

## V

### Ética de la comunicación en el mundo global

**Adriano Fabris**

1. *Introducción.* Vivimos hoy en un mundo en el cual todo está entrelazado. Vivimos una experiencia de relaciones globales que no podemos controlar. Todo nos aparece conectado con todo. El vuelo de la mariposa en China provoca consecuencias, con el aire movido por sus alas, en la atmosfera de los Estados Unidos.

En el marco de la comunicación esta conectabilidad universal tiene consecuencias importantes. Hay una accesibilidad a todas las noticias e informaciones: real o virtual. Hay una sobredosis de noticias e informaciones. Hay más verdad pero menos posibilidad de verificación. Hay más poder pero menos control. Hay una verdadera amenaza a la verdad.

Todo esto nos involucra y nos hace plantear preguntas precisas. ¿Como podemos en efecto manejar esta situación? Por supuesto no podemos simplemente sufrirla. Tenemos que interactuar con ella. Tenemos ante todo que pensarla. La filosofía puede ayudarnos en esta tarea. La hermenéutica filosófica nos ofrece los conceptos para entenderla y discutirla. La ética nos indica los principios y las motivaciones para actuar bien in todos estos contextos.

En mi discurso entonces deseo: 1. Profundizar el concepto y la práctica de la comunicación, o sea clarificar lo que significa “communicar”, a pesar de que hoy nos encontramos muchas interpretaciones difundidas de este fenomeno; 2. Mostrar que manejar la comunicación en el mundo global es una tarea ética, y clarificar qué significa hoy, en un mundo global, “ética de la comunicación”; 3. Individuar una interacción comunicativa, la interacción dialógica, como modelo de comunicación interhumana: un modelo que no tiene que ser olvidado, sino que es fundamental en la buena practica comunicativa; 4. Monstrar la funcion de la hermenéutica filosófica en estos marcos. Pero, ante todo: ¿qué significa “comunicar”? ¿En cuáles sentidos entendemos la palabra?

2. *Diferentes modelos de comunicación.* Generalmente, en los manuales de semiótica y en los tratados de lingüística teórica, la comunicación en

cuanto tal es definida como la transmisión de un mensaje (o de una información) desde un “emisor” hacia un “receptor” (o “destinatario”). Evidentemente, una comunicación así entendida requiere un particular trabajo de elaboración por parte tanto del emisor como del destinatario. El primero, si quiere ser comprendido, tiene que dar al mensaje un formato que resulte accesible a quienes les es dirigido. El segundo, queriendo comprender, se encuentra siempre inducido a reconstruir la intención del emisor, a interpretar su mensaje.

Bajo una mirada atenta, no obstante el hecho de que estos procesos (adaptación del mensaje al destinatario por parte del emisor; interpretación del mensaje por parte del receptor) no pueden ser activados según modalidades estándar, establecidas de una vez por todas, sin embargo el modelo de explicación de los procesos comunicativos que por lo general se propone resulta ser, podríamos decir, de tipo “mecánico”. Se considera, en efecto, que este modelo puede funcionar para la gestión de aquellos procesos que conciernen no solamente al hombre sino también a los distintos ámbitos en los que se puede hallar una transmisión de informaciones, y que constituyen el terreno propio de investigación de disciplinas específicas: de la sociología a la biología, de la política a la informática. El viejo sueño fundacional de la cibernética parece aquí, implícitamente, conservar enteramente su fuerza de atracción.

Así, la comunicación interhumana tiende a ser conducida hacia estándares cuantificables, sacrificando todo lo que – como la inventiva y la capacidad de adaptación a un determinado contexto – difícilmente puede ser predeterminado. Y entonces, precisamente sobre la base del modelo “mecánico”, se considera que pueden ser elaboradas técnicas y métodos, que consisten en alcanzar cierto resultado: en otros términos, que permiten alcanzar cierto “objetivo” (*target*), es decir, tener cierta eficacia. Desde esta perspectiva, que es por ejemplo aquella en la que se mueve el lenguaje publicitario, parece que es siempre posible verificar la recepción de un mensaje. Y parece, también, que es posible determinar en qué medida dicha recepción se ha realizado efectivamente, por ejemplo a través de cuestionarios, *tests* y otras formas de verificación del *feedback*.

No creo que sea el caso insistir aquí más sobre esta idea de comunicación, visto que sus aplicaciones ya están hasta demasiado difundidas en el mundo en el que vivimos. Es necesario, en cambio, subrayar con fuerza que éste *no es el único modelo* al cual podemos referirnos para pensar el fenómeno, y ni siquiera es el fundamental. En

efecto, en los procesos comunicativos está en juego algo radicalmente diferente, cuya verificación resulta completamente problemática: se trata en estos casos de comprender de manera adecuada qué significa poner en obra la intermediación de un mensaje o, más en general, de un texto. Esto es lo que la idea de “transmisión” (en el sentido en el que ésta ha sido expuesta anteriormente) da por descontado, entendiendo lo que acontece entre un hombre y otro como una simple interacción mediable en términos de eficacia. En cambio, lo que hace falta profundizar es la específica *mediación* hacia la obra en los procesos comunicativos.

Para este objetivo dejémosnos guiar por un breve análisis etimológico del mismo término ‘comunicación’. Como se sabe, ‘comunicación’ deriva del latín ‘*communicatio*’: un vocablo que indica precisamente el ‘poner aparte’, el ‘hacer partícipe’ a otros de lo que se posee. En esta noción aparece una metáfora particular: precisamente la de “participación”, que no por casualidad se presenta explícitamente en la lengua alemana (donde el vocablo ‘*Mitteilung*’ puede ser traducido, literalmente, más que como ‘comunicación’, como generalmente sucede, precisamente como ‘comparticipación’).

En latín, además de estas sugerencias, encontramos aún algo más. Y es la evidente referencia, en el vocablo ‘*communicatio*’, al concepto de ‘*munus*’, de ‘don’. En efecto, lo que es puesto aparte resulta en última instancia algo donado, para que pueda ser realmente común a todos, para que todos podamos participar de él. ‘*Communico*’, entonces, indica originariamente un “poner en común”, un “crear un espacio común”: lo cual, por otra parte, es confirmado ulteriormente por el vínculo evidente que subsiste, siempre desde un punto de vista epistemológico, entre el verbo *communico*, el sustantivo *communio* y el adjetivo *communis*.

¿Qué es lo que obtenemos de esta breve usurpación de fronteras sobre el terreno de la etimología? Una sugestión – no más que ello – que nos conduce hacia una idea diferente, respecto de la comúnmente aceptada, de lo que entendemos por ‘comunicación’. Comunicación, en este sentido, es la creación de un espacio común, compartido, en cuyo interior puede realizarse un efectivo entendimiento entre los interlocutores. Un entendimiento similar no puede ser predeterminado, visto que es el fruto, imprevisto e imprevisible, de la capacidad de mediar que contradistingue a los participantes en los procesos comunicativos, y que es puesta en obra, cada vez, en los diferentes contextos de aplicación. En otros términos, la interacción, aquí, no puede ser concebida de una manera

puramente mecánica, porque requiere que sea recuperado lo que los antiguos latinos llamaban '*ingenium*': es decir, la capacidad que el hombre tiene de alcanzar la perspectiva más adecuada para realizar un entendimiento, su habilidad para ubicarse en un contexto, su vocación para mediar entre lo universal y lo particular. Todo esto requiere de una creatividad que no puede ser predeterminada. Todo esto pone en obra la *libertad* del ser humano.

Es así entonces que – teniendo en cuenta precisamente esa libertad que está como trasfondo de una comunicación realizada y de la posibilidad de abrir un espacio común de diversos modos – se delinea con ulterior claridad el hecho de que la interacción comunicativa pone en juego, constitutivamente, una serie de cuestiones de orden *deontológico* y *ético*. En efecto, atingente a la esfera de la deontología y de la ética son las problemáticas expresadas por las siguientes preguntas, que enuncio sólo a título de ejemplo. Estas rezan: ¿por qué debo poner en común ciertas informaciones?; ¿bajo cuáles condiciones esta comparticipación puede llevarse a cabo correctamente?; ¿por qué privilegiar ciertas modalidades de comunicación antes que otras?; ¿todo debe ser comunicado o no?; y si no todo tiene que ser puesto aparte, ¿qué debe serlo y qué no?; ¿y en base a qué criterios debo efectuar esa selección?

Es claro que la respuesta a estas preguntas requiere que sea establecido un límite, un término final, una regla, al interior del cual podemos comunicar. Y en efecto el espacio común de la comunicación necesita ser regulado. Porque no todo puede ser comunicado. Y si no todo puede ser comunicado, hay necesidad de poner límites, términos que determinan el espacio comunicativo. La deontología y la ética establecen estos límites. Y así puede ser elaborada una ética de la comunicación: entendida como una específica rama de la ética aplicada.

3. *Ética de la comunicación*. La ética de la comunicación es una disciplina que entra precisamente en el ámbito de las éticas aplicadas, al igual, por ejemplo, que la bioética, la ética ambiental, la ética de los derechos, y la ética de la economía. Sin embargo, la relación entre ética y comunicación ha sido profundizada de diferentes maneras. Esquemáticamente podemos distinguir, como hemos visto, un enfoque *deontológico* sobre el ámbito comunicativo, una ética *de la comunicación* propiamente dicha y una ética, en cambio, concebida ella misma *como* comunicación: es decir, obtenible a partir de las condiciones que son propias de los procesos comunicativos

considerados en cuanto tales. Cada perspectiva define, de diversa manera, los términos de nuestro discurso

La preocupación *deontológica*, sobre todo, es la que inmediatamente se anuncia en una realidad dominada cada vez más por flujos de información. En esta situación emerge con fuerza la necesidad de reglamentar, sobre la base de principios jurídicos y morales, definidos con precisión, el comportamiento de los operadores de la comunicación y las condiciones en las cuales se pueden hallar, cada vez, los usuarios de los diferentes medios de comunicación de masas. En referencia a esto se ha impuesto recientemente una casuística particular, por demás diferente en distintos países. Esta ha sido objeto de reflexiones y debates, que han producido una específica literatura y que han llevado a la redacción de *códigos* precisos, llamados a definir el marco de lo lícito y de lo ilícito en el ámbito comunicativo.

En realidad los códigos son poco conocidos, y aún menos observados, entre otras cosas porque las sanciones para quienes los transgreden resultan generalmente inadecuadas o, incluso, del todo inaplicables. Más allá del simple aspecto deontológico y de la todavía importante codificación de reglas específicas, surge una exigencia de otro orden: una instancia más propiamente ética, en grado de orientar las diferentes elecciones que los operadores de la comunicación deben cumplir, y en grado de involucrarlos en un comportamiento guiado por valores asumidos conscientemente y aplicados responsablemente.

Se delinea, entonces, la necesidad de elaborar una ética *de la* comunicación en sentido propio: es decir, una ética que sea capaz de establecer lo que es justo, válido y bueno en las distintas prácticas comunicativas, y capaz de indicar de qué modo alcanzarlo. El discurso va desde un planteamiento atento a las cuestiones jurídicas y normativas, a una dimensión en la cual el interés resulta sobre todo de tipo filosófico. En efecto, en la historia del pensamiento han sido numerosas las teorías elaboradas con el fin de responder a las cuestiones específicas que se elevan en el ámbito diversamente articulado de la interacción comunicativa: desde las que hacen referencia a estructuras y características particulares inherentes a la "*naturaleza*" del hombre, hasta las que toman la perspectiva del *pensamiento dialógico*; desde las que ponen el acento en las *situaciones concretas* en las cuales el hombre se encuentra y actúa, hasta las que poseen como trasfondo, en definitiva, un *utilitarismo* diversamente declinado.

Frente a estas múltiples elaboraciones filosóficas resta el problema de cuál es la concepción más adecuada, aquella en grado de orientar verdaderamente nuestro comportamiento. Una cuestión de esta magnitud remite, según la tradición, a las temáticas explícitamente afrontadas en el ámbito de la ética general. Así, entonces, reaparece la necesidad de fundamentar la ética de la comunicación sobre una doctrina más amplia y comprensiva de los principios morales.

Sin embargo, para este propósito, surge también otra exigencia, a la que quizás puede dar respuesta precisamente una teoría de la comunicación verdaderamente capaz de poner luz a las implicaciones éticas que contradistinguen el acto comunicativo: una teoría tal de no tener que remitir a un ulterior nivel de fundamentación. En efecto, hay que preguntarse cuál, entre las doctrinas morales que pueden ser elaboradas por la reflexión filosófica, es realmente capaz de garantizar la efectiva aplicación de los principios morales a los que hace referencia. Surge, en definitiva, la pregunta relativa al *por qué* se tienen, propiamente, que seguir principios morales de cierto tipo: principios en general, por cierto, pero también principios en el ámbito específico de la interacción comunicativa. No se puede establecer solo limitaciones, sino también motivaciones. En otras palabras: se delinea la cuestión, decisiva, del *involucramiento* moral.

Una respuesta a tales interrogantes puede provenir, como mencionaba, justamente de una profundización de las características de fondo del lenguaje y de la comunicación, entendidos como condiciones estructurales del hombre. Si es cierto, como ha sostenido Karl-Otto Apel, que hay una normatividad moral intrínseca en el mismo uso del lenguaje, en el hecho de que todos, en cuanto hablantes, formamos parte de la “comunidad ilimitada de la comunicación” y ponemos en obra los principios que le son inherentes a ella, entonces precisamente desde aquí, es decir desde la estructura misma del lenguaje, pueden ser puestas a la luz las condiciones para una ética válida universalmente, que remite a la responsabilidad propia de cada hablante y la pone constantemente en juego. Este es el modo, con el surgir de la valencia moral de la praxis comunicativa, en el que se anuncia lo que anteriormente he llamado la perspectiva de una ética *como* comunicación. Justamente en este terreno – es decir a partir del hecho de que en mi hablar mismo están inscritas, por así decirlo, indicaciones particulares de comportamiento – puede encontrar

solución el problema del involucramiento moral del que hace poco hacía mención.

Aquí no es posible analizar de manera detallada la tesis de Apel. Él, lo repito, sostiene que en los mismos procesos comunicativos ya están inscritas, y performativamente actuadas, las condiciones de un determinado comportamiento moral, válido universalmente y capaz de involucrar a todos los hombres en cuanto hablantes. En cambio, aún sin retomar explícitamente los contenidos específicos de su doctrina, podemos hallar, de manera quizás menos abstracta que como lo hace Apel, algunos motivos que individualizan consecuencias éticas precisas en el acto de comunicar, y que forman parte de la concepción del lenguaje que hemos desarrollado anteriormente.

Es completamente evidente, de hecho, el alcance ético de la idea de comunicación como creación de un espacio común, compartido, de cuya institución y mantenimiento son responsables los interlocutores. Y es también evidente, a partir de una concepción de la palabra como medio y órgano de una comparticipación entre los hombres, la perspectiva de relación e involucramiento que la palabra misma hace posible. Es más, si se asume el punto de vista de un hablar que es al mismo tiempo lugar de la comparticipación comunicativa entre los hombres y filtro capaz de interponerse entre los hablantes (así como también entre los hablantes y las cosas), en modo tal de mantener las distancias entre ellos, resulta en definitiva imposible que el discurso se configure únicamente como una ocasión instrumental de control y de dominio, y que sólo éste sea el sentido de la relación que el lenguaje pone en obra. Precisamente en la distancia respecto del mundo y de los hombres que la palabra abre mientras establece un vínculo con ellos, y del cual resulta garantía y salvaguardia, se encuentra inscrita la posibilidad del respeto por el otro, la atención y el cuidado dirigidos a él. En efecto, sin ese “otro”, como hemos visto, no se da discurso. Entonces, en la estructura misma del lenguaje y en la ambigüedad de los modos de su actuación, le es intrínseca la posibilidad de que se cumpla verdaderamente, éticamente, una *comunicación como compartir* algo. Esto es así ya que la condición del compartir es que cada uno, separadamente, pueda dar algo de sí mismo y que cada uno sea reconocido desde el principio como alguien capaz de hacerlo: como alguien que puede ser ayudado y solicitado a hacerlo.

Por cierto, lo hemos visto anteriormente, también respecto de este trasfondo, de esta específica condición capaz de hacer emerger algunos

aspectos de una ética *como* comunicación, se presenta nuevamente el problema de los modos con los cuales se realiza efectivamente lo que resulta de todas formas innato, como su posibilidad esencial, en la estructura misma del lenguaje. Y es aquí que la referencia a la *libertad* del hombre, a su capacidad de elección, se manifiesta con toda su centralidad. En efecto, lo que es implícito en el uso de la lengua es de todos modos asumido y puesto en obra. Surge, así, la necesidad de profundizar de qué manera esto puede acontecer, y bajo qué condiciones: en resumidas cuentas, se anuncian las temáticas que una ética *de la* comunicación propiamente entendida está llamada a afrontar.

Se trata, considerando el problema desde otra perspectiva, de establecer una mediación entre lo que tiene la pretensión de valer universalmente, en la medida en que es signo distintivo de todos los hombres en cuanto hablantes, y lo que no puede más que ser asumido cada vez sobre un plano particular, determinado, en virtud de una elección que lo puede actuar concretamente. Es aquí que las indicaciones éticas implícitas en la estructura del lenguaje pueden hacerse reales. Sin embargo, si se piden reglas explícitas en base a las cuales cumplir la aplicación concreta, la respuesta no puede más que ser negativa y, por lo tanto, quizás, desilusionante. En efecto, “no hay reglas para la aplicación de las reglas” (como dice Kant). Lo hemos visto en mi primera charla, en conexión con la tarea y los problemas de la hermenéutica. Todo, otra vez, parece remitirse a la capacidad de cada sujeto hablante. Pero no subjetivamente, en el sentido del sujeto individual. Hay un espacio común, hay reglas, hay un sentido que tiene que estar condividido.

En todo esto encontramos una implicación ética. Más precisamente, esto significa, desde nuestro punto de vista ético: encontramos una referencia a la *responsabilidad* de los seres humanos, como condición para el desarrollo de la misma actitud hermenéutica. Hay entonces una vuelta ética que la reflexión y la práctica de la hermenéutica filosófica necesitan. Así, y solo así, sobre todo, los límites de la comunicación pueden transformarse en oportunidades para todos los seres humanos, en un mundo comunicativo global.