

Claves para una lectura ontoética de la comunicación. Apuntes desde el encuentro entre la filosofía y las ciencias de la comunicación

MARTA RIZO GARCÍA*

Universidad Autónoma de la Ciudad de México

RESUMEN

¿Es la comunicación un objeto de conocimiento filosófico? ¿Ofrece la filosofía una mirada específica sobre los fenómenos comunicativos? El predominio de abordajes fenomenológicos y existencialistas sobre la comunicación da lugar a una lectura ontológica del fenómeno comunicativo que, en este caso, se presenta en diálogo con la ética. Esta lectura ontoética de la comunicación es sólo una de las muestras posibles de la relación entre la filosofía y las ciencias de la comunicación. La metodología seguida es de corte documental y los resultados son exploratorios, pues no se ofrecen verdades absolutas, sino más bien algunas claves teóricas para la reflexión filosófica sobre la comunicación.

Palabras clave: Comunicación, Filosofía, Ontología, Ética, Existencialismo.

ABSTRACT

Is communication an object of philosophical knowledge? Offers Philosophy a specific glance on the communicative phenomena? The predominance of phenomenological and existentialist approach on communication gives rise to a ontological reading of communicative phenomenon, that in this case, appears in dialogue with ethics. This onto-ethical reading of the communication is only one of the possible samples of relation between Philosophy and Communication Sciences. The followed methodology is documentary and the results are exploratory, because absolute truths are not offered, but rather some theoretical keys for the philosophical reflection on the communication.

Key words: Communication, Philosophy, Ontology, Ethics, Existentialism.

* Doctora en comunicación por la Universidad Autónoma de Barcelona. Profesora-investigadora de la Academia de Comunicación y Cultura de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México desde el año 2003. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores de CONACYT desde el año 2005. Co-coordinadora del Grupo de Investigación Comunicación Intersubjetiva de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación. Correo electrónico: mrizog@yahoo.com

EL DIÁLOGO ENTRE LA FILOSOFÍA Y LA COMUNICACIÓN.

UN APUNTE GENERAL

La relación entre filosofía y comunicación ha sido bastante explorada desde el pensamiento filosófico contemporáneo, y no tanto así desde las llamadas ciencias de la comunicación, que en el mejor de los casos han reflexionado teóricamente sobre su propia especificidad como campo de conocimiento y han debatido asuntos teóricos y epistemológicos relacionados con la construcción del saber comunicativo. No son muchos, por tanto, los trabajos que han atendido la conceptualización de la comunicación desde una perspectiva filosófica, y ello se explica, entre otros factores, por el escaso interés de la reflexión teórica en torno a la comunicación como objeto de estudio, en comparación con otros temas de interés del campo académico de la comunicación. ¿Es la comunicación un objeto de conocimiento filosófico? ¿Ofrece la filosofía una mirada específica sobre los fenómenos comunicativos? ¿Cómo dialogan las miradas filosófica y comunicativa? ¿Tienen algo en común? ¿Qué las hace distantes? Con base en estas interrogantes, las siguientes páginas presentan un mapa general en torno a las relaciones entre la filosofía y la comunicación, para posteriormente establecer algunas claves teóricas que permitan conceptualizar la comunicación desde una perspectiva onto-ética.

Someter a diálogo dos campos de conocimiento con historias tan dispares es algo riesgoso. La filosofía tiene más de dos mil años de historia; la comunicación, escasamente un centenar. La filosofía traspasa las fronteras de su propio campo y se sitúa como un ámbito que va más allá de lo académico y lo científico; su racionalidad es distinta a la de las ciencias sociales, puesto que su conocimiento es ontológico. La comunicación apenas se está institucionalizando como campo académico. La filosofía es reconocida y legitimada como “el arte de pensar”. La comunicación, en el mejor de los casos, es reconocida como un campo de conocimiento cuyo objeto de estudio —la comunicación— es compartido por otras disciplinas o campos de conocimiento, sobre todo vinculados a las ciencias sociales. La filosofía se asocia comúnmente con las humanidades, aunque trasciende cualquier intento de ubicación en áreas específicas del saber humano. La comunicación se asocia con un saber-hacer empírico, mientras que “la filosofía se presenta

como un conocimiento trascendental de la realidad, ya que permite trascender el plano objetivo del ente y, así, comprender el ser y su proyección” (Ure, 2010: 32).

Esta disparidad obliga a realizar, antes que cualquier otra cosa, una breve presentación de ambos campos de conocimiento. Plantear la historia de la filosofía¹ es una empresa inabarcable. Son muchas y muy diversas las versiones y las propuestas de organización del pensamiento filosófico en etapas, genealogías, mapas, autores, propuestas, etc. Sin tomar en cuenta el pensamiento pre-filosófico (situado en China, India y Roma, entre otros lugares), se considera que son los griegos los que por primera vez empezaron a formularse de manera profunda preguntas sobre su entorno. La filosofía, desde entonces, se hace preguntas últimas sobre el hombre y el mundo; preguntas que no tienen fines pragmáticos y que, por lo tanto, se convierten en un fin en sí mismas. La filosofía es una ciencia inconclusa que no puede llegar a verdades absolutas. Como ciencia que aspira a la totalidad, se pregunta por la existencia, el conocimiento, la verdad, la moral, la belleza, la mente, el lenguaje. Se distingue de la religión y del misticismo por poner al centro los argumentos provenientes de la razón, y se distancia también de las ciencias experimentales porque no investiga de manera empírica ni con fines prácticos, sino con base en métodos *a priori* como la especulación, la interpretación y el análisis conceptual.

Aunque son muchas las clasificaciones que se han planteado sobre las distintas ramas de la filosofía, una de las que goza de mayor legitimidad es la que divide a la filosofía en la metafísica (la primera filosofía, aquella que busca investigar la naturaleza, estructura y principios fundamentales de la realidad en general), la gnoseología (que se preocupa por el estudio del origen, la naturaleza y los límites del conocimiento humano), la lógica (que estudia los principios de la inferencia válida), la ética (cuyo centro de interés radica en estudiar la moral, la virtud, el deber y la felicidad, entre otros temas) y la estética (el estudio de la belleza). Un apunte aparte merece la ontología, que es un área particularmente interesante para abordar la relación entre filosofía y comunicación, o más exactamente, para comprender los aportes de la filosofía a la comunicación.

¹ El término *filosofía* viene del griego, de la unión de “filos” (amor) y “sofía” (sabiduría). De ahí que, en términos muy genéricos, la filosofía pueda definirse como el amor a la sabiduría.

Y es que plantear el estudio de la comunicación en el nivel filosófico lleva a enfrentarse a cuestiones clásicas y centrales para la ontología, tales como la relación esencia-existencia y sustancia-accidente. Más adelante se retomará este asunto.

Aunque es prácticamente imposible abarcar la historia de la filosofía, asírla de una manera sistemática y lineal, suele considerarse que el pensamiento filosófico ha transitado por, al menos, las siguientes etapas: la filosofía antigua (con Grecia al centro), la filosofía medieval (desde la caída del Imperio Romano y hasta el Renacimiento), la filosofía renacentista (que se desarrolló entre los siglos xv y xvi), la filosofía moderna (que abarca los siglos xvii y xviii), la filosofía del siglo xix (cuyas corrientes principales fueron el idealismo, el existencialismo, la filosofía analítica y la fenomenología, entre otras) y la filosofía contemporánea o del siglo xx (con la continuación de la fenomenología, el estructuralismo y el postestructuralismo al centro). Como se verá, es en las filosofías del siglo xix y xx donde se desarrollan propuestas en torno a la comunicación y temas afines, con reflexiones sobre el ser y el lenguaje al centro.

Con respecto al campo de la comunicación, aunque tiene apenas cien años como espacio académico institucionalizado, no es fácil tampoco plantear su historia, por lo que a continuación se presentan de forma sintética algunas propuestas de organización del pensamiento comunicacional. Una revisión de la historia del pensamiento en comunicación pone de manifiesto el carácter fundamentalmente sociocéntrico de esta disciplina, puesto que desde sus inicios ha sido la sociología la que ha jugado un papel primordial en el abordaje de los fenómenos comunicativos. Ya la Escuela de Chicago, durante la primera mitad del siglo xx, desarrollaba una teoría social en la que subrayaba el papel de la comunicación en la vida social. Sin embargo, ninguno de los considerados *padres fundadores* del pensamiento sobre comunicación forma parte de esta escuela.²

² Paul Lazarsfeld (1944), matemático-sociólogo, creador del *The Bureau of Applied Research* de la Universidad de Columbia, y principal exponente de la investigación sobre audiencias y efectos de los medios; Kurt Lewin (1958), psicólogo social, estudioso de los problemas de la comunicación de grupo; Carl Hovland (1958), psicólogo experimental, especialista en la formación de actitudes; y, por último, Harold Lasswell (1948), politólogo, dedicado al estudio de la propaganda y su relación con la creación de actitudes colectivas.

Según Judith Lazar (1996), fueron la cibernética, la antropología, la psicología, la semiología y el estructuralismo los campos de conocimiento que contribuyeron a la formación del pensamiento comunicacional. Otra propuesta es la de Bernard Miège (1996), quien considera la cibernética, el funcionalismo, el estructuralismo lingüístico, la sociología de la cultura y la psicología como corrientes fundadoras del campo. Por su parte, Armand Mattelart (1997) considera que es la sociología funcionalista la que originó la teoría de la comunicación, sobre todo a partir de los trabajos de la *Mass Communication Research*; también destaca la importancia de la teoría matemática de la información de Shannon y Weaver (1948); la economía política, la teoría crítica, el estructuralismo lingüístico, los estudios culturales y la sociologías interpretativas e intersubjetivas. Por su parte, Robert T. Craig (1999) señala que la comunicación ha sido construida con base en, al menos, siete tradiciones teóricas, a saber: la retórica, la semiótica, la fenomenológica, la cibernética, la sociopsicológica, la sociocultural y la crítica.³

En las propuestas de organización del pensamiento sobre la comunicación planteadas en el párrafo anterior aparece una primera hipótesis: el pensamiento filosófico en el campo de la comunicación se reduce casi exclusivamente a la presencia de abordajes cercanos a la fenomenología y la hermenéutica. Posteriormente se retomará este asunto.

¿QUÉ DICEN LOS DICCIONARIOS DE FILOSOFÍA SOBRE LA COMUNICACIÓN?

Aunque la comunicación suele ser ubicada más del lado de la ciencia (ciencias sociales) que de las humanidades, también retoma los aportes de los estudios humanísticos en su más extenso sentido. En esta tensión entre ciencias y humanidades, la comunicación parece encontrarse en la encrucijada.

En un artículo de 2008, Jesús Galindo revisa la presencia de la voz *comunicación* en varios diccionarios especializados de filosofía, y apunta que la mayoría de libros sobre historia de la filosofía

³ De estas tradiciones, vale la pena recuperar aquí la retórica y la fenomenológica. Para la retórica, la comunicación es el arte práctico del discurso, mientras que para la fenomenología, la comunicación es la experiencia del uno y del otro, o de los otros, por medio del diálogo.

no le dan un lugar relevante a la reflexión sobre la comunicación hasta bien entrado el siglo xx. Y aún en el siglo xxi hay obras sobre historia del pensamiento filosófico en donde la comunicación no aparece como asunto central sobre el que valga la pena hablar (Galindo, 2008).

El primer diccionario referido es el de Ferrater Mora (1984), en el que la comunicación aparece en el apartado dedicado a la filosofía del lenguaje, la lingüística y la semiótica. Ferrater Mora aborda lo que considera los principales aspectos de la comunicación: el lingüístico y el existencial.

El sentido lingüístico de la comunicación no puede reducirse al sentido existencial y viceversa [...] los lingüistas sostienen que toda comunicación es, en el fondo, transmisión de información y, por consiguiente, transferencia de símbolos, de modo que la llamada comunicación existencial tiene que ser asimismo simbólica. Los existencialistas, por otra parte, mantienen que toda comunicación lingüística y simbólica se da dentro de un contexto existencial, dentro de una actitud, de una situación, de un horizonte, etcétera (Ferrater Mora, 1984).⁴

Sobre el aspecto lingüístico de la comunicación, el filósofo profundiza en torno a la comunicación como sinónimo de la transmisión de información, que tiene, cuando menos, dos formas fundamentales: la semántica y la pragmática. Afirma que la mayoría de filósofos que se preocuparon por la comunicación desde este punto de vista lingüístico se interesaron especialmente en nociones como signo, *denotatum* de un signo e intérprete del signo. Otros filósofos se interesaron por la naturaleza del discurso y por sus posibles tipos. En lo que se refiere a la visión existencialista de la comunicación, Ferrater Mora toma en cuenta las aportaciones de Karl Jaspers. Según Jaspers, la comunicación existencial se halla en el límite de la comunicación empírica, que se manifiesta en diferentes grados: a modo de conciencia individual que concurre con la conciencia de pertenencia a una comunidad; como oposición de un yo a otro (con diversas formas de aprehensión del ser otro: objeto o sujeto), y como aspiración a una trascendencia objetiva. Así, la comunicación existencial única e irrepetible tiene

⁴ Citado en Galindo (2008: 7)

lugar entre seres que son sí mismos y no representan a otros. Sólo en tal comunicación, el sí mismo existe para el otro sí mismo en el mundo. Ser sí mismo, por lo tanto, no es ser aisladamente, sino serlo con otros sí mismos en libertad.

Otros autores importantes para dar cuenta de las aproximaciones existenciales a la comunicación son Jean-Paul Sartre y Martin Buber. El primero se ocupó de la comunicación en sus análisis del lenguaje, al que concibió como el ser para otro, es decir, como el fenómeno que permite que una subjetividad se experimente a sí misma como objeto para otros. Por su parte, Buber distinguió entre comunicación, comunión y participación: la primera es simbólica, y por lo tanto es propia de la vida social; en la segunda, la comunión es intrapersonal e implica la reciprocidad en la relación yo-tú, y la tercera es una penetración en la realidad primaria.

El segundo diccionario que retoma Jesús Galindo es el de Nicola Abbagnano (1966). En esta obra se incluye un apartado sobre la comunicación, que aparece como fenómeno indisociable de las relaciones humanas. Para el autor, los filósofos y los sociólogos usan el concepto de comunicación para referirse a las relaciones humanas como relaciones de participación recíproca o de comprensión. Por lo tanto, el término viene a resultar sinónimo de coexistencia o de vida con los otros, e indica el conjunto de modos específicos que puede adoptar la coexistencia humana, es decir, modos en los que queda a salvo una cierta posibilidad de participación o de comprensión.

Para Abbagnano, la importancia de la comunicación en la filosofía contemporánea se debe a tres factores: en primer lugar, al abandono de la noción romántica de conciencia infinita de sí, en la cual el uso de nociones como *espíritu absoluto* o super alma, que implican la identidad de todos los hombres, inutiliza el concepto mismo de comunicación interhumana; en segundo lugar, al reconocimiento de que las relaciones interhumanas implican la alteridad entre los hombres mismos y sus relaciones posibles, y por último, al reconocimiento de que tales relaciones constituyen la realidad como tal. Por lo anterior, el concepto de comunicación, afirma Abbagnano, tiene presencia en diversas filosofías, de las cuales se recuperan las de Heidegger, Jaspers y Dewey, tres propuestas cercanas al existencialismo y que, por tanto, se centran en la comunicación como capacidad de relación inherentemente humana.

Para Heidegger, el concepto de comunicación debe ser entendido en un amplio sentido ontológico, esto es, como una comunicación existencial. En esta comunicación, los sujetos se construyen unos con otros, y por tanto, la comunicación es, en esencia, el co-encontrarse y el co-comprender (Heidegger, 1962). Por su lado, Jaspers (1958) parte de una crítica de las visiones que sobre la comunicación han propuesto ciencias empíricas como la psicología, la sociología o la antropología. Según Jaspers, éstas se limitan a considerar las relaciones humanas y no las posibles. Y para Jaspers la comunicación alude, precisamente, a la posibilidad de las relaciones. Por último, Dewey (1948) comparte con Heidegger y Jaspers que la comunicación constituye la realidad humana; la considera como una forma especial de la acción recíproca de la naturaleza y estima, por lo tanto, que puede o debe ser estudiada a través de la investigación empírica.

El último diccionario revisado por Galindo (2008) es el de Miguel A. Quintanilla (1985), que dedica varias páginas a la voz *comunicación*. En ellas se parte de una primera y fundamental diferencia entre la teoría de la información, en la que la comunicación queda reducida a la funcionalidad cuantificable, y la teoría filosófica de la comunicación, en donde aparece como algo irreductible en cuanto condicionante de la interacción humana. Afirma el autor que en la filosofía se sustituye el término general *comunicación* por su equivalente filosófico: el discurso. Si el hombre se halla siempre ya en intercomunicación, es en el discurso donde la comunicación del hombre se convierte en comunicación humana propiamente como tal. Quintanilla considera que el proceso de comunicación se constituye en la relación entre un emisor y un receptor sobre la base de una transmisión de información. Comunicar es comunicar información, lo que convierte a todo proceso comunicacional en un proceso selectivo. El emisor ha de elegir unas señales o signos para transmitir su información, y a su vez el receptor ha de seleccionar la información en una respuesta efectiva correspondiente. Este proceso comunicativo se verifica o logra su mediación sobre el baremo de un vehículo o médium lingüístico. La mediación lingüística se convierte entonces en la condición de la comunicación, la cual reaparece ahora como un procedimiento correlacional de codificación lingüística (*encoding*) por parte del emisor y de decodificación lingüística (*decoding*) por parte del receptor.

Pero, a decir de Quintanilla, más importante para la filosofía es afirmar que toda comunicación logra su verificación en el descifrado. Descifrar es interpretar, y por lo tanto el proceso de comunicación es un proceso intersubjetivo de interpretación. El código es la mediación objetiva-subjetiva de la comunicación, y ello permite formular una teoría crítica del sentido: éste no emerge en cuanto sentido humano (antropológico) en la mera inmediatez irrelata de estímulo-respuesta, sino en su mediación interpretativa y por la referencia al código en cuanto regla o norma convencional basada en un consenso y convenio intersubjetivo que define a la comunicación como comunicación específicamente humana.

A partir de la revisión del tratamiento de la comunicación en los tres diccionarios especializados en filosofía, Jesús Galindo (2008) plantea interesantes consideraciones para poner en diálogo los dos campos de conocimiento. El punto de partida básico es que existe una distancia notable entre el sentido de la comunicación en la filosofía del siglo xx y el pensamiento filosófico antecedente. Otro elemento básico que permea las reflexiones de Galindo es la relación entre las lecturas filosóficas de la comunicación y las principales fuentes científicas históricas del pensamiento comunicacional. Así, en el diccionario de Ferrater Mora aparecen la lingüística, la semiótica y la cibernética. También tienen presencia de alguna forma la psicología social y la sociología fenomenológica. Todo ello lleva a considerar que la lectura filosófica de la comunicación planteada en este diccionario pone más énfasis en la acción y en el proceso de intercambio de información entre seres humanos. Por su parte, en el diccionario de Abbagnano aparece la filosofía fenomenológica como tema central, aunque también tiene presencia el pragmatismo, la semiótica y la sociología fenomenológica. Se propone, entonces, una aproximación a la comunicación que pondera la comprensión, la participación recíproca, la coexistencia y la vida con los otros. Por último, en el diccionario de Quintanilla las fuentes con mayor presencia son la semiótica, la cibernética, la lingüística, la sociología crítica, la sociología cultural y sociología fenomenológica. La comunicación, aquí, aparece en sus dos vertientes: como interacción y como transmisión de información.

Jesús Galindo concluye afirmando que “el espacio conceptual de la comunicación parece ser una consecuencia de la centrali-

dad del interés del pensamiento filosófico y científico del siglo xx en el lenguaje” (Galindo, 2008: 37). Aunque sería, por tanto, la reflexión sobre el lenguaje un eje importante sobre el cual plantear una lectura filosófica de la comunicación, la ontología (y su visión existencialista de la comunicación) parece abrir el espacio de reflexión y posibilita plantear una aproximación a la comunicación que dista mucho de su asimilación con la transmisión de información, concepción completamente arraigada al sentido común que sobre la comunicación existe en el campo académico que le da nombre. A ello se dedica el siguiente apartado.

PROPUESTAS ONTOLÓGICAS Y ÉTICAS SOBRE LA COMUNICACIÓN

La mirada filosófica de la comunicación debe poner el acento en lo ontológico, en el ser, en la esencia dialógica de lo humano. Y fueron, según Ure (2010: 17), el existencialismo y la hermenéutica las dos corrientes que más destacaron el aspecto ontológico de la comunicación. Mariano Ure plantea que existen dos formas de ver filosóficamente la comunicación: la sociolingüística, también denominada derivada o expresiva, y la ontológica, también conocida como originaria o existencial. En ambos casos, pero de forma mucho más clara desde la perspectiva ontológica, la concepción filosófica de la comunicación trasciende el mero intercambio de significados para instalarse en una dimensión en la que las personas comprometen su propia existencia. En este sentido, y de modo muy general, puede decirse que la dimensión ontológica de la comunicación concibe a ésta como el medio para vencer el solipsismo y orientarse en el mundo. El horizonte de la comunicación, desde este punto de vista, debe ser lo que Ure (2010) denomina la comunicación buena, esto es, el ser-con-otros en el mundo, propio y constitutivo del hombre.

La ontología se ocupa del ser. Y la comunicación sin duda alguna está sujeta al modo de ser, a la existencia misma de lo humano. Como ontología aplicada (o regional, a decir de Ure), esta ontología de la comunicación se interesa

por revertir el olvido del ser en la práctica comunicativa [...] cuestionarse por el ser en la comunicación es intentar dilucidar qué papel juega el intercambio lingüístico en la dona-

ción del ser y cómo se da o se sustrae el ser en él [...] esto implica indagar si la comunicación cumple el sentido del ser, que quiere entregarse, y si la comunicación, en su realización pragmático-lingüística, cumple su sentido en la orientación hacia el ser (Ure, 2010: 39).

Junto a los aportes de la ontología, a los que se regresará posteriormente, la filosofía se interesó por la comunicación a partir de lo que se conoce como filosofía del lenguaje, corriente que puso el lenguaje en el centro de las investigaciones filosóficas para determinar cómo es posible el pensamiento y de qué manera es expresable la experiencia. Las preguntas centrales de la filosofía del lenguaje son las siguientes: ¿Qué es un significado? ¿De qué manera el lenguaje significa el mundo externo? En esta corriente filosófica existen al menos dos tradiciones, que a menudo presentan reflexiones encontradas. Por un lado, está la tradición analítica, que se interesa por las reglas de juego para el uso del lenguaje y los mecanismos de fijación de los significados; por otro lado, está la tradición de corte existencialista, que por su interés en la exploración de las distintas posibilidades de ser-en-el-mundo tiene sin duda relación con las aproximaciones ontológicas que se trataron párrafos arriba. Interesa, entonces, poner énfasis en esta filosofía del lenguaje de corte ontológico, que concibe al lenguaje como mediador entre el hombre, el intérprete y la realidad. Para Paul Ricœur (1978), por ejemplo, el lenguaje está abierto al ser en tanto es capaz de indicarlo y comunicarlo a otros. El milagro de la comunicación es factible gracias a que lo comunicado es justamente lo noético, o sea, el ser intencional, que descarta así lo psíquico en cuanto tal, es decir, el acto mismo por el cual un sujeto particular hace experiencia. En el marco de ciencias de la comunicación (donde el fenómeno comunicativo suele verse mayoritariamente ligado a los procesos de transmisión de información) y la filosofía del lenguaje, la investigación sobre la comunicación generalmente se reduce al plano lógico-gramatical y, en última instancia, al pragmático:

Hay comunicación, por ende, en la medida en que un contenido conceptual explícito es transmitido de un emisor a un receptor y esto produce un efecto en su conducta [...] sólo es comunicable lo que es codificable, es decir, pensable a través del lenguaje (Ure, 2010: 35).

Pero hay que ir más allá, afirma el autor, y concebir como verdadera comunicación únicamente “aquella en la que los interlocutores se apropian del sentido del ser y de la coexistencia, y no meramente de un contenido inteligible” (Ure, 2010: 36). El abordaje ontológico de la comunicación debe distinguirse, por tanto, de las aportaciones de los modelos matemático,⁵ semiótico, pragmático, sociológico y psicológico,⁶ de gran tradición en el pensamiento comunicacional. Sin embargo, la necesidad de establecer esta distinción no debe impedir el diálogo entre los diversos abordajes que sobre la comunicación han trazado los distintos campos de conocimiento que se han aproximado al fenómeno:

Una visión completa del fenómeno comunicativo depende de la integración de las distintas dimensiones que lo constituyen. Ni suprimir el plano ontológico ni desechar los avances de las ciencias de la comunicación acrecientan el horizonte de comprensión de lo que ocurre cuando el hablante decide dirigirle la palabra a su interlocutor (Ure, 2010: 37-38).

La perspectiva ontológica define al diálogo o comunicación existencial como la dimensión de intercambio (entre humanos) que supera lo signico, el interés pragmático y la mera transmisión de experiencias de mundo para culminar en la maduración ontológica de la persona. En esta definición la relación es central: mi ser yo mismo depende del vínculo con el otro.

⁵También denominado modelo lingüístico-informacional, se circunscribe a la teoría matemática de la información de Shannon y Weaver, quienes señalaron los elementos básicos de todo proceso comunicativo: fuente, transmisor, canal, receptor y destinatario. Posteriormente, Jakobson adaptó el modelo a la comunicación lingüística, añadiendo los elementos de código y contexto y las funciones del lenguaje asociadas a cada elemento del proceso comunicativo.

⁶Las tradiciones pragmáticas y sociorrelacionales, con aportes de la sociología, semiótica, pragmática y psicología al centro, beben de las propuestas de Morris (teoría de los signos, según la cual hay comunicación cuando se verifica una respuesta mediada por el signo) y se complementan con la teoría de los actos de habla de Austin, posteriormente ampliada por Searle, ambos interesados en las acciones implicadas en el uso del lenguaje. Desde la perspectiva sociorrelacional, el lenguaje modifica la conducta del hablante e influye en las interacciones intersubjetivas y en la vida de las instituciones que componen la sociedad. La comunicación no está orientada al entendimiento, y su función es coordinar las acciones individuales o institucionales para atenuar el conflicto y fomentar la cooperación.

Como afirma Pareyson (2002: 177), “esencial a la persona y constitutiva de ella es la sociabilidad, es decir la apertura a los otros, no la socialidad, es decir la efectiva relación con los otros”. Siguiendo a Ure:

el hombre se realiza *por* y *en* la comunicación. Una vez establecido el diálogo originario, posibilitado por el derivado —la conversación—, los hablantes ya no son los mismos. Allí adquieren un plus ontológico. A partir de ese encuentro son más, lo cual, expresado desde la perspectiva ontoética, implica ser mejores (Ure, 2010: 85).

Pero, ¿cómo se da la comunicación?, ¿qué condiciones la hacen posible? Al respecto, la respuesta de la ontología es muy clara: la realidad verifica la posibilidad. “Si se produce un intercambio lingüístico y esto repercute en el comportamiento social del individuo, es porque el acercamiento entre los interlocutores era posible. Y, ¿por qué era posible? Porque ambos comparten un *espacio común*” (Ure, 2010: 43). Por tanto, la comunicación es posible por la similar colocación ontológica de las personas. El mismo autor señala que

comunicar implica un tránsito, un fluir de uno hacia otro —o de uno hacia muchos e inversamente de muchos hacia uno—, por lo que su entidad consiste en el acto de unir. La comunicación, de hecho, es una circulación: de significados, por un lado, y del ser bajo ciertas condiciones con esos significados, por otro (Ure, 2010: 43).

La principal condición subjetiva que hace posible la existencia de la comunicación es el ejercicio de la alteridad, lo cual implica superar el solo reconocimiento cognoscitivo del otro e implica ir mucho más allá: implica abrirse al otro, transgredir el propio yo que sale del sí mismo en su involucramiento con el otro. Por lo tanto, para que exista comunicación debe haber apertura ontodialógica de la persona y ejercicio de la alteridad. Ello tiene que ver con la aproximación existencialista y ontológica propuesta por Martin Buber, para quien la comunicación no es sólo el proceso de emisión y recepción de significados, sino que también, y más importante, es “el proceso de intercambio de dones personales en el que los interlocutores desnudan su interioridad, lo que excede el plano de la significación” (Buber, 1998: 34).

Queda claro, entonces, que la concepción existencial u ontológica de la comunicación se centra en su dimensión originaria. En toda relación de comunicación se produce un encuentro intersubjetivo en el que la interioridad de los participantes es entregada al resto. Allí hay verdadera transmisión, pero a diferencia de lo que proponen las aproximaciones informacionales-lingüísticas y pragmáticas-relacionales, lo transmitido es el ser, por más que para ello sea necesario el soporte del *hacer* y del *decir*. Así, la comunicación existencial es la circulación del ser, pues “el ser no puede *ser* más que siendo-los-unos-con-los-otros, circulando en el *con* y como *con* de esta coexistencia singularmente plural” (Nancy, 1996: 19).

El otro aspecto básico de este modelo es la interdonación, tal y como la entiende Buber: el encuentro intersubjetivo en el que hablante y oyente (yo y tú) desnudan su interioridad y entregan los tesoros más profundos de su ser. Buber habla de la “presentificación personal” para indicar el ejercicio de la alteridad por el cual se reconoce al otro en calidad de tú, en cuanto persona digna e irrepetible que goza del derecho básico a ser sí misma y a expresarse libremente. Así, lo intercambiado es el ser con el don de uno mismo. O dicho de otra forma, la comunicación se desarrolla entre el yo y el tú, pero lo que circula es el ser. Por lo tanto, mientras que “el éxito del nivel lingüístico se mide de acuerdo con el entendimiento, y el del pragmático según la eficacia, en el ontorelacional cuenta la adquisición de un plus ontológico” (Ure, 2010: 57). En otras palabras,

una vez terminado el diálogo los hablantes ya no son los mismos; salen de él transfigurados, reconvertidos ontológicamente. El plus ontológico implica en primer lugar el descubrimiento de aquella posibilidad de existencia propia, la única que consiente que cada individuo realice su “sí mismo” y, en segundo lugar, un paso hacia adelante en la concreción de esa posibilidad (Ure, 2010: 57).⁷

⁷ Esta aseveración ya fue realizada por Gadamer, entre otros autores protagonistas del denominado giro hermenéutico en la filosofía. Para Gadamer “allí donde se logra realmente una conversación, los interlocutores ya no son exactamente los mismos cuando se separan. Están más cerca el uno del otro. Hablar es un hablar-conjunto, y esto crea algo común” (1995: 230 y ss).

Siguiendo a Nancy, el plus ontológico adviene cuando el yo descubre y realiza el sentido de la existencia, que no es otro que cumplir el sentido del ser en el nosotros. Dialogar es, así, promocionar al otro. “Para que haya circulación del ser, el otro tiene que ser un tú para mí y yo un tú para el otro. La interdonación no se cumple allí donde hay asimetría” (Ure, 2010: 58).

Las aproximaciones ontológicas a la comunicación tienen antecedentes, en cierta medida, en las aproximaciones sociofenomenológicas de autores como Alfred Schütz. El autor, en su célebre artículo “Making Music Together” (1996) ya afirmaba que la comunicación excede lo lingüístico: comunicar es el acto por el cual el yo transfiere una vivencia, que da lugar a la apropiación de esa experiencia por el tú en su tiempo interno. Sin embargo, Schütz no daba cuenta de que el puro intercambio puede darse de forma fría e interpersonal, y en la interdonación, desde la óptica de la ontología, ese intercambio debe ir acompañado del interés en el otro. La interdonación, por tanto, no puede realizarse sin la decisión de reconocer al otro, o dicho de otra forma, la condición subjetiva fundamental de la interdonación es el reconocimiento del otro, mismo que se concreta gracias a la atención, el respeto y el interés.

En los párrafos anteriores se anticipan algunas ideas que dan cuenta de la relación entre la ontología y la ética. Para la ética, como para la ontología, la comunicación buena es la comunicación verdadera. Puesto que el hombre se realiza *por y en* la comunicación, ésta cumple su sentido en la promoción del otro. Su tarea consiste en emancipar: la emancipación a la que aspira la comunicación buena es la que corresponde a la libertad positiva, a la libertad *para* y no a la libertad *de* (Ure, 2010). La pregunta ética adquiere peso porque “comunicar es siempre un *riesgo*” (Fabris, 2004: 13). Este riesgo viene dado por el desconocimiento que tenemos sobre el rumbo que tomará cualquier situación comunicativa. Es decir, podemos saber con claridad cuándo inicia el acto comunicativo, cuándo dos sujetos entran en contacto, pero no podemos tener total previsión de cuándo terminará el acto o qué dirección tomará éste. En este entorno de desconocimiento o de falta de claridad,

lo dicho puede ser malinterpretado y, entonces, generar una distancia aun mayor entre los hablantes. Pero también puede

esconder una voluntad manipuladora. Con una u otra intención, los resultados de la conversación son impredecibles y, por ende, también su cualidad moral (Ure, 2010: 125).

Por lo tanto, la pregunta ética sobre la comunicación “se interesa por la comunicación acontecida, para apreciar si fue buena o mala, y a partir de allí proyectar las futuras situaciones de habla” (Ure, 2010: 126). El autor continúa con la siguiente afirmación:

bueno será la comunicación siempre y cuando cumpla su sentido, la función de instrumento para el encuentro en el que tanto el yo como el tú adquieren un plus ontológico [...] buena será la comunicación si corresponde a su naturaleza —forjadora de vínculos y no dismanteladora—, a su necesidad —orientada a la intensificación de la relación con el ser— y a sus condiciones —reconocimiento del otro en cuanto otro— (Ure, 2010: 127-128).

Para analizar si un acto comunicativo específico es bueno o malo, y si alcanza el grado de lo moral o se circunscribe a lo conveniente, hay que tener en cuenta el contenido, la forma y la intención, es decir, lo que se dice, cómo se dice y con qué propósito se dice. Por tanto, las reglas éticas de la comunicación son herramientas útiles para la obtención de consensos. En la propuesta de una ética de la comunicación de Jürgen Habermas, la práctica discursiva tiene que seguir cuatro principios: 1) nadie que pueda hacer una contribución relevante puede ser excluido de la participación, 2) a todos se les dan las mismas oportunidades de hacer sus aportaciones, 3) los participantes tienen que decir lo que opinan, y 4) la comunicación tiene que estar libre de coacciones tanto internas como externas, de modo que las tomas de posición con un sí o con un no ante las pretensiones de validez susceptibles de crítica únicamente sean motivadas por la fuerza de convicción de los mejores argumentos (Habermas, 1999: 76). Sólo así, desde las condiciones subjetivas enunciadas anteriormente y sobre la base de la libertad, “la comunicación deja de ser una herramienta de poder para transformarse en una herramienta de servicio cuando responde a un genuino interés por el otro” (Ure, 2010: 265). Para la perspectiva ontológica, y siguiendo a Buber (1998), la humanización del mundo no está sujeta a cualquier acto de comunicación, sino al

diálogo que conduce al involucramiento, en el cual los interlocutores asumen la respuesta como responsabilidad por el otro.

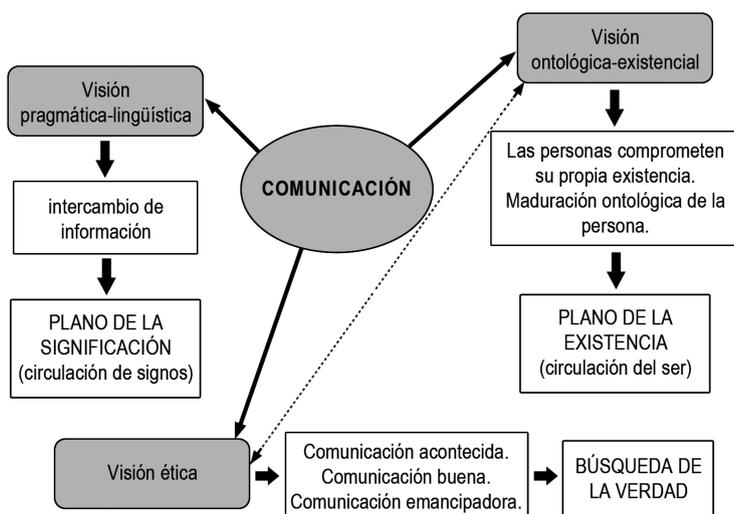
La ontoética, en este tenor, apunta a que el sentido de la comunicación trasciende los bienes sociales obtenibles gracias a los intercambios informacionales con fines pragmáticos para instalarse en la verdad. Desde la ética, entonces, la comunicación es la herramienta clave en la búsqueda de la verdad.

En conclusión, la coexistencia, el ser-con-otros, es un encuentro ontológicamente enriquecedor que ayuda a la persona a vencer su soledad y a satisfacer sus deseos de relación, algo que ya fue enunciado por Buber (1998) y Jaspers (1958), entre otros autores. En la comunicación se intercambian tanto bienes sociales como bienes ontológicos: los primeros pueden ir orientados al entendimiento, tal y como apuntaría el nivel lingüístico-informacional de la comunicación; y los segundos tendrían que ver con la personalización, atendiendo a la propuesta ampliamente comentada de la comunicación existencial u ontológica, que pone el acento en la presencia del ser en la comunicación.

CIERRE SINTÉTICO

Como se desprende de las páginas anteriores, la comunicación ha sido un asunto poco tratado por la filosofía, y las principales corrientes que la han abordado (el existencialismo, la filosofía del lenguaje y la ontología) se instalan en el siglo xx. Pese a ello, se ha puesto de manifiesto que es posible conceptualizar la comunicación desde un punto de vista filosófico, y fundamentalmente ontológico (en su relación, además, con la ética), de ahí que considere que la filosofía, sin duda alguna, debe ser retomada para seguir complejizando la definición de la comunicación. A continuación se presenta un mapa conceptual (Figura 1) que sintetiza los principales abordajes filosóficos sobre la comunicación. Como se puede ver, se recuperan los tres principales enfoques planteados en los apartados anteriores, esto es, la visión pragmática-lingüística (hasta hoy dominante en el campo académico de la comunicación) y las visiones ontológica-existencial y ética, menos tomadas en cuenta a lo largo de la trayectoria del campo de la comunicación pero que sin duda abren el espectro de posibilidades para concebir a la comunicación como un fenómeno inherente a la existencia humana.

Figura 1
Mapa de abordajes filosóficos sobre la comunicación



Fuente: elaboración propia

El tránsito del plano de la significación, es decir, del ver a la comunicación únicamente como transmisión e intercambio de información, al plano de la existencia, que concebiría a la comunicación como el fenómeno inherente a lo humano que permite la circulación del ser, permite ampliar las lecturas sobre la comunicación y no eludir, además, el compromiso ético que el fenómeno lleva intrínseco. Sin embargo, como se ha comentado anteriormente, el campo académico de la comunicación ha tomado poco en cuenta los aportes de la filosofía para teorizar sobre el fenómeno comunicativo. Son pocas las aproximaciones que, sobre todo desde la sociología fenomenológica (Rizo, 2008: 43-107), ponen el acento en la comunicación como encuentro intersubjetivo. Al respecto, merece la pena mencionar brevemente los trabajos del Grupo hacia una Comunicología Posible, que trabajó de 2003 a 2009 con la intención de fundamentar teórica y epistemológicamente la ciencia de la comunicación. Las estrategias fueron varias: en un primer momento se realizó una revisión bibliográfica de las obras consideradas fundamentales para el pensamiento en comunicación a lo largo de la historia; en un segundo momento se trabajó bajo una lógica de historiografía de la ciencia de la comunicación, de la

cual surgió la propuesta de las nueve fuentes científicas históricas de la comunicología, cada una de ellas con sus propias genealogías de autores, temas, conceptos e ideas (Galindo, 2008b; Galindo y Rizo, 2008; Galindo, 2010); la tercera y última fase de los trabajos del grupo se centró en la construcción epistemológica de la comunicología, derivada de las nueve fuentes detectadas en la fase inmediatamente anterior (Galindo, 2011).

El trabajo realizado da cuenta de la poca presencia de la perspectiva filosófica en el campo de la comunicación. Afirmación que también se hace evidente en otros trabajos realizados por algunos miembros del grupo, como la revisión de manuales de teorías de la comunicación (Rizo, 2005: 185-223) o la propuesta de abordaje de las teorías de la comunicación desde una perspectiva semiótica que trasciende lo realizado desde el campo de la comunicación (Vidales, 2010), por citar sólo algunos. Por lo anterior, se puede concluir esta reflexión afirmando que la relación entre la filosofía y la comunicación es un campo fértil que puede dar lugar a muchas ideas de interés para sendas disciplinas. La centralidad de la comunicación en las sociedades cotidianas, los cambios en el espacio y en el tiempo derivados de nuevas formas de comunicación, la comunicación como base de las sociedades democráticas, entre otros temas, dejan entrever que la comunicación debe seguirse pensando, y ello debe hacerse cada vez con formas de aproximación más complejas que permitan abordajes distintos a los sociocéntricos y a los asociados con el saber-hacer empírico que ha caracterizado al campo durante gran parte de su historia. La filosofía, con la aproximación ontológica al centro, parece ser una matriz de pensamiento que ofrece esta posibilidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abbagnano, N. (1966). *Diccionario de filosofía*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Buber, M. (1998). *Yo y tú*. Madrid: Caparrós.
- Craig, Robert T. (1999). "Communication Theory as a Field", *Communication Theory*, 9 (2), mayo, pp. 119-161. Recuperado el 2 de octubre de 2011 de http://www.stes-apes.med.ulg.ac.be/Documents_electroniques/MET/MET-COM/ELE%20MET-COM%20A-8191.pdf

- Dewey, J. (1948). *La experiencia y la naturaleza*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Fabris, A. (2004). *Etica della comunicazione interculturale*. Pregassona, Suiza: Europress.
- Ferrater Mora, J. (1984). *Diccionario de filosofía*. Madrid: Alianza.
- Gadamer, H. G. (1995). *El giro hermenéutico*. Madrid: Cátedra.
- Galindo, J. (2008a). "Filosofía y Comunicología. Exploración general para un programa posible de estudios", en *Razón y Palabra*, núm. 64, año 13. Recuperado el 18 de agosto de 2011 en <http://www.razonypalabra.org.mx/N/n64/actual/jgalindo.pdf>
- Galindo, J. (coord.) (2008b). *Comunicación, ciencia e historia. Fuentes científicas históricas hacia una comunicología posible*. Madrid: McGraw Hill Interamericana.
- (2010). *Sociología y comunicología. Historias y posibilidades*. Salta, Argentina: Universidad Católica de Salta.
- (2011). *Comunicología posible. Hacia una ciencia de la comunicación*. México: Universidad Intercontinental.
- Galindo, J.; Karam, T. y Rizo, M. (2005). *Cien libros hacia una comunicología posible. Ensayos, reseñas y sistemas de información*. México: Universidad Autónoma de la Ciudad de México.
- Galindo, J. y Rizo, M. (Coords.) (2008). *Historia de la comunicología posible. Las fuentes de un pensamiento científico en construcción*. León-Puebla: Universidad Iberoamericana León-Puebla.
- Gallino, L. (1995). *Diccionario de sociología*. México: Siglo XXI.
- Habermas, J. (1999). *La inclusión del otro: estudios de teoría política*. Barcelona: Paidós.
- Hegel, G. (1985). *Lecciones sobre la historia de la filosofía*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Heidegger, M. (1962). *El ser y el tiempo*. México: Fondo de Cultura Económica.
- (1999). *Introducción a la filosofía*. Madrid: Cátedra.
- Jaspers, K. (1958). *Filosofía*. Puerto Rico-Madrid: UPR-Revista de Occidente.
- Lazar, Judith (1996). *La ciencia de la comunicación*. México: Publicaciones Cruz.
- Mattelart, A. y Mattelart, M. (1997). *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Miège, B. (1996). *El pensamiento comunicacional*. México: Universidad Iberoamericana.

- Nancy, J. L. (1996). *Ser singular plural*. Madrid: Arena Libros.
- Papalini, Vanina A., “La comunicación: espacio teórico para la ideología contemporánea y su crítica”. Ponencia presentada en el VI Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación. Santa Cruz de la Sierra, Bolivia, junio de 2002. (Documento mimeografiado.)
- Pareyson, L. (1998). *Essere, libertà, ambiguità*. Milán: Mursia.
- (2002). *Esistenza e persona*. Génova: Il Melangolo.
- Peters, Durham J. (1986). “Institutional Sources of Intellectual Poverty in Communication Research”, *Communication Research*, 13, 4, pp. 527-559.
- Quintanilla, M. A. (dir.) (1985). *Diccionario de filosofía contemporánea*. Salamanca: Sígueme.
- Ricœur, P. (1978). *Filosofía e linguaggio*. Milán: Guerini.
- Rizo García, M. (2005). “La Teoría en el campo académico de la comunicación. Análisis de manuales de teoría de la comunicación desde la propuesta de la Comunicología Posible”, en Martell, L., Rizo, M., Vega, A. (2005). *Políticas de comunicación social y desarrollo regional en América Latina*. México: AMIC, pp. 185-223.
- (2008). “La sociología fenomenológica como fuente científica histórica de una comunicología posible”, en Galindo, J. (Coord.) (2008). *Comunicación, ciencia e historia. Fuentes científicas históricas hacia una comunicología posible*. Madrid: McGraw-Hill Interamericana, pp. 43-107.
- Schramm, W. (Comp.) (1975). *La ciencia de la comunicación*. México: Roble.
- Schütz, A. (1996). “Making Music Together”, en Schütz, A. *Frammenti di fenomenologia della música*. Milán: Guerini.
- Sfez, L. (1995). *Crítica de la comunicación*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Ure, M. (2010). *Filosofía de la comunicación en tiempos digitales*. Buenos Aires: Biblos.
- Vidales Gonzáles, C. (2010). *Semiótica y teoría de la comunicación* (t. I y II). Monterrey, México: Colegio de Estudios Científicos y Tecnológicos del Estado de Nuevo León.