

ÁREA ABIERTA Nº 24. NOVIEMBRE 2009

Referencia: AA24. 0911.121

“APROXIMACIONES AL ESTUDIO DE LA INTERACCIÓN INDIVIDUO-PAISAJE A MODO DE EVOCACIÓN COMUNICATIVA INTRAPERSONAL” (2ª parte)

Autor: JORDI DE SAN EUGENIO VELA. Universidad de Vic. Barcelona.

---

# **APROXIMACIONES AL ESTUDIO DE LA INTERACCIÓN INDIVIDUO-PAISAJE A MODO DE EVOCACIÓN COMUNICATIVA INTRAPERSONAL**

*(...) El paisaje se contempla. El placer que produce la contemplación genera la necesidad de prolongar el recuerdo por medio de la descripción gráfica, pictórica, literaria o fotográfica. El paisaje se dibuja y se describe, pero también se recrea por medio de la construcción de jardines. Más adelante, el paisaje también se piensa, llegando a reclamar la atención de los filósofos. Contemplar, dibujar, describir, recrear... son fases de apropiación que conducen a un pensar y reflexionar sobre el placer y sobre aquello que lo produce, sobre quien lo disfruta y sobre el lugar y el tiempo en que se disfruta.*

(Javier Maderuelo 2006: 5).

*(...) Así, podemos decir que parece evidente que la comunicación intrapersonal es como la figura más pequeña de una muñeca rusa. En otras palabras, aunque es una verdad de perogrullo, cualquier comunicación humana requiere un procesamiento humano de la información. Por ello las teorías de la comunicación, sin pretender convertirse en una psicología cognitiva, deberían tener en cuenta esta comunicación intrapersonal cuando los objetivos de la investigación y el fenómeno a analizar así lo requieran.*

(Miquel Rodrigo 2001: 52).

## RESUMEN

El análisis de la interacción individuo-paisaje presenta numerosas perspectivas de estudio vinculadas a la generación e interpretación de simbolismos e imaginarios. La capacidad significativa y/o de evocación comunicativa del paisaje encuentra, en la comunicación intrapersonal, una argumentación relevante en el proceso de construcción de un aparato teórico que permita estudiar el proceso de apropiación y vivencia del paisaje en términos de manifestación comunicativa. El despliegue de un aparato teórico que permita interpretar el mensaje del paisaje así como descodificar su discurso intangible, representa el objetivo principal de la investigación que se presenta a continuación.

**Palabras clave:** paisaje, comunicación, apropiación, vivencia, geografía

## ABSTRACT

*The analysis of the individual-landscape interaction presents different perspectives of study related to the generation and interpretation of symbolisms and imaginary. The significant capability and/or of communicative evocation of the landscape finds, in the intrapersonal communication, a relevant argumentation in the process of construction of a theoretical device.*

*This question allows to study the process of appropriation and experience of the landscape in terms of communicative action. The development of a theoretical device that allows to interpret the message of the landscape as well as to decode its intangible speech, represents the main aim of the research that appears next.*

**Key words:** landscape, communication, appropriation, experience, geography

## CONTINUACIÓN.

## 5. Contribuciones de la geografía, la psicología y la teoría de la comunicación a la interpretación de la vivencia del paisaje en clave comunicativa intrapersonal

### 5.1. La aportación de la geografía al “tratamiento moderno” del paisaje

Tradicionalmente, la geografía ha sido una de las disciplinas que más se ha ocupado y más aportaciones ha hecho en la constitución de una ciencia y cultura del paisaje. De alguna manera, la geografía ha considerado y considera el paisaje de forma territorializada: los paisajes como territorios concretos, delimitados, con valores determinados. En su vertiente más tradicional, la geografía ha aportado al paisaje la caracterización y delimitación de unidades de paisaje para el conocimiento del territorio previo a su ordenación (Gómez Mendoza, 2004).

En relación con la evolución histórica de los métodos de estudio que ha utilizado la geografía para tratar los aspectos principales del paisaje, Gómez Mendoza (2004) destaca, ante todo, la priorización del trabajo de campo y la observación directa. Así, se expresa la voluntad de entender al paisaje de forma integral (es por eso que se plantea el abordaje comunicativo del paisaje a partir de las aportaciones de la geografía y de la comunicación). Este aspecto se encuentra vinculado al interés por la dimensión cultural del paisaje, así como a sus representaciones culturales, las cuales dicen mucho de estos mismos paisajes.

En el año 1984 Joan Nogué, catedrático de geografía humana en la Universidad de Girona, defendía la tesis doctoral titulada *Geografía humanista y paisaje. Una lectura humanista del paisaje de la Garrotxa a través de la literatura y de cinco grupos de experiencia ambiental* en la Universidad Autónoma de Barcelona. Esta investigación, dirigida por Maria Dolors Garcia Ramon, se convirtió en pionera en el tratamiento de la percepción del paisaje en las universidades españolas. Nogué, con su trabajo, ponía la primera piedra y legitimaba, en gran medida, los estudios simbólicos de paisaje.

Éste es, precisamente, el enfoque que se considera más actual en el tratamiento del paisaje por parte de la geografía (al menos en el estado español). Son muchos los autores que manifiestan la necesidad de progreso académico y, por extensión, científico, en el campo de estudio específico de los simbolismos (intangibles) inherentes al paisaje que Nogué ya reivindicaba hace veinticinco años.

Por su parte, Nicolás Ortega Cantero, catedrático de geografía humana en la Universidad Autónoma de Madrid, se ha pronunciado en los siguientes términos en relación con el tratamiento actual que la geografía dispensa al paisaje (2006: 108-109): “La visión del paisaje vertebrada por la geografía moderna agrupa la perspectiva científica, explicativa y la perspectiva cultural, comprensiva, con que se adentra en el mundo de las cualidades, de los valores y de los significados”.

En la misma posición se sitúa Josefina Gómez Mendoza, catedrática de análisis geográfico regional en la Universidad Autónoma de Madrid, cuando señala la necesidad de aumentar el conocimiento vinculado al simbolismo que se desprende del paisaje (2004). En este sentido, habla del reto que supone hacer inteligibles y valorables los paisajes de la cotidianidad: los paisajes metropolitanos, urbanos, periurbanos, rurales, abiertos, etc.

Gómez destaca, especialmente, la necesidad de recuperar la “capacidad narrativa” de los paisajes, y por extensión, su capacidad de transmitir significados. Los paisajes devienen, en este contexto, una clara manifestación de la naturaleza y la cultura. La autora destaca la necesidad de entender los paisajes en su vertiente totalizadora, como un todo. Así, la conciencia del “todo”, es lo que acaba creando el paisaje en una referencia clara a la obra de Georg Simmel *El individuo y la libertad. Ensayos de crítica de la cultura* (1986: 175): “Nuestra conciencia tiene que disponer de un nuevo “todo”, unitario, por encima de los elementos, no ligado a su significado aislado y no compuesto mecánicamente a partir de aquello: eso es el paisaje”.

De hecho, el paisaje estético, el paisaje de los artistas, se ha visionado desde siempre a partir de las posibilidades intangibles o de evocación del paisaje trasladables, por ejemplo, a una obra pictórica. Pero el vuelco definitivo hacia la firme consideración de estudio del paisaje significativo se ha producido en los últimos cinco años con un aumento considerable de la producción académica relacionada con el ámbito de estudio propio del imaginario de paisaje y los simbolismos y valores que se le asocian. En concreto, en Cataluña, la puesta en marcha de la Ley de Paisaje (2005) ha previsto, también, un ámbito de estudio y/o una delimitación, de los valores simbólicos que la ciudadanía otorga a sus paisajes.

En efecto, el grueso de la aportación de la geografía en relación con el estudio de la dimensión subjetiva del paisaje se sitúa a partir de la explosión de las denominadas "geografías del sujeto" (años sesenta del siglo XX), periodo considerado como la eclosión del subjetivismo en geografía en oposición a tendencias anteriores de claro signo positivista. La geografía de la percepción y del comportamiento ambiental, la geografía humanística y la etapa posmoderna en geografía, aglutinan la parte del pensamiento geográfico más lograda en el abordaje de la dimensión intangible del paisaje.

La geografía de la percepción y del comportamiento ambiental aparece en la década de los 60 del siglo XX y fija sus preceptos teóricos fundamentales en el conductismo (*behaviorismo*). Esencialmente, representa la antesala de las que se conocerán como "geografías del sujeto" e implica la incorporación de la dimensión interior del ser humano. Se fundamenta en la percepción psicológica del medio a través de los sentidos y en el comportamiento de la sociedad mediante el estudio de su conducta (Santarelli y Campos, 2002). Se parte de la base de que la percepción humana desarrolla un papel decisivo en el proceso de formación de imágenes del medio real, lo que acabará repercutiendo sobre las bases del comportamiento individual y grupal.

A partir de 1970 aparece una nueva perspectiva, que se postula a sí misma como alternativa crítica contra el positivismo lógico, y que destaca al sujeto como centro de la construcción geográfica, yendo más allá de la pura percepción. Es la denominada geografía humanística, una geografía del mundo vivido centrada en los valores y en el concepto de lugar como centro de significado, de identificación personal y foco de vinculación emocional (Ortega Valcárcel, 2000). Esta corriente se apoya en las nociones propuestas por la fenomenología, el existencialismo, el humanismo y el idealismo. La fenomenología de Husserl, las concepciones filosóficas que resaltan el papel de la comprensión en el proceso de conocimiento, y con ello del individuo; los postulados de Heidegger, e incluso la crítica de raíz marxista de los representantes de la Escuela de Frankfurt, como Marcuse y Habermas, constituyen el soporte de la crítica humanística a la geografía analítica y sus presupuestos. Se persigue un conocimiento holístico, subjetivo, vivido, empático del espacio a través de una inmersión en el mismo, identificándose como parte del mismo.

Finalmente, la geografía posmoderna, surge en el contexto de la posmodernidad. El posmodernismo va asociado a la crisis del proyecto ilustrado de la modernidad en la filosofía, la cultura y la ideología y muestra un gran interés por nuevos lenguajes y formas de representación, por el fin de las verdades absolutas, así como por la deconstrucción de viejas teorías y métodos (Albet, 1994). El posmodernismo aboga por la aparición de nuevos valores y actitudes ante la vida, en el marco de una revolución social que se manifiesta con especial incidencia en los ámbitos de la información y el consumo. El posmodernismo en geografía se ha traducido en una renovada atención a las problemáticas que caracterizan al lenguaje y a las formas de expresión y representación del mundo y de la experiencia temporal y espacial vivida (Nogué, ed., 2008b). Ha dado preponderancia al espacio y a la dimensión espacial (geografía) por encima del tiempo y la dimensión temporal (historia) y ha contribuido a la introducción de la teoría feminista en la geografía, además de revalorizar la esfera local (nueva geografía regional y estudios de las localidades). En conjunto, se apuesta por la búsqueda de fórmulas alternativas más flexibles, que faciliten la comprensión de las nuevas relaciones generadas entre espacio, tiempo y sociedad.

De alguna manera, se constata que en los últimos años la tendencia predominante en el alcance geográfico del paisaje ha sido el enfoque que no se encuentra vinculado estrictamente a su estudio más taxonómico, sino que pone el acento en la importancia de trabajar, también, con las variables simbólicas del paisaje y, más todavía, en la necesidad de delimitar metodologías de análisis que permitan hacer una lectura significativa. En efecto, en el estudio de las relaciones que vinculan a las personas con los espacios -en este caso el paisaje- se encuentra el enfoque geográfico-comunicativo que permita vislumbrar las posibilidades de análisis del paisaje desde el ámbito de las ciencias de la comunicación. En este sentido, las posibilidades que nos ofrece la geografía mediante el denominado "tratamiento moderno del paisaje" así como la aportación de las geografías subjetivas<sup>10</sup>, de gran peso en la tradición geográfica, unidas a las corrientes de pensamiento en comunicación, especialmente en relación con la visión más comprensiva, estructuralista y de perspectiva interpretativa de la teoría de la comunicación, contribuirán, de forma decisiva, a la interpretación de los significados y vínculos que se establecen entre la ciudadanía y sus paisajes en clave de manifestación comunicativa.

Así las cosas, el análisis del factor de apropiación-vivencia del paisaje incorpora, como resultado final, la construcción y/o atribución de significados al espacio, mediante los cuales este mismo espacio se singulariza y se convierte en lugar. El marco geográfico donde se produce este proceso de apropiación del espacio, añadido a la atribución de significados a nivel individual (comunicación intrapersonal) y a nivel grupal (comunicación interpersonal), muestra las posibilidades de estudio del factor de apropiación-vivencia del espacio como manifestación de comunicación, en primer lugar intrapersonal y, posteriormente, interpersonal, grupal e incluso mediática. En este sentido se pronuncia Tomeu Vidal en su tesis doctoral (2002: 134): "(...) El espacio participa, por lo tanto, de la construcción del *self* (eso abre la puerta a la dimensión de la identidad y la identificación en que el lugar apropiado comunica a los otros y a mí esta identidad). Esta exteriorización (comunicación a los otros) e interiorización (asimilación) de los significados se llena de muchos contenidos (...)".

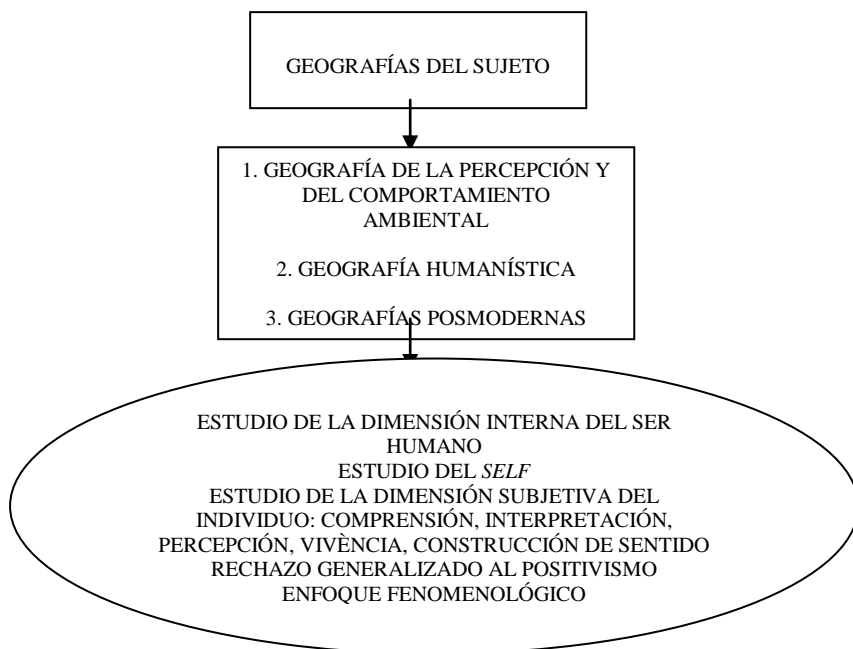


Fig. 3. Aportaciones de la teoría de la geografía al estudio comunicativo del paisaje. Fuente: Elaboración propia.

<sup>10</sup> Las "geografías del sujeto" que forman parte del pensamiento geográfico, son, fundamentalmente, las siguientes: geografía de la percepción, geografía humanística y geografía posmodernista.

## 5.2. La aportación de la psicología al estudio comunicativo del paisaje

Según afirman Vidal y Pol (2005), la apropiación del espacio puede identificarse con la generación de vínculos con los lugares, y, una vez este espacio se encuentra "apropiado", desarrolla un papel fundamental en los procesos cognitivos (conocimiento, categorización, orientación, etc.), afectivos (atracción del lugar, autoestima etc.), de identidad y relacionales (implicación y corresponsabilización). Así, el entorno puede explicar dimensiones del comportamiento más allá de lo que es simplemente funcional.

La transición de espacio a lugar incorpora una carga simbólica que produce, *per se* esta transformación, y representa, también, uno de los factores esenciales de estudio de la geografía humanística o de cómo los espacios -los cuales podríamos equiparar a aquellos territorios en los cuales el *self* no les otorga simbolismos- devienen lugares, dado que incorporan una carga simbólica que los hace singulares. En este sentido, aspectos como la apropiación del espacio, el enraizamiento a un lugar, el espacio simbólico urbano, la identidad social urbana o la identidad del lugar son, todos ellos, aspectos que surgen de la evolución de espacio a lugar.

Y es precisamente aquí donde hay que introducir la apropiación y la vivencia del espacio entendido como proceso de comunicación intrapersonal. Por lo tanto, si se atiende a algunas de las definiciones que han surgido al respecto de la comunicación intrapersonal<sup>11</sup> y situamos la contemplación del paisaje en un marco de interacción individuo-paisaje, todo aquello que el paisaje evoca al individuo mediante variados "mecanismos" previos (de tipo psicológico, geográfico, etc.) merece, también, una interpretación en clave comunicativa, ya que en numerosas ocasiones se ha oído la expresión "el paisaje nos habla", "la expresión del paisaje", o bien "el paisaje transmite un mensaje". Todas estas expresiones parten de una base comunicativa que se debe introducir en la dimensión de estudio de la apropiación y vivencia del espacio.

En efecto, la que se podría considerar como interacción simbólica individuo-paisaje incorpora un mensaje -que apelaría, de nuevo, a la atribución de significado propia del ámbito psicológico- que hay que distinguir desde el ámbito propio de la teoría de la comunicación. No sólo porque enriquece el estudio del paisaje en el sentido de introducirse en el ámbito de su significación, sino porque la parcela de estudio propia de la simbología inherente al paisaje sí se ha tratado, pero no especialmente desde el ámbito de la comunicación intrapersonal.

Este nuevo enfoque en el estudio de lo que podríamos denominar como intangibles del paisaje, representa un enriquecimiento tanto en el caso que se refiere al desarrollo de la comunicación intrapersonal -la cual cuenta con un bagaje ciertamente escaso- como para el estudio de los valores que la población otorga a sus paisajes más allá de una clasificación de preferencias estrictamente físicas o tangibles del paisaje.

Por lo tanto, el hecho de entender la interacción individuo-paisaje a modo de manifestación comunicativa intrapersonal puede aportar significados en el proceso de comprensión y/o explicación de los vínculos que las personas mantienen con sus espacios. Tal y como afirman Vidal y Pol (2005), el hecho de intentar entrever los significados del espacio simbólico permitirá descodificar los depósitos de significados implícitos en el paisaje en aras de mejorar los estudios

---

<sup>11</sup> Miquel Rodrigo (2001: 52): "(...) Se refiere al procesamiento humano de la información por parte del individuo. Es decir, cómo se capta la información y cómo se procesa para dotarla de sentido".

Enric Saperas (1998: 113): "(...) En el nivel intrapersonal sólo tenemos en cuenta los procesos comunicativos internos de cada individuo. (...) Las actitudes, comportamientos y predisposiciones, el proceso de formación de la opinión individual, la interpretación y la memorización de contenidos, la susceptibilidad persuasiva según el tipo de personalidad del receptor, el proceso de disonancia cognitiva, los valores ideológicos, los intereses y un largo etcétera estructuran el nivel intrapersonal".

Donna R. Vocate (1994) señala que la comunicación intrapersonal es engendrada por la interacción simbólica y surge a partir de la creación mental del habla interior (*inner speech*).

referentes a identidad o bien para intentar delimitar la carga emocional que la sociedad vierte sobre sus paisajes.

En este sentido, Valera (1993 y 1996) señala dos posibles aproximaciones compatibles en el proceso de aproximación al simbolismo:

a) Simbolismo como propiedad inherente a la percepción de los espacios: dónde el significado se puede derivar de las características físico-estructurales, de la funcionalidad ligada a las prácticas sociales que se desarrollan en estos mismos espacios o bien de las interacciones simbólicas entre los sujetos que ocupan el espacio. Muy próximo a este concepto –señalan Vidal y Pol (2005)- se encuentra el de *affordance* de James J. Gibson (1979), donde se enfatiza la percepción del entorno en cuanto a su posibilidad de uso, de oportunidad ambiental.

b) Determinación del proceso según el cual un espacio se carga de significado: aquí se incluye el proceso de apropiación del espacio. Enric Pol (1997) se refiere a un proceso que implica una doble carga de simbolismo: bien desde instancias con poder (simbolismo *a priori*), por ejemplo, mediante el intento de monumentalización de un espacio público con un significado político determinado, o bien desde la propia comunidad (simbolismo *a posteriori*) en lo que representaría la reelaboración del anterior significado resultado de procesos de apropiación del espacio.

Llegados a este punto, parece preceptivo plantearse una nueva reflexión en relación a la vivencia y/o apropiación del espacio en términos de comunicación intrapersonal. En este sentido de nuevo Vidal y Pol (2005: 287) se pronuncian de la siguiente manera: "(...) El espacio (simbólico urbano) se convierte en una expresión de la identidad, lo que nos traslada al interés por la relación entre éste y los procesos más generales de identidad social", donde Valera (1997), explícitamente, elabora el concepto de "identidad social urbana". Los autores concluyen de la siguiente manera (2005: 287): "Estos conceptos se relacionan con procesos de apropiación del espacio y enraizamiento al lugar, definidos como procesos dinámicos de interacción conductual y simbólica de las personas con su medio físico, según los cuales un espacio deviene lugar, se carga de significado y es percibido como propio por la persona o por el grupo, integrándose como elemento representativo de identidad".

En definitiva, y en acuerdo con lo que señalan Vidal y Pol (2005), la construcción del simbolismo del espacio se explica mediante la apropiación en iguales condiciones que la creación del sentido de lugar.

En este contexto, cabe mencionar el estudio de los vínculos que se establecen entre las personas y el entorno (enraizamiento al lugar) -en los cuales sostengo que hay implícito un mensaje y, por lo tanto, un proceso de comunicación, concretamente de tipo intrapersonal- desde aproximaciones fenomenológicas y de carácter holístico, las cuales interesan destacar especialmente en esta investigación. Algunas de las aportaciones académicas más relevantes en este sentido se encuentran en la figura de los autores I. Altman y S.M. Low con obras como *Place attachment* (1992).

Así pues, la visión holística relacionada con el aferramiento al lugar presenta los siguientes objetos de estudio clave: afectos, emociones, sentimientos, creencias, pensamientos, conocimientos, acciones, conductos, también en relación con las variables del lugar, los actores, las relaciones sociales y el tiempo. En efecto, en los estudios que relacionan el aferramiento de las personas con los lugares ha predominado el desarrollo de análisis de los vínculos afectivos con el lugar desde un nivel de análisis individual. Por lo tanto, se prioriza la vertiente emocional y afectiva con los lugares como variables principales objeto de análisis. Los autores de referencia (Vidal y Pol, 2005) consideran el proceso de apropiación del espacio para explicar los procesos de significación de los lugares en relación con su identidad y enraizamiento.

De hecho, Manuel Castells en su obra *La era de la información: economía, sociedad y cultura* (1997), ya señalaba la existencia de dos tipos de espacios, en primer lugar el espacio de los flujos (donde se producen la mayoría de los procesos dominantes, es decir, los que concentran poder,

riqueza e información) y, en segundo lugar, el espacio de los lugares, donde tiene lugar la construcción del sentido social, el espacio de la interacción social y la organización institucional.

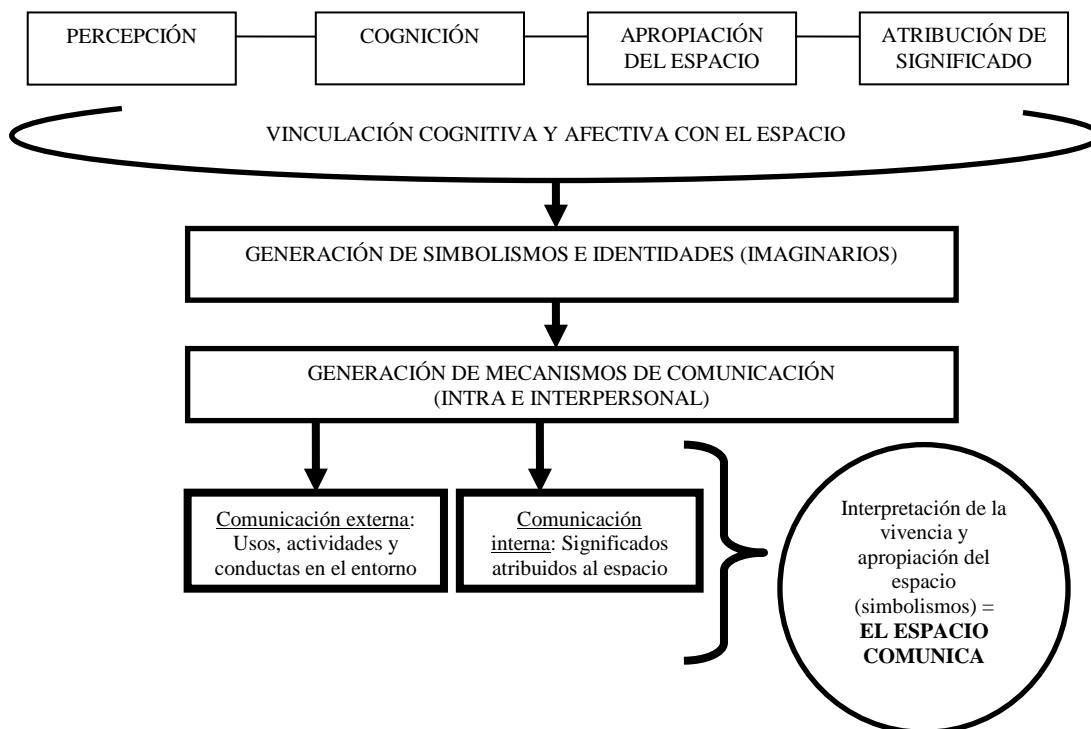


Fig. 4. Aportaciones de la psicología al estudio de la variable comunicativa del paisaje. Fuente: Elaboración propia.

### 5.3. La teoría de la comunicación y el estudio del paisaje

Tal y como apunta Farré (2005: 24): “A pesar de las duras batallas epistemológicas en torno a la teoría de la comunicación, ésta se sitúa más allá de las posiciones interdisciplinarias, más próxima a la indisciplinarietà”. Con estas palabras el autor refleja un cierto desorden en el cual se encuentra sometida la teoría de la comunicación, como consecuencia, entre otros aspectos, de la inmensa variedad de contribuciones disciplinarias que ha recibido por parte de diversos autores y autoras, lo que ha provocado, sin duda, la fijación de una teoría entendida a modo de “confederación de ideas” en detrimento de la constitución de una auténtica “perspectiva coherente” (uso expresiones literales del propio Farré).

Sin embargo, se avista un hilo de esperanza a partir de una cierta institucionalización de la teoría de la comunicación que consolida, entre otros campos de investigación, lo que aquí interesa: el estudio de la acción humana significativa y subjetiva.

Farré también aborda con absoluta clarividencia la problemática principal a la que hace falta enfrentarse cuando el objeto de estudio se encuentra al límite de planteamientos metafísicos (2005: 29): “Curiosamente, cuando la comunicación profundiza en las fronteras difusas entre el mundo objetivamente visible y el de los procesos simbólicos, los de la formación de sentido y el de las formas emergentes de subjetividad, se transforma en un tipo de conocimiento más incierto, volátil y menos científico. No obstante, es en este tránsito donde se recupera el objeto ontológico de la comunicación, que encuentra su identidad como campo de estudio en los procesos de formación de sentido. La comunicación configura los universos de sentido que guían a los individuos en los ámbitos de la cultura y la vida social”. La reproducción es literal dado que Farré explica, de forma muy clara, las “miserias” a las que hay que enfrentarse al atreverse a abordar el estudio de la interacción y posterior construcción simbólica a modo de manifestación de comunicación y, más todavía, cuando esta misma comunicación, como disciplina, todavía no



sabe demasiado bien a que atenerse en función de los múltiples puntos de vista que incorpora su tradición teórica.

Esta misma teoría de la comunicación dispone de la perspectiva interpretativa, denominada de este modo por el profesor Rodrigo Alsina (2001) en un intento de agrupar y/o ordenar el episteme de una disciplina que, a estas alturas, busca su lugar -que no espacio- como "ciencia" formal y académicamente legitimada.

Si bien es cierto que la investigación en comunicación ha focalizado sus intereses en la comunicación masiva, Rodrigo considera que "el objeto de estudio de las teorías de la comunicación es la comunicación humana en sus manifestaciones de la vida cotidiana" (2001: 44) y añade que "el campo de investigación de las teorías de la comunicación no se puede limitar a la comunicación de masas, aunque ella sea el eje vertebrador de la mayoría de los estudios" (2001: 45).

En este sentido, Umberto Eco y Paolo Fabbrì en su obra *Progetto di ricerca sull'utilizzazione dell'informazione ambientale* (1978) anticipaban, de alguna manera, la importancia de estudio de la comunicación que se produce en el ambiente y hablaban de dos tipos de comunicación fundamentales. Por una parte, la comunicación estrepitosa, que incluía, por ejemplo, la prensa nacional, la radio y la televisión, el cine, el teatro, etc. por otra parte, destacaban la existencia de una comunicación discreta que abordaba, entre otras variables, las fiestas y ceremonias rituales, los comportamientos gestuales, fisonómicos y las actitudes corporales así como, especialmente, la estructura y uso del espacio a modo de manifestación de comunicación.

En el ámbito de la teoría de la comunicación, la aparición de las metodologías comprensivas y, por extensión el enraizamiento de la perspectiva interpretativa en comunicación, implica, fundamentalmente, el estudio del mundo subjetivo capitalizado por el individuo, el cual coincide con la crítica de raíz marxista que algunos de los representantes de la Escuela de Frankfurt –en concreto Marcuse y Habermas- lanzaron en relación al uso de métodos analíticos y sus presupuestos, reforzando, de este modo, una nueva metodología de trabajo de perfil subjetivo y humanístico.

Miquel Rodrigo en su obra *Teorías de la Comunicación* (2001), utiliza el término perspectiva<sup>12</sup> para clasificar a las diferentes corrientes de pensamiento que, de uno u otro modo, constituyen la tradición teórica de la comunicación. En este sentido, Rodrigo (2001) presenta las perspectivas interpretativa, funcionalista y crítica.

En el caso que nos ocupa, la perspectiva interpretativa es, claramente, la que mantiene más afinidades con el objeto de estudio de la presente investigación: interpretar el simbolismo que se deriva de la interacción individuo-paisaje a modo de manifestación comunicativa intrapersonal.

La Escuela de Palo Alto<sup>13</sup>, el interaccionismo simbólico<sup>14</sup>, la figura del sociólogo Erving Goffman<sup>15</sup> que por su singularidad y aporte al pensamiento interpretativo en comunicación merece un trato

---

<sup>12</sup> Rodrigo entiende la acepción "perspectiva" a modo de aproximación semejante a un objeto de estudio parecido y una similar concepción de la comunicación dentro de la sociedad (2001: 163).

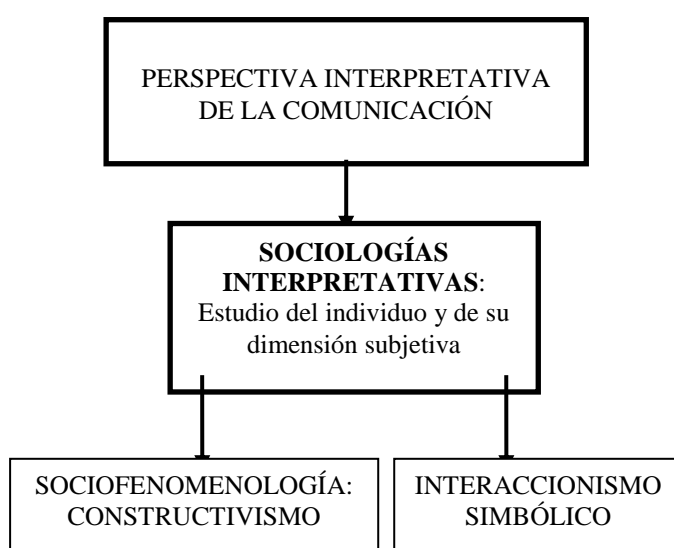
<sup>13</sup> La Escuela de Palo Alto cuenta con Paul Watzlawick como uno de sus miembros más destacados. Entre sus obras cabe mencionar *Pragmatics of human communication: a study of interactional patterns, pathologies and paradoxes* (1967) además de *How real is real? Confusion, desinformation, Communication* (1979).

<sup>14</sup> La corriente de pensamiento que se inscribe en el denominado *interaccionismo simbólico* señala que, mediante la interacción permanente con símbolos, se construye el sentido de las situaciones sociales de la vida cotidiana.

<sup>15</sup> Su obra más relevante es *Frame Analysis* (1974) donde se trata, abiertamente, de la organización de la experiencia de la persona individual.

diferenciado y singular, el construccionismo<sup>16</sup> o la etnometodología<sup>17</sup> representan, en conjunto, el grueso de tendencias que Rodrigo incluye en la denominada perspectiva interpretativa de la comunicación.

La perspectiva interpretativa de la teoría de la comunicación incluye también la aportación de la semiótica, que se ha perfilado como una teoría general de los signos, así como de estudio de la significación y el sentido en ciertos contextos y fenómenos de comunicación. Donde hay producción e interpretación de sistemas de signos, la semiótica tiene algo que decir. La semiótica sirve a los estudios de comunicación social como una herramienta, un marco conceptual y metodológico que permite analizar los procesos de significación de las materialidades que interesen (códigos lingüísticos, visuales, auditivos, virtuales...). (Karam, 2006).



**Fig. 5.** El estudio de la dimensión simbólica y significativa del paisaje desde el ámbito de la teoría de la comunicación. Fuente: Elaboración propia.

<sup>16</sup> En el ámbito de conocimiento específico de la sociofenomenología cabe destacar la corriente constructivista, de largo recorrido en diferentes disciplinas, como la psicología, la pedagogía, la sociología o la teoría de la comunicación (Estrada y Rodrigo, 2008). Asimismo, se consolida como una de las corrientes más importantes de la perspectiva interpretativa en teoría de la comunicación. Intenta dar respuesta al proceso de construcción de significados por parte de la sociedad, así como delimitar los simbolismos que genera *per se* la interacción social. Uno de los objetos de estudio privilegiados del construccionismo es la vida cotidiana, así como la introspección en el universo simbólico y, por extensión, en los procesos de construcción cognoscitiva.

<sup>17</sup> Representa la búsqueda empírica de los métodos empleados por los individuos para dar sentido y, al mismo tiempo, realizar sus acciones de todos los días: comunicarse, tomar decisiones, razonar (Coulon, 1988: 32), citado por Rodrigo (2001).

## 6. Conclusiones

Del resultado final de la investigación de carácter teórico que se acaba de presentar y en función de los contenidos que han sido expuestos, se pueden extraer variadas conclusiones. La primera y más clara, es la emergencia de una nueva perspectiva de estudio que prioriza el análisis comunicativo del paisaje.

Las posibilidades que se abren en este sentido son bastantes significativas, sobre todo si se tiene en cuenta que, en la actualidad, se asiste a un proceso de expansión de estrategias de comunicación vehiculadas desde la realidad del territorio. Aunque es cierto que la interacción individual y/o grupal de la sociedad con el paisaje sí se ha abordado convenientemente -desde la antropología, la psicología, la historia, etc.-, hasta ahora no se había planteado -al menos abiertamente- un estudio del paisaje entendido como activo de comunicación. El fenómeno de apropiación y la posterior asignación de significado a un determinado paisaje -términos propios de la psicología ambiental- en el nivel individual y grupal, se convierten, *per se*, en manifestaciones propias de comunicación humana.

A lo largo del trabajo se ha podido constatar, también, que la tipología de comunicación intrapersonal, a pesar de no disponer de la secuencia de transmisión de información tradicional "emisor-canal-mensaje-receptor" sí se puede considerar una manifestación de comunicación humana, por el simple hecho que señala que la relación y/o interacción individuo-paisaje genera unos simbolismos que son interpretados por el *self* (individualidad y, por tanto, comunicación intrapersonal) para, posteriormente, transmitirlos a la comunidad (comunicación interpersonal). Así las cosas, el proceso de *self-talk* (auto-habla) al cual se refería de forma explícita la profesora Donna R. Vocate (1994), así como el término *inner speech* (habla interior), devienen bases conceptuales de la comunicación intrapersonal, donde lo realmente importante no se encuentra en el proceso de autocharla como tal, sino en la creación de significados resultado de una previa interacción simbólica -en el caso que nos ocupa la interacción se produce con el paisaje- por parte del emisor. Cómo se ha podido confirmar a lo largo del texto, Vocate (2004) va más allá y entiende la comunicación intrapersonal a modo de punto de partida del resto de tipologías de comunicación humana.

En consonancia con las aportaciones de diversos autores expuestas en el capítulo correspondiente a las bases psicológicas de la comunicación intrapersonal, se constata que con posterioridad a los procesos de percepción y cognición -es decir, los procesos de vivencia- se produce una apropiación del paisaje y una inmediata atribución de significados que representan, *per se*, un ejercicio de interpretación y/o descodificación de los simbolismos inherentes al paisaje, y, por lo tanto, también representa un ejercicio de inteligibilidad comunicativa.

El hecho de concebir el paisaje como objeto de estudio propio de las ciencias de la comunicación enriquece sus posibilidades de tratamiento interdisciplinar, su discurso y, de alguna manera, ayuda a entrever al que se podría denominar como "lenguaje del paisaje", en lo que representa un claro intento de avance en los estudios de significación del paisaje. Un ejemplo paradigmático del "discurso del paisaje" es el que utilizan los creativos publicitarios en el momento de diseñar, por ejemplo, un spot televisivo, donde el paisaje no ejerce funciones únicamente de envoltorio, sino que "ambienta" y sugiere algo más, en lo que representa un ejercicio de concreción comunicativa de la denominada "sugestión del paisaje", la cual incorpora sensaciones (la emoción del paisaje) que transmite a una determinada audiencia.

La lectura simbólica del paisaje, como construcción social, que en esencia, representa una atribución de significados compartida por una comunidad, es resultado de procesos de interacción simbólica, los cuales parten del nivel individual (comunicación intrapersonal), para, posteriormente, pasar a los niveles grupal (comunicación interpersonal), cultural y macrosocial (comunicación de masas).

Se constata también que la tradición geográfica y la propia de la teoría de la comunicación presentan, en cuanto a corrientes de pensamiento (segunda mitad del siglo XX), numerosas afinidades, en especial, y con respecto al interés de este trabajo de investigación, en la puesta en relación de las denominadas "geografías del sujeto" y la "perspectiva interpretativa de la

comunicación", en un intento de unir diferentes tradiciones académicas para construir un modelo de análisis comunicativo del paisaje. En efecto, los presupuestos teóricos proporcionados por la perspectiva interpretativa de la comunicación, encabezada por las aportaciones de la sociología interpretativa de Alfred Schutz, la intersubjetividad, la fenomenología y los métodos de construcción y comprensión de la realidad asociados a la generación de simbolismos e imaginarios individuales y colectivos resultado de procesos de interacción simbólica, resultan ser un marco de estudio apropiado para afrontar el análisis de las implicaciones comunicativas implícitas en el paisaje. En consecuencia, los métodos y el marco teórico sugieren también un planteamiento epistemológico de tipo cualitativo, focalizado en la extracción de los significados que se desprenden, especialmente, de la relación individuo-paisaje, pero también de las relaciones comunidad-paisaje. Lo que hasta ahora se había interpretado en clave psicológica, antropológica, histórica, artística etc., se pretende interpretar desde la perspectiva de la comunicación, donde se ofrezcan argumentos que vayan más allá de la obviedad que representa la expresión "el paisaje comunica". Es en este sentido, que se propone un posible modelo teórico de alcance comunicativo del paisaje.

El planteamiento de "modelo comunicativo de paisaje" contribuye también a aumentar el grueso de estudios dedicados a analizar la vertiente intangible del paisaje, en el camino de intentar descodificar sus significaciones y valores simbólicos que se le asocian.

El hecho de plantear un posible modelo de análisis de las connotaciones de comunicación inherentes al paisaje, y por lo tanto, entender la globalidad del proceso desde un prisma transversal (desde todas las tipologías de comunicación humana), no ha impedido mostrar, en concreto, las posibilidades de análisis comunicativo que se desprenden de la interacción simbólica individuo-paisaje, en lo que representa, por lo que se desprende de la globalidad del texto, una clara manifestación de comunicación intrapersonal, en los niveles de apropiación y posterior atribución de significado, proporcionando, de este modo, un contexto más amplio de interpretación del mensaje del paisaje, de aquello que el paisaje transmite, en definitiva, la evocación comunicativa del paisaje.

La comunicación intrapersonal representa, en el ámbito de estudio de la teoría de la comunicación, la figura más pequeña de una muñeca rusa –expresión literal de Miquel Rodrigo (2001: 52)- sobre todo, debido a la poca atención académica que se le ha dispensado. En este sentido, el trabajo que se acaba de presentar proporciona un posible ejemplo de interpretación de la vivencia y/o experiencia del individuo con el paisaje en términos de manifestación comunicativa. Así pues, el proceso de construcción de significados que se desprenden del paisaje, de visibilidad de la dimensión intangible que le es inherente o el estudio de los procesos de vivencia experiencial encuentra en la comunicación intrapersonal un amplio ámbito de estudio.

## BIBLIOGRAFÍA

- ALBET, Abel. "Geografía, postmodernisme, geografia postmoderna: aportacions al debat", Documents d'Anàlisi Geogràfica, nº 24, pp.7-11, Cerdanyola del Vallès, 1994.
- ALADRO, Eva. "Comunicación como proceso simpático", CIC (Cuadernos de Información y Comunicación), vol. IX, pp. 117-128, Madrid, 2004.
- ALTMAN, Irwin y LOW, Setha.M. Place attachment. Human behaviour and environment, Plenum Press, New York, 1992.
- APPLETON, Jay. The experience of landscape, Hull University Press, United Kingdom, 1986.
- BERTRAND, George. "Paysage et Géographie Physique Globale. Esquisse méthodologique", Revue Géographique des Pyrénées et du Sud-Ouest, vol. XXXIX, nº 3, pp. 249-272, Paris, 1968.
- CASTELLS, Manuel. La era de la información: economía, sociedad y cultura, Alianza, Madrid, 1997.
- CONSEJO DE EUROPA. Convenio Europeo del Paisaje, Council of Europe, Florencia, 2000.
- COROMINAS, Maria. Los estudios de recepción. Portal de la Comunicación. Bellaterra. Institut de la Comunicació. Universitat Autònoma de Barcelona, Bellaterra, 2001.  
[[http://www.portalcomunicacion.com/esp/pdf/aab\\_lec/4.pdf](http://www.portalcomunicacion.com/esp/pdf/aab_lec/4.pdf)]. Fecha de consulta: 2 de octubre de 2008.
- COULON, Alain. La etnometodología, Cátedra, Madrid, 1988.
- DÍAZ PINEDA, Francisco. Terrestrial Ecosystems adjacent to Large Reservoirs. Internat, Comm on Large Dams, XI Congress, United Kindom, 1973.
- ECO, Umberto y FABRI, Paolo. Progetto di ricerca sull'utilizzazione dell'informazione ambientale, Problemi dell'Informazione, Italia, 1978.
- ESTRADA, Anna y RODRIGO, Miquel. L'estudi de la teoria de la comunicació i la informació, Fundació de la Universitat Oberta de Catalunya (FUOC), Barcelona, 2008.
- FARRÉ, Jordi. Invitació a la teoria de la comunicació, Cossetània Edicions, Valls, 2005.
- GARCIA BALLESTEROS, Aurora. Teoría y práctica de la geografía, Alhambra, Madrid, 1986.
- GERBNER, George. Mass media policies in changing cultures, John Wiley & Sons, New York, 1977.
- GIBSON, James. An ecological approach to visual perception, Houghton Mifflin, Boston, 1979.
- GOFFMAN, Erving. Relaciones en público, Alianza Editorial, Madrid, 1979.
- GÓMEZ MENDOZA, Josefina. "El paisaje y la gestión del territorio", mesa redonda organizada por el Colegio de Geógrafos, Residencia de Estudiantes de Madrid, 2004.
- GONZÁLEZ BERNÁLDEZ, Fernando. Ecología y paisaje, Editorial Hermann Blume, Madrid, 1981.
- GONZÁLEZ SOLAS, Javier. "Imagen global y espacio público", Área Abierta, nº 13, Madrid, 2006.  
[<http://revistas.ucm.es/inf/15788393/articulos/ARAB0606130001A.PDF>]. Fecha de consulta: 23 de junio de 2009.
- HABERMAS, Jürgen. The theory of communicative action, Beacon Press, Boston, 1983.
- HEIDEGGER, Martin. El ser y el tiempo, Fondo de Cultura Económica, México, 1974.
- HUSSERL, Edmund. Fenomenología, Edicions 62, Barcelona, 1999.
- KARAM, Tanius, *Introducción a la semiótica*, Instituto de la Comunicación de la Universitat Autònoma de Barcelona, Bellaterra, 2006.  
[[http://www.portalcomunicacion.com/esp/pdf/aab\\_lec/18.pdf](http://www.portalcomunicacion.com/esp/pdf/aab_lec/18.pdf)]. Fecha de consulta: 18 de septiembre de 2008.
- KNAPP, Mark L. La comunicación no verbal: el cuerpo y el entorno, Paidós, Barcelona, 1982.
- MADERUELO, Javier [dir.]. Paisaje y pensamiento, Abada Editores, Madrid, 2006.
- MADERUELO, Javier. El paisaje. Génesis de un concepto, Abada Editores, Madrid, 2005.
- MARCUSE, Herbert. L'home unidimensional, Edicions 62, Barcelona, 1968.
- MARTÍNEZ DE PISÓN, Eduardo. "Cultura y ciencia del paisaje", Agricultura y Sociedad, vol. XXVII, pp. 9-32, Madrid, 1983.
- MATA, Rafael y SANZ, Concepción (dirs.). Atlas de los paisajes de España, Ministerio de Medio Ambiente, Madrid, 2003.
- MATTELART, Armand y MATTELART, Michèle. Historia de las teorías de la comunicación, Paidós, Barcelona, 2005.
- MCQUAIL, Denis. Introducción a la teoría de la comunicación de masas, Paidós, Barcelona, 2000.
- MUIR, Richard. Approaches to landscape, Macmillan Press, London, 1999.
- NOGUÉ, Joan. Entre paisajes, Àmbit, Barcelona, 2008a.
- NOGUÉ, Joan. (ed.). El paisaje en la cultura contemporánea, Biblioteca Nueva, Madrid, 2008b.
- NOGUÉ, Joan. (ed.). La construcción social del paisaje, Biblioteca Nueva, Madrid, 2007.
- NOGUÉ, Joan y ROMERO, Joan (eds.). Las otras geografías, Tirant Lo Blanch, Valencia, 2006.
- NOGUÉ, Joan. Geografía humanista y paisaje. Una lectura humanista del paisaje de la Garrotxa a través de la literatura y de cinco grupos de experiencia ambiental, Tesis doctoral, Universitat Autònoma de Barcelona, Bellaterra, 1984.
- ORTEGA CANTERO, Nicolás. "Entre la explicación y la comprensión: el concepto del paisaje en la geografía moderna" en Paisaje y pensamiento, Abada Editores, Madrid, pp. 107-130, 2006.
- ORTEGA VALCÁRCEL, José. Los horizontes de la geografía, Ariel, Barcelona, 2000.
- QUIVY, Raymond y CAMPENHOUDT, Luc Van. Manual de recerca en ciències socials, Herder, Barcelona, 1997.

- RODRIGO, Miquel. Teorías de la comunicación. Ámbitos, métodos y perspectivas, Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona, Bellaterra, 2001.
- ROMANO, Vicente. "Espacio y comunicación en Andalucía", Filosofía, política y economía en el Laberinto, nº 4, pp. 39-45, Sevilla, 2000.
- SAN EUGENIO, Jordi de. "La delimitación de los elementos intangibles del paisaje: indicios de comunicación", Actas del XX Congreso de Geógrafos Españoles, Sevilla, 2007.
- SANTARELLI, Silvia y CAMPOS, Marta. Corrientes epistemológicas, metodología y prácticas en geografía, Editorial de la Universidad Nacional del Sur, Buenos Aires, 2002.
- SAPERAS, Enric. Manual básico de teoría de la comunicación, Editorial CIMS, Barcelona, 1998.
- SIGUERO, Manuel. "Hacer saber. Objetivo final del investigador en Comunicación", Área Abierta, nº 19, Madrid, 2008.
- [<http://revistas.ucm.es/inf/15788393/articulos/ARAB0808110001D.PDF>]. Fecha de consulta: 23 de junio de 2009.
- SIMMEL, Georg. El individuo y la libertad: ensayos de crítica de la cultura, Península, Barcelona, 1986.
- VALBUENA, Felicísimo. La comunicación y sus clases. Aplicaciones a diversos campos de la actividad humana, Luis Vives, Zaragoza, 1979.
- VALERA, Sergi. El simbolisme en la ciutat. Funcions de l'espai simbòlic urbà, Tesis doctoral, Universitat de Barcelona, Departament de Psicologia Social, Barcelona, 1993.
- VALERA, Sergi. "Análisis de los aspectos simbólicos del espacio urbano. Perspectivas desde la psicología ambiental" Revista de Psicología de la Universitat Tarraconensis, nº 18, pp. 63-84, Tarragona, 1996.
- VIDAL, Bartomeu. El procés d'apropiació de l'entorn. Una proposta explicativa i la seva contrastació, Tesis doctoral, Universitat de Barcelona, Departament de Psicologia Social, Barcelona, 2002.
- VIDAL, Tomeu y POL, Enric. "La apropiación del espacio: una propuesta teórica para comprender la vinculación entre las personas y los lugares", Anuario de Psicología, vol. XXXVI, nº 3, pp. 281-297. Madrid, 2005.
- VOCATE, Donna. R. Intrapersonal communication: different voices, different minds, Lawrence Erlbaum associates publishers, New Jersey, 1994.
- VV.AA.. Diccionario de la Lengua Española, Real Academia Española, Madrid, 22.ª edición, 2001.
- WATZLAWICK, Paul. Teoría de la comunicación humana: interacciones, patologías y paradojas, Tiempo Contemporáneo, Buenos Aires, 1974.