 165, y en tercer lugar quedaron los Estados Unidos de América, con 132¹.

Si habláramos del desempeño de Brasil y de México en otro tipo de temas, en especial los vinculados con desarrollo, productividad y justicia social, los resultados no serían los mismos y más de uno se sorprendería de que Brasil y México superaran a los Estados Unidos.

Independientemente de la necesidad de profundizar en el análisis para explicar los tres primeros lugares en el medallero parapanamericano arriba citado, o preguntarse por qué Cuba, tradicional potencia panamericana en los deportes, no aparece en ninguno de los tres primeros lugares del medallero mencionado anteriormente, el hecho es que estos resultados, y las reflexiones que provocan, son interesantes cuando se ubican desde la perspectiva de la comunicación. En particular, el caso de los atletas paralímpicos en general (a nivel mundial) y a nivel particular (en América Latina y, en concreto respecto de Brasil y México, que han invertido muchos recursos para lograr acercarse a la categoría de países desarrollados), por lo menos en el caso de México, ha provocado la polémica ¿por qué los atletas paralímpicos consiguen consistentemente un desempeño que el país no ha podido lograr en tanto sociedad? ¿Qué hay en la naturaleza, especialmente mental y psicológica, de estos héroes deportivos que debemos observar con atención para poderlo trasladar al ámbito de desarrollo nacional, de la productividad laboral y de generación de valor que tanta falta hace en la región.

Por otro lado, los deportes también son ocasión y ejemplo de la comunicación de antivalores. Las historias de estrellas deportivas y atletas de alto rendimiento cuya prepotencia se exhibe públicamente y cuya vida privada se desordena por motivos, entre otros, de alto consumo de drogas y alcohol, de la práctica del juego sucio en competencias de nivel internacional causando desilusión y escándalo entre su gran número de fanáticos y las grandes audiencias que los siguen en todo el mundo. La presencia de apuestas, fraudes e incluso el asesinato y suicidio de figuras deportivas famosas y admiradas, también testimonia el lado oscuro de la naturaleza humana: el proceso de autodestrucción y la agresividad mal encausada que enajena y legitima la violencia que resulta en la comunicación de antivalores.

El presente artículo incursiona en los fundamentos filosóficos, psicológicos y de la comunicación de la condición humana para mostrar que una actividad, en principio, tan sana, admirable y valiosa como el deporte (o los deportes tomado cada uno como una actividad especializada) reflejan las paradojas, con-

1 Datos recuperados de <<http://info.parapan.guadalajara.org.mx>>, el 20/11/2011.

tradiciones y complejidad de las personas que lo practican o que eligen los deportes como su actividad profesional.

En este análisis, pues, revisamos:

- Los principios de la naturaleza humana que participa de tres aspectos o la conjunción de tres ámbitos: el físico, el social (subjetivo e intersubjetivo) y el creativo.
- El estatus que implica ser persona como individuo de la especie humana y su vinculación con el tener (mundo físico o material) y el ser (mundos subjetivo, intersubjetivo y creativo).
- Finalmente, los niveles de la comunicación humana que también responden a la lógica material-subjetiva-creativa de los dos puntos anteriores. Aquí examinaremos desde la teoría del lenguaje de Charles W. Morris (1946) las dimensiones sintáctica, semántica y pragmática de la comunicación. Enfatizaremos la relevancia de la pragmática de la comunicación como el ámbito donde el deporte ilustra la vivencia de valores y antivalores en la sociedad y complementaremos esta explicación con el trabajo de Larkin y Larkin (1996) en el ámbito de la comunicación y el cambio organizacional.

NATURALEZA HUMANA Y LOS “TRES MUNDOS” DE KARL R. POPPER

Sir Karl Raimund Popper (1902-1994) fue un distinguido filósofo de la ciencia que se interesó, entre otros aspectos, del desarrollo del conocimiento humano, en la ciencia como mejor ejemplo de mecanismo de avance para descubrir lo que la realidad nos presenta.

Para conocer profunda y objetivamente la realidad, Popper (1979a y 1979b; Popper y Lorenz, 1995) sugirió que esta se puede concebir como tres plataformas superpuestas o tres vasos comunicantes que tienen relación entre sí. El “mundo 1” o el mundo material o de las manifestaciones físicas del ser; el “mundo 2” o el mundo de la subjetividad o conciencia humana y el “mundo 3” o el mundo de los productos de la mente humana, o mundo de las creaciones humanas como la ciencia, la tecnología, el arte y la cultura.

Específicamente respecto del “mundo 3” Popper afirmaba que es el mundo de la objetividad. En el contexto del pensamiento de este autor, el proceso de la objetividad se logra exponiendo públicamente y de forma transparente nuestro proceso de conocimiento: nuestras actitudes, nuestro método y nuestros resultados. En la medida, según Popper, en que la generación de información acerca de la realidad se lleve a cabo con actitudes de apertura ante la crítica (propia y de los demás), el método identifique lo más rápidamente posible errores importantes en el estudio de objetos y sujetos de conocimiento y los

resultados se expresen con la máxima transparencia y se consideren siempre temporales y tentativos, la ciencia transformará las percepciones y opiniones subjetivas en argumentos y discusiones objetivas sujetas a mejora permanente. Surgen las preguntas: ¿Qué diferenciador o qué valor agregado da la ciencia a la condición humana? ¿Qué beneficios obtenemos de una actitud de apertura, un método antidogmático y resultados permanentemente sujetos a revisión? La respuesta de Popper es que estos elementos nos exigen combatir la idea de que somos autoridades respecto de cualquier aspecto de la realidad que estudiemos, por más excelentemente que lo hagamos. En cambio, afirma Popper, debemos permanecer como aprendices toda nuestra vida.

En un primer momento, la apertura, la transparencia y el carácter tentativo de nuestros saberes nos provoca una desilusión. Tanto trabajo para concluir que todo lo que descubrimos, por más importante que sea, está condenado a ser sujeto de crítica, contiene errores y finalmente, será reemplazado por otra conjetura que, con el tiempo, sufrirá el mismo destino. El proceso de aprender por medio del error, defendido por Popper como la única experiencia de aprendizaje que asegura nuestra supervivencia, adaptación y avance como especie es un proceso sin fin, inacabado.

Si seguimos la lógica de Popper para defender la ciencia como un proceso infinito de aprendizaje, podemos establecer la diferencia básica entre subjetividad y objetividad. Desde esta perspectiva, lo subjetivo es el conjunto de percepciones, que incluyen sensaciones a nivel físico y biológico, que experimentamos sin convertirlas (percepciones y sensaciones) en conjeturas que se ponen a prueba empírica y lógicamente para evaluar su sesgo y su mérito como explicación de la realidad. Lo objetivo, por el contrario, es someter a prueba lógica y empírica nuestras percepciones y sensaciones y todo aquello que expresamos como observaciones y testimonios acerca de la realidad. Esta prueba debe ser pública (ante terceros o reproducible por terceros), transparente (la información a terceros debe ser clara y completa) y con el mayor rigor metodológico u honestidad intelectual (apertura a toda fuente de error en cualquiera de las etapas del proceso de generación de conocimiento). En una palabra, el sentido crítico del proceso científico complementa las limitaciones individuales de quien busca ser objetivo. Objetivo, paradójicamente, no es poseer la verdad sino buscarla por medio de nuestros errores. Lo objetivo es encontrar la limitación de nuestra subjetividad y ponerla en perspectiva a través de la ayuda (crítica) de, y ante los demás.

Si se aceptan las características y los requerimientos generales de la ciencia arriba citados para transformar nuestras percepciones en información científica útil para decidir y resolver problemas, podemos concluir (aunque sea tentativamente) que la ciencia evidencia la característica humana que impulsa el desarrollo del propio ser humano: su condición de incompleto. El ser humano es incompleto, uno de los más débiles de la naturaleza, y busca complementarse para poder sobrevivir, adaptarse y avanzar en el medio ambiente con sus crea-

ciones (“mundo 3” de Popper). La fortaleza de sus creaciones está en mejorarlas y uno de los procesos más efectivos hasta ahora que ha descubierto el humano para mejorar sus creaciones y mejorarse a sí mismo es la actitud crítica para encontrar lo más rápidamente posible errores importantes para poder avanzar. Dicho de manera más clara y simple: nuestra creatividad ha transformado la condición incompleta de nuestra propia naturaleza en una oportunidad de avance por medio de mejorar nuestras herramientas, y a nosotros mismos.

LAS COSAS Y LAS PERSONAS

Una de las preguntas centrales del pensamiento filosófico, en especial en la tradición occidental, y en las ciencias que se interesan por explicar, estudiar, analizar y mejorar la condición humana, es: ¿Qué es el hombre? Esta cuestión es tan central para el avance humano que cada vez que se descubre que lo que se creía que nos distinguía lo comparten otras especies, el debate se reaviva y se busca de manera obsesiva algo que nos distinga de otras formas inteligentes en este planeta y, con suerte, del resto del cosmos.

Hasta hace aproximadamente una generación, por lo menos en la experiencia del autor del presente artículo, se enseñaba en la universidad que los seres humanos, preferentemente según Aristóteles, somos: racionales, sociales y políticos por nuestra naturaleza. Ninguna de esas características, se ha mostrado desde entonces (los últimos treinta a cuarenta años), son exclusivas del ser humano. Se sabe que muchas especies tienen la capacidad de resolver problemas y tomar decisiones además de los humanos² y que los propios humanos tenemos severos problemas al tomar decisiones (Kahneman; Tversky, 1972 y 1973) y que nuestra racionalidad es limitada (Simon, 1991). También se ha mostrado que todas las especies animales son sociales, nadie puede sobrevivir en aislamiento, e incluso algunas tienen formas prodigiosas de colaboración al organizarse y distribuir su trabajo que tomamos como referencia ideal para nuestra sociedad (Johnson, 2003). Finalmente, sobretodo en mamíferos superiores y muy evidentemente en todas las especies de antropoides, se nota la motivación al poder y la coalición entre machos, o hembras, según sea el caso, para gobernar patriarcados (chimpancés) o matriarcados (bonobos) muy similares a nuestra propia cultura (de Waal, 2007).

¿Cuál es entonces el diferenciador humano? Por supuesto, el debate sigue muy abierto y evoluciona continuamente. La posición que se defenderá en este artículo como hipótesis de trabajo es que lo que distingue al ser humano de otro tipo de inteligencias es su obsesión por mejorar permanentemente sus herramientas y mejorarse a sí mismo en paralelo e internamente (más adelante se usará la expresión “desarrollo”). La presente hipótesis de trabajo se puede exponer en los siguientes puntos:

2 Ver Hauser (2000).

- A diferencia de otras especies inteligentes, los seres humanos tienen dos niveles de conciencia. Una conciencia subjetiva (e intersubjetiva cuando interactuamos con los demás) y una capacidad objetiva que también se da conscientemente.
- La capacidad objetiva o el proceso de criticar y mejorar nuestra subjetividad como humanos y todas las herramientas que creamos, iniciando desde nuestro lenguaje (Nosnik, 2005), se manifiesta de forma consciente e intencional. Nuestra capacidad objetiva o mejora por medio de la crítica y el error no sólo es una manifestación instintiva sino parte de nuestros fines y propósitos biológicos y culturales.
- Como lo expone, entre otros autores, Erich Fromm (1996, 1957, 2009), el ser humano maneja dos códigos en su evolución: el tener y el ser. El tener corresponde al contenido del “mundo 1” de Popper descrito en el inicio del texto. El ser corresponde a los contenidos de los “mundos 2 y 3” de Popper.
- Según Russell L. Ackoff (2002), el tener es el conjunto de procesos de crecimiento físico o acumulación material: aumento de volumen, altura, mayor acceso y propiedad de objetos o cosas. Su expresión sana es el bienestar material. Su expresión patológica son la enajenación, la violencia o la destructividad humanas (Fromm, 1975, 1986). El ser se define por la evolución de los procesos humanos internos, de relación social o estilo cultural que son típicamente incompletos y *in finem* como también lo son los procesos de aprendizaje, objetividad y/o mejora de las creaciones humanas y del propio ser humano.
- La comunicación de valores ocurre cuando el ser humano se encuentra en procesos de mejora permanente de su ser y en equilibrio consigo mismo y los demás y balance con su tener. La comunicación de antivalores se manifiesta como un aspecto típico o una señal de la destructividad humana cuando la abundancia y el exceso del tener desequilibra y atrofia el proceso de perfeccionamiento del ser.

En el resto del artículo se mostrará cómo el “mundo 1” de Popper, la enajenación por motivos de un excesivo tener (o deseo de tener, por ejemplo la avaricia) y/o los procesos de crecimiento por acumulación crean un desbalance cuando rebasan a sus contrapartes humanas de los “mundos 2 y 3” de Popper, que son el esfuerzo permanente de mejorar la subjetividad (individuo) y la objetividad (logros colectivos) del ser humano por medio de los procesos psicosociales y culturales cuya característica es, se insiste, ser de naturaleza inacabada, *in finem* y perfectible *ad infinitum*.

Iniciemos, pues, con un comparativo entre las personas y las cosas. Mostramos el siguiente cuadro con una diferenciación clara entre los dos ámbitos:

Cuadro 1: Diferencia entre las personas y las cosas

Cosa	Persona
Utilizable	No utilizable
Se desecha	No puede ser desechable
Es lo ya acabado	Es suya (la capacidad de mejorar), está en formación, con la tarea de hacerse por sí misma, con (la referencia de) otros.
Pura exterioridad	Existe el exterior y el interior. La persona vale por sí misma, es digna

Fuente: Ascencio de García (2006)

La columna de la izquierda representa lo que hemos identificado como los contenidos que pertenecen al “mundo 1” de Popper, al “tener” de Fromm y al crecimiento acumulativo de Ackoff. Es la masa y/o la expresión física de la energía en la realidad: lo material. La columna de la derecha también incorpora la parte material o física que corresponde a la condición humana pero enfatiza los procesos personales, sociales y culturales de perfeccionamiento humano.

La primera dicotomía (primer renglón del cuadro) confronta el hecho de que las cosas se pueden usar como medios o recursos y las personas pueden aportar sus conocimientos o habilidades como medios para construir proyectos (incluso materiales como una casa) o lograr resultados, pero la persona en sí misma no es un medio utilizable como un objeto sino un fin en sí mismo. Las relaciones humanas donde alguien pudiera usar a alguien más para su beneficio, en especial, por medio de la explotación física, se conoce históricamente como relación “amo-esclavo” y actualmente está penado por la ley y es considerado un delito: la trata de personas.

La segunda diferencia (segundo renglón) que se muestra en el cuadro corresponde al hecho de que cuando un objeto cumplió con su función puede desecharse. Incluso parte de nuestra modernidad incluye la problemática de cómo deshacerse de productos que son bienes materiales cuyo impacto ambiental es negativo y su degradación tarda mucho tiempo en darse. Sería aberrante pensar en aplicar tal cual el segundo criterio a los seres humanos. En el extremo de este caso están los debates acerca del respeto a los derechos humanos y las garantías individuales de criminales, asesinos y dictadores que dispusieron de la vida de otras personas ya sea por medio de la violencia personal e institucional (estados dictatoriales) o del crimen organizado. El progreso de las sociedades humanas se mide actualmente, en parte, en la protección creciente que los diferentes estados y las organizaciones supranacionales reconocen como necesaria para garantizar el estatus de persona tanto de los más desprotegidos como de los que se organizan con violencia, legítima y perversamente, para agredir a sus oponentes, rivales o enemigos.

La tercera pareja de términos contrarios se aprecia claramente en la distinción entre bienes materiales y los servicios técnicos como productos (tercer renglón del cuadro). Por un lado, un bien material (por ejemplo, un lápiz, una pluma, un artículo electrodoméstico e incluso un automóvil) sale de la línea de producción y es un objeto completo. Puede tener fallas, pero constituye una unidad cerrada, total, completa. Un servicio, por otro lado, es una rutina técnica que la ofrece un individuo como solución a un tercero. El canal de distribución, de intermediación es el ser humano cuyas actitudes y comportamientos, además del dominio de su rutina técnica, son parte integral del propio servicio. Un bien material es descartable si no responde a las especificaciones del cliente o del usuario. Un ser humano puede incrementar la calidad de su servicio ante la insatisfacción de quien lo consume, sin embargo, ante un incumplimiento de servicio no podemos ni legal ni moralmente destruir o eliminar a la persona que nos lo ofreció.

El último renglón del cuadro se puede explicar con una reducción al absurdo. Una cosa, incluso una herramienta tecnológica, no se frustra. Puede sufrir problemas de mantenimiento pero no experimenta internamente ninguna sensación. Los seres humanos, a decir de los estudios más recientes de la neurociencia (D'Amasio, 1994, 2008, 2003), de la conducta humana como creatividad o en las organizaciones (Goleman; Kaufman; Ray, 2009; y Goleman, 2002, respectivamente) y los aspectos clínicos y de aprendizaje humano estudiados desde hace tiempo (Glasser, 1999) concluyen que somos seres eminentemente emocionales con capacidad racional. Una implicación de la relación entre interioridad y lo externo, sean los demás y/o el medio ambiente físico, es la capacidad del ser humano de imaginar utopías, mundos ideales y de construirse a sí mismo para satisfacción propia y la mejora de la sociedad³.

ATERRIAJE A LA COMUNICACIÓN

El lector pudo intuir en lo escrito hasta ahora que la comunicación de los valores sigue el eje “mundo 2”-“mundo 3” (Popper) – ser (Fromm) – desarrollo (Ackoff) que obliga al ser humano a perfeccionarse a sí mismo y sus propias creaciones. Por el contrario, la comunicación de antivalores obedece la lógica del eje dominio del “mundo 1” sobre los “mundos 2 y 3” (Popper) – dominio del tener sobre el ser (Fromm) – crecimiento desmesurado y acumulación excesiva de lo material sobre los procesos de perfeccionamiento personales (mental y psicológico) y colectivos (sociales y culturales) del ser humano. Es decir, el eje de la enajenación y la destructividad (incluida la autodestrucción) humana.

Para llegar a mostrar el puente conceptual entre la primera parte del ensayo y la aplicación a comunicación, debemos incluir la explicación de la teoría de lenguaje de Charles W. Morris (1946) y las lecciones de Thomas J. y Sandar

3 Ver G.H. Mead (1934); Erikson (1985); Ackoff, Magidson y Addison (2006; Ackoff); y Rovin (2003).

Larkin (1996) con respecto a los procesos de cambio asistidos por la comunicación en el contexto de las organizaciones.

De acuerdo a Nosnik (2010)⁴, tanto la teoría del lenguaje de Charles W. Morris (Morris, 1946) como el trabajo colectivo de la llamada “Escuela de Palo Alto, California” (Watzlawick, 1967) aportaron a la comunicación un mensaje claro.

Desde el punto de vista del presente autor, el mensaje que estos autores comunican con claridad por medio de su trabajo es que los seres humanos somos criaturas obsesionadas con el significado o el sentido de las cosas. No se trata solamente de nuestra capacidad simbólica, es decir, de representar y reproducir en ausencia de los referentes (objetos, personas, situaciones e incluso las ideas, conceptos o interpretaciones acerca de esos objetos, personas y situaciones) sino lo que somos, hacemos y a lo que aspiramos también comunicamos a los demás. Lo que comunicamos con nuestra presencia física (características físicas, gestos, lenguaje corporal etc.) y nuestra conducta o conjunto de acciones son nuestros valores manifestados como virtudes, los cuales nos remiten a nociones de calidad y mejora como seres humanos.

Tomemos por caso los gestos y las palabras en una conversación entre hombres de hace miles de años. Cuando se articuló la primera palabra hablada surgió el objeto de conocimiento de la pragmática de la comunicación. Quizá se exagera, pero parecería que puede interpretarse así. Según Morris (1946), el lenguaje puede estudiarse desde tres momentos o pasos cuyo desarrollo es jerárquico.

Primero está la sintaxis o el estudio de la estructura, el orden o la gramática de los mensajes en diversos lenguajes. Una estructura con un orden correcto se constituye en una gramática que comunica claramente nuestro pensamiento. Dicho de otra manera, la sintaxis es la forma que representa con menos ruido o error nuestras ideas.

La semántica, siguiendo a Morris, estudia la interpretación de los mensajes. Si la sintaxis es correcta muestra la maestría o el dominio con la que el emisor codifica, la interpretación muestra que la decodificación no es menos compleja desde el punto de vista del receptor que decodifica los mensajes.

La semántica estudia como los humanos asignamos significado y sentido a la información recibida. A diferencia de la tecnología que es muy confiable en la reproducción y distribución de la información porque no es creativa, los seres humanos interpretamos y recreamos (es decir, no repetimos textualmente) los mensajes. En esa recepción o interpretación de las señales recibidas con un orden y en patrones inteligibles (que otros puedan entender como mensajes), la creatividad humana reacciona generalmente en un triple sentido: entiende o no el mensaje (sintaxis); lo entiende y está en parte de acuerdo con dicho men-

4 Ver Nosnik (2010).

saje, y lo entiende y está en parte en desacuerdo con el mensaje (semántica propiamente dicha) y, finalmente, concluye si el emisor o quien haya llevado a cabo la acción comunicativa en cuestión es coherente o incongruente con el sentido de lo dicho con base en un contexto o ambiente donde sucedió tal acción comunicativa (surgimiento de la pragmática de la comunicación).

La pragmática, pues, es equivalente al significado contextual. La pragmática, pues, es la etapa o nivel de comunicación donde se decide lo más importante del proceso que la produce: la credibilidad con base en la coherencia o incongruencia de los elementos, todos ellos involucrados en el intercambio de información.

La pragmática, pues, es el estudio de la coherencia e incongruencia entre el contexto, ambiente o sistema que contiene la acción comunicativa y lo comunicado, verbal o discursivamente, en el proceso de intercambio de información. Esta relación de coherencia o incongruencia suele referirse como la relación entre el discurso y el desempeño o entre lo pensado, dicho y actuado, o bien, entre la verdad y la falsedad de lo argumentado o propuesto. Imre Lakatos (1922-1974) se refirió a los dos extremos posibles del análisis que nos ocupa: por un lado, afirmó “el que abandona la coherencia, abandona la verdad” y por otro “en medio de un mar de anomalías la ciencia avanza”. Es decir, no podemos creer algo que no contenga verdad, pero los seres humanos y sus obras no son perfectos y esto resulta en una falta de congruencia perfecta (anomalías).

La pragmática de la comunicación, pues, nos presenta con un tema central no sólo en el logro de la credibilidad en el proceso de comunicación, que significa el éxito o fracaso del mismo sino, y quizá de forma más importante, el sentido mismo que busca el ser humano tanto en su interactuar como en su existir. La coherencia o falta de ella en un sistema nos mete al problema de la moralidad en la condición humana y ésta representa, entre otras cosas, la entrada a, o en su caso, la imposibilidad de acceso a la trascendencia, a la satisfacción completa del hombre.

Si la pragmática es el estudio de la coherencia que comunica el ser humano con sus mensajes verbales, su conducta y el contexto donde se mueve, estamos instalados ya en la problemática de la comunicación de los valores y, en su caso, de los antivalores.

Los deportistas son actores sociales muy importantes. Su estatus, logrado por su disciplina y consistencia en resultados, los ubica contextualmente como referencias importantes de la expectativa social. Concretamente, esperamos siempre las mejores actitudes y comportamientos de quienes han llegado a desempeños extraordinarios.

Si bien muchas veces estas expectativas generan presión y son poco realistas, para la gente común y corriente que admiramos y seguimos a estos héroes deportivos, es casi una necesidad su conducta ejemplar.

Por otro lado, Larkin y Larkin (1996) afirman que las herramientas más usadas para comunicar el cambio en las organizaciones (videos, publicaciones y reuniones masivas) pueden resultar contraproducentes para motivar el cambio. La comunicación más efectiva para convocar al cambio es la comunicación interpersonal. Debemos evitar la tentación, continúan estos autores, de invitar al cambio por medio de discursos espectaculares sobre el comportamiento basado en valores. La impresión que causa en la audiencia que recibe estos mensajes es que los valores escasean en la vida de ese grupo humano. Lo importante, concluyen, es pasar de los valores (idealizados) a los hechos (que son testimonio de nuestras actitudes y comportamientos). Es preferible hablar de los hechos que justifican el cambio y mostrar el camino de la transformación por medio de la conducta ejemplar. Desafortunadamente, también es un hecho que entre más poder e influencia se tiene, más defendemos improductivamente nuestro estatus de actores exitosos asignando la causalidad de nuestros fracasos a terceros o al medio ambiente⁵.

CONSIDERACIONES FINALES

La primera parte del artículo mostró que los seres humanos somos parte integral de tres mundos: el físico, el social y el creativo. Nuestros cuerpos y la biología que los controla, regula y mantiene; nuestra consciencia subjetiva que capta lo externo y ajeno a nosotros; y, finalmente, nuestra capacidad creativa y productiva que puede mejorarse por medio del aprendizaje y la mejora (objetividad) y que, en paralelo, nos perfecciona como seres vivos en evolución.

También se mostró que la acumulación excesiva de lo físico, manifestado en el crecimiento desproporcionado de lo físico, lleva a situaciones extremas de destrucción y autodestrucción del humano. Se requiere un balance y un esfuerzo de armonización entre lo físico y lo social y cultural, y viceversa; entre el tener y el ser, y viceversa; entre el crecimiento y la acumulación material y los procesos de perfeccionamiento personal, social y cultural, y viceversa. Sin la noción de coherencia, según Lakatos, no podemos tener acceso a la verdad y sus beneficios. Sin embargo, sin el equilibrio y la armonía entre los opuestos, la vida también se destruye.

La comunicación, como proceso vital de los seres humanos se fundamenta, se nutre y se arriesga a su propia destrucción al abandonar el contenedor ético y de la moralidad que evite que cualquiera de los opuestos adquiera predominio y con ello rompa la fragilidad del proceso altamente complejo que llamamos vida.

Finalmente, la comunicación de valores es resultado del proceso de balance que es un esfuerzo extraordinario y permanente del ser humano. Quien co-

5 Ver Argyris (1991).

munica antivalores evidencia lo difícil que es mantener de largo plazo el estatus de excelencia como parte de la condición humana.

REFERENCIAS

- ACKOFF, Russell L. *El paradigma de Ackoff: una administración sistémica*. México: Limusa-Wiley, 2002.
- ACKOFF, Russell, L.; MAGIDSON, Jason; ADDISON Herbert J., *Idealized design: creating an organization's future*. Upper Saddle River, NJ: Wharton School Publishing, 2006.
- ACKOFF, Russell, L.; ROVIN, Sheldon *Redesigning society*. Stanford, CA: Stanford University Press, 2003.
- ARGYRIS, Chris, Teaching smart people how to learn. *Harvard Business Review*, May-June, 1991.
- ASCENCIO DE GARCÍA, Leticia. La persona: conquista sin fin. Mi vivencia a la luz del personalismo y la logoterapia. *Revista Mexicana de Logoterapia*, n. 16, otoño 2006.
- D'AMASIO, Antonio. [1994]. *El error de Descartes*. Barcelona: Crítica, 2008.
- _____. *Looking for Spinoza: joy, sorrow and the feeling brain*. Orlando, FL: Harcourt, 2003.
- DE WAAL, Frans. *El mono que llevamos dentro*. Barcelona: Tusquets Editores, 2007.
- ERIKSON, Erik H. *El ciclo vital completado*. Buenos Aires: Paidós, 1985.
- FROMM, Erich. [1975]. *Anatomía de la destructividad humana*. México: Siglo XXI Editores, 1986.
- _____. *Del tener al ser: caminos y extravíos de la conciencia*. México: Paidós Mexicana, 1996.
- _____. [1957]. *¿Tener o ser?* México: Fondo de Cultura Económica, 2009.
- GLASSER, William. *Choice theory: a new psychology of personal freedom*. New York: Harper Perennial, 1999.
- GOLEMAN, Daniel. *La inteligencia emocional en la empresa*. Barcelona: Vergara, 2002.
- GOLEMAN, Daniel; KAUFMAN, Paul; RAY, Michael *El espíritu creativo*. Barcelona: Zeta, 2009.
- HAUSER, Marc D. *Wild minds: what animals really think*. New York: Henry Holt and Company, 2000.
- KAHNEMAN, Daniel; TVERSKY, Amos. Subjective probability: a judgement of representativeness. *Cognitive Psychology*, v. 3, n.3, p. 430-454, July 1972.
- _____. On the psychology of prediction. *Psychological Review*, n. 80, p. 237-257, 1973.
- LARKIN, Thomas J.; LARKIN, Sandar. Reaching and changing frontline employees. *Harvard Business Review*, v. 74, n. 3, p. 95, May-June, 1996.
- MEAD, George H. *Mind, self and society*. Chicago: University of Chicago Press, 1934.
- MORRIS, Charles W. *Signs, language and behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 1946.
- NOSNIK, Abraham. *El lenguaje humano: herramienta de herramientas*. Conferencia dictada en el marco de la Cátedra Rosario María Gutiérrez Eskildsen, Villahermosa, Tabasco: Universidad Juárez Autónoma de Tabasco (Ujat), 15 de abril de 2005.
- _____. Introducción. In: NOSNIK, Abraham. *Teoría de la comunicación productiva: exploraciones más allá de la retroalimentación*. México: Caden - Centro de Alta Dirección en Economía y Negocios, Facultad de Economía y Negocios, Universidad Anáhuac México Norte, mayo 2010. [Texto inédito].
- POPPER, Karl R. Epistemology without a knowing subject. In: *Objective knowledge: an evolutionary approach*. Oxford: Oxford University Press, 1979a.
- _____. On the theory of the objective mind. In: *Objective knowledge: an evolutionary approach*. Oxford: Oxford University Press, 1979b.
- POPPER, Karl; LORENZ, Konrad. *El porvenir está abierto*. Barcelona: Tusquets Editores, 1995.
- SIMON, Herbert A. *Models of my life*. New York: Basic Books, 1991.
- WATZLAWICK, Paul, *Pragmatics of human communication: a study of interactional patterns, pathologies and paradoxes*. New York: W. W. Norton, 1967.

Recebido em: 14.12.2011 / Aceito em: 16.12.2011

