

La comunicación interpersonal en las revistas especializadas

POR DANIEL E. JONES

La comunicación interpersonal se encuentra en la misma base de las relaciones entre los seres humanos y, por tanto, interviene en prácticamente todas las actividades de la vida. También puede decirse que este tipo de comunicación abarca tanto la interpersonal o humana propiamente dicha, como la grupal y la organizacional o institucional (e incluso la intrapersonal), y se expresa de forma tanto verbal como no verbal. En la medida en que afecta a la esencia del ser humano como tal, su origen se remonta a la aparición de éste hace millones de años.

Además, al ser un fenómeno que impregna todas las relaciones simbólicas interpersonales, su estudio ha estado vinculado tradicionalmente a la Filosofía, a la Teología y a la Lingüística, hasta que en épocas más recientes la comunicación interpersonal ha llegado a ocupar un lugar central en las preocupaciones de la Psicología, la Pedagogía o la Antropología.

Sin embargo, el interés académico creciente por otras formas de comunicación propias de las sociedades organizadas (como la comunicación social, pública o colectiva y, especialmente, el desarrollo de la comunicación de masas en las naciones más industrializadas desde mediados del siglo XIX) ha relegado los estudios dedicados a la forma más frecuente de intercambios simbólicos (que es sin duda la interpersonal, tanto en el seno familiar, como en el vecindario, en la escuela o en los lugares de trabajo, ocio o salud) a otras ramas del saber.

En efecto, la omnipresencia y hegemonía de los medios y la cultura de masas en el siglo XX no sólo han desplazado a posiciones subsidiarias a otras formas de comunicación (como la interpersonal y la social), sino que parecen acaparar también la centralidad en los estudios académicos. Es decir, la *mass communication research* en los Estados Unidos, y sus equivalentes en Europa y otras partes del mundo (como los estudios mediáticos, la teoría de la comunicación, la *Publizistik* o las técnicas de comunicación colectiva, por ejemplo) y sus plataformas de difusión pública (en universidades, congresos, tesis, libros, revistas, etc.) parecen olvidar frecuentemente el amplio y complejo campo de la comunicación interpersonal.

La investigación anglosajona distingue claramente la *human communication* de la *mass communication*, aunque, como se acaba de expresar, hay varias modalidades intermedias. De todas maneras, son los Estados Unidos y el Reino Unido los países en los que más se estudia la comunicación interpersonal, sobre todo desde la Psicología, la Pedagogía, la Antropología, la Sociología, la Lingüística o la Historia Oral.

Además, son cada vez más frecuentes los análisis de los efectos de los diversos tipos de mensajes masivos (violentos, sexistas, discriminatorios, vejatorios, etc.) sobre los pequeños grupos familiares, escolares, adolescentes, femeninos, carcelarios, étnicos o de la tercera edad. En las grandes asociaciones académicas, como la ICA, la AIMCR, la ECA, la NCA, la BEA o la AEJMC (que agrupan a miles de expertos norteamericanos y extranjeros), existen secciones específicas de gran arraigo dedicadas a analizar la comunicación interpersonal, algunas de las cuales cuentan incluso con revistas académicas de prestigio.

A título de ejemplo pueden citarse aquí las publicaciones norteamericanas *Communication Research*, *Communication Research Reports*, *Communication Research Trends*, *Communication Theory*, *Critical Studies in Media Communication*, *Health Communication*, *Human Communication Research* y *Journal of Communication Inquiry*; las británicas *Discourse Studies* y *Discourse & Society*, y la germana en lengua inglesa *Communications: The European Journal of Communication Research*.

Pero en el ámbito latino (tanto europeo como americano) y particularmente en España encontramos un cierto divorcio académico entre las instituciones, publicaciones y expertos dedicados al análisis de la comunicación interpersonal, y aquellos preocupados por la comunicación social y masiva. Incluso, el auge impresionante que han tenido en los últimos años los estudios sobre comunicación institucional u organizacional (que se acaba de decir que serían más propios del ámbito interpersonal) aparece entre nosotros como una forma más cercana a la publicidad y las relaciones públicas.

En los países latinos, el campo científico de la comunicación humana o interpersonal ha quedado relegado sobre todo a las facultades y expertos de las áreas académicas como la Psicología, la Pedagogía, la Lingüística o la Antropología, y muy rara vez sus aportaciones científicas encuentran eco en las revistas teóricas especializadas en comunicación social. Quizá la excepción la constituyan publicaciones como las francesas *Communications* y *Communication & Langages*, la italiana *Ikon* y la portuguesa *Revista de Comunicação e Linguagens*.

En el caso español, los estudios académicos sobre comunicación han sido en las últimas tres décadas decididamente mediocéntricos, es decir que se han preocupado sobre todo por analizar los procesos comunicativos y culturales desencadenados por los grandes medios masivos (prensa, radio, televisión y publicidad, y en menor medida otras industrias culturales), pero han descuidado otras formas comunicativas interpersonales para las cuales las teorías de la comunicación masiva no encuentran respuestas claras y satisfactorias, como pueden ser las diferentes formas de comunicación popular, religiosa, alternativa y contracultural, e incluso las que se han derivado del propio desarrollo digital, como Internet, la telefonía móvil o los videojuegos. A pesar de la mediación tecnológica, qué duda cabe que nos encontramos ante

unas nuevas formas expresivas de niños, adolescentes y jóvenes, cuya manera de comunicación es fundamentalmente de proximidad, interpersonal, familiar o grupal. Destacan algunas publicaciones teóricas como la madrileña *CIC: Cuadernos de Información y Comunicación*, y la andaluza *Comunicar: Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación*.

Asimismo, en los diferentes países latinoamericanos se ha ido consolidando una tradición académica parecida a la española, aunque quizá no tan acentuada, lo que ha permitido que diferentes revistas académicas den cabida en sus páginas a reflexiones sobre diversas manifestaciones de la comunicación interpersonal, en especial las de carácter popular, religioso, folclórico y festivo, como es el caso del carnaval brasileño. Entre las más significativas pueden citarse aquí la ecuatoriana *Chasqui*, la peruana *Diálogos de la Comunicación*, la mexicana *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, y las colombianas *Signo y Pensamiento* e *Interacción: Revista de Comunicación Educativa*.

