

**I Concurso de
Ensayo «Valladolid
Piensa»**

Categoría A

**Título: De la
comunicación**

Uno de los fragmentos más celebres de Heráclito, conocido ya entre sus contemporáneos bajo el sobrenombre de El Oscuro, debido al talante enigmático de sus enseñanzas nos dice lo siguiente:

Para los que están despiertos, el orden del mundo es uno y común, mientras que cada uno de los que duermen se vuelve hacia uno propio.¹

Heráclito también puede ser considerado el padre del concepto «logos» en su sentido polimorfo y genuinamente filosófico². Y es precisamente el «logos» el determinante del «kósmos», comprendido (tanto en el anterior fragmento como en otros igual de interesantes) no tanto como un estado de cosas objetivo, sino como el estado subjetivo de unión y dispersión (el «uno y común» y el «uno propio»)³. Y ¿no es precisamente *logos*: ‘palabra’? También ‘habla’ y ‘pensamiento’ y ‘enseñanza’. Y este pensar y decir heracliteano Hegel lo entiende tanto en el sentido de *inteligencia*, como en el de *sensatez*. ¿Es, entonces, el «logos» el indiscutible lugar común del hombre? Lo es, pero, de nuevo, en un doble sentido: podemos aproximarnos o alejarnos al logos, entendido como aquello donde todos podríamos *comprender*(nos); la proximidad es la vigilia y la sensatez, mientras que el distanciamiento es sueño y necesidad. Igual que, para Heráclito, día y noche son uno, lo mismo que vida y muerte, enfermedad y salud, y un buen número de pares opuestos más, la unión o dispersión respecto al logos está regida, curiosamente, por el logos mismo. Esto nos lleva a considerar al «logos», de un lado como una ley cosmológica y divina, y de otro como una perspectiva antropológica. Y es esta perspectiva la que me resulta de gran interés en lo que a la comunicación se refiere (sin embargo, sería traicionar y abandonar este pensar si yo quisiera atender solo a la perspectiva antropológica, desatendiendo su correlato cosmológico).

Atendiendo a su acepción más directa, la comunicación sería la acción o efecto de comunicar, cuya raíz etimológica es ‘lo común’ (del latín *communis*, del que se sigue *communicare*). Ahora bien, parece que en nuestro día a día cuando hablamos de comunicarnos o de comunicación, lo esencial no es tanto «lo común», sino más bien «lo propio». Quisiéramos comunicar lo que es solo nuestro, una suerte de logos privado al

¹ Heráclito, fr. 89, en *Fragmentos Presocráticos. De Tales a Demócrito*. Traducción: Alberto Bernabé. Alianza Editorial, Madrid, 2010.

² Hegel, por ejemplo, considera que el origen de toda la filosofía se remonta hasta Heráclito.

³ Así lo explica Ludwig Binswanger en sus ensayos: *Ensueño y existencia* y *Concepto del hombre según Heráclito*.

que reconocemos vagamente en la palabra «sujeto»⁴. Y, añádase a esto, que no buscamos tanto el «hacer común» nuestra experiencia propia, como precisamente demostrar por todos los medios imaginables que es genuina y exclusivamente propia, luego no-común. Pero, comunicar ¿no era, justamente, «hacer común»? Y aún vale otra pregunta más: lo que llamamos medios de comunicación, ¿qué conservan del sentido originario del comunicar?, ¿no basan su legitimidad en mostrar lo común, esto es, el hecho empírico, la información como neutralidad en lo común mismo?, ¿y no hay en semejante actitud una renuncia, ya no a lo común entendido en el sentido cosmológico del logos, sino al sentido antropológico, es decir, a la posición adoptada por el hombre respecto a lo común? Ahora bien, con no mirar algo no lo hacemos desaparecer por más que, como los avestruces, sea ese nuestro deseo. En lugar de eso, ese *algo* del que apartamos la mirada, termina por crecer como una enredadera hasta cubrirlo todo y extender así la confusión y la oscuridad. Por lo tanto, considero crucial recuperar la perspectiva antropológica en la captación de lo común, para la ulterior comprensión de las posibilidades de nuestro comunicar.

Si me planteo qué es lo que hace común a lo común, siguiendo a Heráclito, reconozco que es precisamente el logos: la posibilidad de un espacio y tiempo para hablar y pensar en (lo) común; es decir, en una configuración del mundo que contenga la posibilidad real de lo objetivo. Pero si lo objetivo queda reducido a una entidad obtenida tras un proceso de abstracción (el objeto *es* porque yo lo reconozco como tal, independiente de mí, pero gracias a mí), entonces, a mi juicio, lo común se desvanece en el ácido de la indiferencia, o se pierde en el dédalo de la fragmentación⁵. Y es que lo común no puede ser solamente una disponibilidad abstracta y vacía, sino un valor vital accesible y, casi diría, un hogar.

Aquí es donde la fenomenología y el análisis existencial nos han intentado dar ciertas claves para la vuelta a las cosas mismas, es decir, hablando en los términos de este ensayo, para la vuelta a lo común. Surge la idea de la descripción fenomenológica de un comunicar puro, esto es, de un «hacer común» esencial. Sin embargo, este proyecto de tanto interés trasciende con mucho los límites de este ensayo y también de mis

⁴ Aprovecho en este punto para señalar la condición relativa de este ensayo. Existen, en efecto, actos sinceros de comunicación. Entiendo por estos, en general y sin entrar en detalles, aquellos que pretenden encontrar y transmitir en la experiencia subjetiva aquello que tiene de universal. Sin embargo, creo que la tendencia dominante en nuestra «cultura de la comunicación» es más bien la opuesta.

⁵ Valga en este punto como referencia ejemplar, aunque quizá algo alejada del tema que trato aquí, el análisis que realiza Ortega Y Gasset del hombre-masa en su forma de «especialista» o «sabio-ignorante». El acceso a lo común en este tipo de hombre está fragmentado por la actitud de prepotencia propia de quien por saber algo de un tema, cree saberlo todo acerca de cualquier tema y ¡que eso está en su derecho!

capacidades actuales. Pero el hecho de señalarlo me permite introducir lo que considero el gran reto de todo comunicar: liberarse de la opresión y la ansiedad que espontáneamente surgen en la disociación del mundo en sujeto-objeto. Por decirlo en un lenguaje más directo: comunicar sería hablar y hacer-hablar al mundo, escuchar lo que el mundo tiene que decir, no fuera de nosotros (como algo ajeno y privado, un «en sí» aislado), sino en nosotros mismos⁶. Pero se comprenderá lo absurdo de tal intento si el mundo se ha dislocado hasta el punto de comprender por mundo exactamente aquello que no es yo. Y es absurdo porque el hablar y el comunicar son cualidades del yo, que obtiene justamente en su disociación del mundo, al tiempo que a él se las niega. De este modo surge el espíritu positivista: el mundo solo habla en la medida en que yo le pongo palabras en la boca. Mas, es justo preguntar: ¿qué hay de las palabras de mi boca?

En este punto tal vez haya quien piense que para que pueda tener sentido el comunicarse con el mundo es una condición innegociable que el mundo sea algo externo al yo y que sea el yo quien, mediante la experimentación, le haga hablar. ¿Cómo voy a comunicarme con algo, si ese algo soy yo —dirían? Yo respondería que hablar con uno mismo bien puede ser una de las formas más elevadas de comunicación, pero que aquí no se trata de eso y que ya la pregunta es un desatino. La postura que, siguiendo a Heráclito, estoy tratando de construir y aclarar(me) no juzga al mundo como un epifenómeno de la conciencia, ni viceversa. Antes bien, trata de no prejuzgar esa relación según la lógica causa-efecto, sino abarcarla como correlativa y trascendental. Y la comunicación sería el gozne para la articulación vital de esta relación. La fenomenología nos ha dejado el bonito término de *epojé* que, con una leve modificación podemos emplear aquí para hablar de la comunicación.

La *epojé* en la fenomenología de Husserl es la puesta entre paréntesis de las opiniones acerca de lo real y, también (y, sobre todo) de lo real mismo. Con ella pretende obtener el acto puro de conciencia: la intencionalidad, el «estar dirigida hacia». Pues bien, dentro de esta puesta entre paréntesis en la que la realidad tanto del sujeto como del mundo (objeto) quedan suspendidas, sigue quedando, no obstante, un marco —casi diría geométrico— en el que permanecen obstinadamente la dirección de la conciencia hacia

⁶ Creo que la vigilia heracliteana mencionada en el fragmento del que partí en este ensayo se refiere justo a esto: reconocerme en el mundo y al mundo en mí. En las palabras latinas para «común», «comprender» y «conocer» se encuentra el prefijo *con-* (globalidad, unión, todo), relacionado con la raíz indoeuropea *kom-*, que indica ‘proximidad, cercanía, un estar junto a’. (Roberts, E. (2013). En *Diccionario etimológico indoeuropeo de la lengua española*).

algo y la disposición de algo para la conciencia. Y esto que, visto así, parece tan poca cosa, resulta en uno de los más fascinantes descubrimientos del siglo XX y que ha marcado el rumbo de gran parte de la filosofía hasta nuestros días: el mundo y la conciencia se co-implican. De ello se derivan un sinnúmero de problemas, así como un sinnúmero de propuestas brillantes ante estos problemas. Y aunque, como he dicho, no pueda entrar en mucho detalle, sí que puedo sugerir una idea: que la auténtica comunicación, el esfuerzo por «hacer común» la vivencia de esta co-implicación de los dos mundos, no de Platón, sino de Heráclito, el mundo de los durmientes y el mundo de la vigilia, es una especie de *epojé* aplicada a la vida misma, pues esta comunicación exige la suspensión de toda actitud utilitaria, realista y *eficientista*⁷, para dejar que aparezca, en este caso, el acto del comunicar puro, liberado del yugo de, como decía más arriba, la ansiedad de tener que demostrar que uno existe frente al mundo (una vez realizada la *epojé*, semejante demostración sería una perogrullada). La comunicación se nos presenta entonces como la dirección hacia el logos desde el logos mismo (en su primer y segundo sentido, respectivamente); el acto de la perspectiva antropológica orientada hacia la comprensión cosmológica.

Creo que un gran ejemplo de este esfuerzo comunicador, en un sentido muy cercano al aquí bosquejado, podemos encontrarlo en los *Ensayos* de Michel de Montaigne. Me sigue resultando enormemente curioso leer el pequeño prólogo al lector que antepone Montaigne a su libro. En él nos advierte: «Quiero que en él [en el libro] me vean con mis maneras sencillas, naturales y ordinarias, sin disimulo ni artificio: pues píntome a mí mismo», y termina tajantemente: «Así, lector, yo mismo soy la materia de mi libro: no hay razón para que ocupes tu ocio en tema tan frívolo y vano. Adiós pues». Pero desde que pasamos la primera página a quien encontramos es a Eduardo, príncipe de Gales, a Heródoto, Séneca, Horacio, Solón, La Boétie, Plutarco, diversos Papas, Emperadores, Duques, etc. Este privilegiado juego que nos regala el ensayista francés no es sino un muy sutil y delicado arte del comunicar. Fijaos bien: ¡Dice que él mismo es la materia del libro! Y sin embargo asistimos al desfile de toda la cultura clásica imaginable, a un vastísimo conocimiento de la historia europea, a fin de cuentas, una relectura del mundo

⁷ Esto no significa que carezca de utilidad, sino que su utilidad radica justamente en no concebir el concepto de utilidad de forma restrictiva, como un beneficio material, calculable y medible, sino como una cierta disposición de apertura simbólica hacia el mundo en busca de pluralidad de sentidos. Sin embargo, en nuestras sociedades actuales, parece que la utilidad solo quiere ser comprendida como eficiencia, productividad, aceleración de procesos y beneficio material, lo que, en consecuencia, aparta el concepto de «actitud utilitaria» del espíritu de comunicación que rastreo en este ensayo.

en las obras de quienes se ocuparon de él en su debido momento. ¿No está el buen Montaigne mostrándose tal y como él es? Indudablemente sí: su forma de ser en el mundo está fuerte e íntimamente vinculada con la lectura de los clásicos y, no solo eso, sino con cierta manera de leer a los clásicos, a saber, cómo va una abeja a libar en la flor (por usar la imagen que nos ofrece Swift en *La batalla de los libros antiguos y modernos*). En Montaigne se nos hace evidente cómo la comunicación no consiste en un ególatra «hacer común» lo propio, ni tampoco en el zafio y tedioso «hacer común» lo ya pretendidamente común, sino en «hacer común lo que hay de común en lo propio» y «hacer común lo que hay de propio en lo común». En Plutarco está ya Montaigne, y en Montaigne está Plutarco, pues ambos, y todos los demás, yo y ustedes incluidos, están presentes hasta la arcada en el mundo (disculpen la expresión).

No quisiera que el ejemplo se tomase como prueba o aún como única forma de comunicar. El acervo cultural que engalana las maneras de Montaigne no es condición del comunicar, sino solo una de sus posibilidades, si bien, de gran resplandor. Lo esencial consiste en encarar con una actitud émula a Montaigne el reto que supone reconocer y transmitir las sutiles alianzas entre el mundo que nos es propio a cada uno y que se quiere a sí mismo único y el único mundo común que es propio del hombre.

Me siento tentado de terminar aquí el ensayo sin meterme en más escaramuzas conceptuales. Sin embargo, me gustaría plantear otro aspecto de la comunicación que, además, creo que es sobre el que más se interesa la gente. Me refiero al comunicar en el medio social, enmarcado en los *mass-media*. Yo diría que lo que quiera que sea para nosotros la comunicación recibe su sentido precisamente desde la esfera de esos medios, pues parecen ser el aire que respiramos cuando abrimos la boca para hablar y aun para callar. Sin darle muchas vueltas, paréceme que aquí la comunicación es básicamente el intercambio de información. Imagino que no serán pocas las teorías acerca de la información donde se verán implicados el lenguaje, la intención y el mundo mismo. Querer ocuparme aquí de ello con exhaustividad sería descabellado. Pero, *grosso modo*, a mi entender, cualquier teoría de la información parte, por necesidad, de la dislocación sujeto-mundo de la que he venido hablando. Y digo por necesidad porque el concepto mismo de información presupone ya desde su origen el de un sujeto enfrentado al mundo.⁸

⁸En latín *informatio*, compuesto por el prefijo *in-* que señala una dirección hacia dentro, y *formatio*, es decir, dar forma, generar. Dar forma hacia dentro a algo que proviene de fuera. Y no hay que olvidar que,

De este modo, en nuestro presente (un presente que se remonta medio siglo atrás) «información» es la categoría fundamental para el acceso a lo ente y en la medida en que es una categoría errada en la captación de lo ente mismo, este acceso se nos vuelve enfermizo.⁹ Tanto más enfermizo cuanto mayor es la confianza depositada en los medios de comunicación, que son la fuente y el arroyo de este agua venenosa.

El problema tiene, además, una complicación añadida: a todos nos resulta habitual la crítica a los medios de comunicación, desde el periodismo de masas convencional hasta el más crítico e ideológico. Sin embargo, esa crítica se articula siempre *desde* el interior mismo del marco categorial de la información como acceso privilegiado al mundo. Y de ahí no sale, luego toda crítica termina convertida en justificación del error. Es similar a ese otro problema que vivimos tan en nuestras carnes y que la psicología recoge cómodamente en la teoría del espejo. Estamos cansados ya de repetir lo superficial, despiadada e inhumana que es la sociedad en la que vivimos, cansados de señalar cómo el fundamento mismo de la civilización radica en la represión y la violencia... pero, haciendo balance: ¿cuántos de nosotros estamos, no ya habituados, sino vagamente dispuestos a considerar en nosotros mismos esos males que tan confiadamente reprochamos en los demás?, ¿no nos hundimos cada vez más en la profunda lejanía del mundo cuando criticamos como si la cosa no fuera con nosotros o, mejor dicho, como si fuéramos las víctimas de un tremendo error e injusticia, pero este no tuviera nada que ver con nosotros? De nuevo aparece Heráclito para advertirnos que nos quitemos las legañas de los ojos, unas legañas milenarias.

Decía arriba que el concepto de información que manejamos es una categoría errada. Pienso que es así por dos motivos¹⁰: primero, porque es una categoría reduccionista, convencida de poder condensar en su seno la totalidad de lo ente, pero no de forma libre y abierta al darse cada cosa por sí misma¹¹, sino imponiendo un molde lógico e ideológico muy concreto, heredero del positivismo comtiano y del dualismo ontológico cartesiano. La información como divinidad y los medios de comunicación como la casa y la palabra

en Roma, en el derecho y la jurisprudencia ya se perfila la noción de sujeto que, siglos después, la modernidad erigirá en bastión filosófico para la interpretación del hombre.

⁹ Estoy aplicando aquí, si bien de manera superficial, la crítica heideggeriana de la técnica, sobre el concepto de información, entendido como actualización o estadio actual de la técnica.

¹⁰ Además del error principal consistente, como ya he dicho, en la aceptación y perpetuación petulante de la disociación sujeto-mundo. Estos dos motivos no son sino lecturas de consecuencias del error fundamental, desde distintos puntos de vista (el primero desde una perspectiva epistemológica, el segundo desde la estética).

¹¹ Luego cerrado al sentido del ser.

de dios. En segundo lugar, el mundo como plexo de informaciones cobra un aspecto mortecino, como si un nubarrón obscureciera la luminosidad del sol, dejando una gris claridad invernal que daña los ojos. El hombre es incapaz de cobrar conciencia de las inmensas posibilidades que depara cada rincón de su existencia, pues camina cabizbajo con la mente ocupada en los quehaceres informativos que refleja la pantalla de su *smartphone*. Es ciertamente increíble esa frase tan extendida que declara la multiplicación de nuestras posibilidades gracias a internet. Y es así porque en sentido técnico es absolutamente verdadero. Nunca antes habíamos tenido tanta información al alcance de la mano. Sin embargo, todas esas posibilidades, miradas bajo la óptica existencial: ¿no se reducen a mirar la pantalla? Y retomando el hilo principal de este ensayo: ¿no nos alejan de lo común, de las ricas e inagotables relaciones del «logos», en dos palabras, del mundo, de la vida?

A este respecto tengo que hacer una aclaración que considero importante. Lo que aquí se critica no es la existencia misma de esta esfera del mundo que llamamos «información», ni tampoco la real y potencial utilidad de internet y el resto de medios de comunicación e información. Yo mismo estoy escribiendo esto en un ordenador, mientras escucho a Chopin en YouTube y busco información en Google, y todo ello para presentarlo en un festival de filosofía que se plantea como oportunidad para compartir espacios y formas de ser en el mundo. No quiero tirar piedras contra mi propio tejado como si con ello quedase libre de la responsabilidad de atender a todo cuanto se me escapa, a todo cuanto hay en mí de insuficiente y de contradicción. Al contrario: quiero ver en mis aciertos los errores que me son intrínsecos y en los errores que pueda cometer, los aciertos, míos y de mi circunstancia. Con esta breve confesión quisiera, simple o no tan simplemente, insistir en que yo he bebido hasta hartarme del agua venenosa que mencionaba más arriba. Pero aprovecho también para recordar una lección que aprendí leyendo al maestro Escohotado:

El genio de los griegos bautizó las drogas con un término (*phármakon*) que significa a la vez remedio y veneno, pues dependiendo de conocimiento, ocasión e individuo lo uno se transforma en lo otro.¹²

De esta analogía entre el concepto de droga y el de información (tal como lo he ido describiendo) quiero destacar ese carácter conjuntivo de lo positivo con lo negativo que manifiesta la cita anterior. El mundo comprendido como información, que es a su vez el

¹² Escohotado, Antonio. *Historia elemental de las drogas*. Editorial La Emboscadura: versión digital.

contenido subjetivo de la comunicación, puede ser y de hecho es una de las formas más notorias e inteligentes de relacionarnos con el mundo, es decir, de ser. Pero ello exige como condición prestar atención a la «dosis», la «pureza» y a la «ocasión». Lo que he querido señalar es la total y absoluta despreocupación que sobre estos aspectos reina en el asunto (igual que sucede, precisamente, con el consumo de drogas). La información como categoría única y dogmática solo puede ser un veneno, no porque en sí mismo el concepto de «información» lo sea, sino porque no va acompañado, igual que sucede en otros muchos ámbitos de nuestra vida moderna, de un genuino vector crítico que garantice su valor vital. Mientras esto sea así, su única utilidad será para con la ignorancia, el odio y la apatía.

La idea de este ensayo quisiera unir más que separar, comunicar más que informar. Esto, sin embargo, me lleva a consideraciones muy duras acerca de la atmósfera cultural en la que vivimos, al menos en los temas que he querido examinar. Una respuesta sería esa forma sublime de cansancio que se llama tedio. Reconozco que es una respuesta por la que siento una especial afinidad. Su correlato en personas de carácter más temperamental pienso que es la actividad desenfrenada y vacía de sentido. ¿Actuar a lo loco o no actuar en absoluto? Tal parece ser el panorama más verosímil. Sin embargo, no habría escrito nada de esto si esa fuera mi creencia fundamental. Puede resultar muy valioso extraer enseñanzas de nuestras acciones, no por su intención o su resultado, sino por lo que dicen de sí mismas. De nuevo, una llamada a que la sensibilidad más intuitiva deje la puerta abierta a los tenues perfumes y sonidos del mundo, en la justa medida en que somos mundo y más que mundo.

La humildad más elemental me obliga a insistir en que me he valido de ideas de los autores que he mencionado y citado, sin ser del todo riguroso en su explicación y exposición. Pero creo que ello está justificado doblemente, primero porque nunca fue mi intención explicar aquí unas lecciones de fenomenología y segundo porque estas ideas están puestas al servicio de sí mismas, al menos tal y como yo las he entendido. Queda a tu juicio, lector, el valor de este pobre esfuerzo por dejar a un lado el ubicuo tedio y comunicarme contigo.