

# La comunicación como expresión. Una apuesta biofenomenológica

Vivian Romeu Aldaya

## Resumen

En este texto se realiza una propuesta epistemológica en torno a la comunicación como fenómeno. El objetivo parte de reflexionar respecto a las fallas que, en nuestra opinión, han limitado el desarrollo de un concepto de comunicación más afín a la realidad comunicativa que intenta describir y explicar. Desde ello se exponen las bases epistemológicas desde las cuales fincamos nuestra propuesta biofenomenológica de la comunicación, definiéndola como expresión del ser vivo, lo cual nos permitirá delinear su funcionamiento de la comunicación tanto desde su dimensión individual como desde su dimensión social, interactiva. Complementamos el texto con algunos ejemplos que sustentan la viabilidad y sustentabilidad empírica de nuestra propuesta al ofrecer un panorama diverso de ocurrencia de la comunicación por atributos y seres vivos en orden de jerarquía de desarrollo.

*Palabras clave:* comunicación, epistemología, biología evolutiva, biosemiótica, fenomenología.

## Abstract

In this text an epistemological proposal is made about communication as a phenomenon. The objective is to reflect on the failures that in our opinion have limited the development of a communication concept more akin to the communicative reality that tries to describe and explain. From this we expose the epistemological bases from which we build our biophenomenological proposal of communication, defining it as an expression of the living being, which will allow us to delineate its functioning of communication both from its individual dimension and from its social, interactive dimension. We complement the text with some examples that support the viability and empirical sustainability of our proposal, offering a diverse

45

panorama of the occurrence of communication by attributes and living beings in order of hierarchy of development.

*Keywords:* communication, epistemology, evolutionary biology, biosemiotics, phenomenology.

Fecha de recepción: 18 de enero de 2018

Fecha de aceptación: 21 de mayo de 2018

## INTRODUCCIÓN

46

Una apuesta biofemenológica de la comunicación implica pensar la comunicación primero como fenómeno, y, en tanto tal, como fenómeno de la vida. Se trata, sobre todo, de un abordaje biológico que intenta posicionar a la comunicación como parte de la vida misma, es decir, de la materia animada, desde aquella más primitiva hasta la más desarrollada, tratando además de modelizar conceptualmente su funcionamiento y de paso elaborar criterios ontológicos que la definan y distinguan de otros fenómenos.

El camino elegido para ello ha sido el de la expresión, porque si en algo parecemos estar de acuerdo todos aquellos que pensamos la comunicación desde un prisma epistemológico es en su capacidad para producir y proyectar significados; ambas tareas referidas a la expresión. Eso, en principio, parece ser una característica distintiva de la comunicación. La expresión, así entendida, hunde sus raíces en la referencia, es decir, en aquello con lo que se refiere a algo, y esto también suele ser admitido como el meollo de todo acto comunicativo. El problema surge cuando se intenta develar las claves del surgimiento y funcionamiento de la comunicación. Por ello, a intentar resolver este enmarañado problema, se aboca el presente texto. El lector encontrará aquí un trabajo de reflexión teórica y conceptual de corte ontoepistemológico que busca responder la pregunta sobre lo que la comunicación es.

La pertinencia de este cuestionamiento viene dada no sólo por el necesario imperativo de orden y rigor conceptual al que ello contri-

buiría respecto al desarrollo de un estatuto científico de la comunicación como campo académico –hoy en día, francamente ausente–, sino también porque desde él es posible apuntar a un modelo epistémico sobre la comunicación que posibilite unificar todas las acepciones con las que en la actualidad se tejen los conceptos de comunicación más utilizados.

Si bien, hoy en día, la visión predominante en el campo enfatiza a la comunicación como humana, simbólica, racional, intencional y enfocada al entendimiento, aun y cuando esta caracterización es reductiva del fenómeno comunicativo por varias razones, estos criterios que desde nuestro punto de vista resultan más axiomáticos que vinculados a la realidad, se han ido poniendo en entredicho y algunas de las definiciones de comunicación más aceptadas hoy en día lo demuestran. El caso emblemático es el de los estudios de recepción donde no caben los conceptos de intención y entendimiento, por ejemplo; o bien la ausencia de intención, entendimiento y consciencia que preconizan los postulados de Palo Alto. Por su parte, la teoría paleontológica de la comunicación propuesta por Martín Serrano desestima el criterio de que la comunicación sea un recurso de los seres humanos, para hacerlo extensivo al mundo animal.

Lo anterior visibiliza no sólo la falta de consenso conceptual en torno a lo comunicativo, lo que se debe quizá a que lo comunicativo mismo es complejo, vasto, variado y atravesado por un sinfín de otros objetos conceptuales. Lo cierto es que la comunicación sigue sin definirse a cabalidad y adolece, hoy en día, de una definición que la delimite ontológicamente. Como es fácil deducir, esto implica un serio problema para la comunicación como campo científico que no sólo afecta a los investigadores y estudiosos del área, sino también a los estudiantes que se forman bajo este abanico ecléctico de definiciones y teorías que obstaculizan la emergencia de respuestas más o menos certeras a este problema conceptual.

De la misma manera, la profusión a veces opuesta y contradictoria de conceptos distintos para definir la comunicación provoca la exclu-

sión de algunos fenómenos comunicativos en tanto objetos “ilegítimos” del estudio científico en comunicación. Es el caso, ya mencionado, de la comunicación animal u otros seres pre o no lingüísticos, la comunicación afectiva o emocional, la intrapersonal o psicológica, la comunicación en el arte, en el deporte, por sólo mencionar unos cuantos. De manera contraria se privilegian otros objetos, como los clásicos medios masivos (los tradicionales y los nuevos), la publicidad, la política y en menor proporción la educación, las organizaciones, etcétera.

48

El común denominador de estos abordajes muestra la ausencia de una definición clara de comunicación, pero también el privilegio arbitrario del que gozan ciertos objetos a la hora de ser interpelados desde la comunicación (lo que sea que eso signifique), entre los que se encuentran algunos como la identidad, el consumo, la recepción, y en menor medida, la representación y el discurso.

No se sostiene aquí que estos objetos no puedan ser conceptualizados o estudiados desde la comunicación, sino más bien que la comunicación como campo científico no ha podido dotarlos de propiedades o atributos comunicativos para ser estudiados como tales, pues la tarea ontoepistemológica de la que lo anterior depende sigue siendo un pendiente. Una revisión de la literatura especializada en temas vinculados a la ontología y la epistemología de la comunicación revela que son pocos los especialistas que se dedican a tratarlos, de manera que estos esfuerzos no logran delinear una tendencia sólida de reflexión, lo que impacta de manera negativa en su inclusión en la agenda académica del campo. En ese sentido es el que en este trabajo se pretende contribuir a revitalizar el debate en torno a esta necesaria apuesta.

Para una mejor comprensión por parte del lector, la reflexión que aquí se pretende se organiza en cuatro ejes o partes. El primer eje tiene como objetivo ofrecer un breve panorama en torno a las diferentes conceptualizaciones que se han hecho de la comunicación a lo largo del tiempo, intentando clarificar las semejanzas y diferencias entre ellas a partir del supuesto ontológico que las ampara. Con ello se pretende reflexionar sobre las fallas que, en nuestra opinión, han limitado el

desarrollo de un concepto de comunicación más afín a la realidad comunicativa que intenta describir y explicar, con el objetivo de delinear una propuesta conceptual sobre la comunicación que las solvente.

En un segundo eje y basado en las conclusiones del primero, expondremos las bases epistemológicas desde las cuales fincamos nuestra propuesta biofenomenológica de la comunicación, ofreciendo al lector los fundamentos de los cuales partimos para asumirla como plausible y óptima para comprender lo que la comunicación es y finalmente definirla como expresión del ser vivo.

En el tercer eje, y una vez aclarado por qué entendemos la comunicación en clave biológica y fenomenológica, así como qué definición conceptual se obtiene de esta perspectiva, nos centramos en delinear el funcionamiento de la comunicación como expresión tanto desde su dimensión individual como desde su dimensión social, interactiva. Ello permitirá definir con mayor precisión también el concepto de interacción comunicativa y ofrecer así un panorama más completo de las distintas formas que adquiere la comunicación en los diferentes contextos en los que se da.

Por último, en el cuarto eje, se ilustra la propuesta aquí desarrollada, se muestra la ocurrencia de la comunicación desde sus diferentes tipos y modalidades, lo que guarda un correlato con las características mismas de los seres vivos que la ejecutan. Esto ofrecerá un panorama diverso de ocurrencia de la comunicación por atributos y seres en orden de jerarquía de desarrollo que consagra sus fuertes vínculos con la biología evolucionista.

En las conclusiones de este texto, se intentará recuperar la propuesta aquí desarrollada por medio de una síntesis que arroje luz sobre sus principales planteamientos.

EL ECLECTICISMO CONCEPTUAL EN TORNO  
A LOS FENÓMENOS COMUNICATIVOS

50

Como ya hemos abordado antes, la comunicación como fenómeno ha sido conceptualizada desde varios escenarios teóricos. Uno de ellos, el que marca su inicio al interior de la *Mass Communication Research*, hace de la comunicación un acto en el que uno envía información (llamado emisor) y otro la recibe (el receptor). En ese sentido, la comunicación deviene un acto de transmisión de información que genera determinados efectos en el receptor. No por gusto las teorías que se amparan bajo este paradigma informacional (teoría de la aguja hipodérmica y las teorías de los efectos) guardan un cierto correlato con los enfoques funcionalistas.

Los criterios ontológicos de la comunicación que caben referir desde esta perspectiva se agrupan alrededor de dos aspectos centrales: el entendimiento y la intención, lo que presupone entender la comunicación como un acto intencional y, en consecuencia, racional de transmisión de información que, mediada por una suerte de naturaleza dialógica, permite que emisor y receptor se entiendan. Esto, a su vez, es lo que posibilita que el emisor, a través del mensaje, pueda crear efectos en el receptor, para lo cual es necesario —además— pensar que la comunicación busca afectar al otro.

Sin embargo, desde la teoría de los usos y las gratificaciones un enfoque menos funcional se impuso poco a poco al interior de la *Mass Communication Research* y fue tratado teóricamente desde las teorías de los efectos moderados. Este grupo de teorías matizó el poder de impacto que un mensaje podía tener en los receptores al considerar que éstos, en tanto sujetos activos, podían también usar a los medios para fines propios. Esto dio pie a un nuevo paradigma de la comunicación que tomó forma conceptual, al margen de la *Mass Communication Research*, de la mano de la cibernética clásica a través del concepto de retroalimentación.

La retroalimentación, desde la cibernética, fraguó una nueva manera de entender la comunicación, pues ya ésta no fue concebida como una

simple transmisión de información de un emisor a un receptor, sino como un proceso de ida y vuelta donde ambas figuras “emitían”. En suma, el concepto de retroalimentación dio paso a un nuevo paradigma en la comunicación: el interaccional. Desde esta perspectiva, la comunicación pasó a ser conceptualizada como interacción, y aquí vino muy a tono el desarrollo reflexivo y empírico de la Escuela de Palo Alto que aportó una visión sistémica que permitió entender a la comunicación como un proceso de flujo de información con implicaciones sociales y culturales.

Así, la rígida visión mecanicista de los primeros tiempos cedió el paso a una más dinámica que, si bien, desde un inicio no cambió mucho los criterios ontológicos de la comunicación antes mencionados, posteriormente tuvo que revisarlos. Desde el paradigma interaccional, de la mano de la teoría de sistemas, la comunicación fue paulatinamente asumida como un proceso desde el que, primero, a través de la información transmitida bidireccionalmente y luego, desde la situación en la que se daba la comunicación en sí, se afectaba al otro, ya fuera de manera intencional o no. A partir de ello, lejos quedó la idea de que la comunicación tenía que ser intencional, lejos también la idea de la transmisión de información y se alejó aún más la idea de entendimiento. El posicionamiento del contexto como marco para la ocurrencia de la situación comunicativa pasó a ser el centro de atención de este enfoque teórico y conceptual de la comunicación, lo que fue reforzado desde los postulados de la Psicología Social del que se nutrió la microsociología de muchos de los representantes más ilustres de Palo Alto.

La comunicación como interacción no logró desplazar del todo la noción de comunicación como transmisión de información y su consecuente generación de efectos, pero sí dejó en claro la capacidad del mal llamado receptor para usar dicha información de una manera más propia, interpretando la información proveniente del otro al interior de una situación comunicativa concreta. Esta postura, no obstante, también preconizó el importante papel del contexto social y cultural de los comunicantes.

Así, el uso o interpretación contextualizada de la información transmitida, sumado al uso de la información de *background* de los propios comunicantes, concretó una manera de entender la comunicación de la que quizá los mayores responsables son los exponentes del llamado Interaccionismo Simbólico, posteriormente agrupados en la ya mencionada Escuela de Palo Alto. Con ello, algunos de los criterios ontológicos de la comunicación, tales como el entendimiento, la intención y la transmisión de información, sufrieron un grave revés, mismo que se consolida años después a partir del legado de los Estudios Culturales sobre el papel del contexto sociocultural en la interpretación, que es el meollo de los estudios de recepción en general y los estudios de audiencia en particular.

Al amparo de estos últimos, la comunicación fue entendida como proceso de producción de sentido, esto es: como interpretación, perdiendo con ello la impronta original de la afectación unidireccional de buena parte de la conceptualización de la comunicación tras la *Mass Communication Research* y de la afectación recíproca de los enfoques sistémicos de origen cibernético, posteriormente engrosados desde la Psicología Social.

Bajo estos presupuestos, la comunicación intersubjetiva —a veces concretada bajo la modalidad de comunicación interpersonal— condujo a un concepto de comunicación en el que el diálogo (al presuponer entendimiento) tuvo un papel central, aunque no siempre desde un punto de vista teleológico. Los criterios ontológicos asumidos para la comunicación, desde este enfoque, retornan al concepto de afectación recíproca subyacente en el concepto de interacción, aunque no por fuerza se define bajo el criterio de intención.

En paralelo a estos desarrollos, en América Latina, el estudio de la comunicación desde la perspectiva del desarrollo social vía la teoría de la dependencia retomó, desde un escenario político-ideológico de izquierda, otro concepto de comunicación que, si bien partía de la concepción interaccional antes dicha, fraguaba una tradición más horizontal a partir de los usos políticos de la comunicación. Aquí se

entronizaba de alguna manera la idea de comunicación como diálogo, desde una perspectiva teleológica de visibles tintes marxistas.

A grandes rasgos, lo antes dicho expone con claridad los hitos al interior de la conceptualización de la comunicación desde su surgimiento como preocupación científica hasta nuestros días, lo que demuestra cómo ha ido cambiando ésta a lo largo del tiempo. En ese sentido, varias cosas parecen claras: la primera tiene que ver con el centramiento de los estudios sobre la comunicación en la comunicación humana, y en específico en lo que respecta al escenario social. Los primeros estudios sobre la comunicación revelan la intención de comprender y explicar el funcionamiento social vía la comunicación, incluyendo a la comunicación intersubjetiva de corte microsociológico. Esta deuda con la sociología, herencia de los apremios del contexto histórico sociocultural tras el auge de los medios masivos de comunicación a principios del siglo xx, indica de manera diáfana cómo la preocupación científica en torno a los estudios sobre la comunicación se concreta fuera de los márgenes de la comunicación misma para decantarse por una explicación de lo social, lo que no quiere decir que no haya nada relevante sobre la comunicación que rescatar. Esto quizá explique la ausencia de una discusión y reflexión rigurosa sobre la ontología de la comunicación.

53

Otro insumo que se puede extraer de lo antes dicho estriba alrededor de esos criterios ontológicos que subyacen en cada definición de comunicación antes descrita, pues al atender a esta multiplicidad de conceptualizaciones, algunas francamente opuestas entre sí, no queda más que pensar que: o la comunicación es el conjunto de todos esos actos y procesos (transmisión de información, interacción, diálogo, producción de sentido, flujo de información, etcétera), o es sólo algunos de ellos, o bien ninguno, o quizá, también, que no existe claridad en torno a lo que la comunicación es, que es la tesis por la que nos decantamos en este trabajo.

La razón de este posicionamiento radica en que, como ya se ha dicho, en realidad el estatuto ontológico de la comunicación no ha deveni-

do en preocupación seria del campo académico de los estudios sobre la comunicación. Los esfuerzos que al respecto se han hecho han resultado marginales y no han logrado impactar de manera positiva en la agenda académica del campo. Esto, por supuesto, no le quita un ápice de importancia y creemos que en ello están operando un sinfín de factores, desde el propio diseño institucional del campo a nivel doméstico, regional e internacional, las relaciones de poder que lo caracterizan y configuran, las modas teórico-conceptuales y de objetos de estudio, la ausencia de un objeto de estudio claramente definido, la pretensión de explicar el funcionamiento de la organización social y las relaciones sociales que se dan al interior de la misma, hasta el imperativo del tiempo histórico en que vivimos, que de alguna manera impone la necesidad de dar respuestas a lo que va sucediendo.

Sea una u otra razón, lo cierto es que el campo académico de los estudios sobre la comunicación sigue adoleciendo de un debate profundo acerca del estatuto ontológico del fenómeno que estudia, lo que impide cohesionar los esfuerzos —muchas veces aislados en términos teóricos, conceptuales y metodológicos— e integrarlos alrededor de la pregunta ¿qué debe estudiar la comunicación como campo científico?, lo que lleva aparejada también la interrogación sobre la ontología de la comunicación. Sin una respuesta clara a estos cuestionamientos es poco probable que la comunicación se erija, por derecho propio, en un escenario disciplinar autónomo de la sociología o la psicología, la historia, la lingüística o la antropología, que son las disciplinas de las que hoy mayormente abreva e incluso a las que en ocasiones usurpa su objeto de estudio, sobre todo a la sociología, aunque esta necesidad de abordar disciplinarmente a la comunicación no implica no poder pedir prestado a otras ciencias, sobre todo si se tiene en cuenta que la comunicación en tanto fenómeno, como más adelante se verá, no puede prescindir de ellas.

Llegado a este punto, se hace necesario empezar a definir qué es la comunicación, comenzando por lo que quizá resulta más obvio: la realidad comunicativa. Por realidad comunicativa se entiende aquí aquel conjunto de situaciones en las que un ser vivo proyecta fuera de sí algún

tipo de información (un ejemplo de ello lo tenemos en la transmisión televisiva); mientras que por información entendemos todo aquello que vehicula un significado, en el entendido que todo significado refiere a algo. De esta manera, la información se conforma como un signo, es decir, como una interfaz representacional que media una significación entre el ser vivo que la proyecta y el “objeto”<sup>1</sup> al que esta significación se refiere. En ese sentido, se puede decir que la comunicación siempre refiere a algo.

Si se tiene por buena la definición anterior, es necesario asumir que por ejemplo, el gorjeo de un bebé o bien, las palabras inventadas de los niños pequeños representan actos comunicativos de la misma manera que la nota del día en un periódico, sólo que en esta última, la información suele ser entendida por los lectores, pues gracias a que es esa su intención emplea significados colectivos que la hacen compartibles con otros; y el gorjeo o las palabras inventadas, no. La cuestión por desentrañar aquí es si la naturaleza compartida de los signos utilizados en la comunicación —que ya vimos que no son otra cosa que información— es un criterio necesario y suficiente para hablar de comunicación.

Parece claro que, si se hace de la información compartida un criterio ontológico de la comunicación, se tendría que asumir con ello que la relación comunicativa entre madre y bebé es inexistente, pues el bebé, en tanto ser pre-lingüístico, desconoce el lenguaje de la madre y viceversa. También se tendría que asumir que no existe la comunicación con las mascotas, pues dueño y animal poseen ambos lenguajes distintos, lo que impide poner en común la información. De la misma manera, y si se radicalizan estas ejemplificaciones, tendríamos que asumir que la información que un experto en física nuclear ofrece a un auditorio de estudiantes de secundaria tampoco es comunicación, pues empleará

<sup>1</sup> El término objeto lo hemos puesto entre comillas para designar con ello cualquier cosa, es decir, tanto un objeto físico, como uno conceptual, una sensación, una emoción, etcétera, ya que a través de la comunicación uno puede referirse a cualquiera de ellos.

términos y conceptos de los que estos últimos no tienen referencia. Pasa lo mismo con el profesor que no logra que sus estudiantes comprendan lo que dice; o el llamado cine de arte que se hace difícil de entender para algunos públicos. Para simplificar el asunto, sirvan de ejemplo aquellas situaciones en las que campea el malentendido. Desde esta posición reflexiva más genérica, vale la pregunta: ¿son los malentendidos fuente de incomunicación? Veamos.

56

Un malentendido ocurre cuando en una situación de intercambio de información, es decir, en situación de interacción comunicativa, no tiene lugar el entendimiento, esto es: la puesta en común de la información compartida. Esto, que es bastante común en la realidad cotidiana, no invalida la existencia de la comunicación como tal, sino del entendimiento, pues si la comunicación es el uso de la información para referirse a algo por medio de un significado, aún en el malentendido esto no se modifica. Si asumimos esto como correcto, hemos de asumir también que comunicación y entendimiento son conceptos distintos, si bien el segundo hace depender su existencia del primero. En ese sentido, en la comunicación puede o no haber entendimiento, pero el entendimiento siempre ocurre cuando hay comunicación. A aquella comunicación donde no hay entendimiento se le conoce como “mala comunicación” o “comunicación ineficaz”; y aquella donde sí lo hay como “comunicación eficaz” o “buena comunicación”.

Pero como se puede ver, la diferencia entre una buena y una mala comunicación, en tanto está signada por un buen o mal entendimiento, obedece más bien a un criterio axiológico que a uno ontológico. O sea, la buena o mala comunicación refiere en esencia a una escala de valores externa a la comunicación misma. De hecho, habrá quien juzgue el mismo evento comunicativo como bueno, tal y como otros lo valorarán como malo. Esto, a fin de cuentas, es cuestión de cada uno, o del conjunto del juicio social, pero en ningún caso de la comunicación como tal. Entendido esto, si comunicación y entendimiento no son lo mismo, el entendimiento no puede ser un criterio necesario ni suficiente para la ocurrencia de la comunicación. En todo caso —aun-

que nosotros discrepamos—, más bien, uno circunstancial que valora a la comunicación como buena.

Si se tiene en cuenta lo anterior, la diferencia entre comunicación y entendimiento implica que el poner en común la información, tanto como el no ponerla, no anula ni invalida la existencia de la comunicación, por lo que la naturaleza conexionista o dialógica de la comunicación es en realidad un mito (o una voluntad), tal cual lo ha demostrado de forma magistral Peters (2014). Por ello, el hecho de que la comunicación sea posible sin diálogo o conexión entre consciencias, a propósito de una información compartida, hace necesario pensar también en su estatuto intencional, ya que, si la comunicación no precisa de entendimiento para ser, entonces se puede decir que tampoco precisa de intenciones que hagan posible dicho entendimiento, aunque esto no niega su despliegue en circunstancias concretas.

Por intención comunicativa a favor del entendimiento entendemos el conjunto de motivaciones que subyace en el acto comunicativo de cualquier ser comunicante con vistas a hacerse entender por otro. Pero, como ya hemos visto, no es necesario que estas motivaciones existan para que la comunicación ocurra; de hecho, puede pasar que incluso se enfoquen conscientemente al no entendimiento, como en el cantinflero, o bien, en buena parte de las obras de arte contemporáneas, o las declaraciones de los malos políticos. Por ello, la intención comunicativa es siempre contingente, es decir, depende del contexto y la voluntad del ser comunicante. En ese sentido, se puede afirmar que ni la presencia ni ausencia de esta intención invalidan la ocurrencia de la comunicación. Pero esta conclusión hace surgir la duda acerca de si sucedería lo mismo con otras intenciones, por ejemplo, la intención o voluntad de decir algo, o referir a algo.

Antes se ha dicho que la comunicación es el uso proyectivo de una información. Siendo en este contexto que la información es lo dicho, habría que reflexionar si la intención de decir algo se puede entender como criterio para la existencia misma de la comunicación. Al definir la intención como la motivación para decir algo, habría además que determinar en qué consiste la intención comunicativa.

La intención es una voluntad, un querer hacer, por lo que se inserta en los predios de la acción comunicativa, del habla misma. Tener intención comunicativa implica siempre tener una finalidad o un propósito para lograr o alcanzar ciertos fines a través del habla, pero esta intención puede ser tanto consciente como inconsciente. Esto dependería del grado de consciencia del ser, en lo general, y, en lo particular, del grado de consciencia que despliegue en el momento del habla en cuestión.

58 Con certeza podemos proyectar una información intencionalmente consciente, es decir, sabiendo cuál es la motivación que nos impulsa a decir una cosa u otra. Dar una orden, preguntar la hora, hacer una petición concreta o una promesa, o sonreír para expresar aceptación o alegría, forman parte de actos comunicativos de intención consciente; pero mover de forma continua las piernas cuando algo nos desespera, encorvar la espalda cuando estamos cansados o enfermos, o sonrojarnos frente a alguien o ante sus dichos, o decir sin querer la palabra menos indicada en una reunión, son ejemplos de actos comunicativos no conscientes; de hecho, incluso, pudiéramos decir, involuntarios. Y estos actos son comunicativos porque proyectan una información, aún y cuando no exista voluntad o intención para hacerlo.

A este tipo de intención no consciente la fenomenología la ha denominado intencionada, es decir, derivados de una intencionalidad (Husserl, 2015; Merleau-Ponty, 1985). La principal diferencia entre intención e intencionalidad es justo la definición de la segunda como impulso vital de todo ser vivo, de manera que la motivación inconsciente es consustancial a la vida por el sólo hecho de existir. Por eso, para diferenciar los actos de intención conscientes de los no conscientes, se les llama a los primeros intencionales y a los segundos intencionados. De ello se desprende que un acto intencional expresa una voluntad a sabiendas de que existe esa voluntad de expresar, lo cual implica entender el acto intencional como aquel que está orientado a fines establecidos con anterioridad, a la manera de una estrategia consciente para lograr algo (lo cual, por cierto, no se vincula necesariamente a su eficacia); mientras que los actos intencionados no tienen una finalidad

previamente determinada por la consciencia pues sólo suceden, como cuando se acelera el corazón ante situaciones de miedo o excitación.

Lo anterior hace pensar que podemos proyectar información tanto desde presupuestos intencionales como intencionados, donde los primeros estarían signados por un fin previsto de antemano consciente y los segundos no. En cualquier caso, querer decir algo y decir algo, aun sin querer, gesta actos comunicativos. Por ejemplo, cuando queremos decir algo, por lo general, escogemos o seleccionamos aquellos insumos que se adecuen mejor a lo que queremos decir. Para ello, no sólo debemos contar con los que nos posibiliten decir lo que queremos y saber usarlos (podemos no lograrlo, pero la acción de selección tiene lugar de todas maneras), sino que también precisamos de tener consciencia y algún grado de racionalidad y libertad para hacerlo.

59

En el caso de los actos comunicativos intencionados, los insumos para decir provienen del mismo ser que los emplea —aun sin saber cómo usarlos— en tanto son con los que cuenta, por lo que no hay selección previa de ellos, pues al no haber una finalidad concreta establecida de manera previa y consciente, las opciones de usar uno u otro insumo se cancelan restringiendo también con ello la libertad. Incluso, estos insumos no tienen que adecuarse a lo que queremos decir, porque en realidad en los actos comunicativos intencionados no estamos conscientes de qué queremos o no decir, aun y cuando proyectemos una información de todas maneras, o sea, incluso cuando digamos algo. En ese sentido, no estar consciente de querer decir o no, no equivale aquí a la represión consciente del decir (silencio), sino a la inexistencia de una intención consciente para decir, y para ello basta que nuestro decir sea dicho de forma inconsciente, ya sea porque se nos escape sin querer o bien porque este decir provenga de un ser sin consciencia, no racional. El ejemplo del sonrojo es óptimo para ilustrar este tipo de actos comunicativos.

Sin embargo, asumir la existencia de actos comunicativos intencionales e intencionados hace necesario reflexionar también sobre la noción de recepción como efecto de la comunicación, pues la intención

(o su ausencia) siempre implica pensar en un *para qué*. Este *para qué*, que desde la idea conexionista de la comunicación se entiende como dirigido a alguien (de ahí la idea de la recepción como efecto o la actividad indicativa como producción de sentido), en realidad refiere en su esencia a un propósito egoísta del ser que dice, ya sea intencional o intencionadamente. La intención y la intencionalidad son, en ese sentido, aspectos de la proyección que el ser mismo hace de sí a través de la información. De esta manera, la impronta ontológica de ese *para qué* reside en el ser mismo y no en una situación de recepción donde un eventual otro que escucha aguarda por la información que proyectamos; si bien eso puede ser posible, también es cierto que nuestra proyección de información no por fuerza depende de ello. Así, la existencia del receptor —entendido éste como ese ser que recibe la información que proyectamos interpretándola a su manera (pues está dotado igual que nosotros de recursos para interpretar)— no constituye un elemento imprescindible en nuestro decir; de hecho, como básicamente no lo controlamos (no podemos controlar su propio decir ni su intención, mucho menos la interpretación que haga del nuestro), el mal llamado receptor es sólo funcional en situaciones de interacción comunicativa, es decir, en situaciones donde se involucran dos o más comunicantes.

Lo anterior sugiere, en primer lugar, que no todo acto comunicativo es un acto de interacción comunicativa (aunque de esto nos ocuparemos más adelante), pues decir algo en función de una motivación, sea intencional o intencionada, no depende nunca de la existencia del otro (recordemos que la motivación de decir es intrínseca a los propios fines del ser que dice). De esta manera, la interacción comunicativa es una modalidad de la comunicación; es decir, una forma más —entre otras— de la ocurrencia de la comunicación. En consecuencia, la interacción comunicativa permite la coexistencia del decir de distintos seres y su devenir depende de las motivaciones individuales de los interactuantes que, en función de su naturaleza complementaria o no, determinará el curso de la interacción misma, la cual, por supuesto, no estará exenta de malentendidos.

En segundo lugar, lo que se ha dicho con anterioridad implica que al no depender del receptor el *para qué* de la información (lo que no implica que en algunos casos sí se dé esta dependencia), la comunicación no es un acto que siempre se posicione como dirigido al otro, es decir, no es una actividad indicativa para alguien, tal y como lo plantea Martín Serrano (2007), sino un acto del decir que se gesta por algo. Este algo es la motivación antes referida que, al ser tanto inconsciente como consciente, permite ampliar el abanico de ocurrencia de la comunicación, en principio, a aquellos actos comunicativos intencionados, sin cancelar la posibilidad de emergencia de actos comunicativos intencionales.

Como se ha podido ver, perfilar una definición de comunicación como la que se ha venido construyendo hasta el momento supone un viraje en la forma de concebirla, no sólo porque pone en entredicho al entendimiento, la intención, la racionalidad, lo humano y lo simbólico como atributos ontológicos de la comunicación (que son los que hasta el momento se han pensado como tal), sino también porque precisa de un marco epistemológico diferente para comprenderla, pues si bien toda la producción científica de nuestro campo académico puede integrarse en la definición aquí esbozada, lo cierto es que se requiere además de una comprensión mucho más integral del fenómeno comunicativo para ello, lo que precisa de abordajes más amplios a los hasta ahora sometidos. En el siguiente apartado nos dedicamos a exponer las bases epistemológicas que permiten afirmar a la comunicación como un fenómeno de la vida no regida —al menos no necesariamente— por la intención, el entendimiento, la racionalidad y lo simbólico, y en tal sentido, tampoco exclusiva de los seres humanos.

BASES EPISTEMOLÓGICAS PARA UNA COMPRENSIÓN  
INTEGRAL DEL FENÓMENO COMUNICATIVO

62

Para comenzar un apartado de este tipo, se hace necesario —primero— reflexionar sobre lo que es un fenómeno. Según Heidegger (1999), un fenómeno son percepciones provenientes de la experiencia, en tanto algo que nos acontece al vivir; los fenómenos son vividos y sentidos, y son construidos mediante la percepción del ser que los experimenta. En ese sentido, experimentar un fenómeno deviene en la percepción de éste dada en la experiencia en cuestión. Así entendida, la experiencia nunca está desligada del aparato receptor del ser que experimenta. Señala Merleau-Ponty (1985) al respecto que la experiencia es lo que se percibe desde el cuerpo situado, a la manera de un “punto de vista”, de lo que se colige que toda experiencia es, en principio, subjetiva.

Pero que la experiencia sea subjetiva no impide que existan experiencias intersubjetivas. Las experiencias intersubjetivas se configuran a partir de la convergencia de experiencias subjetivas —en algún grado aceptable para todos los involucrados—. En estos términos, tanto la experiencia subjetiva como la intersubjetiva resultan incuestionables para aquellos que las experimentan.

La razón de tal incuestionabilidad se halla en la fuente perceptual de la que se nutre la experiencia misma, en primera y última instancia porque, en tanto percepción, la experiencia siempre es construida desde el equipamiento perceptual del ser donde se encuentran las sensaciones que le informan de su estado corporal (a propósito de ello Damasio (2010, 2015, 2016) indica que toda información que procesamos en el cerebro proviene de las sensaciones, cuyo papel en el ser humano es generar consciencia y subjetividad a través de lo que él llama los marcadores somáticos), pero la percepción también puede implicar algún grado de racionalidad, o como dijera Welsh (1998), algún tipo de racionalidad.

Lo anterior significa, en primer lugar, que hay una racionalidad en la percepción (sea ésta de tipo excitativo, reactivo, sensible o racional), es decir, que hay un fin que se busca (o se encuentra) a través de ella, que

es lo que los enactistas han llamado, con acierto, como “una búsqueda del sentido”. Y, en segundo lugar, que este fin no debe entenderse desde el referente de la racionalidad humana pues hay disímiles formas de racionalidad, aún en el ser humano, por lo que esa búsqueda del sentido puede ocurrir —como de hecho hace— de muchas maneras, entre ellas a partir de experiencias típicamente sensoriales, o bien racionales. En cualquier caso, las experiencias siempre implican la existencia de un mecanismo de representación, que bien puede ser muy rudimentario o muy sofisticado; esto dependería de la circuitería neural de cada ser, amén de otros factores diversos.

Así entendida, experiencia y representación son caras de una misma moneda, ya que toda experiencia es representada al interior del ser de una forma determinada de la que depende a su vez la construcción de información. La experiencia, se pudiera decir, llega a ser la representación que tenemos de ella, o lo que es lo mismo: la información. Por ello, la información no se define como en la física a la manera de un dato externo. Desde la fenomenología, la información constituye la experiencia misma representada, en tanto que desde ella se logra asociar una percepción a un significado.

Esta percepción en su vínculo con un significado vehicula, a su vez, un significado de la experiencia, tornándola así intelectual en algún sentido. Y justo ello es cómo se construye la información que luego será materia prima de los actos comunicativos. El fenómeno comunicativo, en ese sentido, se produce como un acto de experiencia, presente o pasada (esta última, a través de la memoria) en tanto ocurre como parte de la existencia del ser. Por ello, desde estos postulados fenomenológicos, comprender a la comunicación como un fenómeno implica concebirla como una experiencia. En ese sentido, en tanto la experiencia es siempre subjetiva, al menos en su versión más prístina (porque ocurre en el ser y desde él), la comunicación no puede ser más que algo que se vive desde una determinada percepción.

Y es que en todo acto de percepción se involucra en algún grado la actividad cognitiva, lo cual ha sido corroborado por experimentos procedentes de la Nueva Ciencia Cognitiva, donde se estima que la

información es construida desde la percepción del mundo a partir de la interacción inevitable del ser con él (Varela, 2005; Di Paolo, 2013). Lo anterior desestima la idea de que la información se halla en la realidad del mundo esperando ser aprehendida, para decantarse por otra que refiere a la información como lo que emerge de la actividad cognitiva del ser cognoscente. Este concepto de información demanda una comprensión fenomenológica que vincula la percepción con la información, o para decirlo en términos más exactos: que vincula a la experiencia como resultado significativo de la percepción que todo ser vivo experimenta en su interacción con su entorno por el simple hecho de estar vivo, con la construcción de información o conocimiento de dicho entorno vía la experiencia.

64

A partir de estas conclusiones, parece plausible pensar que la información actúa como un signo en su sentido más amplio, es decir, como un mecanismo representacional que le sirve al ser, en principio, para interpretar la realidad circundante en la que se inserta de manera indefectible, y sólo en algunos casos, usa dicha información para comunicar. Así, los significados que emergen de la experiencia en relación con la percepción del ser son siempre, en una primera instancia, significados individuales o subjetivos que tienen una función de sobrevivencia, adaptativa, al ambiente en el que se desarrolla su ciclo de vida.

Esto, a grandes rasgos, es lo que postula la biosemiótica al señalar que los organismos deben ‘aprender’ a vivir en el ambiente (o sea, adaptarse) para llevar a cabo con éxito el imperativo vital de la sobrevivencia. De esta manera, la experiencia se erige en un mecanismo central no sólo para la conservación de la vida, sino para su reproducción, si ésta resulta exitosa indica que ha sido adecuada la construcción de información por la vía de la percepción, y si no, su contrario, sedimentándose así, en ambos casos, esta información también por la vía genética.

La biología evolutiva, al hacer de la selección natural el motor de la adaptación y la sobrevivencia, atribuye este rasgo de eficiencia de la vida a la búsqueda económica de la mejor opción de sobrevivencia de los seres vivos (Gould, 2010). Desde el punto de vista de la experiencia, en

tanto toda experiencia deviene una experiencia de sentido, es decir, una experiencia significativa para el ser que experimenta, tal y como lo confirman los postulados enactistas, ésta se implica en una gestión de vida para la búsqueda del sentido. La búsqueda del sentido se erige entonces como una actividad perceptiva vital, pues los seres vivos solemos tender a ella para sobrevivir en la medida en que nos adaptamos al entorno o medioambiente (Varela y Weber, 2002). Por eso, con sus diferencias de grado y diferentes modalidades, la actividad cognitiva (en tanto actividad de búsqueda del sentido) es una actividad perceptiva propia de todos los seres vivos (Di Paolo, 2013), la cual, según los enactistas, se ejecuta al menos de tres formas: por la vía metabólica, por la vía sensible y por la vía intelectual o racional.

65

Desde la vía metabólica, que es la más simple y primaria, la información se construye a partir de los procesos metabólicos propios del ser que ya vienen “instalados” en el individuo de forma filogenética. Por ello, la búsqueda del sentido ocurre de forma innata y predeterminada. El conocimiento o significado resultante de esta actividad sirve sólo a la gestión funcional y a la sobrevivencia biológica del organismo, y se da de manera inconsciente. En términos de comunicación expresan reacciones motoras de aproximación o huida.

En el caso de la vía sensible, el conocimiento o información resultante proviene del aparato sensorial de los individuos vivos. Estos significados expresan en lo esencial agrado o desagrado, pues se relaciona con las sensaciones y éstas están vinculadas de forma estrecha a reacciones de recompensa o castigo, respectivamente. Es por ello, que además de información sensorial, el organismo puede construir también información emotivo-afectiva, lo que dependerá de cuán consciente puede ser respecto de este proceso de construcción de información o significación.

Otro es el caso de la cognición propiamente dicha, es decir, aquella que sucede por la vía intelectual o racional, que es la que permite configurar significados abstractos a través de la formación de conceptos o ideas. Debido a ello, la construcción de información, significación

o conocimiento es aquí siempre consciente y, por lo general, está orientada al entendimiento con el otro, por lo que en términos de comunicación posibilita la expresión de forma social o intersubjetiva, a diferencia de las otras dos. En este rubro se sitúa en la actualidad el estudio científico de la comunicación en tanto vinculada esencialmente a los seres humanos y explicada desde una perspectiva simbólica que las dos vías anteriores desestiman.

66

En cualquiera de los tres casos, pese a sus diferencias, las tres vías de la actividad cognitiva descritas con anterioridad gestan lo que los enactistas llaman una estructura topológica del sentido, que no es más que una estructura de representaciones (unas más complejas que otras) que guía u orienta el comportamiento de los seres vivos en su gestión vital de sobrevivencia y adaptación, y eventualmente, en el comunicativo.

De lo anterior pueden derivarse dos tesis: una primera que implica que para comunicar es necesario antes tener qué comunicar (eso que en las teorías prístinas de comunicación se ha nombrado como información, pero en las que se define de manera errónea como algo externo al ser), y una segunda tesis que sugiere a la comunicación como un comportamiento, uno más entre otros, con vistas a la gestión de la sobrevivencia y adaptación del ser vivo en el entorno o ambiente que lo circunda y donde desarrolla su ciclo de vida.

En torno a esto último hay que señalar que un comportamiento es una acción significativa para el organismo que lo ejecuta, sea o no consciente de ello. Señalan Galarsi *et al.* (2011, p. 99) que el comportamiento es un movimiento con sentido, es decir, un comportamiento signado por la significación, de manera tal que el comportamiento deviene un movimiento, un desplazamiento o un cambio en la conducta que se objetiva en una acción concreta a partir de los significados construidos por el organismo en su inevitable interacción o experiencia con el mundo o la realidad, sea esta física, social o simbólico-cultural, donde se traduce. El comportamiento así entendido es consustancial a los seres vivos, pues sólo ellos, desde su individualidad, pueden gestar este cambio o movimiento en sus conductas.

Este movimiento con sentido que es el comportamiento está estrechamente relacionado con la forma y el contenido de estos significados contruidos o configurados durante la experiencia en tanto respuesta que un organismo da a determinados estímulos. Éstas, desde el punto de vista metabólico e incluso sensible, son imposibles de ser eludidas y hasta controladas. Esto es en esencia válido para los organismos privados de volición, aunque en aquellos que pueden desplegar su capacidad de elegir y racionalizar su comportamiento, la respuesta de tipo sensible puede ser regulada de forma racional mas no eludida del todo. Sin embargo, desde el punto de vista intelectual, las respuestas no sólo pueden ser controladas racionalmente, sino que también pueden ser evadibles en tanto gestionadas selectiva y volitivamente a partir de intereses y motivaciones racionales concretas en función de la transformación o afectación del entorno o, en su caso, del sí mismo. Los comportamientos comunicativos se configuran de la misma manera, es decir, en tanto respuesta a un estímulo.

67

Si se entiende el estímulo como una señal que interpela a los seres vivos (no es algo ajeno a nosotros, sino algo que percibimos como tal), hay que asumir también que el estímulo orienta la actividad perceptiva por medio de la atención/selección. Se trata de algo que percibimos como señal de algo, en función de los intereses o motivaciones del ser u organismo en ese momento. Esa es la razón por la que definimos al estímulo como lo que emerge de la atención del ser en función de la gestión de la vida en los entornos en los que se desenvuelve; atención, que como ya se dijo, no siempre es consciente. Por eso, entre el ser y lo que percibe como estímulo se gesta lo que hemos llamado en otros textos una relación de socialidad, misma que está regida por las capacidades perceptivo-cognitivas del ser, así como por sus intereses y motivaciones para atenderlo o seleccionarlo, y que favorece por ello la emergencia de información o conocimiento sobre el mundo, orientando eventualmente la respuesta o comportamiento del individuo ante él.

Esta emergencia eventual del comportamiento implica que no toda atención y percepción/significación del estímulo tiene que movilizarse

a través de una respuesta o comportamiento, ya que, si bien el estímulo es necesario para ello, la movilización de un comportamiento depende de la implicación vital que la relación de socialidad permita establecer. Por ejemplo, de modo genérico, aquí se sostiene que una implicación vital siempre lleva la impronta de la sobrevivencia y adaptación; de ahí que el comportamiento comunicativo —como el resto de los comportamientos— logre emerger siempre y cuando ésta se dé. Así, se moviliza la conducta comunicativa mediante la movilización/activación de la expresión que permite proyectar esos significados por las que la relación vital misma se configura.

68

Esto, que es común a todos los comportamientos, revela una importancia crucial para comprender el comportamiento comunicativo como un comportamiento expresivo, porque a pesar de otorgar a la comunicación un lugar diferenciado en el cúmulo de comportamientos de un organismo vivo, al mismo tiempo la iguala fenomenológicamente a cualquier otro comportamiento (reproductivo, motor, social, alimentario, afectivo, político, religioso, moral, etcétera), lo que constituye un formato conceptual adecuado para comprender la comunicación, no sólo como fenómeno humano (tal cual ahora mayormente se hace) sino como fenómeno de la vida en general. Se trata de entender a la comunicación como un comportamiento que al movilizar una respuesta de tipo expresivo permite “sacar hacia afuera” los significados construidos de forma individual durante la experiencia, y a esto es a lo que le llamamos expresión.

En ese sentido, la expresión deviene una especie de mostramiento hacia lo/el otro que implica, a su vez, una afirmación de la existencia del ser como ser vivo por medio de su “decir”, de manera que el comportamiento comunicativo configura una proyección significativa de la existencia del ser hacia el exterior por medio de la expresión que es la manifestación más individual, subjetiva y prístina de la comunicación. Como se puede ver, la comunicación como comportamiento expresivo corta los lazos con la idea conexionista/dialógica de la comunicación, por medio de la cual tiene lugar el intercambio de significados

entre dos o más comunicantes alrededor de un objeto de referencia común.

Lo que aquí se sostiene, en cambio, es que en la comunicación se expresa siempre algo de quien comunica, aunque esto se haga en distintos grados, con fines y efectos diversos debido a las diferentes características de los organismos que la ejecutan. En ese sentido, toda expresión “dice”, muestra, indica o señala algo no necesariamente para alguien, sino más bien siempre ante o por algo, como ya se ha dicho. Este algo puede conceptualizarse como el estímulo que le demanda una respuesta expresiva, pero ante el cual el ser la moviliza o no en dependencia de sus intereses y motivaciones contingentes en el espacio-tiempo concreto en el que se da. De esta manera, la expresión se configura como un comportamiento en el orden del “decir”, entendiendo por decir no sólo lo dicho por medio de la palabra, sino mediante cualquier soporte expresivo que vehicule un significado significativo para el individuo, así sea un movimiento, un color, un gesto, un sonido, un objeto, un acontecimiento, un gemido, una distancia, una temperatura, etcétera, en tanto ello permite al individuo mostrar, señalar, indicar. Así, el individuo se expresa al significar a través de su expresión algo que le resulta relevante o significativo para responder al estímulo que moviliza su respuesta. Esto, a su vez, permite afirmar que la expresión constituye el acto comunicativo mismo, es decir, el fenómeno comunicativo en cuestión. Sin embargo, si bien no es necesaria la existencia del otro para hacer emerger la expresión, en situaciones sociales (no atribuidas, por cierto, sólo al ser humano) se configuran eventos comunicativos que son colectivos y que guardan estrecha relación con el comportamiento social de los individuos vivos entre sí. A estos eventos les podemos llamar interacciones comunicativas. Veamos.

EL FENÓMENO DE LA INTERACCIÓN COMUNICATIVA  
AL INTERIOR DE UNA CONCEPTUALIZACIÓN DE LA  
COMUNICACIÓN COMO ACTO EXPRESIVO

70

La interacción comunicativa ha sido definida de múltiples formas. Una de las definiciones más aceptadas al respecto es la que se ofrece desde los postulados de la Psicología Social, asumidos por la llamada micro-sociología o sociología fenomenológica, y también desde las teorías del discurso. Desde ambas posturas la comunicación se entiende desde su dimensión social y hunde raíces en los postulados del Interaccionismo Simbólico (IS), los cuales señalan que a través del lenguaje se logra dar un intercambio de significados entre los sujetos sociales, que, a su vez, son el fruto de las experiencias sociales de dichos sujetos. Desde esta perspectiva, como se puede notar, la interacción comunicativa lleva una impronta de afectación recíproca en el orden social.

Pero como ya hemos comentado, desde nuestra propuesta biofenomenológica de la comunicación, la interacción comunicativa representa la dimensión social de la comunicación, pero no a toda la comunicación, pues al definirla como un acto expresivo individual, ésta siempre se construye desde el individuo/sujeto en su eventual relación con otros. Esta distinción casi imperceptible entre individualidad y subjetividad, vehicula una reflexión que intenta poner en entredicho la totalidad social intrínseca en la concepción moderna del ser humano. El ser humano es un ser bio-psico-social, que, además, socializa al interior de un escenario cultural y simbólico, de manera que, aunque buena parte de su construcción y desarrollo como ser ocurre en estos últimos escenarios donde sociedad y cultura se entremezclan en una unidad indisoluble, es necesario visibilizar su individualidad biológica, incluso desde el punto de vista experiencial. Así, la comunicación como acto expresivo se da en los dos niveles de análisis que aquí se proponen: el nivel individual, básicamente biológico, y el nivel social, que en el caso del ser humano es además simbólico-cultural.

Al asumir que la comunicación como comportamiento individual siempre se da como resultado de un acto expresivo egoísta, y subjetivo cuando el individuo usa de forma expresiva la información construida en su experiencia vital en su constante e insoslayable interacción con el ambiente (incluido el social) para mostrar(se) indicando, señalando o diciendo algo (sea consciente o no de ello), tenemos que asumir que la interacción comunicativa ocurre por medio de la convergencia expresiva de dos o más actos expresivos individuales.

Desde esta definición, la interacción comunicativa no precisa del entendimiento o el diálogo comprensivo para darse; tampoco de la intención o la puesta en común, y ni siquiera del intercambio de significados, símbolos o información. Esto no quiere decir que estos aspectos circunstanciales de la comunicación no puedan estar presentes en una interacción comunicativa, sino, más bien, que debido a su carácter circunstancial no pueden formar parte de una definición ontológica sobre este concepto. Si bien hay interacciones comunicativas en las que tiene lugar el entendimiento y la intención, constituyéndose así en verdaderas puestas en común entre individuos que logran intercambiar con eficacia información entre sí, también existen otras en que esto no sucede. Ejemplo de las primeras es el intercambio comunicativo que se da entre personas que manejan un mismo código; de las segundas, en cambio, el ejemplo más emblemático es el malentendido.

De lo dicho con anterioridad, se concluye que la interacción comunicativa tiene lugar al interior de los escenarios sociales, y ocurre cuando el “decir” de uno de los “hablantes” sirve de estímulo para la expresión del otro. Si esta convergencia expresiva es eficaz, estaremos ante una comunicación eficaz, pero si no lo es se cancela la ocurrencia de la interacción comunicativa. En ese sentido, no puede definirse a la interacción comunicativa a partir de la puesta en común de dos o más consciencias, o bien del intercambio de significados, que por su naturaleza misma son individuales e intransferibles, lo que no impide, tampoco, la configuración de significados comunes o compartidos, como los socioculturales, que provienen de un acto de aprendizaje so-

cial, ya sea por imitación o por inculcación. Sin embargo, aún en estos casos, cuando la determinación social logra configurar un significado, éste siempre guarda para sí la posibilidad de fisuras, pues existe siempre la posibilidad de que el significado social diverja del significado configurado en la experiencia del ser, como sucede con los gustos y las preferencias.

#### LA COMUNICACIÓN COMO EXPRESIÓN. SUS TIPOS, FORMAS Y MODALIDADES

72

Como se ha podido ver hasta el momento, definimos a la comunicación como un comportamiento de tipo expresivo, o sea, que se da en el orden del “decir”, el cual se nutre de la información que a manera de conocimiento o significado los seres vivos construyen durante su experiencia de vida, ante la presencia de un estímulo, en su constante e inevitable interacción con el entorno o medioambiente donde se desarrolla e inserta su ciclo de vida. Esto lleva a asumir a la interacción comunicativa como aquella convergencia expresiva entre dos o más organismos donde el “decir” de uno sirve de estímulo para el “decir” del otro. Por lo tanto, al tener en cuenta que la comunicación ocurre una vez que un ser (se) expresa ante o por algo, y no por fuerza para alguien, aquí se sostiene que no es necesario apelar a los criterios de entendimiento, racionalidad, simbolismo, dialogismo e intención para dar cuenta del acto comunicativo.

En ese sentido, el criterio ontológico de la comunicación es su propia naturaleza expresiva, lo cual depende del grado de consciencia de los seres vivos, y la motivación o interés que posean al momento de comunicar. El grado de consciencia, a su vez, se halla emparentado con la actividad cognitiva del organismo a la que antes hemos hecho referencia, y ésta con la capacidad, habilidad y competencia del ser comunicante. Por capacidad entendemos la capacidad orgánica del organismo vivo para “decir”, o sea, la capacidad neural para construir información

o representaciones del mundo. La habilidad para “decir”, en cambio, es el entrenamiento de las capacidades (saber hacer), y la competencia el despliegue efectivo de las mismas (poder real para el despliegue de las habilidades). Hay organismos en los que dicha capacidad es bastante limitada pues su capacidad neural lo es, por lo que la naturaleza de su decir es filogenética, es decir, innata y acotada, como sucede con las bacterias o las células y otros organismos unicelulares. Estos organismos (se) expresan por la vía motora y su comportamiento está motivado por su sobrevivencia biológica ante estímulos del entorno físico en el que se desarrollan y con el cual interactúan. La comunicación que gestan es por tanto de tipo no simbólico, pues su actividad cognitiva es de tipo metabólico, es decir, predeterminada y estereotipada.

73

En el caso de organismos neuralmente algo más complejos, como las plantas y los animales invertebrados y vertebrados, su capacidad, al ser también filogenética, posibilita la emergencia de reacciones sensibles, es decir, vinculadas a la sensación. Esto implica que estos organismos, ya pluricelulares, sienten, aunque no tengan consciencia de que lo hagan. El grado de la sensación, no obstante, es diferenciado. Las plantas, por ejemplo, no sienten en toda la extensión de la palabra, pero sí responden sensiblemente a reacciones externas como la luz, la sequía o el agua, la temperatura, entre otras; de manera que su expresión si bien sigue dándose por la vía motora, la construcción de información o significado hacia el entorno —que sigue siendo físico, y en algunos animales, como los insectos y vertebrados en general, también social—, se da a través de la sensibilidad que despliegan en su interacción con su entorno y el mundo, por lo que tienen un abanico algo mayor de posibilidades para “decir” (en dependencia del organismo del que se trate). Por ejemplo, las abejas son organismos biosociales y por ello poseen un sofisticado lenguaje que les permite comunicarse entre sí, aunque los signos de dicho lenguaje son pocos, y al parecer carecen de consciencia y volición; en cambio los mamíferos superiores son animales biopsicosociales, muchos de ellos con consciencia (en diferentes grados) y volición, por lo que presentan un mosaico de formas expresivas mucho mayor para dar

respuesta a los estímulos provenientes tanto de su entorno físico como de su entorno social.

Muchos de estos animales con consciencia, dentro de los cuales se encuentra el ser humano, además de estar capacitados neuralmente para construir información metabólica y sensible, también pueden construir información de tipo racional. Es el caso de los mamíferos superiores, que es el grupo donde nos incluimos. Estos organismos se enfrentan al entorno físico y social, y en el caso de los seres humanos, también, al entorno simbólico-cultural. La diferencia entre los llamados, sin más, animales y los seres humanos estriba en la capacidad de estos últimos para simbolizar por medio del lenguaje articulado, la orientación cognitiva más desarrollada hacia la idea de futuro y la gran capacidad de memoria, amén de la llamada memoria extendida que constituye la cultura. Estos animales, además, por lo general poseen algún grado de consciencia y volición, lo que está desarrollado en un grado superlativo en los seres humanos, al fraguar así mayores posibilidades de formas expresivas, incluyendo a la palabra, lo que les permite proyectar una expresión de tipo simbólica.

74

Lo anterior no significa, sin embargo, que sólo la palabra promueva la comunicación simbólica. Lo simbólico tiene que ver, tal como lo entendió Peirce (1987), con toda aquella representación que fija arbitraria y volitivamente la relación entre un significante y un significado; de esta manera, la comunicación simbólica precisa, a diferencia de la no simbólica, de cierto grado de consciencia y volición para construir información de tipo simbólico como materia prima de la misma.

Es así que se concluye que hay tanto comunicación simbólica como no simbólica. La primera siempre implica volición porque apela de forma consciente (en algún grado) a la expresión. Su materia prima es la información o el significado simbólico y genera expresiones conscientes que, por lo general, buscan afectar al otro (aquí se incluyen algunas formas expresivas de tipo sensible, como el arte, la violencia, el deporte en los seres humanos, y en lo general el empleo consciente y volitivo de emociones y afectos en la comunicación, tanto como la comunicación

tal cual la conocemos hoy); mientras que la comunicación no simbólica no precisa de consciencia ni de volición, al gestar expresiones que pueden ser también de tipo sensible —pero ya no conscientes ni volitivas, como ocurre con las plantas—, y también expresiones de excitabilidad (información de tipo metabólico) como sucede con las neuronas. De ello se desprende, que la comunicación no simbólica no busca afectar al otro, sino más bien usar la expresión como una forma de mostramiento, en la medida en que ello resulta funcional a la sobrevivencia biológica de los organismos.

Hacemos énfasis en la idea de sobrevivencia biológica para diferenciarla de otros tipos de sobrevivencia, como la social y la simbólico-cultural, donde la primera guarda relación con la importancia del otro en la gestión de vida de un organismo (cuando se trata de organismos sociales, por ejemplo, donde de alguna manera se requiere del entendimiento), y la segunda con la importancia de la cultura y del mundo simbólico en general como ámbito donde se gestiona la vida. Así, mientras en la comunicación simbólica se gestan expresiones intencionales (vinculadas al entendimiento con respecto al otro, tanto desde el punto de vista social como simbólico-cultural), en la comunicación no simbólica las expresiones poseen una naturaleza intencionada y no precisan de entendimiento, mucho menos de racionalidad. Ambos tipos, no obstante, deben ser cuidadosamente estudiados en función del organismo comunicante del que se trate, pues aún en un mismo tipo de comunicación los organismos presentan diferencias cualitativas significativas que explican, a su vez, la diversidad y la diferencia en sus comportamientos expresivos. Un organismo con volición, por ejemplo, puede responder o no expresivamente a un estímulo, pero un organismo sin volición no. Un primate, aunque es un ser consciente, puede avisar a su manada del peligro de un depredador por medio de sonidos y gestos, pero no por medio de la palabra; los seres humanos sí.

Lo anterior, como se puede apreciar, muestra el amplio espectro de formas expresivas que un ser vivo puede desarrollar y desplegar en función, por un lado, de sus capacidades, habilidades y competencias, y

de la motivación e intereses que tenga a la hora de hacerlo, por el otro. La modalidad expresiva que un ser no consciente puede gestar es de tipo predeterminado, pero en la medida en que los seres van teniendo algún grado de consciencia su actuación expresiva suele ser más compleja, yendo de la mera actuación performática-existencial (el perro que para una oreja o aúlla cuando está solo) hasta la actuación intencional de intervención donde se busca afectar volitiva y conscientemente al otro (el gato que se pega a nuestras piernas en busca de cariño, o bien el ser humano que pide comida en un restaurante). La diversidad de formas expresivas implica así una diferencia de grado en las actuaciones expresivas de los seres comunicantes, de la misma manera que existen diferencias de grado en la actividad cognitiva por medio de la cual construyen información sobre el entorno, y en el caso de los que sí pueden hacerlo, de su sí mismo.

Como se puede ver, esto supone comprender la comunicación como un comportamiento natural de los seres vivos con fines tanto de sobrevivencia como de adaptación, lo que resulta una perspectiva mucho más objetiva sobre lo que la comunicación es en tanto la hace equivalente a otros comportamientos cuya finalidad, a pesar de sus diferencias específicas, es la misma. Es el caso del comportamiento apetitivo, el sexual, el amoroso, el competitivo, el solidario, el motor, etcétera.

Que los seres humanos tengamos un abanico mucho más rico de formas expresivas y en general de comportamientos, sólo da cuenta del distintivo desarrollo alcanzado por nuestra especie a nivel neural y cerebral, gracias más que todo, a los ambientes o entornos en el que nos desarrollamos, que a diferencia de otras especies hemos sido capaces de construir y preservar por medio de la cultura, y debido también a la capacidad autorreflexiva que podemos desplegar sobre nosotros mismos y en general sobre el mundo allende nosotros.

## CONCLUSIONES

La comunicación como fenómeno de la vida trasciende los ámbitos humanos, pues ocurre en todos los seres vivos, en función de sus diferentes niveles y grados de alcance y eficacia. La hemos descrito desde lo que consideramos son sus dos niveles o dimensiones: el individual y el social. En el nivel individual hemos centrado a la expresión como proyección de información, que es lo que consideramos una definición ontológica de la comunicación; en el nivel social es la convergencia expresiva la que domina la ocurrencia de la comunicación debido a su estatuto interactivo. En ambos casos, como se ha podido ver, la construcción de información vía la experiencia de interacción del organismo con su ambiente (sea este físico, social y/o simbólico-cultural) constituye la materia prima de la comunicación, de ahí que sea posible afirmar que la comunicación como fenómeno es el uso expresivo de la información que el ser construye durante su experiencia de vida.

77

El uso de esta información tiene claros fines de sobrevivencia y adaptación, lo que si bien incluye a la sobrevivencia biológica, no se agota en ella; en dependencia del tipo de entorno al que se enfrente el organismo, la sobrevivencia y la adaptación tenderán a asumirse de manera distinta, al igual que sucederá con la forma expresiva resultante del comportamiento expresivo desplegado, y las características orgánicas desde donde es posible explicar las capacidades, habilidades, competencias, motivaciones e intereses del ser comunicante que la despliegue.

Vista así, esta propuesta biofenomenológica de la comunicación que hemos tratado de esbozar propone un modelo macroteórico en torno a la comunicación como fenómeno que, por su naturaleza epistemológica, permite ensanchar los escenarios para el estudio de la comunicación. En síntesis, la propuesta biofenomenológica de la comunicación aquí esbozada puede resumirse a partir de tres criterios fundamentales: 1) el proceso de construcción de información, que implica la atención/selección de un estímulo y el establecimiento de una relación de socialidad que es en esencia significativa en tanto representativa de la experiencia

de percepción del ser con ella, 2) el uso expresivo de dicha información (que es lo que erigimos aquí como lo comunicativo), a partir de las diferentes modalidades, tipos y alcances que tenga dicho uso en el orden del decir (lo que implica también un análisis de los recursos con los que cuenta el ser para decir), y 3) las motivaciones e intereses a la hora de decir que pueden ser motivaciones de sobrevivencia meramente biológicas, motivaciones vinculadas a los procesos de socialización, o bien motivaciones de orden simbólico. En estas dos últimas, aunque es posible determinar la existencia de un comportamiento de intervención, la presencia de una intención consciente es sólo adjudicable a las motivaciones de tipo simbólico.

78

Como se puede notar, la vastedad y complejidad de las formas expresivas con las que hemos intentado ejemplificar y describir el meollo de nuestra propuesta biofenomenológica de la comunicación no ofrece razón alguna para seguir acotando al fenómeno comunicativo a los estrechísimos márgenes con los que se ha erigido la conceptualización del mismo, hasta el momento. Racionalidad, intención, entendimiento, dialogicidad, conexión, interacción son aspectos de ese tipo de comunicación (la simbólica, delimitada sólo al ser humano en su dimensión social) que en la actualidad estudia el campo académico de los estudios sobre la comunicación, pero ciertamente no son criterios ontológicos que permitan referir a este fenómeno en toda su amplitud. En ese sentido, esta propuesta también permite ampliar los márgenes de actuación de la comunicación como área del saber.

#### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Damasio, A. (2000). *Sentir lo que sucede. Cuerpo y emoción en la fábrica de la consciencia*. Santiago de Chile, Chile: Editorial Andrés Bello.
- Damasio, A. (2015a). *El error de Descartes. La emoción, la razón y el cerebro humano*. Ciudad de México, México: Editorial Paidós Booket.

- Damasio, A. (2015b). *Y el cerebro creó al hombre. ¿Cómo pudo el cerebro generar emociones, sentimientos, ideas y el yo?* Ciudad de México, México: Editorial Paidós Booket.
- Damasio, A. (2016). *En busca de Spinoza. Neurobiología de la emoción y los sentimientos.* Ciudad de México, México: Editorial Paidós Booket.
- Di Paolo, E. (2013). El enactivismo y la naturalización de la mente. En D.P. Chico y M.G. Bedia (coords.) *Nueva ciencia cognitiva: Hacia una teoría integral de la mente.* Madrid: Plaza y Valdés.
- Galarsi, M.F.; Medina, A.; Ledezma, C.; Zanin, L. (2011). Comportamiento, historia y evolución. En *Fundamentos en Humanidades*, Universidad Nacional de San Luis – Argentina Año XII – Número II, 24, 89-102. Recuperado de: <http://fundamentos.unsl.edu.ar/pdf/articulo-24-89.pdf>
- Goffman, E. (2001). *La presentación de la persona en la vida cotidiana.* Buenos Aires: Amorrurtu.
- Heidegger, M. (1999). *Ontología. Hermenéutica de la facticidad.* Madrid: Alianza.
- Husserl, E. (2015). *La idea de la fenomenología. Cinco lecciones.* México: Fondo de Cultura Económica.
- Gould, S.J. (2010). *La estructura de la teoría de la evolución.* Barcelona: Tusquets.
- Martin Serrano, M. (2007). *Teoría de la comunicación, la comunicación, la vida y la sociedad.* Madrid: Mc-Graw Hill / Interamericana.
- Maturana, H. y Varela, F. (2009). *El árbol del conocimiento.* Santiago de Chile: Editorial Universitaria.
- Merleau-Ponty, M. (1985). *Fenomenología de la percepción.* España: Planeta-De Agostini.
- Peirce, Ch. S. (1987). *Obra Lógico-semiótica. Selected Writings.* Madrid, España: Taurus.
- Peters, J. D. (2014). *Hablar al aire. Una historia sobre la idea de la comunicación.* México: Fondo de Cultura Económica.
- Varela, F. (2005). *Conocer.* Barcelona: Gedisa.

- Weber, y Varela, F. (2002). Life after Kant: Natural Purposes and the Autopoietic Foundations of Biological Individuality. En *Phenomenology and the Cognitive Sciences* 1, 97–125.
- Welsh, W. (1998). “Rationality and reason today”. En Dane R. Gordon and Józef Niznik (eds.) *Criticism and Defense of Rationality in Contemporary Philosophy*, 17-31. Amsterdam: Rodopi.