

“Qué importa el cínico, que se imagina que siembra con arena. Son las tierras las que saben reconocer el grano”. A. Saint Exupéry.

Este libro va dedicado a la memoria de mi madre, Teresa Vico. Con todo mi amor.

COMUNICACIÓN Y RETROALIMENTACIÓN

COMUNICACIÓN Y RETROALIMENTACIÓN	¡Error! Marcador no definido.
INTRODUCCIÓN.....	1
PRIMERA PARTE. QUÉ ES LA RETROALIMENTACIÓN.....	5
1.-La mediación y la retroalimentación comunicativa	5
2.-Retroalimentación y comunicación en práctica	8
3.- El medio y el inconsciente. La incubación y la retroalimentación	¡Error! Marcador no definido.
4.-La retroalimentación que producen los receptores de comunicación.	¡Error! Marcador no definido.
5.-Retroalimentación en la comunicación de masas.....	¡Error! Marcador no definido.
6.-Información y contexto	¡Error! Marcador no definido.
7.-Retroalimentación positiva y retroalimentación negativa.....	¡Error! Marcador no definido.
8.-Mensaje y contexto	¡Error! Marcador no definido.
9.-Retroalimentación y símbolo	¡Error! Marcador no definido.
10.-Comunicación sin autor.....	¡Error! Marcador no definido.
11.- Saltos cuantitativos y cualitativos. La información y su naturaleza asociativa.	¡Error! Marcador no definido.
SEGUNDA PARTE: COMUNICACIÓN EFICAZ.....	11
12.-La transmisión de la experiencia.....	11
13.-Tradición e innovación artísticas, formas de comunicación que es realimentada	¡Error! Marcador no definido.
14.-La comunicación artística y la realimentación perfecta	¡Error! Marcador no definido.
15.-Pensamiento y comunicación, un flujo abierto	¡Error! Marcador no definido.
16.-Retroalimentación por redundancia y retroalimentación por síntesis.....	¡Error! Marcador no definido.
17.-Comunicación intrapersonal y retroalimentación	¡Error! Marcador no definido.
18.-Retroalimentación e Identidad.	¡Error! Marcador no definido.
19.-Tiempo y comunicación que se retroalimenta.....	21
20.- Retroalimentación y desarrollo personal.....	33
BIBLIOGRAFÍA	¡Error! Marcador no definido.

INTRODUCCIÓN

Cuando hablamos de comunicación verdadera siempre nos estamos refiriendo a un proceso de retroalimentación, es decir, un proceso en el que, por distintas causas, se produce una energía adicional, añadida, que surge de la acción complementaria entre los elementos que integran el sistema comunicativo. Esta energía adicional, resultado de la suma de distintos elementos comunicativos, no estaba al principio en el proceso, y surge en medio de él como un beneficio o incremento de información, o como una ampliación

del fenómeno comunicativo, o como una multiplicación del poder evocador o comunicador de un emisor o un medio.

En realidad, el sentido originario de la retroalimentación comunicativa era el de “respuesta”. Toda comunicación para ser tal debía producir un efecto de respuesta que fue desarrollado en el concepto de “feed back”, la alimentación de retorno que en el circuito de comunicación se producía. Todo efecto de respuesta alimenta la comunicación de partida y la hace real, eficaz. Pero aquí vamos a estudiar todo tipo de realimentaciones en la comunicación que pueden considerarse respuestas, aún cuando puedan provenir hasta del emisor mismo, del contexto en que se comunica o de un receptor aparentemente pasivo o aislado.

En muy pocas palabras, existe retroalimentación cuando una vez establecida una comunicación se crea información. Esa información, creada en la comunicación activa, puede surgir de muchas maneras y puede multiplicar los efectos de comunicarse para cada integrante del sistema que se está comunicando.

La información tiende a conservarse en un sistema de comunicación activa. La tendencia de la información a no perderse o a conservar su presencia hace de la comunicación un sistema retroalimentado en el que cada movimiento arroja información para alguno de los componentes o integrantes de la situación comunicativa. Incluso cuando hay una reducción de complejidad o de elementos en un sistema informativo, esa misma reducción se traduce en más información, de modo que la síntesis resulta siempre informativamente creativa.

El poder de retroalimentarse es el poder mayor del que dispone la comunicación probablemente. Significa que puede perpetuarse en el tiempo infinito, que puede superar las barreras circunstanciales de todo tipo para hacer posible la unión de individuos y la transmisión íntegra de sus experiencias de unos a otros.

Estas situaciones en las que surge retroalimentación comunicativa son los verdaderos fenómenos de comunicación: cuando se produce un traspaso de experiencia, o un aumento de información, que amplía el radio de contacto con el entorno y con nuestro propio ser de un modo agigantado. Lo sentimos siempre como algo mágico o único que se ha producido en una situación, que sólo es posible si los cauces para adquirir esa experiencia o información aumentada se han abierto, han comunicado con el exterior o con otras personas.

Podemos entender que la comunicación es siempre esa ampliación de una experiencia, que se transmite a otros, o que entendemos más profundamente, y en último término, supone la fuerza de la unión producida por esa transmisión de energía entre dos individuos, entre dos elementos del modelo comunicativo que tengamos.

La retroalimentación comunicativa es la cualidad que permite a la comunicación mantenerse activa, la que permite que esa comunicación una al individuo con el universo y mantenga a la vez su vida interior. Es un incremento de energía que produce todo esto.

Quizás el proceso más perfecto de comunicación sea el arte. Peter Berger, hablando del mismo, dice: “una verdadera obra de arte comunica, y por consiguiente, amplía la conciencia de lo que es posible” (*Un pintor de hoy*, Madrid, Alfaguara 2002: 228).

Ampliar la conciencia de alguien es posible sólo porque existe la comunicación. En ella la energía se desplaza de un lugar a otro, se traslada. Esa transmisión, ese traslado, es algo único, porque rompe las barreras físicas y psicológicas. Como una energía o chispa que surge de la nada y que enriquece repentinamente un estado de cosas o un suceso.

Gustavo Martín Garzo, (“*El cielo prometido*”, *El País*, , domingo 9 de febrero 2003, pág. 13) dice: “La poesía...no está hecha de comentarios más o menos acertados sobre la vida, sino que es algo que se añade a ella, para hacerla más grande y abierta.../...los libros ...nos permiten mirar por los ojos de los demás sin dejar de ser nosotros mismos...para ser más, o para ser de otra forma”. El sentido último de la comunicación es la ampliación de la vida, según esta tesis.

Desde el punto de vista de la información, sabemos que toda información tiende a desdoblarse y a generar información adicional, en múltiples maneras diferentes. Esta capacidad generativa de la información es retroalimentación. Del mismo modo que la información genética en las células madre va extendiéndose para la formación y desarrollo de un órgano o ser vivo completo, o que las obras de arte tienden a generar temas creativos que se desarrollan y perpetúan en tradiciones artísticas, la información crea información, y retroalimenta su propio proceso.

Cuando escribimos un libro, los temas surgen unos de dentro de los otros igual que los pétalos de la flor se despliegan desde su puro centro al florecer. Sin un plan o premeditación, la información que se disemina llama a otra información y va fructificando en contacto con el contexto en que va inscribiéndose y al estructurarse en formas y perspectivas diversas según el paso del tiempo.

Además, las pautas que contienen mucha información y son creativas, generan nuevas informaciones con su simple desarrollo, de modo que siguiendo un tema musical creado, un compositor da con otro tema nuevo, o interpretando un tema artístico de otro creador surge una nueva creación armónica. Todas estas son realimentaciones en procesos de comunicación que amplían su información.

La información parece tener una naturaleza en red o conexión constante, que hace que una información aboque a otra en la mente humana. Cuando recorremos un itinerario de conexiones y nódulos de contenido, el camino es infinito y puede desarrollarse más conforme más andamos.

Por eso, en toda comunicación que aporta información podemos esperar crecimiento que va más allá de la aportación concreta en cada caso. La capacidad de la información para ramificarse y desarrollarse en el cerebro humano es ilimitada, y crece con el simple paso del tiempo, ganando solidez o capacidad de relación con otra información.

Podemos decir también que la retroalimentación es toda comunicación que surge espontáneamente a partir del valor potencial que un mensaje existente puede tener en diferentes contextos, para diferentes receptores y emisores y produciendo medios para su comunicación.

Este fenómeno de retroalimentación en la comunicación adopta múltiples variantes, que vamos a tratar aquí. Todas ellas se pueden agrupar y considerar parte de una misma cosa. Para entender mejor en qué consiste la comunicación, qué es para el hombre la comunicación, es imprescindible que este fenómeno lo tengamos en mente como el rasgo principal de la comunicación, aunque como hemos dicho siempre adquiera un carácter único, irrepetible, no convencional.

Este libro ha sido víctima de su propio tema y es el resultado de una retroalimentación muy rica que su autora ha disfrutado a partir de otras experiencias comunicativas y vitales que han marcado su vida. Todos los procesos fecundos de comunicación en la vida humana se retroalimentan unos a otros, y así, como en la pirámide de autoevolución del ser humano ideada por Maslow, el desarrollo en un campo impulsa al surgimiento de otro campo de desarrollo.

La retroalimentación es importante no solamente por ella misma como fenómeno, sino porque nos habla de la variedad y amplitud de las formas de comunicarse que existen y que se simultanean en la comunicación y que puede que sean las responsables de estos aumentos inesperados de información o estas capacidades inauditas de transmisión de experiencias. Ellas hacen de la comunicación un fenómeno mucho más complejo de lo que puede pensarse a priori. Es precisamente la potente fuerza de la comunicación la que puede superar nuestras limitaciones mentales y mostrarnos la rigidez de nuestras convenciones y clasificaciones.

Lo importante no es que la persona que va enriqueciéndose en un aspecto tiende a enriquecerse en otro sino, en un sentido más positivo aún, que la persona que se consume y ocupa en un campo comunicativo, dando información o difundiendo una determinada energía, tiende no sólo a no perder, sino a ganar información o tiempo, a conservar su energía en un intercambio de tipo informativo, de modo que se le multiplican los bienes informativos conforme los va dando, en procesos de desarrollo que no solamente son externos sino internos a la persona.

La retroalimentación supone que, al menos en el nivel de la comunicación, el gasto de una energía produce automáticamente energía adicional. La materia que se comunica no responde a las leyes físicas, sino que a menudo las contradice, aumentando cuando lo previsible era su disminución y produciendo éxitos inesperados. Más allá de lo que pudiéramos prever, la información se propaga y contagia simpáticamente saltando barreras espaciales o temporales y acortando insalvables circunstancias o distancias. La capacidad de la comunicación para superar los límites físicos en la transmisión de energía o experiencia se da cada vez que aparece la retroalimentación comunicativa.

En comunicación desconfiamos de la idea de que quien está dando algo esta perdiendo, pues gracias a la retroalimentación puede estar enriqueciéndose, ganando muchísimo más de lo que gasta. No se trata de un fenómeno mecánico, desde luego, es necesaria la denominada incubación, la resistencia de un proceso comunicativo y su interacción con el silencio, lo que hace que a menudo las comunicaciones menos prometedoras o más limitadas se vean dotadas de realimentación riquísima..

Esta retroalimentación hace posible que aún cuando no dispongamos ni de condiciones, tiempo o circunstancias adecuadas para el desarrollo en algún aspecto comunicativo o

informativo, podamos conservar e incluso hacer crecer nuestra comunicación intrapersonal o social de un modo no previsto. Contra cualquier temor o miedo de falta de desarrollo en la evolución educativa de un niño, por ejemplo, podemos esgrimir esta retroalimentación que hace que en breve período y en las peores situaciones, una persona pueda llegar a la cumbre de la filosofía o la pintura, absorbiendo la información precisa y multiplicando su valor de modo exponencial con el contacto de su existencia. Para ello bastará con que entre en contacto con una obra poderosa en realimentación, con una obra maestra que le transmita experiencias bien complejas a través del sistema de su síntesis, de su mediación. La retroalimentación comunicativa nos permite acceder a las formas más elevadas de desarrollo humano sin ser muchas veces dignos de ellas, o sin tener que sufrir por ellas. Nos permite tener esperanza en el hombre y ser optimistas en cuanto a su futuro, pues como si el espacio se desdoblara y de los problemas surgieran las soluciones, cuanto nos impide y limita puede ser la fuente inagotable de nuestros recursos más inmateriales.

PRIMERA PARTE. QUÉ ES LA RETROALIMENTACIÓN

1.-La mediación y la retroalimentación comunicativa

Cuando analizamos la comunicación, suele entenderse que existe siempre una división de elementos que como mínimo distingue dos: el medio de comunicación, que es aquel elemento que transporta, traslada o adquiere momentáneamente, para llevar a cabo una comunicación, una energía, y el mensaje, aquella energía que se desplaza o traslada, sea en forma de experiencia que se transmite, de conciencia que se amplía, de información que surge o que viaja.

Estos dos elementos son los que, unidos, conforman algo vivo, activo, que es capaz de almacenar capacidad comunicativa y de retroalimentarse en el tiempo. Medio y mensaje son el vehículo ideal para la comunicación, pues el uno sin el otro no tienen la perfección necesaria para ese proceso.

El medio es un soporte físico y fisiológico que se presta a transmitir un mensaje. Como tal, su función es sencillamente la de dejar lugar a lo que transporta, transparentándolo o trasvasándolo por su propia inmovilización o reducción de funciones, limitándose a la función de transmisor.

El medio de comunicación está unido férreamente al aquí y ahora en el que tiene lugar la práctica de la comunicación. Es el elemento que aporta la inmediatez e instantaneidad al proceso comunicativo, y esos ingredientes de la práctica inmediata son vitales para producir realimentación, como veremos.

Podemos pensar que la unión de un medio o elemento vacío que encauza o encarna un mensaje externo a él, para hacerlo llegar más lejos o para trasvasarlo a otro medio, junto a un mensaje capaz de producir ese trasvase por su valor, es la forma esencial de la comunicación. Todas las formas de comunicación tienen esta naturaleza.

El medio o mediador de la comunicación adquiere poder para comunicar cuando tiene un mensaje externo a él que transmitir. Todo medio es un instrumento huero, un cauce. Su función es transparentar algo ajeno a sí mismo, dejar lugar a lo que transporta. En ese sentido, es el mensaje, es decir el significado que se transmite, el que alimenta con su energía intrínseca al medio en la comunicación.

El medio de comunicación aporta todo un contexto espacio-temporal para activar la comunicación, y su valor es muy grande pues realimenta la comunicación en vivo de manera decisiva. En tanto hace depender toda comunicación de una circunstancia en la que se activa, el medio nos obliga a distinguir entre comunicación activa, en vivo, y comunicación puramente detenida o estabilizada. El medio siempre aporta resonancia y amplifica un contenido que sin su mediación se perdería comunicativamente hablando. Veremos en adelante las muchas maneras en que esa mediación retroalimenta la comunicación.

El mensaje, la verdad que se transmite, necesita de un medio para comunicar. Debe asociarse o añadirse a algo externo a sí mismo y obtener de esa unión fuerza para difundirse al exterior. Sólo en la medida en que ese significado o contenido informativo tenga también un valor para su medio de comunicación, podrá llegar más allá de él hasta el receptor. Sólo en la medida en que para el contexto presente, para el aquí y ahora de la comunicación, tenga el mensaje un significado auténtico, podrá adquirir resonancia suficiente para extenderse simpáticamente al receptor.

Es la distancia que existe entre el mensaje y su medio la que dota de una energía adicional al proceso en el que se unen ambas cosas, como vamos a ver. Esa distancia implica un carácter crítico, reflexivo, en toda mediación comunicativa, y es la necesidad de dejar madurar y de admitir un tiempo de silencio en la comunicación.

El medio de comunicación implica que siempre ésta es de carácter indirecto, lo cual está también muy relacionado con la retroalimentación. La naturaleza ajena, externa, del medio o cauce de la comunicación con respecto al mensaje que se transmite, es esencial. Quizás la expresión artística sea una de las formas de la comunicación donde más evidente se hace que la comunicación de un contenido se expresa siempre a través de la materia y gracias a su naturaleza ajena al artista mismo.

El medio que trabaja el artista aporta su condición material, práctica pura, y concreta, espacial y temporal definida, para que conjugada con el valor del significado que se ha de transmitir se forme una unidad que se pueda comunicar. Ese medio de comunicación también tiene que entrar en resonancia con el mensaje que se transmite, uniéndose con él en un fenómeno que simpáticamente atraiga al receptor. La prueba para un artista es precisamente si es capaz de dominar un medio a menudo azaroso o marcado por circunstancias ajenas a él, para convertirlo en instrumento resonante de un significado, de un contenido, extrayendo de él, como el escultor de la madera, las formas que aloja en su interior, es decir, el sistema que exprese un contenido.

Spengler (1998:507) afirmaba que “el signo característico de todo arte vivo es la pura armonía entre la voluntad, la necesidad y la capacidad.../...aún el artista pequeño logra la perfección, porque el arte vivo guía al mismo tiempo al hombre y la labor”. Todo artista es a la vez emisor y medio, de una comunicación simbólica que retroalimenta el proceso artístico.

Cuando se produce una comunicación, dos posiciones que estaban desconectadas quedan unidas. El elemento que ha servido para hacer posible esa unión se diluye en la situación de comunicación. Eso exactamente es el medio de comunicación, algo cuya función es desaparecer cuando cumple exactamente su cometido. Sin duda el medio de comunicación tiene un valor espiritual muy profundo, que aquí también comentaremos.

La mediación representa la parte servil, no autora de un texto, que continúa una cadena de comunicación, que tiene relación con un contexto espacio-temporal inmediato de comunicación y con circunstancias azarosas e impredecibles de ese contexto, y que por todos estos factores adquiere energía adicional para comunicar.

Podríamos hablar profundamente sobre el valor que tiene en la vida el símbolo del medio comunicativo. La transmisión de la vida es en sí una mediación comunicativa. Todos somos medios o mediadores y transmitimos información, puede que nuestra función más esencial, la que más nos realiza y llena, sea la de mediar, es decir, disponernos para facilitar existencia o sentido a otros e incluso, en un sentido sacrificial de la mediación comunicativa, puede que nuestro sentido último sea el de desaparecer y agotarnos en la tarea de transportar o hacer llegar vida a alguien o a alguna parte. Desaparecer para dejar el lugar nuestro a otro y de esta manera continuar una cadena de transmisión es una imagen de la existencia misma, aparte de ser la condición de la comunicación.

La mediación en comunicación es un símbolo de la humildad necesaria para adquirir el poder expresivo. Sólo en tanto nos dedicamos plenamente a una causa mayor que nosotros, podemos adquirir poder para actuar, sólo en tanto nuestra comunicación realimenta formas de comunicación superiores al yo del individuo particular puede llegar a ser válida para cada individuo. En términos de la identidad, como veremos más adelante, sólo cuando el yo del individuo se disuelve en la acción comunicativa, alcanza la plena realización.

De mismo modo que un medio de comunicación eficaz desaparece literalmente del campo visible cuando cumple efectivamente su función, también un mediador eficaz en un conflicto actúa aproximando las posturas hasta hacerse él mismo innecesario, o un término medio entre dos verdades inconciliables es siempre una creación nueva y original que soluciona las contradicciones, una síntesis o composición nueva en la que se diluye el término medio. Igual que la sala de cine favorece la visión de las imágenes con la oscuridad en la que funde el espacio que las rodea, o del mismo modo que el ciego siente los objetos que le rodean a través de su bastón y no la empuñadura del mismo, el medio se disuelve en la comunicación.

Un mediador es también, ante esta retroalimentación comunicativa, un “médium”, un mistagogo, alguien que nos transmite lo secreto o hace visible lo invisible. Este aspecto también asombra a muchos autores y comunicadores artísticos sobre todo, cómo su tarea se convierte en ciertos casos en una tarea de expresión de unas sensaciones y emociones espirituales o contemplativas, que escapan a su propia voluntad de comunicadores o emisores. El carácter enigmático y misterioso de estas formas de comunicación hace que sea imposible racionalizar su existencia o explicarlas de modo convencional. Solamente podemos decir que el hecho de que sean tan comunes en tan diversos tipos de comunicación expresiva aboga por una función teleológica y

existencial de toda forma de comunicación, que se convierte en un medio de expresión de esos valores.

Toda mediación es en realidad una situación de comunicación real, viva o práctica, en la que se ha producido una simbiosis entre un mensaje y un modo de transmitirlo, que ha creado el cauce adecuado para hacerlo. Vamos a ver ahora hasta qué punto la comunicación práctica está unida a la retroalimentación.

2.-Retroalimentación y comunicación en práctica

En la situación de mediación comunicativa se produce acceso a información que, aunque efímera o casi inaprensible y de difícil captación, es sin embargo muy valiosa. A menudo la realización práctica de actividades comunicativas produce una retroalimentación de este estilo, como por ejemplo la del actor en plena representación teatral, la del profesor en plena clase o la del informador a la hora de emitir su mensaje. Esta realimentación que acompaña la práctica de la comunicación produce una información de tipo teórico o reflexivo de muchísima importancia, como analizaremos en capítulos posteriores. Lo más curioso es que, si bien esta información enriquece al emisor o mediador en plena tarea de realización material y práctica de una actividad profesional, es dependiente de dichas tareas prácticas concretas, y a menudo, sólo aparece después de desarrollar un hábito de trabajo o de oficio prolongado, a lo largo de muchas ocasiones. La finalidad de esta retroalimentación puede que sea la de revestir la realización personal de cada individuo en su profesión y oficio con un conocimiento profundo, ontológico o teleológico, de su significado y sentido, y convertir esa práctica en un medio para comunicarle con el universo y desarrollar su propio ser. Lo cierto es que la más rica y variada información se crea cuando se decanta a partir de una práctica constante de una actividad comunicativa.

El hecho de que esta realimentación se dé en muchísimas profesiones y oficios, y que su contenido sea común a todos los seres humanos, hace precisamente que podamos compartir su valor para nosotros con otras personas y convertir este tipo de retroalimentación en un medio de comunicación con los demás. Incluso en los oficios más humildes y en las profesiones no dotadas de capacidad de iniciativa propia aparecen estas formas de retroalimentación, por lo que han existido autores (como Simone Weil, como Saint Exupéry, como el propio Mahatma Ghandi) que han sugerido que es en esas profesiones más mediatizadas por condiciones duras donde más puede hallarse este “espejo de la vida humana” de la realimentación comunicativa. Hay una espiritualidad propia de la acción material más concreta y humilde, en la más limitada o condicionada por las circunstancias, como si se asociara significado y contenido cuando las actividades o situaciones parecen limitarlos más.

Aquí actúa la retroalimentación comunicativa exactamente como una compensación por un gasto energético intenso, como un sistema que permite al individuo, si no conservar una energía física que debe emplear en una tarea, sí incrementar la energía psicológica y psíquica que produzca esa actividad en apariencia contraria a ello. Este fenómeno ha sido pintado por autores del mundo del pensamiento social (Weil sería un ejemplo de autora que describe cómo las más humildes y penosas formas del trabajo tienen sin embargo una capacidad de provocar experiencias con significado muy rico y profundo

para el individuo, y Saint Exupéry ha descrito el mismo fenómeno en las condiciones de guerra, por ejemplo) y del mundo religioso, místico (recordemos a Teresa de Jesús, por ejemplo), que nos permite superar la dureza de las circunstancias convirtiéndolas en sistemas de comunicación intrapersonal y con el mundo en que vivimos.

De modo general, siempre que llevamos a la realidad de la práctica expresiva un contenido, obtenemos retroalimentación comunicativa. Puede que incluso las limitaciones, las imperfecciones de una realización concreta en la emisión de unos contenidos, sean importantes para generar realimentación, para dotar de un mayor peso a la comunicación en curso. En general, un medio de comunicación siempre es algo instrumental, incompleto por ser un simple cauce o canal de transmisión, y cuando esto se da de esta manera se accede a esos contenidos que superan al medio mismo.

Cuando como medios de transmisión de contenidos o de energía, nos damos cuenta de nuestra propia limitación, es cuando más posible es superar esas limitaciones y perfeccionarnos. Ese fenómeno se da en la comunicación en vivo, donde la limitación del medio es también una síntesis creadora capaz de producir un completamiento, de llamar a su propia mejora. Esto explica que editar un libro sea una manera de mejorar nuestra escritura, o que emitir unas palabras sea la manera de superar cuanto nos dicen.

Ser un médium, decía Louis Jouvet, gran actor y pensador del que hablaremos a menudo en este trabajo, supone empezar un camino libre para el perfeccionamiento personal. En esa comunicación teatral en la que se da forma física a un proceso de traslado de un texto dramático hasta su público, se produce una auténtica “audición espiritual” en la que gracias a la situación de mediación, el silencio y receptividad crecen enormemente, tanto en quien habla como en quien escucha. El medio de comunicación crea un *silencio activo*, un “vacío positivo” que es fundamental para superar las fronteras de la personalidad y crecer con nuestro ser y la información que tenemos (vid. págs. 124 y ss. de su obra, *Le comédien désincarné*, Paris, Flammarion 2002).

La generosidad que va implícita en el papel del mediador, del transmisor gratuito de información vital, es premiada con la retroalimentación, con el enriquecimiento del medio, que adquiere una energía que es propia de esta condición activa. Cuando el emisor se transforma en medio de transmisión de un contenido que lo supera, se produce una catarsis ética, la persona se vacía en esa función y, al mismo tiempo, se encuentra o se realiza en esa función. Al producirse esta destrucción y recreación de la identidad del mediador o emisor de contenidos no personales, a menudo se da también el perfeccionarse del conocerse a uno mismo, produciéndose comunicación intrapersonal, como veremos. La tarea de mensajero, de mediador, tiene una serie de virtudes éticas que producen beneficios comunicativos, cuando la persona acepta no ser más que parte de un contexto de transmisión comunicativa superior a ella misma. Volcarse en tal tarea, como exige la tarea de mediador, implica también ver en acción los procesos de retroalimentación, en los que se recibe multiplicada la energía empleada, o en los que se contempla el poder de traspasar fronteras psicológicas y físicas infranqueables.

La mediación práctica, la situación de comunicación real, afecta a la intensidad de nuestra consciencia, como el gran actor francés Louis Jouvet supo ver. La

complementariedad de los participantes en la comunicación efectiva produce energía adicional que nos ayuda a ampliar nuestra experiencia.

La situación de comunicación práctica nos permite captar la naturaleza “dual” de todo mensaje, que se emite y se oye a la vez por el emisor, y cuya realización expresiva no precisa de confirmación o ratificación, pues ya es por su naturaleza exotópica, como diría Bajtín, es la expresión de un acuerdo o comunión previa. Esto se capta inmediatamente en una realización práctica comunicativa, en formas de retroalimentación que no son sucesivas, sino simultáneas, como si la expresión de quien se comunica tomara una fuerza o un medio de cuanto le rodea y empáticamente actuara sobre ese proceso previo de contacto.

La comunicación práctica actúa como un reactivo sobre la comunicación intrapersonal, sobre otras formas y contextos de comunicación. Su función es añadir emoción e intensidad a los elementos que intervienen en el proceso. Muchas formas de retroalimentación están presentes en ella.

Existe retroalimentación tanto de la teoría a la práctica como viceversa. La información vinculada a la experiencia genera formas abstractas que se memorizan, anclan y programan en nuestra mente y que a la larga producen una mayor destreza práctica, y viceversa, la práctica constante termina decantando una sabiduría casi ontológica que conecta cualquier actividad con el significado general de la existencia en muchos casos. Pero además hay importante retroalimentación para nosotros todavía inexplicable, entre los dominios cognitivos y las habilidades corporales, por ejemplo, quien puede conseguir esquiar mejor por desarrollo de su creatividad que proviene de la escritura poética, o quien puede componer musicalmente una pieza artística a partir de la práctica de ejercicio corporal.

El medio se diluye en la comunicación bien hecha igual que la forma se diluye en el contenido cuando es adecuada e igual que el significado de las palabras se hace experiencia viva cuando éstas comunican bien su contenido. Por otras razones que explicaremos también, el medio es aquel fenómeno de pérdida de dimensiones de una referencia para hacerse simple y transmisible, y medio es todo aquello que adelgaza, transparente o pierde dimensiones para transmitir un contenido. Este fenómeno es suficientemente complejo como para merecer un comentario.

Todos los medios de transmisión de un contenido suponen simplificaciones u opciones de simplificación ejercidas para poder condensar y trasladar un contenido, un significado. A menudo cuanto más simple es un sistema más capacidad realimentadora de comunicación tiene. Veamos por ejemplo la comunicación por la imagen. La imagen óptica es un sistema muy pobre semánticamente hablando, muy limitado si lo comparamos con el sistema lingüístico verbal, por ejemplo. Sin embargo, la capacidad de incrementar la eficacia del lenguaje verbal, que tienen las imágenes, por planas e incapaces de polisemia que sean, es enorme. Su poder radica en el poder de la síntesis, del elemento de vacío y de silencio que es vital en un sistema de signos. Pero en general debemos pensar que aquellos medios comunicativos más pobres en apariencia son los más potentes en retroalimentación, en capacidad de impacto y de eficacia en el tiempo y el espacio, como le ocurre a la comunicación oral, a los sistemas gestuales, a las comunicaciones instantáneas y efímeras, cuyas iridiscencias semánticas son mayores cuanto más rodeadas están por el silencio o el vacío comunicativo.

Vamos a ver aspectos diversos de la condición de la comunicación que hace que el medio sea el elemento imprescindible en todas sus manifestaciones. Hay, lo ha dicho Louis Jouvét, un “funcionamiento trinitario” de la comunicación (en este caso dramática). Ese funcionamiento hace que, en cada situación comunicativa se dé una relación única de comunicación entre emisor y mensaje, y además entre emisor y receptor y entre mensaje y receptor. Cada uno de estos contactos distintos produce un resultado en el instante comunicativo. Todos ellos, además, influyen y se suman para producir transmisión de la experiencia. En estas diferentes formas especulares o juegos de espejo, puede darse la comunicación.

La tríada comunicativa clásica del emisor, el mediador y el receptor, son elementos cuya función es establecer un sistema en el que los tres entren en contacto entre sí por la importancia de lo que se está representando en el instante de esa comunicación. Entre ellos se va a producir, por una simetría y retroalimentación creada en la comunicación, una identidad de estados psíquicos que sirve para transmitir un impulso creativo o una iluminación interior, como expresa Jouvét. Esa energía se convierte en vehículo ella misma para otras formas de comunicación intrapersonales.

Los tres elementos tienen un carácter simbólico que refleja fenómenos de comunicación. La comunicación siempre es de naturaleza indirecta, es decir, que entre dos polos ha de interponerse algo, que puede ser el mismo el mensaje, que sirve para unir a ambos y que se pueda traspasar entre ellos algo. Aquí tenemos una tríada. Para producir comunicación eficaz, es preciso que exista una tercera fuerza, la verdad o el mensaje que se transmite.

Además siempre que se transmite eficazmente una experiencia surgen terceras formas de comunicación que quedan larvadas. Cada comunicación produce gratuitamente desarrollos adicionales posibles, sugerencias de significación y de experiencia que pueden desarrollarse más. De nuevo tenemos aquí formas terceras, mediatizadas, que aparecen en la comunicación.

Como decimos, el medio aparece en un momento del proceso, representa un estado de acceso a otra comunicación superior o adicional. Parece darse una ley de retroalimentación comunicativa que establece que cuando una actividad es un fin en sí misma, se convierte automáticamente en medio para el acceso a información más rica o a mayores valores a los que se llega a través de la primera.

En general, la expresión conlleva una energía asociada a ella misma, y cuanto más intensa y real sea esa expresión, más energía despertará y será capaz de transmitir y usar en beneficio de la comunicación.

La práctica de la comunicación produce beneficios informativos y comunicativos. Este fenómeno aboga por una idea de la acción humana ligada a la acción práctica para recuperar su valor pleno, su pleno significado. La comunicación no parece posible a través de reglas o rituales ni es litúrgica, es decir, asociada a un funcionamiento estereotipado, sino que la clave para su desarrollo está más bien en la acción directa, en su puesta en marcha y en el contacto con su contexto. Si los rituales y liturgias producen comunicación no es por su valor propio, sino porque suponen acciones prácticas.

.....

SEGUNDA PARTE: COMUNICACIÓN EFICAZ

12.-La transmisión de la experiencia

En el modelo de comunicación bosquejado en la teoría de Walter Benjamin que citábamos páginas atrás (vid. Cap.. 4) , no hay gran diferencia entre la posición del emisor y la del receptor, si la comunicación permanece viva. Se trata verdaderamente de dos figuras idénticas en una comunicación que continúa indefinidamente. Para que se dé esa comunicación del valor o del significado de un mensaje, tanto quien lo emite como quien lo recibe experimentan lo mismo. Esa identidad de proceso entre quien habla y quien escucha, entre quien escribe y quien lee, es producida por la misma comunicación, y es el resultado de la retroalimentación de la comunicación.

Aunque casi todas las investigaciones y modelos de teorías de comunicación social modernas arremeten contra la idea de que exista una transmisión de experiencia a través de la comunicación, debemos rescatar esta idea porque es el núcleo que da valor a la comunicación. Y no solamente por ello, pues además al negar la posibilidad de un traspaso de experiencias a través de la comunicación se ha descuidado completamente el estudio de los aspectos más activos y eficaces de la comunicación. Se han dejado de lado los temas más interesantes de la comunicación, los más profundos y los más difíciles de explicar.

Desde luego que esto puede explicarse puesto que negar la existencia de comunicación entre individuos es una manera cómoda de estudiarla, además de ser intelectualmente desafiante y atrayente. Estudiando y conceptualizando todos los impedimentos y matices que podamos interponer contra la transmisión de las experiencias a través de comunicación, podemos diferir el tema central que tan difícil resulta. Incluso con esta perspectiva, podemos descuidar lo que es la comunicación misma y ocuparnos de temas sociales, culturales, políticos, que aparecen en una comunicación detenida o frustrada.

Los elementos y circunstancias que acompañan a la comunicación eficaz son muy diferentes de los que acompañan y producen una comunicación ineficaz. Es cierto que la comunicación es un difícil logro, que no se da automáticamente ni mecánicamente y que miríadas de factores interpuestos hacen casi milagroso un resultado positivo. Por ejemplo, entre esos muchos factores hemos de entender que los individuos son por naturaleza desiguales y sus circunstancias muy diversas como para posibilitar una posible coincidencia de significados entre sus diferentes códigos.

No se trata, pues, de una identidad previa en los mecanismos mentales y fisiológicos de emisor y receptor, que no sabemos si existe, sino más bien de un efecto creado por ciertos tipos de mensajes particularmente eficaces, que no hacen sino demostrar en la práctica real, con la comunicación real, esa igualdad. Estos mensajes tienen la capacidad de repetir en los receptores los mismos procesos que crearon en los emisores (por ejemplo, pueden recrear una idea original en la mente del receptor con la misma energía con la que se creó en la mente de su primer emisor).

La experiencia vital que la comunicación emite puede llegar intacta a quien la recibe y repetirse, o por hablar mejor, producirse de nuevas. No decimos con esto que siempre ocurra así en toda relación que aspire a una comunicación real y eficaz. Pero sí afirmamos que este es el proceso más esencial de la comunicación, el trasvase o traslado integral de una experiencia, algo tan milagroso como posible.

La posibilidad de que haya una transmisión integral de experiencia a través de la pura comunicación está basada en la identidad entre impresión y expresión. Este fenómeno, en primer lugar, significa que podemos depositar en un medio expresivo los elementos que nos han causado una impresión, para que ésta se reproduzca íntegramente en otra persona que reciba esa expresión.

La identidad entre impresión y expresión significa que el mensaje que circula por la comunicación actúa directamente como experiencia vital ante el receptor, no solamente puede desencadenar dicha experiencia, sino que la experiencia se haya condensada, abatida, por así decir, sobre el plano condensado del mensaje y viaja en él indefinidamente en tiempo y espacio.

La comunicación permite reproducir, por la igualdad entre impresión y expresión, indefinidamente una experiencia compleja o riquísima, que puede haber costado muchísimo esfuerzo y tiempo a un individuo, pero que quedará a disposición de los demás a través del sistema comunicativo. El proceso hace que esa experiencia trasladada obre con la misma energía y eficacia en todos los individuos que tienen acceso a ella, independientemente de tiempo y espacio. La comunicación resulta así continua. Lo que continúa y se reproduce constantemente es la experiencia que se traslada.

Jiménez Lozano lo expresa muy bien: “un narrador vive verdaderamente lo que narra, para que también lo vivan sus lectores” (*Los cuadernos de letra pequeña*, Valencia Pre-Textos 2003:145).

En la comunicación producida por una cultura comprender es, como dice Spengler, “responder a la impresión de un signo con el sentimiento propio de la significación” (1998:181 del Vol. II) No solamente el signo puede despertar una impresión, sino que exige una respuesta sensible que es resultado y a la vez medio de una experiencia transmitida o reproducida.

La identidad de impresión y expresión hace posible que transmitamos a los demás aquello que sentimos, al manipular una serie de elementos, los auténticos medios de comunicación. Cuando como receptores apreciamos una expresión producida a través de un medio, y aparece una comunicación efectiva, sentimos que la impresión que nos causa es la misma que causó al emisor. Esto nos permite seguir la comunicación e interactuar con los demás, independientemente del contexto o circunstancias de cada uno.

Así, se puede dar este fenómeno que Louis Jouvét describía con precisión: “en esta operación y este ejercicio, en ese momento, un instante de efusión en el que las palabras seguras y airoas suben a los labios del actor y le hacen sentir a su vez las sensaciones y sentimientos que el poeta mismo vivía cuando escribía las frases de su texto”

(*Témoignages sur le Théâtre*, Paris, Flammarion, 2002b, pág. 36). Esto mismo puede sentirlo al respecto de quien recibe ese texto.

La identidad entre impresión y expresión es la que facilita la comunicación entre las personas. El hecho de que sea posible que lo que conocemos o experimentamos pase intacto a un medio de transmisión, donde, expresado, pueda a su vez impresionar de idéntica forma a otra sensibilidad que no es la nuestra, es el fin ideal de la comunicación, que se produce en ciertas ocasiones, y que está en la base de las actitudes comunicativas.

Así, la atención de quien recibe un mensaje, la disposición y olvido de sí mismo que experimenta en esa situación, es igual al olvido de sí mismo y orientación para convertirse en medio de transmisión de un contenido que adopta un emisor de comunicación. Quien se dispone a comunicar y quien se dispone a recibir una comunicación se desposeen de su yo más dirigido y consciente para adoptar un sí mismo capaz de profundizar en su aventura interior, en su propia evolución. Es esa actitud despersonalizada o impersonal, como algunos autores han destacado, la que nos capacita para sentir intensamente, para crecer interiormente con la comunicación en curso y para percibir efímeras pero muy intensas sensaciones provenientes del exterior.

Cuando se ha experimentado una vez esa situación inaudita de comunicación, esa palpitación de vida comunicativa, se busca ya continuamente como fin de nuestras acciones de comunicación, y se tiene ya conciencia de la profundidad que pueden alcanzar el desempeño de cualquiera de ellas, por humildes que sean, dándose cuenta de la nobleza y alto valor de las mismas.

También es cierto que a menudo se llega a una transmisión integral de comunicación a través de diferentes medios o caminos para los distintos receptores o los diferentes integrantes de esa acción. Como si las partes del mensaje, los símbolos que participan, fueran claves que con distinta lógica producen todas el mismo resultado, es también frecuente que se produzca una identidad entre impresión y expresión al final de un camino de cogniciones y representaciones diversas para cada persona.

Ocurre este fenómeno en grandes obras y mensajes comunicativos, que poseen un poder múltiple de suscitar la atención y traspasar su contenido a los receptores. Como si existieran leyes y axiomas de geometría para el mundo inmaterial de los significados simbólicos, las diferentes distancias y los elementos que intervienen para cada receptor parecen seguir esa geometría de lo inmaterial, evidenciarla en un momento de comunicación en el que todas las inteligencias se igualan y todos los contextos se hacen convertibles entre sí, y en las que se produce una comunión en torno a un mensaje que se está transmitiendo. La sincronización de los muy diferentes contextos de cada receptor, que es capaz de producir este tipo de instantes únicos de comunicación, sorprende todavía más.

Si esta identidad entre impresión y expresión se da, la comunicación dentro de la persona (intrapersonal) está unida a la comunicación con otros (interpersonal). Cuando se produce una impresión profunda, sentimos imperiosa necesidad de expresarla, de comunicarla al exterior, e igualmente la expresión al exterior nos hace sentir mejor aquello que origina dicha expresión, desencadenando la expresión profunda del yo interior.

La explicación está de nuevo en el carácter continuo de la comunicación que cuando accede a lo que le da pie y constituye su motivo esencial busca vías de transmisión, de expresión, que van más allá de todo límite, sea intrapersonal o interpersonal. Las reconexiones entre mensajes y contenidos provenientes de estas distintas esferas de vida realimentan la comunicación. Ello hace que como indicaba Maslow, se dé un isomorfismo entre el crecimiento interior y el desarrollo en el mundo exterior a la persona, y que el aumento de la comunicación interna haga mejorar la comunicación externa y viceversa.

Son muchas las formas en que se puede producir una identidad y simetría total entre los dos polos de la comunicación, quien emite y quien recibe, y entre los diferentes receptores o emisores de la misma. En ocasiones es el traspaso de una experiencia integral lo que motiva que varias personas compartan códigos, imaginarios, símbolos, procesos cognitivos, y que igualen sus desarrollos evolutivos, o tiendan a hacerlo. En otros casos es la sincronización ya existente, y desconocida hasta ahora para nosotros, la que se nos desvela en un instante comunicativo, en el que vemos que hemos seguido el mismo camino, la misma orientación, que ha conducido hasta esa identidad con el otro. En otros casos, en cambio, el itinerario ha sido distinto pero ha habido confluencias en esa geografía inmaterial, lugares de cruce o encuentros, como nos dice la metáfora usual en comunicación, que pueden resultar igualmente sorprendentes.

La capacidad de la comunicación para crear estas distintas situaciones, igualando posibilidades de vivencia entre individuos muy dispares, y sorprendiendo nuestra capacidad de comprensión con peripecias asombrosas o coincidencias comunicativas que desafían tiempo y espacio, se da porque en ciertos instantes se producen equivalencias y equiparación de experiencias, traspasos integrales y aperturas absolutas a las mismas formas de energía.

En esos instantes únicos, asociados paradójicamente a las situaciones más efímeras y simples comunicativamente hablando, en las que unos pobres elementos expresivos son atendidos por un colectivo o un grupo social, se producen las más profundas formas de transmisión y conservación de experiencias muy costosas y ricas. Lo experimentamos como situaciones únicas que sólo el teatro, sólo la narración oral, sólo la poesía o la música pueden producir cada una de ellas a su modo. La intimidad y la profundidad de calado de la comunicación intrapersonal e interpersonal que se consigue entonces llama la atención de todos. Lo que sentimos es la densidad de ese sistema de comunicación, capaz de conseguir las experiencias cumbre vitales con una pobreza de elementos llamativa.

El fenómeno por el cual un sistema simple y pobre en dispositivos de comunicación consigue adensar una experiencia de vida de modo que la pone al nivel más alto que pueda darse en la historia humana, es el meollo de la comunicación. Si merece la pena estudiar la comunicación es por este fenómeno. Cuando muy pocos elementos creadores pueden contener la más completa y variada gama de experiencias sensibles muy elevadas y únicas en su género, estamos ante una comunicación retroalimentadora, un sistema de comunicación eficiente.

Vamos a verlo a través del símbolo de la pirámide de Maslow sobre el desarrollo de la persona humana. Como es sabido, Maslow (*La personalidad creadora*, Barcelona,

Kairós, 1994) dibujó una pirámide evolutiva que indica las facetas graduales del desarrollo del ser humano. Esa pirámide recoge las necesidades del ser humano, desde las más primarias y fisiológicas hasta las metafísicas y de tipo espiritual, en cuyo ápice se sitúa la autorrealización del individuo.

Los siete estadios de desarrollo (en los que hallamos sucesivamente las necesidades fisiológicas, de seguridad, de pertenencia, de autorreconocimiento, conocimiento, estéticas y metafísicas) son autoevolutivos en la persona, es decir, hay una tendencia natural a completar el surgimiento y satisfacción de esas necesidades a partir de su conexión. Así, las necesidades satisfechas tienden a producir necesidades del nivel superior sucesivo. Cuando satisfacemos la necesidad fisiológica de la alimentación experimentamos la necesidad más elevada de la protección frente al peligro o la más elevada aún de la pertenencia al grupo humano, y así sucesivamente unas necesidades van llamando a las siguientes conforme son satisfechas.

La persona sin embargo no es completa si no existen todas las formas de necesidad satisfechas, de modo que desde el peldaño más material de intercambio energético con el entorno, hasta la forma más espiritual de intercambio, de la vida activa a la vida contemplativa, deben desenvolverse todas las formas de contacto entre el ser individual y el ser total. Precisamente el sistema de la personalidad hace de la comunicación una técnica en el sentido arcaico y etimológico del término, un arte que permite desarrollar completamente el germen autoevolutivo de la persona, acelerando ese procedimiento, posibilitándolo y completándolo donde sea necesario, equilibrando la tendencia.

Hay una ligazón entre unos intercambios con el entorno y otros. Sin embargo, la comunicación puede suplir esa evolución y producir extraños desarrollos personales que no se produzcan escalonadamente. Así, un proceso comunicativo como la escucha de una pieza musical de un gran maestro pone en muchos casos automáticamente a la persona que la recibe al nivel de creatividad que el músico tuvo cuando concibió la obra. Ello nos permite disfrutar de la genialidad, de la originalidad, del autor que estamos oyendo. Si no estuviéramos a su nivel, no podríamos gozar de su genio.

Podemos gozar del genio de Mozart sin ser Mozart. Es decir, disfrutamos de su nivel de creatividad y de su capacidad musical aunque nosotros no tengamos esa creatividad ni sepamos siquiera componer en papel pautado una monodia. La comunicación permite que la expresión musical desarrolle en nosotros la impresión que Mozart mismo tuvo al componer su música, y en muchos casos, al trasladarnos su impresión original, nos traslada también la capacidad de crearla nosotros, como veremos. Lo que siempre nos llega es la experiencia de creación que el emisor original tuvo, condensada y preparada para repetirse y recrearse en nosotros.

Además el genio de un autor, sea musical, filosófico o científico, podemos apreciarlo cuando realizamos instantáneamente una revisión comparativa, por intuitiva que sea, entre la realización de ese autor y toda una serie de autores que en ese campo de obras humanas conocemos y hemos tenido oportunidad de apreciar. Cuando un autor nos transmite una obra genial, estamos en comunicación también con toda una tradición de autores y obras, y comparamos y valoramos, como parte de esa tradición, la situación presente y los logros necesarios que van siendo alcanzados. Lo curioso es que ese fenómeno de íntima conexión con toda una complicada tradición de logros humanos no la produce una formación y estudio de muchos años y una reflexión y trabajo

prolongados en ese campo, sino la simple audición de unas obras de autores. Esas obras tienen la virtud de ponernos sin más en la cúspide de una evolución humana que ha costado siglos de trabajo.

La transmisión de la experiencia de la creación es total, de modo que el receptor experimenta las mismas cosas que el emisor del mensaje. La comunicación permite saltar de nivel de desarrollo y ahorrar tiempo y esfuerzo para hacer posible esa transmisión de experiencia.

La imagen de la pirámide o la montaña de ascensión es muy útil para entender la capacidad de la comunicación para realimentar su propio proceso y dar lugar a niveles de experiencia cada vez más completos o perfectos. Cuando ascendemos una montaña, nuestro punto de vista va elevándose y podemos acceder a lo que llamamos “vistas panorámicas”, es decir, visiones totales del paisaje en el que nos situamos. Esta experiencia nos permite integrar distintos aspectos del paisaje que nos rodea, comprendiendo, a medida que ascendemos la montaña, mejor cómo se unen y complementan. Vamos encajando esos distintos elementos parciales en una totalidad que los simplifica y los completa a la vez a medida que subimos.

Cada vez que absorbemos información del exterior aumentamos también la capacidad de relacionar la información en redes y esquemas cognitivos. Las obras maestras comunican gran cantidad de información porque sus conexiones y capacidades de asociación son múltiples, tienen resonancia y polisemia, como veremos. Ello las convierte en “ascensores” que nos catapultan directamente a las visiones más completas a partir de la adquisición de elementos nuevos.

La experiencia física de la escalada es análoga a la experiencia que el acceso a la información puede producir, de integración de cosas aparentemente dispersas, de elevación del punto de vista hasta percibir cada vez más cosas en el campo. El desarrollo del pensamiento y del conocimiento no es sino una forma de elevarse hasta alturas de percepción de la realidad cada vez más capaces de integrar, sintetizar, es decir, simplificar, pero también de completar y estructurar la información que nos rodea.

Existe un ascenso en los niveles de comprensión que no es gradual sino en progresión multiplicada. Cada traspaso de experiencia por parte de una persona que posee un desarrollo superior nos obliga a nosotros a subir peldaños aceleradamente y a percibir o comprender muchos elementos nuevos de una sola vez. La comunicación entre seres vivos es capaz de producir esos saltos cualitativos en los que, como si colocáramos una clave de bóveda en una construcción, automáticamente se elevan ante nosotros alturas completas que no construimos piedra a piedra.

Tenemos que pensar que no solamente se nos transfiere una experiencia ajena, sino que esta capacidad de transferencia y de acción sobre la base de experiencias de los demás multiplica enormemente su poder, si consideramos que los procesos de experiencia nunca están cerrados. Como vamos a ver más adelante, la percepción y el procesamiento representativo abstracto son dos pasos de un flujo continuo que no tiene un cierre, no acaba nunca. La comunicación interviene en ese flujo entre percepción del exterior y pensamiento interior y amplifica, reabre o adensa más allá de su inicial orden y estado la experiencia de la realidad. Por ello, puede hacernos vivir o revivir mejor una

experiencia que ya creíamos pasada u olvidada. Los procesos vitales no acaban nunca comunicativamente hablando, siempre están abiertos a su intensificación o retroalimentación.

Cada comunicación puede ayudar al ser vivo a ascender en su particular pirámide para deshacer las contradicciones o desuniones de la vida y llegar a una visión armónica o panorámica en la que queden reconciliadas. Cuando ello ocurre, queda espacio para algo más, para un nuevo proceso de absorción de elementos exteriores: cuando ascendemos la montaña, abarcamos más paisaje.

En el mundo de la educación solemos cultivar el prejuicio de que existen personas de distinta capacidad o “talento” para formarse y que esa capacidad es monolítica, innata o predictiva, como dice Claxton (2001: 43). Sin embargo todas las investigaciones demuestran que los factores más importantes para desarrollar y para cambiar esas “capacidades” o “talentos” innatos son la práctica de actividad y el interés y compromiso, de modo que las personas que en alguna ocasión de su vida comprueban que esas facultades innatas se retroalimentan y cambian en los procesos comunicativos prácticos y constantes empiezan a desarrollar una confianza en sí mismos nueva y una resistencia a las circunstancias adversas o al fracaso mayor. Para estas personas existe una “idea de su propia capacidad de aprender como algo ensanchable.../...”hacerse más listos” es verdaderamente una posibilidad real para ellos, y merece la pena invertir esfuerzo en ello” (Claxton, op. cit. 2001, página 49). Al fondo, la confianza en la comunicación de experiencia y la posibilidad de cambiar o crecer se da o no se da.

En la pirámide de Maslow, los puntos más altos de la misma son más inmateriales, tienen menos superficie física: las necesidades superiores, enteramente satisfechas por procesos de comunicación, no solamente son inmateriales, sino que pueden sustituir y suplir a las necesidades inferiores, por ejemplo, cuando por razones morales una persona decide no comer carne animal o dejar sin satisfacer parte de las necesidades fisiológicas más materiales como las de alimentación. La comunicación no solamente desarrolla experiencias de intercambio de energía con el entorno que son más completas y menos contradictorias o injustificables, sino que puede llegar a sustituirlas o a anularlas casi por completo. De ahí que pueda decirse que la comunicación es una forma de alimentación inmaterial del individuo, cuya energía que se desplaza nutre a la persona para que limite o perfeccione sus intercambios de energía con el entorno.

En forma análoga o simétrica, la comunicación alimenta la parte inmaterial de la persona, de la misma manera que la alimentación material nutre la parte física, material. Ambos procesos se complementan y pueden sustituirse el uno al otro (así, un excesivo desarrollo de las necesidades de alimentación material bloquea el desarrollo de las necesidades de alimentación inmaterial en la persona, dicho muy simplemente, el materialismo o la adicción a la ingesta de sustancias, por ejemplo pueden clausurar el pensamiento, la sensibilidad o el equilibrio energético de la persona).

El desarrollo de una persona puede verse como una ascensión hacia el intercambio comunicativo con el entorno y consigo mismo, intercambio que alimenta al individuo y que puede de muchos modos sustituir formas más imperfectas y cruentas. La pirámide puede invertirse completamente de modo que su ápice ocupe la máxima superficie, y su base fisiológica, la mínima.

Se puede así dar el caso, volviendo a la concreta pirámide de Maslow, que haya personas que por sus procesos comunicativos con otras personas, desarrollen necesidades superiores elevadas sin haber previamente desarrollado los escalones inferiores de la ascensión al desarrollo personal completo, por ejemplo, personas sin suficiente autoestima que tengan necesidades estéticas muy desarrolladas (es decir desarrollos de quinto grado sin los de tercero) o personas con importantes necesidades de conocimiento que no satisfagan sus necesidades grupales o sociales.

Las personas tienen “pirámides” personales irregulares, de escasos niveles, o truncadas en algún escalafón o hiperdesarrolladas en otro, lo que, en último término, puede llevar incluso a impedir el crecimiento equilibrado y gradual de la evolución del ser humano (por ejemplo, un desarrollo desmedido de un intercambio con el entorno en un tipo de necesidad primaria “impide” la ascensión al siguiente tipo de necesidad). El crecimiento desmesurado de un “peldaño” lo inhabilita para servir en su función y lo convierte en un tope.

Los desarrollos de niveles superiores tienden a completar los desarrollos de los niveles inferiores, de modo que un desarrollo de las necesidades estéticas, por ejemplo, tiende a producir un desarrollo de la autoestima o de las necesidades sociales. La pirámide tiende a completarse más cuando los elementos vacíos de contenido están en medio de desarrollos vitales completos en otros elementos. Buscando el equilibrio, cuando se asciende a un nivel superior se tienden a completar gradualmente todos sus pasos previos, como si colocáramos una clave de bóveda que de manera natural incita a la construcción de una gran altura.

Si la pirámide de Maslow es ascensional, es decir, es como una escalera mecánica que automáticamente nos va llevando a estados superiores de desarrollo, los procesos de comunicación retroalimentada son los ascensores de esa pirámide, ascensores que sin necesidad de detenerse en cada piso nos pueden conducir de uno a otro, o hasta los más altos.

La comunicación es un intercambio inmaterial de energía con el entorno que caracteriza a las necesidades secundarias o superiores. Por la realimentación que la caracteriza, la comunicación puede desarrollar sin previo trabajo un intercambio comunicativo completo en el nivel estético, espiritual, gnoseológico o de conocimiento, lo que nos explica un poco más los posibles perfiles de personalidad humana que podamos conocer.

El contacto con experiencias de personas con desarrollos en la cúspide de la realización personal nos trasladará sus capacidades y nos impulsará hacia nuestra propia cúspide. Sin necesidad de subir peldaño a peldaño por la trabajosa escala de la evolución personal, la comunicación nos permitirá ver desde la cumbre del pensamiento humano, a través de las obras de los filósofos, o desde la cumbre de la sensibilidad estética desde las obras de poetas o pintores. Nos ilustrarán sobre la altura que podemos llegar a alcanzar y los panoramas distintos que podemos tener de cuanto nos rodea.

La comunicación en la enseñanza, por ejemplo, favorecerá desarrollos personales superiores sin necesidad de obligar al individuo a un proceso lento y trabajosísimo de acumulación de información previa y de trabajo con ella hasta hacerla productiva y muy valiosa. Es cierto que la acumulación cuantitativa de elementos tenderá a producir saltos

cualitativos en el nivel de desarrollo. La síntesis que esa comunicación puede provocar hará que la persona tenga abierta la puerta a muy complejos estadios de desarrollo, realizados por otros individuos, y que puede conocer y aprovechar, del mismo modo en que se conoce, se entiende y aprovecha un descubrimiento científico por parte de toda la sociedad aunque ninguno de sus integrantes fuera quien lo descubriera.

Este fenómeno es posible porque una vez establecida la comunicación eficaz, el emisor se convierte en un medio abierto que nos da acceso al valor total de la comunicación científica o artística, a la energía creativa que circula de obra en obra y que alimenta los pasos en ese proceso. Así podemos dejar de lado el asombro o la incompreensión que al principio sentimos cuando accedemos a un descubrimiento o innovación en un terreno de actividad y familiarizarnos y compartir sus beneficios. Los niños, por ejemplo, tienen tremenda facilidad para entender la tecnología en uso en su época, y no se trata de que hayan desarrollado facultades cognitivas especiales, sino que su mente se ha realimentado con la capacidad que el descubrimiento y desarrollo de esas tecnologías comunica con su sola existencia.

Una comunicación que transmite una experiencia se alimenta directamente de la experiencia misma. El pensamiento, que es un proceso integrante de la comunicación, percibe imágenes esquemáticas de la realidad pero que se despliegan en ese acceso experiencial en detalles y en información precisa y nueva, que realimenta al individuo desde esa llave de acceso que es el procesamiento cognitivo. Para acceder a la experiencia tanto es necesaria la capacidad de relacionar del cerebro, como la percepción sensorial directa.

La genialidad de las obras humanas, y la virtud de los sistemas de comunicación desarrollados para transmitir las experiencias más complicadas, nos permiten acceder a la información sin necesidad de progresar lentamente hasta ella. Las obras geniales son ilimitadas en su capacidad para arrojar información y significado en la mente y en los sentidos de una persona. Son mensajes que, como píldoras de efectos comprimidos e ilimitados en el tiempo, desarrollan su realimentación de un modo infinito –siempre podemos extraer de ellas nuevas lecciones o aplicarlas a situaciones nuevas-. Quizás ahí resida su capacidad para ponernos a la altura de sus creadores o transmisores sin que nosotros dediquemos el mismo esfuerzo o tiempo que ellos.

Toda la cultura no es sino el conjunto de medios almacenados para imprimir la experiencia en un soporte y transportarla a otro ser, de modo que ese proceso iguale a los individuos. Los medios son aquellos inventos humanos capaces de eliminar las condiciones físicas impuestas a la comunicación de experiencias en todas las circunstancias, de modo que nada condicione ni limite las posibilidades para cualquier individuo o ser.

Ni las distintas capacidades intelectuales o perceptivas, o expresivas o físicas, condicionan el resultado de una comunicación eficaz, que puede verter en palabras, por ejemplo, una experiencia a fin de que se reproduzca íntegramente en otro individuo, puesto que palabra y experiencia se conectan entre sí y desembocan una en la otra.

Cuanto más frecuente se hace la comunicación eficaz con un sistema de transmisión de valores clave, más nos realimentamos y capacitamos para entender y también para producir por nuestra parte ese tipo de valores. Esto explica también, que nos

capacitemos para la expresión artística precisamente cuando entramos en contacto habitual con la expresión artística ajena. Lo explicaremos un poco más adelante.

Los buenos periodistas saben que cuanto más información se conoce, más información se puede llegar a saber. El nivel de información crece exponencialmente por efecto también de este modo de realimentarse. Cuando sumamos piezas informativas vamos acostumbrándonos a sintetizar y a dar saltos cualitativos en direcciones informativas determinadas. Esto hace que los umbrales de carga informativa sean diferentes para cada persona, como hemos visto antes, y que podamos entender más información que para otros resulta demasiado pobre o simple, o excesivamente compleja y elevada.

La persona que se retroalimenta en procesos informativos determinados nunca termina de aumentar sus conocimientos en un campo, y además, como decimos, cada vez tiene mayor capacidad de absorción de información por ambos umbrales. Esta persona puede también ser más capaz de comunicación de mensajes o contenidos resonantes y realimentadores, en tanto puede simpatizar y conectar con aspectos de las situaciones más variados y diversos.

Esta persona cataliza y condensa múltiples retroalimentaciones si habitualmente se somete a la comunicación activa. Cada vez que se produce retroalimentación, la información aumenta y recubre con su significado el mismo mensaje y experiencia que se transmite. Con el curso del tiempo, ese fenómeno se va repitiendo y convirtiendo a la comunicación en un diamante de mil facetas significativas, es decir, en un medio cada vez más potente de transmisión y absorción de experiencias. Quizás ello explique el calor y la energía que podemos sentir cuando expresamos mensajes con valor profundo para el ser humano, mensajes que cambian nuestra misma experiencia de la comunicación y nos cambian con su acción sobre nosotros.

.....

19.-Tiempo y comunicación que se retroalimenta

Hemos hablado ya de la íntima unión entre el tiempo y la retroalimentación en la comunicación. El tiempo realimenta la comunicación en un sentido general absoluto, de modo que, tomando cualquier mensaje o cualquier fenómeno semántico, y poniéndolo en relación con el paso del tiempo, obtenemos siempre información añadida o realimentación comunicativa.

La dimensión temporal incide poderosamente en la comunicación, porque es un contexto cambiante que se une a la misma y la altera con su influencia. El tiempo produce cambios de contexto en los mensajes o en las comunicaciones. Esto explica que un mismo mensaje, un mismo libro, una misma representación o ritual, tengan efectos diferentes según las épocas o los momentos en que se producen o activan.

La dimensión simbólica de un mensaje es siempre indefinida, ilimitada, y el paso del tiempo conjuga con cada contexto que lo acompaña una nueva realimentación del

significado de que se trate. Cuando se repite una comunicación muy valiosa simbólicamente, siempre se produce realimentación de su significado, surgiendo nuevas resonancias, produciendo nuevas experiencias en nuevas personas, de un modo que muchas veces no puede explicarse o ni siquiera concebirse de modo lógico.

Si los mensajes y representaciones influyen en el contexto en que aparecen, de modo que se ha hablado incluso de cómo la definición de la situación que comunicativamente se hace es la que se impone sobre la realidad experimentada, también es cierto que los mensajes y definiciones cambian con el paso del tiempo. Las condiciones que el tiempo impone, de cambio de contexto constante, realimentan las comunicaciones que se han producido, a veces incluso comunicaciones que parecen acabadas o zanjadas cambian de sentido o se activan por el paso del tiempo y los cambios que implica.

Al actuar igualmente sobre el contexto de la comunicación y sobre los integrantes y elementos de la comunicación misma, el tiempo altera profundamente los resultados de la comunicación. Así podemos experimentar cómo ninguna situación de comunicación termina definitivamente, ni ningún proceso simbólico se agota en un paso.

El curso del tiempo favorece, en la mente intrapersonal, la incubación creativa en la que se hallan nuevas correlaciones de sentido en los mensajes almacenados. El paso ilimitado del tiempo es la condición básica de la mente inconsciente para producir sus resultados a problemas o cuestiones planteadas a la mente humana. La mente inconsciente es infalible o casi infalible en la solución de enigmas o problemas, siempre que se le deje tiempo ilimitado de trabajo, es decir, libertad interior absoluta.

El tiempo retroalimenta ilimitadamente una comunicación y un proceso representativo, del tipo que sea. Prácticas como el aprendizaje y dominio de idiomas, el aprendizaje e interpretación musical, el acceso a nociones teóricas de diversas disciplinas, todas ellas se enriquecen con el mero paso del tiempo, de modo que arrojan mejores resultados o presentan una mejor calidad con el paso del tiempo, de un modo ilimitado. Esto explica que incluso un muy mal director de cine pueda después de los años de experiencia convertirse en un director aceptable, y lo mismo ocurre en otro montón de ocupaciones. El paso del tiempo asienta en nuestra sensibilidad y en nuestra mente los contenidos necesarios, deja que el inconsciente los complete y que se desarrollen sus potenciales percepciones, facilita los automatismos necesarios para la práctica y para la toma de consciencia de aspectos globales, y otra serie muy amplia de operaciones que, actuando muy a menudo en incubación inconsciente, nos presentan por sorpresa resultados mucho mejores de lo que esperábamos en muchas comunicaciones y procesos simbólicos.

Autores actuales han comprobado (Gruber y Davis, en Sternberg 1999) que el propósito, el conocimiento y el afecto de la persona crecen con el tiempo, amplificando las desviaciones que un individuo encuentra en un sistema y conduciéndole a los productos creativos. También las actitudes, por tanto, se realimentan y depuran con el paso del tiempo, acercando al individuo a una nitidez mayor en sus motivaciones y decisiones, y probando su fuerza con la constancia.

Si, como parece, la creatividad de una persona es un conjunto de rasgos que tienden a complementarse, entre los que la motivación y la actitud se encuentran, junto a otros factores que van de la atracción por la complejidad al sentido artístico, la realimentación

que el tiempo puede producir entre ellos se incrementa y multiplica sus posibles efectos creativos. Esto explica que, como decía Teresa de Jesús, una “muy determinada determinación” pueda producir realimentación en un determinado contexto, supliendo a otras cualidades o capacidades. También Simone Weil registró que cuando el deseo por llegar a la verdad es “inalterable y violento” tarde o temprano produce su resultado.

Este factor ha sido analizado como la “motivación intrínseca” que caracteriza a las obras creativas y originales, ricas en información. La ausencia de interés egoísta, el placer de hacer las cosas por sí mismas, sin pensar en sus consecuencias o beneficios, es un rasgo que se ve en todas las personas creadoras, que no se preocupan de los fines o de los aspectos externos a su tarea, sino que la realizan como si fuera la única cosa en el mundo. La llamada “motivación intrínseca” (Amabile, en Sternberg 1999) que realimenta la creatividad, tiene una relación directa con la dimensión temporal. Cuando realizamos una actividad por ella misma, dejamos de preocuparnos del tiempo que dedicamos a esa tarea, e incluso, nos ocupamos de esa tarea en todo tiempo e instante. Esa carga de tiempo de dedicación indefinido, ilimitado, aumenta enormemente los resultados en el trabajo en curso.

También se ha llamado “el fluir” a ese estado en el que el yo del individuo deja de ser central en las actividades y desaparece la conciencia de sí mismo, de modo que el individuo se convierte en un medio de comunicación entre los procesos intrapersonales y exteriores a su persona en continua actividad creativa. Este estado es frecuente en las personas creativas.

El factor vital es el tiempo indefinido, para producir realimentación creativa en este caso. Confiando a las capacidades humanas la solución de los temas o problemas, el factor tiempo ilimitado supone asegurar el resultado. Tarde o temprano la solución se presenta. Las personas que dedican todo su tiempo y disposición a algo siempre consiguen el resultado deseado, aunque no sepan cuándo.

La realimentación así producida es por decantación, por profundidad en las capas de la mente que la información, al paso del tiempo, va alcanzando y donde va quedando más grabada. La información jamás deja de estar activa en nuestro cerebro, sigue recombinándose y asociándose a elementos afines, y moviéndose en diferentes contextos y redes de cognición, así que no es extraño que cada cierto tiempo se produzca un hallazgo de relaciones o estructuras nuevas. El tiempo además implica el olvido, es decir, la pérdida de elementos, normalmente en forma de síntesis o simplificación de los datos, lo que, como hemos visto, también va asociado a un crecimiento informativo –sólo se recuerda lo esencial y se tiende a olvidar lo complejo y oscuro-. Ello significa también un factor de crecimiento.

Podemos asociar directamente incubación creativa y trascurso del tiempo. Las personas capaces de encontrar soluciones originales y útiles a la vez de modo excepcional, son capaces de incubar durante tiempo indefinido sus ideas y la información que van captando de modo afanoso, y así el tiempo relajado y solitario o silencioso, el tiempo de suspensión y de incubación de los datos, va arrojando sus frutos en forma de retroalimentación, de soluciones a problemas y claves de enigmas, extendiendo ilimitadamente las experiencias de la persona en cuestión.

El silencio que se cierra en torno a un mensaje, después de ser emitido, es el espacio que resuena para que el mensaje adquiera mayor impacto, mayor sonoridad. Así, cuando un autor es único y su obra queda tras desaparecer aquél, la obra se convierte en muy valiosa, y hasta pudiéramos pensar que era necesario que el autor desapareciera para que su obra fuese valorada justamente y adquiriera resonancia entre los vivos. El silencio es el medio natural de la retroalimentación y dota de sentido muchas veces a un mensaje o comunica más sobre el mismo. Sonido y silencio se complementan y permiten la comunicación. Este aspecto del paso del tiempo es por tanto también vital.

Todos los medios de comunicación, de la naturaleza que sean, utilizan los límites de silencio para resonar más profundamente y producir mayor impacto. El silencio actúa condensando el poder comunicador del mensaje, como si se realizara una síntesis sobre el contenido que retroalimentara de valor al mismo. Por eso, mensajes emitidos en el pasado cobran cada vez más nitidez y valor conforme más los rodea un halo de silencio.

La memoria es una fuente de retroalimentación informativa constante para la mente humana. La enseñanza tradicional está basada en esta idea. La memorización de contenidos no es válida porque afiance una serie de datos en el cerebro, cosa que no se produce eficazmente y que está siempre condenada a un fracaso, sino que la actividad de memorización permite que el tiempo interactúe con la información almacenada y produzca más información, madurando la capacidad racional del estudiante y produciendo en él una base lo suficientemente sólida como para que sea capaz de reaccionar con autonomía, con espontaneidad, ante situaciones inéditas.

Además, la memoria es, como dice Jouvét, un mecanismo sensible. Tanto en su aspecto consciente como en el inconsciente, cuando la información actúa en incubación reforzando percepciones y atención o estructurando en modos alternativos los datos, la memoria aboca y culmina en la percepción vital, que está comprimida en la información recibida y que muy a menudo se despliega ante la cognición mucho tiempo después de haber sido captada por la persona. En muchos casos es vital que haya una fase prolongada de incubación, una fase de maduración en la que la parte no consciente de nuestro cerebro va almacenando y acomodándose a los datos percibidos, al tiempo que nuestra consciencia va también madurando y ampliando su radio de experiencias. Cuando se produce la denominada “emergencia perceptiva”, y los datos afloran a nuestro consciente desde la memoria, es para producir un descubrimiento de la realidad, es decir, una realimentación de la percepción inicial.

La simple repetición de un mensaje, de una representación simbólica, tiene el poder de retroalimentarse, de arrojar información nueva. Hemos visto muchas razones para que esto se produzca. Una más es la de que la comunicación es un fenómeno riquísimo en su más sencilla forma. Simplemente repetir o copiar una comunicación anterior produce la repetición del proceso sensible, revive las percepciones iniciales y revisa la construcción mental creada en el primer momento. Siempre que discurrimos, aunque sea a través de la comunicación intrapersonal, reiteramos sensaciones, percepciones, cogniciones, es decir, reabrimos la puerta hacia el exterior. “Representar es percibir”, decía Louis Jouvét, a quien no nos cansamos de citar por su profunda comprensión de la comunicación.

Pero lo cierto es que hay determinados tipos de mensajes y comunicaciones que tienen la denominada “resonancia” en expresión de Northrop Frye (*El Gran Código*,

Barcelona, Gedisa, 1988). Esta resonancia es la capacidad ilimitada de emisión de contenido que una obra esencial del patrimonio intelectual de la humanidad tiene. La “resonancia” de una obra a lo largo del tiempo hace que siempre posea la capacidad de comunicar cosas nuevas o profundas, con independencia de quién sea quien la reciba o en qué circunstancias o edades.

La resonancia de una obra de gran efectividad comunicativa traspasa las barreras culturales, lo que hace que aunque el receptor provenga de un entorno cultural distante, o tenga un nivel educativo bajo, pueda extraer de la obra valores que le coloquen a su altura y cercanía, igual que lo hace una persona idónea cultural o educativamente hablando para ella. También traspasa las circunstancias generales, de modo que la obra parece desplazarse en el tiempo junto a las civilizaciones o culturas, conviviendo con ellas y ofreciendo visiones distintas de su prisma de contenidos de valor esencial, de modo que nunca muere su valor. Así, una obra clásica sigue siendo actual en tanto la energía comunicativa que transporta conmueve lo más profundo y eterno del ser humano, que nunca cambia, pero también, en tanto va “desvelando” o descubriendo sus capacidades de expresión de las nuevas generaciones con las que va conectando por esa capacidad.

No se trata tanto de que el mensaje sea invariablemente válido, cuanto que desencadena coincidencias significativas y valores simbólicos con las cambiantes circunstancias que se van dando, de modo que parece cambiar y variar sus elementos conforme varían las circunstancias. Así, una obra de teatro de un genio clásico, por ejemplo de Calderón de la Barca, parece desplazar su centro de gravedad según el distinto interés por ella de las generaciones sucesivas, e incluso, cobra o descubre valores que mantenía ocultos y con los que la juventud actual se identifica (el juego con las múltiples dimensiones de la realidad, etc.)

Frye (*Poderosas Palabras*, Barcelona, Muchnik, 1998) ha estudiado algunas de las razones que explican la “resonancia” en el tiempo de ciertas piezas comunicativas, como grandes libros o grandes relatos. Este autor canadiense indicó que la fuerza de esas comunicaciones radica en el lazo comunicativo que establecen entre esferas de vida separadas por la mente racional. Los distintos órdenes del mundo (vegetal, animal, humano, material) quedan unidos en la estructura metafórica de los relatos y expresiones artísticas. Ese contenido tiene capacidad de atraer a nuevos receptores y de tratar una parte de la vida psíquica del hombre que tiene fondo espiritual. Por eso estas obras se desplazan en el tiempo y espacio, y aunque dejan de tener un valor religioso o social, siguen siendo piezas clave del museo imaginario, del cosmos imaginativo humano.

La resonancia de Frye significa que la obra efectúa una comunicación práctica en cada etapa y ciclo de vida humana, y que esa acción está contenida, condensada, en el medio mismo, en la obra al alcance de todos los receptores. Esa capacidad realimenta cada situación en el tiempo y hace que cuanto está plasmado en la obra se realice entre los participantes en la comunicación. El sistema de espejo, por el cual la obra realiza lo que contiene, es lo que hace eternas a estas piezas que son los libros sagrados, las grandes estructuras metafóricas de toda civilización. Nuevamente, la identidad entre expresión (obra) e impresión que causa en cualquiera que se le acerca, es el meollo de esta capacidad eterna.

“La obra de genio-dice Jouvett- manifiesta una virtud inmortal de desarrollo, se presta a una multitud innumerable de interpretaciones según la diversidad de puntos de vista, se renueva perpetuamente y vive una fecunda vida que nada puede acabar. Se muestra capaz de una duración inagotable, crea sus discípulos, desencadena un largo movimiento de aplicaciones y de teorías” (pág. 235 de *Le comedien...*)

La metáfora de la música para este fenómeno nos pinta un proceso en el que, desarrollado un tema musical central, las consecuencias acústicas no se acaban en forma de armonías con otros sonidos adicionales y también como capacidad de despertar constantes asonancias en la comunicación a lo largo del tiempo.

La capacidad de desplegar significados indefinidamente está también en la densidad simbólica de los mitos que analizó Carl Gustav Jung. Esta capacidad efectivamente supera el tiempo-espacio y llega a constituir fenómenos de sincronicidad comunicativa. En ellos, como hemos indicado, el significado es el único plano de justificación o explicación de fenómenos comunicativos en los que desaparece la distinción entre mente y materia o mente interior y tiempo-espacio exterior al individuo. Como fenómenos de alta rareza, las sincronicidades también pueden considerarse efectos de retroalimentaciones comunicativas.

Los fenómenos de sincronías o sincronicidades son formas de comunicación en las que la energía significativa que tienen se desarrolla enormemente. La forma como estos sucesos ocurren y la forma como ordenan las circunstancias hace que su grado de rareza y de valor sea muy elevado. Sincronicidades y coincidencias entre pensamientos o comunicaciones y fenómenos físicos, trasvases de contenidos por encima de barreras temporales o distancias espaciales enormes, simbolismos producidos entre realidades muy distantes y de diferente naturaleza, son todas ellas formas de comunicación en las que el significado establece la relación, es decir, retroalimenta o establece una comunicación (Jung 1981) y ordena la realidad.

Jung insistió en que lo importante de esta teoría era la primacía del significado de las cosas sobre su situación objetiva, de modo que era la carga simbólica o semiótica la que se imponía sobre el desorden o el azar de la realidad. Como si fuera posible una semiosis en el tiempo y el espacio, los significados se asocian o reúnen en coincidencias asombrosas o muy llamativas que aparecen no ya en la obra de un creador de la literatura o la pintura, sino en la realidad no imaginaria. Esos fenómenos en definitiva son comunicaciones que presentan realimentación.

Igualmente en la teoría artística de Malraux, hay una dimensión temporal muy profunda. El arte mundial es una gigantesca metamorfosis que domina el paso del tiempo, porque se trata siempre de un mismo y único ser, un organismo que va adquiriendo formas en cada sociedad humana, cambiando su encarnación y reapareciendo bajo otra nueva. Desconocemos qué nuevas formas heredarán el contenido y el valor comunicativo del arte anterior, como dice el autor francés “sólo el sucesor de Rembrandt sabe que él será su sucesor”. Los renacimientos son imprevisibles: “una cultura renace cuando los hombres de genio, buscando su propia verdad, sacan del fondo de los siglos todo lo que antiguamente representó a esa verdad, incluso cuando no la conocieran” (1996: 196-197). Cuando se produce ese fenómeno, la comunicación a lo largo del tiempo se retroalimenta: “Los fetiches negros crean el arte Fauve igual que el Fauvismo crea a los

fetiches negros”. Cada cultura aporta los medios para mantener en la siguiente metamorfosis lo más elevado a que se ha llegado en las anteriores” (ibídem). Cada obra supone una creación y a la vez la resurrección de las obras pasadas, olvidadas quizás, que se realimentan de energía comunicativa. Es un gigantesco sistema de comunicación con dos direcciones simultáneas, hacia delante y hacia atrás en el tiempo.

Cuanto vemos en un período cultural es en realidad el resultado de una retroalimentación comunicativa que ha conformado el presente, y también el pasado. Conforme avanzamos en el tiempo, las comunicaciones que se abren y continúan, de cuantas son intemporales, también siguen perteneciendo a sus épocas originales, o al menos a las épocas en las que han estado activas comunicativamente hablando. Por eso, como Malraux no se cansó de repetir y exponer, el Arte en todas sus formas nos presenta formas vivas como arborescencias, tan vivas en su raíz como en sus extremidades más nuevas (el árbol de la comunicación que tanto toma la forma de un “nogal de Altembourg” malrauxiano como del “árbol de la Literatura” de J. Goytisolo, o la forma de una gigantesca planta cultural Spengleriana). Tanto lo que aparece como pasado hoy como lo que se hace presente son resultado de la comunicación en curso, y son formas vivas y activas.

Toda nueva obra, sea artística o científica, ordena el pasado al surgir, y no sólo pasivamente, sino convirtiéndolo en comunicativo, como supo ver Malraux. Esto hace que no exista un pasado objetivo, una historia única y limitada, sino que su valor estará siempre en función de cada presente, de cada ser vivo con quien entable un contacto.

Las obras maestras del Arte y la cultura mundiales llevan en sí “como una fosforescencia, una potencia de supervivencia a través de la cual *nos* hablan” (Malraux 1996: 292). Su capacidad para transmitirnos la experiencia y la energía asociada a ellas se convierte en un medio de superación de la distancia temporal. Cada obra maestra está dotada de eternidad, en forma de capacidad de cambio de su centro de gravedad, y en forma de permanencia y continuidad de su sentido para las sucesivas generaciones humanas. De tal manera que, a pesar de que como hemos visto cada obra interactúa con su contexto inmediato y extrae de él su significado y valor, las obras artísticas geniales traspasan esos contextos limitados y se convierten en códigos de contacto con todos los contextos espacio-temporales posibles.

Hemos visto en un epígrafe anterior la capacidad asociativa de la información. Debemos decir aquí que los mensajes asocian sobre todo una energía a su propio desarrollo, captando o cautivando esa energía y haciéndola circular a través del establecimiento de comunicaciones. Esa energía simbólica y comunicativa va desplazándose y creando y dejando tras de sí medios de traslado, como hemos visto. Cada mensaje con capacidad de realimentar su propia emisión comunicativa parece estar dotado de una vida propia, de una fuerza de atracción y de desplazamiento que lo hace constante en el espacio y en el tiempo.

Tanto la investigación de Jung sobre la capacidad psíquica de los mitos, como las visiones de Malraux, como la teoría de Frye sobre la resonancia semántica de las obras universales, comparten la idea de que en las realizaciones comunicativas humanas, si entendemos por tales las obras y mensajes que han pasado la barrera del tiempo, hay un núcleo activo que se desplaza con las circunstancias cambiantes y conserva su poder comunicador para el ser humano. Oswald Spengler fue el primer autor que en 1922

indicó que cada obra cultural ilustraba el modo de ligar al hombre con su entorno, de enraizar al individuo con un paisaje, que florecía y fructificaba en las expresiones de una cultura, crecidas en torno a esa primera unión con la tierra, que mantienen su vida durante períodos superiores a la de cada existencia humana. La vida de las culturas es para este autor la vida de unos macroorganismos cuyas dimensiones son superiores a las de la vida humana individual, pero experimentan una vida real, con sus momentos de auge, reproducción y decadencia (*La decadencia de Occidente*, Madrid, Austral, 1998).

De esa primera y originaria unión de la vida del hombre con la tierra y las plantas que le rodean, y de la forma de vincular la vida con la naturaleza, se produce, en la teoría de Spengler, una comunicación que realimenta todo el desarrollo de una cultura. Como tal, una cultura en la teoría spengleriana es un organismo que se alimenta de las experiencias que viven en sus integrantes, por las que transitan vínculos que se mantienen y reconectan entre sí, y que conservan su poder creativo cuando continúan esa primera experiencia.

La vida superior de los macroorganismos de las culturas obedece a su capacidad para conectar con una relación primaria y única, la del hombre con el cosmos que le rodea, que siempre realimenta esa comunicación. En tanto una esfera de desarrollos comunicativos conserva la capacidad de trasladar este vínculo reproduciéndolo en tiempo y espacio, se mantiene viva pero va desapareciendo conforme va perdiendo esa capacidad y entrando en decadencia, convertida en una mimesis de sí misma.

La vasta teoría histórica de Spengler es una teoría de comunicación, en la que las formas históricas constituyen un lenguaje, la expresión del alma humana y su relación con el entorno. La participación directa en la vida y la transmisión de la experiencia producen las realizaciones históricas, las culturas, profundamente ligadas al destino humano, al descubrimiento del verdadero ser del hombre y su desarrollo no explicado por la lógica ni por la racionalidad, pero patente en la llamada “lógica del tiempo”, en la certidumbre interior que se refleja en la expresión cultural comunicada.

Viendo en la historia universal la eterna formación y deformación de seres vivos de orden superior, la comunicación que cada cultura supone es vital por su capacidad de expresar significados humanos, de transmitirlos y conservarlos. No existe otra manera de conocer al hombre que a través de la comunicación única que una forma cultural establece. Todos los errores de interpretación, todas las imposiciones de la lógica o de la física y la causalidad sobre la naturaleza humana son monstruosidades que nos impiden conocer la verdadera historia humana, según Spengler. Deformaciones que ocultan la importancia de unos procesos y sobrestiman otros, que imponen un falso orden y una falsa armonía al curso de las obras humanas.

Es vital recuperar esta teoría histórica, porque en ella se hace fuerte una idea comunicativa de la cultura: cada cultura es un sistema de equivalencias que permite transmitir experiencias al presente humano. Las culturas, como André Malraux desarrollaría a partir de Spengler, son importantes por lo que transmiten, y no por su carácter cerrado e intraducible. Toda cultura por definición es un sistema de traducción, idea que Lotman también desarrollará a fondo en su teoría semiótica.

Las culturas, según Malraux, son “medios que permiten al hombre ponerse de acuerdo consigo mismo”(1886:156). Favoreciendo en la expresión artística la comunicación

intrapersonal y la comunicación colectiva, haciendo “estallar la condición humana a través de medios humanos”, las culturas no son herencias, sino “sistemas de voluntad” (Malraux 1996: 159-160).

Malraux afirmó que “hay algo más importante que la Historia misma, y es la constancia del genio” (1996: 225). La cultura es el sistema que nos permite transmitir y mantener esa constancia, aboliendo las distancias y recuperando elementos del pasado. El proceso se retroalimenta en la visión de Malraux, como hemos dicho, y es de nuevo inevitable citar literalmente: “ Es el arte moderno el que nos permite ver todas las formas del mundo, él, que, a través de la herencia de las formas, nos aporta la inmensa herencia de valores en metamorfosis. Y tras esa resurrección , cántico de la Historia, y no su producto, se va precisando el enigma fundamental: el hombre” (1996: 225).

En un plano más simple, Lotman (*Semiótica de la cultura*. Madrid, Cátedra, 1985) ve también cada cultura como un conjunto de lenguajes, de códigos que traducen y transmiten significados y cuya finalidad es mantener la memoria de los estados precedentes y hacer crecer las equivalencias entre ellos y frente a los elementos exteriores. Hay una diferencia entre lo que Spengler y Malraux consideran una cultura y la idea de sistema de traducciones que Lotman comparte con otros autores de la Antropología. Pues lo importante en la teoría cultural morfológica de Spengler no es la función traductora de la cultura tan sólo, sino su carácter único como logro comunicativo, su capacidad de atesorar significado y transmitirlo. La potencia simbólica de la cultura no está sólo en su capacidad traductora, sino en su “grado cero”, es decir, en su logro expresivo, en la riqueza que consigue y conserva en su interior para servir al presente humano.

Cada obra dentro de una civilización es una expresión de algo oculto o interno, no aprehensible por los sentidos inicialmente. El fondo del ser humano, su alma y su naturaleza interior, solamente cobran forma en las formas artísticas, y no en la simple apariencia. Las formas estéticas son por tanto fisionomías, presentaciones aparentes de lo inexpresable en apariencias, de lo secreto y oculto. Así es como el arte es considerado una forma de comunicación, de lo intrapersonal o intravital, de lo intrahistórico, que adquiere forma interpersonal o social.

En este sistema, la retroalimentación entre cada conexión con el hombre presente de esas realizaciones artísticas culturales es lo más importante de todo: no la conservación de las obras en museos, ni de su información en los soportes físicos o tecnológicos, sino cada acto de comunicación, vivo y orgánico, que se da entre una obra intemporal y un hombre vivo en el presente. En la medida en que ese hombre puede recibir esa experiencia y realización, y compartirla, realimenta la cultura. Este sistema orgánico, retroalimentado, es puramente comunicativo.

Igual que un tronco de un árbol milenario permanece adherido al suelo en el que brotó y levanta sus cientos de años hacia sus ramas, como un ser vivo en todas sus partes, las culturas deben permanecer vivas como sistemas de comunicación desde sus raíces hasta sus últimas ramificaciones. El edificio impresionante de una comunicación viva y milenaria, eso es una cultura. En su cuerpo circulan las mismas experiencias, las mismas significaciones, de su origen a su presente y viceversa, en realimentación constante, orgánica. Cada acto de comunicación abre una puerta al origen mismo de esa cultura, en

el efecto túnel del que hemos hablado ya. La integridad de esa transmisión de experiencias es la que hace que viva una cultura.

Dice Spengler: “la gran cultura... es la conciencia vigilante de un único organismo enorme que convierte las costumbres, los mitos, la técnica y el arte...y no sólo éstos, en formas varias de un mismo idioma, con una misma historia” (1998: vol II, 65). El camino hacia el perfeccionamiento de la existencia en su destino va perfeccionando esas formas, entrando en comunicación con cuanto rodea al hombre. Cada desarrollo es una ligazón o unión en comunicación con el universo que nos rodea, al tiempo que supone el desarrollo de la fuerza interior que lo demandaba.

Malraux (1996:110) estudia estos mismos principios al afirmar que “solamente en el elemento positivo de una civilización puede la obra de arte encontrar su fuerza.../...la libertad que cuenta para el artista no es la libertad de hacer cualquier cosa, sino la libertad de hacer lo que él quiere hacer...de acuerdo con la civilización que le rodea y en la que encontrará la fuerza de su genio”. Arte y cultura se imbrican en un proceso de realimentación continua, cuyo fin es “expresar de la manera más elevada e intensa la experiencia humana valiosa” (Malraux, 1996:93).

La enorme energía que retroalimenta una cultura nace de sus procesos innumerables de comunicación con la naturaleza, con el fondo común terrestre, y al mismo tiempo, con el espíritu, con el fondo íntimo del alma. “Donde quiera que existe realmente vida, domina una lógica intensa, orgánica, impersonal, un instinto, algo que es totalmente independiente de la vigilia y los enlaces causales, algo que la vigilia no advierte siquiera” (Spengler 1998: 167 del II vol.)

La cultura es un fenómeno generativo, en el que la “energía morfogenética religiosa” (pág. 477 del II vol.) va creando formas y seres orgánicos. Los hombres son más creaciones de esa energía que creadores de la misma. “En la raíz de la gran planta llamada cultura, que hunde sus fibras en lo hondo del suelo materno y aspira todos sus jugos y las savias para enviarlos arriba, a la copa del árbol, donde la cima penetra en la luz de la historia”(pág. 538), se unen espacio y tiempo presentes, cultura y sociedad presente.

Malraux considera que las formas artísticas geniales hacen “explotar” literalmente un dominio de referencia, estallando los modelos y los orígenes, gracias a la emoción y la creación que comportan. Así el artista, medio de un proceso que lo supera, abre las puertas a un inmenso “más allá” artístico y espiritual, el dominio artístico de la humanidad, que es común y se reunifica en esa dimensión comunicativa, de modo que resucita su presencia. Cada genio, dice Malraux (1996: 337) apela y comunica con la naturaleza misma del arte mundial, arrancando del silencio y del olvido esos símbolos, haciéndolos amados de nuevo por la humanidad.

Es en la actitud de amor y aprecio por esos tesoros de contenido y de respuestas que están cifrados y conservados en la obra artística y cultural de la humanidad entera donde la comunicación desemboca. La cultura y el arte nos hacen “amar”, desencadenan la actitud activa y participativa en ese proceso inmenso de búsqueda y de legado. Cuando “nuestra alma rencuentra esos grandes recuerdos que no habíamos puesto nosotros mismos, también rencuentra en sí misma fuerzas tan poderosas como las fuerzas orgánicas”. (Malraux 1996:339). A menudo los hombres nos creemos menos fuertes y

menos libres de lo que en realidad somos, como hemos estudiado aquí. La comunicación nos permite desarrollar nuestra fuerza y libertad lo suficiente como para concebir “un mundo pasado que nos pertenece” (ibídem 339).

Cuando una cultura es incapaz de comunicar, es decir, de transmitirse y llegar al presente humano, se vuelve inorgánica, se muere literalmente. Como la comunicación que no se realiza prácticamente, el estancamiento supone la decadencia y la muerte de un sistema expresivo. La razón profunda que explica esto es la retroalimentación que sobre la cultura, como comunicación, tiene cada contexto presente, que alimenta de sentido también ese sistema y que le da vida, igual que el emisor y el mediador dan vida y realimentan una comunicación teórica o ideal. El presente sin el pasado cultural es un árbol sin raíces que lo sostengan frente a cualquier inclemencia, y el pasado sin el presente es un árbol muerto, sin hojas que le permitan respirar. Como los nogales malrauxianos, los frutos de la cultura constituyen el humus caído que alimenta las raíces, así como éstas dan fuerza y savia a las hojas para generar frutos. Podemos ver ese gigantesco proceso vivo en un árbol milenario, como el propio Spengler hizo. Podemos considerar la importancia de las raíces para la pervivencia del alma humana, como vio Simone Weil.

La relación entre historia y presente, a través de la cultura, es vital para el mantenimiento de ambos polos de vida humana con significado, con destino. En el momento en que una cultura no sirve ya para activar el sentido metafísico de la existencia, cuando no cumple ya esa función esencial de vínculo con las nuevas generaciones, muere como tal, pues no se retroalimenta con el ser vivo que la activa en su función.

Lotman (*Semiótica de la Cultura*, Madrid, Cátedra 1985) o T. S. Kuhn (*La estructura de las revoluciones científicas*, México, FCE 1987) han analizado formas negativas de esta retroalimentación: cuando un sistema pierde capacidad de conservar o absorber información se esclerosa y muere, como ocurre con la conservación de las semiosferas (Lotman) o de las más simples eras de paradigmas científicos. Spengler analizó sobre todo la capacidad de crear información nueva en los sistemas culturales. Lotman analiza cómo la capacidad de conservar la memoria de estados precedentes, y de explicar cada nuevo elemento en los términos de su concepción del mundo, mantiene vivas las esferas semióticas. Kuhn analizó cómo los paradigmas científicos reinterpretan todos los descubrimientos y hechos observados en los términos de su ley principal, y cuando un hecho o descubrimiento choca frontalmente con ella se produce una revolución científica que cambia el paradigma reinante. En ambos casos estamos viendo procesos comunicativos a gran escala en los que la conservación o adaptación de información son la clave de su mantenimiento.

La retroalimentación que aquí se presenta tiende a la conservación del estado actual y al estatismo, siendo negativa. Del mismo tipo son las reordenaciones del pasado que presentan los discursos científicos que analizan autores como Popper o Arber, observando la adaptación que a un contenido determinado se hace de toda la información disponible en un campo.

La distinta actitud respecto a la conservación de información marca diferentes tipos de cultura, según Lotman. Las culturas textualizadas y las formas modernas de entender la conservación de información establecen una necesidad de retroalimentación de tipo

negativo, en la que los soportes físicos y los medios tecnológicos intentan garantizar la conservación de los datos. En las culturas del libro y en los sistemas orales la conservación de información cultural se encomienda más bien a la retroalimentación positiva que la comunicación puede lograr, confiando en la capacidad de despliegue simbólica que los sistemas más simples pueden tener.

Cuando hablábamos de la concepción normal del arte como sistema de comunicación único de valores inmemoriales (caps. 13 y 14), en las teorías de Coomaraswamy y de Benjamin, veíamos cómo la realimentación posible en la comunicación artística tenía para estos dos autores separados por las distancias geográficas mayores pero muy cercanos en ideas, una finalidad eminentemente útil y práctica: el arte es capaz de conservar y poner en contacto contenidos valiosísimos para el desarrollo individual y de una civilización. Su misión es la de hacer crecer la comunicación intrapersonal, elevando a la persona de niveles inferiores de desarrollo hasta los niveles elevados, desarrollando las necesidades estéticas y de conocimiento a partir del cumplimiento de las necesidades materiales y fisiológicas en cualquier actividad humana social.

Según esta teoría, a lo largo del tiempo han permanecido sistemas de comunicación contenidos en el arte de muy diferentes culturas, desde la egipcia a la griega prehelenística pasando por la hindú tradicional, asiática, o la medieval centroeuropea, pero también en los pueblos primitivos y el arte popular de todo el mundo, cuya relación con las necesidades fundamentales del alma humana es siempre la misma.

Arnheim explicaba que “el arte vigila para que formas, objetos y acontecimientos, mediante el despliegue de su propia naturaleza, puedan evocar las potencias más profundas y simples en las que el hombre se reconoce” (1998:327)

Benjamin creó el concepto de “aura” (1991) de una obra de arte para significar la capacidad única y sobrenatural de cada pieza artística para transmitir en un instante espacio-temporal significado nuevo a la persona. El “aura” de las obras de arte es una forma de resonancia de la obra según el concepto de Frye, es la capacidad de una obra de arte para ser siempre nueva a los ojos de quien la contempla o recibe. Es la vida de una obra, la huella de su presencia.

Es también la capacidad de generar información indefinidamente que una obra de valor tiene, al paso del tiempo, conservando de esta manera su capacidad informativa. No solamente se renueva la información que se va produciendo en los distintos contextos de comunicación, sino que la parte central del mensaje queda siempre asociada a estos nuevos elementos, eternizada en la memoria de los receptores y espectadores

Esta capacidad hace que aunque conozcamos de memoria una pieza artística y repitamos el proceso de recepción, siempre encontramos elementos nuevos en ella. La situación de recepción artística es siempre original, como la situación de creación artística. Las obras son inagotables en sus connotaciones y ángulos de interpretación. Tienen siempre una relación única con el instante y espacio en que son percibidas y rememoradas. Realimentan constantemente su proceso comunicativo.

Otros autores hablan de la “plasticidad” de una obra o mensaje con esta capacidad, es decir, el hecho de que podamos obtener de él formas nuevas y nuevos contenidos de una manera ilimitada, o de que podamos hacerlo actuar en cada situación y contexto de

modo diferente, de acuerdo también con lo que cada uno deseamos ver en él. La esencia férreamente rígida del mensaje o del texto desapareció de los estudios de comunicación tradicionales cuando se descubrió la naturaleza abierta del mensaje (por ejemplo en la obra de U. Eco). Los mensajes poseen capacidad de adaptarse, ampliarse, retroalimentarse, de producir sincronías en tiempo y espacio.

El “aura” de una obra de arte también se enriquece del aquí y ahora del yo personal de quien media en la comunicación. Parte de las resonancias que hallamos como nuevas e inagotables son resultado de una interacción entre los símbolos de la obra y los planos de significado de nuestras propias personas, que se ponen en relación de representación con la primera ante nuestros propios ojos, resonando o creando armonías entre sí. En el hecho de que la identidad de las personas sea también un fenómeno infinito e ilimitado, igual que lo es el valor de la comunicación de grandes obras y mensajes, reside el secreto para hacer posible esa retroalimentación infinita o ilimitada en el tiempo.

Por último, el “aura” resuena también en la comunicación del pasado, en esas formas integrantes de una cultura que aparecen o reviven también tras de una obra resonante, y con las que se produce una constante interacción, hasta el punto de que es difícil de saber si esas obras del pasado son más actuales y presentes que la comunicación presente, o es al contrario.

20.- Retroalimentación y desarrollo personal

Tenemos que pensar que toda comunicación es un proceso abierto y continuo que pone a la persona en forma para seguir desarrollándose y extraer de los valores en germen de toda comunicación, el máximo de contenido posible para realizarse.

Hemos visto que la retroalimentación interviene en muchas formas en los procesos que unen al ser vivo con su entorno y su mundo. Desde las formas más simples de integración de información, a las formas en que se favorece la realización del individuo en todas sus dimensiones y capacidades de experiencia. La realimentación produce, según Maslow (op. cit., 154) “desde la percepción de los aspectos gestáltico-vectoriales (dinámicos y direccionales) del campo perceptivo, hasta la percepción del futuro como existente ya, es decir, de las potencialidades y posibilidades de crecimiento y desarrollo futuros, y por último, las percepciones unitivas, según las cuales los aspectos eternos y simbólicos del percepto se captan simultáneamente a los aspectos concretos, inmediatos e ilimitados”.

Las formas de retroalimentación de la comunicación más eficaz constituyen medios de formación del individuo. El hombre, decía Malraux, tiene necesidad de formarse a través del espíritu. La comunicación hace que ese espíritu incida sobre el hombre, lo deshaga y lo reforme. Cada cultura es fundamentalmente un medio de transformación de la persona, no una posesión, ni un atributo. La cultura es, para estos autores nuestros, el más potente protector del mundo libre contra los demonios de sus sueños, el más poderoso aliado de la humanidad para llevar a la humanidad a un sueño digno del hombre (1996: 294). Pues en la misma comunicación humana reside uno de los mayores peligros, como es poner los sueños al servicio de la fuerza humana, y no al revés. La imaginación ha sido en las vidas de muchos hombres uno de los mecanismos de

envilecimiento y aislamiento más poderosos que se hayan dado, y ese poder se ha multiplicado con las capacidades de proyecciones imaginarias de la comunicación actual. Ello ha hecho que, como analizara Simone Weil en su gran obra *Echar raíces* (Madrid, Trotta, 1999), los mayores crímenes contra el espíritu, las mayores barbaridades capaces de desarraigar de sentido y de valor la vida humana, circulen impunemente por su naturaleza inmaterial a través de los medios de comunicación.

Según Malraux, quien entre muchos pensadores contemporáneos ha reflexionado a fondo sobre los problemas que el exceso de poder de la imaginación plantea en el hombre contemporáneo, actualmente asistimos a una batalla terrible que divide a la civilización, la batalla entre las inmensas potencias del imaginario y del sueño que han producido los medios de masas, y las potencias de la cultura capaces de resucitar en mil formas realimentando de significado original la vida humana.

Esta batalla divide a los hombres entre quienes están del lado del “diluvio de la imbecilidad” (Malraux 1996: 323) en las máquinas capaces de multiplicar los sueños sentimentales y que ponen los medios creadores de fantasías y representaciones al servicio de los más bajos instintos, y quienes se ponen del lado de la superación humana y la capacidad de crecimiento de las personas. El poder que la comunicación tiene para poseer literalmente a los individuos, es la clave de ambos procesos. La capacidad eterna y profunda de la comunicación para marcar la vida humana no siempre es reconocida, y hay quien sigue creyendo con ciego orgullo infantil que los hombres poseen a su imaginación y no al revés. Actualmente vivimos “la lucha de las formas resucitadas contra los instintos primordiales” (1996:326) en los productos de la comunicación de masas. Para muchos, la comunicación presenta la derrota de la voluntad humana por su imaginación y sus instintos más bajos, y la incapacidad de desarrollar la sensibilidad y el contacto con el universo. Pero para otros muchos también, la comunicación permite hacer resurgir poderosas fuerzas de crecimiento personal, realimentadas en su sentido con cada contexto, con cada signo que tiene un peso esencial en la vida de una persona, y que podemos ver renacer en las condiciones menos esperadas o superando la dirección del tiempo, los límites y plazos.

En esa comunicación superior, que se retroalimenta, se hace posible “ la metamorfosis más profunda del ser humano, que siempre termina por convertir a los verdugos en mártires” (Malraux 1996: 330). Si las metamorfosis de los símbolos eternos del arte muestran la permanencia de las mismas fuerzas y valores, la metamorfosis personal que esta comunicación produce en cada individuo también lo convierte en un ser poderoso y compacto.

La retroalimentación o reiteración de procesos comunicativos desde su energía original es característica de toda invención y descubrimiento creativo. Hoy sabemos cómo acceder a las nociones abstractas, es un proceso en el que es vital redescubrir o descubrir autónomamente esas nociones, como si no existieran de antes. El pensamiento se desencadena siempre de un modo independiente. Igualmente, todo descubrimiento, aún cuando carezca de valor en sí porque constituya en realidad un redescubrimiento, es válido pues muestra cómo funciona la capacidad creativa y de invención y ciencia.

Como si en cada comunicación eficaz no solamente accediéramos a las posibilidades informativas de cada situación, sino también a toda una serie de estados y cualidades adicionales, la comunicación retroalimentadora nos da la clave de acceso a múltiples

posibilidades de desarrollo, pues como se sabe, es más bien la actitud y la disposición que se desencadenan lo que marca esta realimentación.

En realidad, el mal no es sino la ausencia de comunicación con el mundo que nos rodea y con nuestro propio ser. Si sintiéramos el efecto de nuestras malas acciones no las llevaríamos a cabo. Quien hace el mal no siente su objeto, salvo a través de una gruesa corteza o pantalla que distorsiona el efecto causado, y que, aislando a la persona del exterior, no le transmite más que un leve cosquilleo insensibilizado de lo que constituye su propia sensibilidad para el exterior.

Nuestra sensibilidad se desarrolla en la comunicación con el entorno, que abre la posibilidad de sentirnos a nosotros mismos. Cuando nos negamos a comunicarnos con el entorno, nos negamos también a conocernos a nosotros mismos, y a sentir lo que hacemos.

La comunicación abre los planos de relación entre el yo y el mundo, de modo que participar comunicativamente en algo es unirse con ello, ya se trate de actores u objetos de la comunicación. Esa posibilidad hace que podamos formar parte de inaccesibles mundos o realidades por un acto comunicativo, que podamos saltar grandes distancias temporales y espaciales gracias a este sistema de realimentación de energía.

La retroalimentación supone un salto cualitativo en la comunicación y la relación del ser vivo con el entorno. La expresión superior, el mundo de lo más espiritual e inmaterial, aparecen en cualquier forma de comunicación transformando nuestra consciencia y promoviendo cambios en nuestro yo personal. La comunicación suscita la acción de fuerzas en sus componentes, que provienen tanto de las situaciones prácticas materiales como de la psicología y de la sensibilidad de los participantes, y que actúan demostrando su importancia en la existencia humana.

Unas formas de desarrollo de la persona apelan a otras: el desarrollo de la reflexión produce la excelencia profesional, la comunicación auténtica con la propia personalidad llama a la comunicación con los demás y a la comprensión del entorno que nos rodea. La retroalimentación se multiplica en muchas formas y planos diversos que mutuamente se benefician. Esto explica su importancia.

La comunicación producida por la realimentación se nos aparece como un acto único, un logro excepcional en el que se produce el acceso a la experiencia: la experiencia que nos transmite alguien, que vivimos directamente aunque no sea originalmente nuestra, y la experiencia de la propia existencia y vida que cobra fuerza y autenticidad en la situación comunicativa. Tanto nuestro ser como el ser del mundo que nos rodea no son cosas gratuitamente dadas. Solamente en los fenómenos comunicativos cobran un vigor y una fuerza que los hacen auténticos, reales. Esto solamente ocurre en dependencia de unos con los otros. Solamente poseemos nuestro yo cuando está convertido en un medio de acción comunicativa con el exterior. Sólo cuando traspasamos algo, lo poseemos verdaderamente. Solamente poseemos la verdad de un mensaje, o el significado de una situación, cuando lo vivimos en forma de comunicación, cuando se mueve, o está vivo, en la comunicación efectiva. La energía sólo se conserva en el gasto.

Existe complementariedad en el perfeccionamiento personal y el conocimiento del mundo exterior, así como nuestra capacidad para comunicar con él y actuar sobre él con

eficacia. Solamente en procesos de perfeccionamiento personal, en los que la persona crece por encima de sus posibilidades iniciales, es posible que se adquiera influencia sobre el entorno y capacidad de comunicación con él. Y viceversa, esa comunicación con el exterior y su eficacia también ayudan al individuo a crecer interiormente.

La retroalimentación es esa sobreabundancia de energía que permite el crecimiento de la existencia, el desarrollo de la vida. Si concebimos, como Spengler (1998:303), la vida como un medio en el que “no soy “yo” el que realiza la posibilidad, sino la posibilidad la que se realiza por medio de mí”, todas las formas de alimentar esa realización las percibimos y disfrutamos como realimentaciones de nuestras acciones, como comunicaciones positivas de nuestro entorno que refuerzan nuestras acciones y destino individual con su simbolismo y resonancia.

La retroalimentación permite contemplar la actividad de todos los elementos presentes en la comunicación, cómo hablan y resuenan por sí mismos cuando la carga de sentido y simbolismo crece y se aumenta inesperadamente. La potencia expresiva se incrementa en la conexión con el espacio-tiempo, en la vinculación con el individuo vivo en el presente, en el contacto con una cadena de mensajes o con su referente cambiante. Todos los elementos expresivos cobran vida y están vivos en la comunicación que se retroalimenta.

La aparición de la retroalimentación en la comunicación de una persona con el entorno o consigo misma es de por sí una recompensa personal. Por eso, los procesos creativos presentan lo que se ha llamado “motivación intrínseca”, es decir, unas actitudes y disposición de la persona que van más allá del interés egoísta o de las preferencias personales, para encontrar verdadera fuerza y afecto a cuanto se está transmitiendo o recibiendo. La liberación que supone el que aparezca retroalimentación en un proceso comunicativo, frente a premios externos o frente a circunstancias adversas, lo hace poderosísimo. Las actitudes desencadenadas por esta retroalimentación, comunes y comunicables a los demás, hacen a la comunicación intemporal y superior a condiciones y circunstancias.

Muchos investigadores piensan que el desarrollo de la persona y de la creatividad que tenga en germen es una cuestión de actitudes, de desarrollo de motivaciones y en último término, algo que se comunica directamente de unos individuos a otros. Sólo las personas creativas enseñan a otros a serlo. Los actos de comunicación exigen que exista una identidad e igualdad entre quien se expresa y quien recibe esa impresión en sí. Sólo la transferencia directa de la experiencia retroalimenta al receptor.

Aún cuando sólo seamos testigos una vez en la vida de un fenómeno de retroalimentación comunicativa, ya por ello seremos conscientes de la capacidad que la comunicación tiene, para despertar las formas de nuestro yo más dormidas y más poderosas, así como para lograr que nuestra fuerza y capacidad se identifique con las de los demás y se unan en un esfuerzo común y compartido. La retroalimentación surge como un milagro de creación de comunicación con nuestro entorno que marca la vida de las personas porque carga de simbolismo y de verdad resonante la experiencia en la que surge. Actitud activa, hallazgo de sentido o sensación de existencia, todo ello son efectos de una comunicación auténtica que puede surgir de cualquier ocupación, oficio o situación comunicativa, por humilde o desprovista de valor que aparente ser.

Es muy importante decir que estos fenómenos ocurren a todo el mundo y son comunes a todos, por lo que podemos compartirlos. Muchos han pensado que esos fenómenos de carga simbólica surgida en el instante de una comunicación eran simplemente resultado de una concreta profesión, de una concreta situación personal, de un tipo de lenguaje, de un área limitada de la vida humana. Son universales y comunes, y el hecho de que surjan equivalentes en muy diferentes contextos debe de señalarse para reconocerlos y entenderlos, para utilizarlos en el emprender la verdadera comunicación humana, que todavía no ha progresado apenas en esta capacidad de obrar realmente sobre el mundo y la exigencia.

Entrar en comunicación significa una relación de igualdad o identidad transitiva, a través de la cual traspasamos o transmitimos la experiencia. La información es un medio transitable para poder regresar o continuar una comunicación, la prueba de que hemos abierto un camino que permanece para entrar en contacto con cuanto nos rodea.

La comunicación es el medio a través del cual permanecen las experiencias, se transmiten y se conservan. La comunicación es una acción, por tanto, algo aparentemente efímero y cambiante, algo dependiente de circunstancias y que no puede fijarse ni registrarse. Sin embargo, por todo esto es precisamente el sistema que permite esa conservación de información. La retroalimentación, en todas sus facetas, es el fenómeno en el que se reproduce, se recrea o se mejora la información que transita en la comunicación. Los fenómenos de retroalimentación nos permiten presenciar la identidad total entre las personas más diferentes, la restauración total y completa de toda situación o evento a pesar de tiempo y espacio, la repetición fidedigna y eterna de cuanto vale la pena que permanezca, el crecimiento súbito de la persona y su desarrollo total con mínimos factores.

Hay mensajes a los que rodea inmediatamente el silencio y la lejanía, para después recobrar su fuerza toda y renacer constantemente, con milagrosa potencia, que no llegamos del todo a explicar, en la memoria y en la vida de los hombres. Hay otras formas de comunicación que inicialmente parecen estallar difundiéndose rápidamente, pero que envejecen y mueren con la misma celeridad. Lo que marca la carrera diferente. desconocida incluso para nosotros, de un mensaje u otro, de un significado u otro, es si retroalimenta o no a la vida humana. Si se mantiene en el tiempo o si es efímero. Si es capaz de hablar a las personas o si no nos dice nada. Si retorna a pesar de las dificultades o depende tan sólo del calendario y la coyuntura favorable, que en cuanto desaparecen, se lo llevan como a una hoja seca el viento de otoño.

La retroalimentación refina y purifica nuestra identidad, la dota de significado y la hace nacer verdaderamente en un momento de comunicación. Ningún presupuesto previo, ni esencia natural, ni capacidad innata asegura la viveza de una experiencia como lo hace la práctica de la comunicación que se retroalimenta.

Todos los lenguajes de la expresión contienen información, es decir, son formas de codificar experiencias que se renuevan y reconocen. Su finalidad es abocar a la voluntad del hombre, a la capacidad de expresarse mejor y de superarse a sí mismo, creándose un valor y energía más allá de su capacidad inicial. En este sentido, el arte es un medio de crecimiento personal, como lo es toda forma de comunicación perfecta. En ellas, como dice Malraux, “el destino se transforma en consciencia”, y se extienden hasta el límite

cognoscible la materia que el hombre utiliza para ser más hombre, la posibilidad infinita de respuesta a las cuestiones vitales” (1996: 142)

La actitud que domina la realimentación comunicativa es una actitud de generosa disposición y sumisión a los códigos compartidos y los valores heredados a través de los sistemas de comunicación. Son actitudes de disposición y afecto genéricos, por decir así, en los que la persona encuentra dentro de sí unos intereses y valores no egoístas, no personales, “acto de amor, empresa de ternura” en las que se revela lo más valioso del hombre, para perpetuarse. Una obra en marcha, una gran tarea que nace de reconocer que hay identidad de fondo, de generosidad, de sensibilidad, en todo ser vivo, para a partir de ahí ver la vida de otra manera y construir otro mundo posible.

La unión que el misterio de la comunicación puede producir entre los hombres contiene la energía inagotable y el amor necesario para proseguir esa tarea. Todo mensaje eficaz contiene esa llamada, atrae para el mismo fin a todos los seres y a todos los considera y los hace igualmente capaces. No solamente creer en la comunicación es aceptar con fuerza estas ideas, sino que practicar la comunicación es producir una identidad verdadera, capaz de cumplir un deber cultural y humano además de natural, que nos aporta siempre recompensas interiores muy ricas.

“Ya es hora, -decía André Malraux- de mostrar que la unión de los hombres es algo distinto a la imagen de una primera comunión. .../...más allá de una sentimentalidad irrisoria, los valores por los que los hombres se unen darán de nuevo sentido a la fraternidad viril” (1996: 117). La comunicación viene haciendo esto desde tiempo inmemorial. Es hora de reconocerlo así y aprovecharlo un poco más.