SER, COMUNICACIÓN Y VIDA COTIDIANA. ALGUNAS CLAVES PARA UNA LECTURA ONTOÉTICA DE LA COMUNICACIÓN

GT9: Teoría y Metodología de la Investigación en Comunicación

Dra. Marta Rizo García
Universidad Autónoma de la Ciudad de México
México
mrizog@yahoo.com

Objetivos

1) Plantear algunas claves teóricas y conceptuales para pensar las relaciones entre la filosofía y la comunicación;
2) Aportar algunas ideas para una lectura ontológica y ética de los fenómenos comunicativos;
3) Recuperar los aportes del Existencialismo y la Fenomenología para fundamentar esta propuesta de lectura ontoética de la comunicación;
4) Reivindicar al ser y al lenguaje como centro de la reflexión teórica sobre la comunicación.

Caracterización del estudio

Este ensayo, de corte teórico-conceptual, se inserta en el segundo eje temático del congreso, dedicado a “Lo cotidiano”. Aunque se propone una aproximación filosófica a la comunicación, con la ética y la ontología en el centro, las ideas presentadas tienen que ver con lo cotidiano, en tanto que el mundo de la vida cotidiana no puede comprenderse sin la comunicación. La lectura ontológica de

los fenómenos comunicativos aparece vinculada con la ética, y se hace referencia a los abordajes fenomenológicos y existencialistas sobre la comunicación, mismos que ponen al ser-con-los-otros como esencia de la comunicación.

Enfoque metodológico

Investigación documental, análisis interpretativo.

Resumen

¿Es la comunicación un objeto de conocimiento filosófico? ¿Ofrece la Filosofía una mirada específica sobre los fenómenos comunicativos? En el marco de la filosofía, el predominio de abordajes de corte fenomenológico y existencialista sobre la comunicación hace posible construir una mirada 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 posibilidades que ofrece la relación entre la Filosofía y las Ciencias de la Comunicación, dos áreas de conocimiento que, si bien podrían parecer cercanas por algunos intereses comunes, en la mayoría de ocasiones por temas vinculados con el lenguaje y la significación, no han sostenido un diálogo muy fructífero y permanente y, más bien, han permanecido como campos distantes que pocas veces se encuentran. En esta ponencia se plantean algunas discusiones en torno a las posibilidades de este diálogo, aterrizado, concretamente, en una propuesta de lectura de los fenómenos comunicativos desde la mirada filosófica que ofrecen la ontología y la ética. La metodología seguida es de corte documental e interpretativo, y sin la pretensión de ofrecer resultados cerrados o verdades absolutas, más bien se exponen algunas claves teóricas y conceptuales para la reflexión filosófica sobre la comunicación. La ponencia se inserta en el segundo eje temático del congreso, dedicado a “Lo cotidiano”; aunque se propone una aproximación filosófica a la

comunicación, con la ética y la ontología en el centro, las ideas que se vierten en estas páginas tienen que ver con lo cotidiano, en tanto que el mundo de la vida cotidiana no puede comprenderse sin la comunicación. La lectura ontológica de los fenómenos comunicativos aparece vinculada con la ética, y se hace referencia a los abordajes fenomenológicos y existencialistas sobre la comunicación, mismos que ponen al ser-con-los-otros como esencia de la comunicación. El trabajo se divide en XXX partes. En la primera se ofrece un apunte general en torno a las relaciones entre la filosofía y la comunicación, a partir de una primera exposición breve de la historia de sendos campos de conocimiento. En la segunda, se presentan las lecturas que sobre la comunicación presentan algunos diccionarios filosóficos, para con ello, tratar de entender de qué manera se piensan los fenómenos comunicativos en el campo de la filosofía, con el ser y el lenguaje al centro. En la tercera parte se plantean ya algunos elementos teóricos y conceptuales para una lectura ontológica y ética de la comunicación; es en este punto donde se hace énfasis en el carácter inherentemente humano de la comunicación, en el papel de ésta en la construcción del ser, hasta llegar a la definición de un concepto clave, la comunicación existencial, en diálogo con otro término, la comunicación verdadera, de matriz ética. La cuarta y última parte ofrece una síntesis conclusiva de las ideas expuestas a lo largo del ensayo. No se trata de llegar a verdades absolutas, sino de pensar de qué manera aportes como los de la ontología y la ética (y la filosofía en general) pueden contribuir a complejizar nuestra manera de concebir la comunicación humana, la comunicación que hacemos y que nos hace seres sociales, sujetos en vínculo permanente con otros en nuestra vida cotidiana. Para completar la síntesis, se expone un mapa conceptual que recoge los principales abordajes filosóficos de la comunicación desarrollados a lo largo de la ponencia. 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 socio-céntricos y a los asociados con el saber-hacer práctico 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.

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

Abstract:

Is the communication an object of philosophical knowledge? Propose Philosophy a specific glance on the communicative phenomena? Within the framework of the philosophy, the predominance of boarding of phenomenological and existentialist cut on the communication does possible to construct an ontological glance of the communicative phenomenon that in this case, appears in dialogue with the ethics. This ontological and ethical reading of the communication is only one of the possibilities that the relation between the Philosophy and Sciences of the Communication offers, two areas of knowledge that, although could seem nearby some common interests, in most of occasions by tie subjects with the language and the meaning, has not maintained a very fruitful and permanent dialogue and, rather, they have remained like distant fields that not very often are. In this communication some discussions around the possibilities of this dialogue, landed, concretely, in a proposal of reading of the communicative phenomena from the philosophical glance consider that offer ontology and ethics. The followed methodology is of documentary and interpretative cut, and without the pretension to offer closed results or absolute truths, rather some theoretical and conceptual

keys for the philosophical reflection are exposed on the communication. The communication is inserted in the second thematic axis of the congress, dedicated to “the daily thing”; although a philosophical approach to the communication sets out, with the ethics and the ontology in center, the ideas that are spilled in these pages have to do with the daily thing, whereas the world of the daily life cannot be included/understood without the communication. The ontological reading of the communicative phenomena appears tie with the ethics, and reference to the phenomenological and existentialists boarding becomes on the communication, same that puts to be-with-the-other like essence of the communication. The work is divided in XXX parts. In first a general note around the relations between the philosophy and the communication is offered, from one first brief exhibition of the history of individual fields of knowledge. In second, the readings that on the communication present/display some philosophical dictionaries, towards it appear, to try to understand how the communicative phenomena think about the field of the philosophy, with the being and the language to the center. In the third part some theoretical and conceptual elements for a ontological and ethical reading of the communication consider already; it is in this point where emphasis in the inherently human character becomes of the communication, in the paper of this one in the construction of the being, until arriving at the definition of a key concept, the existential communication, in dialogue with another term, the true communication, of ethical matrix. The fourth and last part offers a synthesis of the ideas exposed throughout the test. One is not to arrive at absolute truths, but to think how I contribute as those of the ontology and the ethics (and the philosophy in general) can contribute to make complex our way to conceive the human communication, the communication that we do and that do social beings to us, subject in permanent bond with others in our daily life. In order to complete the synthesis, a conceptual map is exposed that gathers the main philosophical boarding on the communication developed throughout the communication. The relation between the philosophy and the communication is a fertile field that can give rise to many

ideas of interest for individual disciplines. The centrality of the communication in the daily societies, the changes in the space and the time derived from new forms of communication, the communication as it bases of the democratic societies, among other subjects, lets glimpse that the communication must be followed thinking, and it must become every time with forms of approach more complex than they allow boarding different from partner-centric and the associate with know-doing the practitioner who has characterized to the field during great part of his history. The philosophy, with the ontological approach to the center, seems to be a thought matrix that offers this possibility.

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

En torno al diálogo entre la Filosofía y la Comunicación: presentación general

La relación entre filosofía y comunicación ha sido bastante explorada desde el pensamiento filosófico contemporáneo, y no tanto así desde las 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 relacionados con la construcción del saber comunicativo. No son muchos los trabajos que han atendido la conceptualización de la comunicación desde una perspectiva filosófica, y ello se explica, en parte, por el escaso interés por 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, generalmente de naturaleza empírica, y que primordialmente se han centrado en la comunicación mediática. ¿Dónde queda la reflexión sobre la comunicación como esencia de lo humano? ¿De qué manera podemos fortalecer los abordajes de la comunicación como hecho inherente al ser social? ¿Cómo los

abordajes filosóficos pueden enriquecer la manera como investigamos los fenómenos comunicativos que tienen lugar en el escenario de la vida cotidiana?

Partiendo de la necesidad de reflexionar teóricamente sobre los saberes comunicativos, vale la pena plantear algunas interrogantes: ¿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 preguntas, en esta ponencia se presenta un mapa general en torno a las relaciones entre la Filosofía y la Comunicación, para posteriormente establecer algunas claves teóricas que permiten conceptualizar la comunicación desde una perspectiva ontoética; perspectiva que, como se verá, pone al ser y al lenguaje en el centro de la reflexión.

Someter a diálogo dos campos de conocimiento con historias tan dispares es algo riesgoso. La Filosofía tiene más de 2000 años de historia; la Comunicación escasamente un centenar. La Filosofía es reconocida y legitimada como "el arte de pensar"; la Comunicación es reconocida como un campo de conocimiento cuyo objeto de estudio –aún equívoco- es compartido por otros campos de conocimiento sobre todo vinculados a las ciencias sociales. La Filosofía trasciende cualquier intento de ubicación en áreas específicas del saber humano, y plantea un conocimiento trascendental de la realidad. La Comunicación, en muchos casos, se asocia con un saber-hacer práctico y técnico.

Esta disparidad impone una breve presentación de ambos campos de conocimiento. Plantear la historia de la filosofía[1] nos enfrenta a las muy diversas propuestas de organización del pensamiento filosófico en etapas, genealogías y

[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.

autores. Sin ánimos de presentar un recuento exhaustivo, y sin considerar 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. Desde entonces, la filosofía se hace preguntas sobre el hombre y el mundo. Preguntas que no tienen fines pragmáticos y que son un fin en sí mismas. Como ciencia que aspira a la totalidad, la filosofía se pregunta por la existencia, el conocimiento, la verdad, la moral, la belleza, la mente, el lenguaje. Se distingue del misticismo por poner al centro argumentos racionales, y 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 (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 a parte merece la ontología, un área particularmente interesante para comprender los aportes de la filosofía a la comunicación. Y es que plantear el estudio de la comunicación en el nivel filosófico lleva a enfrentarse a cuestiones centrales para la ontología, tales como la relación entre esencia y existencia. Por otra parte, aunque es imposible abarcar la historia de la filosofía de una manera sistemática y lineal, suele considerarse que el pensamiento filosófico ha transitado por, al menos, las siguientes etapas: la filosofía antigua, la filosofía medieval, la filosofía renacentista, la filosofía moderna, la filosofía del siglo XIX y la filosofía contemporánea o del siglo XX. 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 el ser y el lenguaje al centro de la mayoría de reflexiones.

Con respecto al campo de la comunicación, aunque tiene apenas cien años como espacio académico institucionalizado, no es fácil tampoco plantear su historia de forma unívoca, por lo que a continuación se presentan de forma sintética algunas propuestas de organización del pensamiento comunicacional. La revisión de su historia pone de manifiesto el carácter socio-céntrico de esta disciplina. Ya la Escuela de Chicago, durante la primera mitad del siglo XX, planteaba una teoría social en la que subrayaba el papel de la comunicación en la vida social. Sin embargo, ninguno de los considerados como *padres fundadores* del pensamiento sobre comunicación forma parte de esta Escuela[2]. 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 a 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 siete tradiciones

[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.

teóricas, a saber: la retórica, la semiótica, la fenomenológica, la cibernética, la socio-psicológica, 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 que vale la pena tener presente: 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.

Un breve apunte sobre la concepción de la comunicación en diccionarios filosóficos.

Aunque la comunicación suele situarse del lado de la ciencia -concretamente de las ciencias sociales- más que de las humanidades, también retoma los aportes de los estudios humanísticos en su más extenso sentido. En un artículo del año 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 no le dan un lugar relevante a la reflexión sobre la comunicación hasta entrado el siglo XX.

El primer diccionario 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. El autor aborda los que considera los principales aspectos de la comunicación: el lingüístico y el existencial. Sobre el primero, Ferrater Mora profundiza en torno a la comunicación como sinónimo de la transmisión de información y afirma que la mayoría de filósofos que se preocuparon por la comunicación desde este punto de vista se interesaron especialmente por

[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.

nociones como signo, *denotatum* de un signo e intérprete del signo. En torno a la visión existencialista, el autor toma en cuenta las aportaciones de Jaspers sobre a la comunicación existencial, que se manifiesta en diferentes grados: como conciencia individual coincidente con la conciencia de pertenencia a una comunidad, como oposición de un yo a otro, y como aspiración a una trascendencia objetiva. Así, la comunicación existencial es única e irrepetible, y tiene 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. Otros autores importantes para dar cuenta de las aproximaciones existenciales a la comunicación son Jean Paul Sartre y Martin Buber. El primero abordó la comunicación en sus análisis del lenguaje, al que concibió como el ser para otro, 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; 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 el que 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 y como relaciones de comprensión. Por lo tanto, el término viene a resultar sinónimo de co-existencia o de vida con los otros, e indica el conjunto de modos específicos que puede adoptar la coexistencia humana, es decir, los modos en los que queda a salvo una cierta posibilidad de comprensión. De acuerdo con Abbagnano, el concepto de comunicación 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[4].

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 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, donde ésta aparece como irreductible por cuanto condicionante de la interacción humana. El autor afirma que en la Filosofía se sustituye el término general comunicación por su equivalente filosófico, el discurso: es en el discurso donde la comunicación del hombre se convierte en comunicación humana propiamente 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 signos para transmitir su información, y a su vez el receptor ha de seleccionar la información en una respuesta efectiva. A decir de Quintanilla, toda comunicación logra su verificación en el descifrado; descifrar es interpretar, por lo que el proceso de comunicación es un proceso intersubjetivo de interpretación. El código es la mediación objetiva-subjetiva de la comunicación, y el sentido no emerge en cuanto sentido antropológico en la mera inmediatez irrelata de

[4] Para Heidegger, el concepto de comunicación debe ser entendido en un amplio sentido ontológico, como una comunicación existencial. En ésta, 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 parte, 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, que 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 considera, por lo tanto, que puede o debe ser estudiada a través de la investigación empírica.

estímulo-respuesta, sino en su mediación interpretativa, por la referencia al código como norma convencional basada en un consenso intersubjetivo.

A partir de la revisión del tratamiento de la comunicación en los tres diccionarios especializados en Filosofía, Galindo (2008) plantea que existe una distancia notable entre el sentido de la comunicación en la filosofía del siglo XX y el pensamiento filosófico antecedente y afirma que “el espacio conceptual de la comunicación parece ser una consecuencia de la centralidad del interés del pensamiento filosófico y científico del siglo veinte en el lenguaje” (Galindo, 2008, p. 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) abre el espacio de reflexión y plantea una aproximación a la comunicación que dista mucho de su asimilación con la transmisión de información, concepción completamente arraigada al sentido que sobre la comunicación existe en el campo académico.

Lecturas 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. El existencialismo y la hermenéutica son las dos corrientes que más destacan el aspecto ontológico de la comunicación.

Mariano Ure (2010) plantea que existen dos formas de ver filosóficamente a la comunicación: la sociolingüística, también denominada derivada o expresiva; y la ontológica, también conocida como originaria o existencial. En ambos casos, pero más claramente 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. Así, la

dimensión ontológica de la comunicación concibe a ésta como el medio para vencer el solipsismo y orientarse en el mundo o entorno cotidiano.

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. La 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 donación del ser (…) 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, p. 39).

Junto a los aportes de la ontología, a los que se regresará posteriormente, la filosofía se interesó por la comunicación a partir de la filosofía del lenguaje, corriente en la que existen al menos dos tradiciones: la analítica, que se interesa por las reglas de juego para el uso del lenguaje y los mecanismos de fijación de los significados; y la existencialista, que explora las distintas posibilidades de ser-en-el-mundo. Interesa poner énfasis en esta filosofía del lenguaje de corte ontológico, que concibe al lenguaje como mediador entre el hombre, el intérprete y la realidad.

La investigación sobre la comunicación, en el marco de las aportaciones realizadas por la filosofía del lenguaje, generalmente se reduce al plano lógico-gramatical y, en última instancia, al pragmático. Hay comunicación, “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, p. 35). Pero hay que ir más allá, y concebir como verdadera comunicación únicamente a "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, p. 36).

La perspectiva ontológica define la comunicación existencial como la dimensión de intercambio que supera lo sígnico, el interés pragmático y la mera transmisión de experiencias de mundo, para culminar en la maduración ontológica de la persona. La relación es central: mi ser yo mismo depende del vínculo con el otro. Como afirma Pareyson (2002, p. 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 (2010, p. 85), "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".

Pero, ¿qué condiciones hacen posible la comunicación? 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, p. 43). La principal condición subjetiva que hace posible la comunicación es el ejercicio de la alteridad, que implica superar el solo reconocimiento cognoscitivo del otro y abrirse al otro y transgredir el propio yo. 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 de Martin Buber, para quien la comunicación no es sólo el proceso de emisión y recepción de significados, sino también "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, p. 34).

Queda claro que la concepción 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, aunque 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 co-existencia singularmente plural" (Nancy, 1996, p.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. Lo intercambiado es el ser con el don de uno mismo; dicho de otra forma, la comunicación se desarrolla entre el yo y el tú, pero lo que circula es el ser. Así, mientras que "el éxito del nivel lingüístico se mide de acuerdo con el entendimiento, y el del pragmático según la eficacia, en el onto-relacional cuenta la adquisición de un plus ontológico" (Ure, 2010, p. 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, p. 57).

Esta aseveración ya fue realizada por Gadamer, para quien "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". (Gadamer, 1995, pp.230 y ss). Estas aproximaciones ontológicas a la comunicación tienen antecedentes, también, en las propuestas socio-fenomenológicas de autores como Alfred Schütz. El autor, en "Making music together" (1996), afirmaba que 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. Pero 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. Por lo tanto, la condición subjetiva de la interdonación es el reconocimiento del otro.

En los párrafos anteriores se anticipan algunas ideas que ponen de manifiesto la relación entre la ontología y la ética. Para ambas perspectivas, 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. La pregunta ética adquiere peso porque "comunicar es siempre un *riesgo*" (Fabris, 2004, p. 13). Este riesgo viene dado por el desconocimiento que tenemos sobre el rumbo que tomará cualquier situación comunicativa: podemos saber 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, lo dicho puede ser malinterpretado y "generar una distancia aun mayor entre los hablantes. Pero también puede esconder una voluntad manipuladora" (Ure, 2010, p. 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, p. 126). 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[5].

Sólo así, desde las condiciones subjetivas ya enunciadas y sobre la base de la libertad, la comunicación deja de ser un instrumento de poder para ser una herramienta de servicio que responde a un interés por el otro con quien se comparte el mundo de la vida cotidiana. Para la perspectiva ontológica, 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, así, apunta a que el sentido de la comunicación trasciende los bienes derivados de los intercambios informacionales pragmáticos para instalarse en la verdad.

En conclusión, 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. 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 de la

[5] En la propuesta de una ética de la comunicación de Jürgen Habermas, la práctica discusiva 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; 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, p. 76).

comunicación existencial u ontológica, que pone el acento en la presencia del ser en la comunicación.

Apuntes conclusivos

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 la Filosofía deba retomarse para seguir complejizando la definición de la comunicación.

A continuación se presenta un mapa (Figura 1) que sintetiza los principales abordajes filosóficos sobre la comunicación. En él se recuperan los tres principales enfoques planteados en los apartados anteriores: la visión pragmática-lingüística (hasta hoy dominante en el campo académico de la comunicación) y las visiones ontológica-existencial y ética.

Figura 1. Mapa de abordajes filosóficos sobre la comunicación

Fuente: Elaboración propia.

El tránsito del plano de la significación, del ver a la comunicación como transmisión e intercambio de información, al plano de la existencia, que concibe a la comunicación como fenómeno inherente a lo humano que permite la circulación del ser, amplía las lecturas sobre la comunicación y no elude 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[6], ponen el acento en la comunicación como encuentro intersubjetivo. Al respecto, merece la pena mencionar brevemente los

[6] Ver Rizo, Marta (2008).

trabajos del Grupo hacia una Comunicología Posible, que trabajó de 2003 a 2009 con la intención de fundamentar epistemológicamente la ciencia de la comunicación[7]. El trabajo realizado da cuenta de la poca presencia de la perspectiva filosófica en el campo de la comunicación, algo que también se hace evidente en otros trabajos realizados por integrantes del grupo, como la revisión de manuales de teorías de la comunicación[8] o el abordaje de las teorías de la comunicación desde una perspectiva semiótica que trasciende lo realizado desde el campo de la comunicación[9].

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 la vida cotidiana, 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 socio-céntricos y a los asociados con el saber-hacer práctico 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 de pensar al ser social como ser comunicativo, y a la vida cotidiana como escenario de comunicabilidad.

[7] Ver Galindo, Jesús; Karam, Tanius y Rizo, Marta (2005); Galindo, Jesús (coord.) (2008); Galindo, Jesús y Rizo, Marta (coords.) (2009); Galindo, Jesús (coord.) (2010); y Galindo, Jesús (coord.) (2011).
[8] Ver Rizo García, Marta (2005).
[9] Ver Vidales Gonzáles, Carlos (2010).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Abbagnano, N. (1966) *Diccionario de filosofía*, México: Fondo de Cultura Económica.

Buber, M. (1998) *Yo y Tú*, Madrid: Caparrós.

Craig, R. T. (1999, mayo) "Communication Theory as a Field", en *Communication Theory,* 9(2),119-161 Consultado el 02/10/2011. [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. (coord.) (2008) *Comunicación, ciencia e historia. Fuentes científicas históricas hacia una comunicología posible,* Madrid: McGraw Hill Interamericana.

Galindo, J. (2008) "Filosofía y Comunicología. Exploración general para un programa posible de estudios", en *Razón y Palabra, 13*(64) Tecnológico de Monterrey, Consultado el 18/08/2011. [http://www.razonypalabra.org.mx/N/n64/actual/jgalindo.pdf].

Galindo, J. (coord.) (2010) *Sociología y comunicología. Historias y posibilidades,* Salta (Argentina): Universidad Católica de Salta.

Galindo, J. (coord.) (2011) *Comunicología posible. Hacia una ciencia de la comunicación*, México: Universidad Intercontinental.

Galindo, J., & Rizo, M. (coords.) (2008) *Historia de la comunicología posible. Las fuentes de un pensamiento científico en construcción,* León-Puebla (México): 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.

Heidegger, M. (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., & 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, V. A., (2002, junio). “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). Documento mimeografiado.

Pareyson, L. (1998). *Essere Libertá ambiguitá*, Milán: Mursia.

Pareyson, L. (2002). *Esistenza e persona,* Génova: Il Melangolo.

Peters, J. D. (1986). “Institutional Sources of Intellectual Poverty in Communication Research”, en *Communication Research, 13*(4), 527-559.

Quintanilla, M. A. (dir.) (1985) *Diccionario de filosofía contemporánea*, Salamanca, Sígueme.

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,* (pp. 185-223). México: AMIC.

Rizo, M. (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, (*pp. 43-107). Madrid: McGraw-Hill Interamericana.

Schramm, W. (comp.) (1975) *La ciencia de la comunicación*, Roble: México.

Schütz, A. (1996) “Making music together”, en Schütz, A., *Frammenti di fenomenologia della musica*, 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 (Tomos I y II)*, Monterrey (México): Colegio de Estudios Científicos y Tecnológicos del Estado de Nuevo León.