

REPENSAR EL *ZOON POLITIKON* EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN MEDIÁTICAS

RETHINKING THE *ZOON POLITIKON* IN THE MEDIA INFORMATION AND COMMUNICATION SOCIETY

Carlos González-Domínguez
Universidad Autónoma del Estado de México
(México)
cgdomin@hotmail.com

Resumen

El estudio de la comunicación desde los inicios del siglo XX ha privilegiado el enfoque mediático, olvidando completamente que el fenómeno de la comunicación es algo más íntimo en el hombre que el uso de los medios tecnológicos, por el hecho de presentarse como una condición antropológica a través del lenguaje. La fascinación por las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación ha hecho creer que la necesidad de comunicar es la causa del uso de medios antes que ser racionalidad política, es decir, la práctica de solventar problemas comunes con los otros. En este contexto, el presente trabajo se propone repensar el presupuesto epistemológico de privilegiar en el estudio de la comunicación a los medios como forma de resolver problemas comunicacionales, cuando en realidad son temas epifenomenales de la comunicación del *zoon politikon*. Dicho lo anterior, nos proponemos señalar algunos puntos de reflexión sobre las obsesiones teóricas en las que ha estado envuelta la disciplina de la ciencias de la comunicación, para visualizar en su punto justo la necesidad de apuntalar algunas salidas que inviten a un trabajo estrictamente epistemológico de la comunicación humana por el lenguaje, antes que un programa instrumental-estratégico en la práctica de la comunicación.

Palabras clave: *zoon politikon* – retórica – lenguaje – sociedad de la información y la comunicación – ciencias de la comunicación.

Abstract

The study of communication since the beginning of the 20th century has privileged the mediatic focus, completely forgetting that the phenomenon of communication is something more intimate in the human than the use of technological means, because it presents itself as an anthropological condition through language. The fascination for the new information and communication technologies has led to believe that the need to communicate is the cause of the use of the media rather than being political rationality, that is, the practice of deciding with other common problems. In this context, the present work proposes to rethink the epistemological assumption of privileging, in the study of communication, the media as a way to solve communicational problems, when in reality they are epiphenomenal themes of the communication of the *zoon politikon*.

Having said this, we propose to point out some points of reflection on the theoretical obsessions in which the discipline of communication sciences has been involved, in order to visualize at its right point the need to shore up some outlets that invite a strictly epistemological work on human communication through language, rather than an instrumental-strategic program in the practice of communication.

Keywords: *zoon politikon* – Rhetoric – language – information and communication society – communication sciences.

INTRODUCCIÓN

La revolución industrial desde el siglo XIX, ya lo sabemos, trastocó y complejizó la vida de las sociedades. En medio de este contexto de la historia, se encuentra el capitalismo como modelo de producción. Por tal hecho, todo análisis alrededor de los fenómenos sociales debe considerar el factor económico, por el cual el *zoon politikon*¹ se constituye. Entre las razones políticas y económicas, la acción humana detona su sentido, razón por la cual, cada periodo histórico debe caracterizarse en su particularidad. Hoy, y desde hace más de doscientos años, el marco económico del *zoon politikon* ha sido el desarrollo de la propiedad industrial, el cual condiciona el sentido dominante de las acciones humanas. En estas circunstancias, la comunicación, así como lo político, lo económico, e incluso lo cultural, giran alrededor del sentido provocado por el capitalismo. De aquí que sea fácil reconocer que el estudio de la comunicación desde inicios del siglo XX se comenzó a anclar desde la pregunta: ¿qué efectos se desean desde los medios en el público? Es decir, desde el capitalismo, la pregunta se formuló con un sentido de ganancia. Pero peor aun, la pregunta formulada, desde la institución científica, omitió anticipar preguntas más importantes.² Aquí basta manifestar algunas de las preguntas que pueden convertirse en prioridad epistemológica ya que han sido olvidadas: ¿qué es la comunicación y qué es la información?, ¿dónde está la comunicación y de qué manera participa de la acción social?, ¿política y comunicación son la misma cosa o de qué manera se interpelan? De inmediato, estas preguntas nos revelan los olvidos u omisiones de las ciencias de la comunicación.

¹ El concepto de *zoon politikon* y de *zoon logon ekhon*, como todos sabemos, se encuentra fundamentado en dos obras de Aristóteles: *La política* (2000) y *Ética nicomaquea* (2010). Estos dos conceptos terminan por ser dos definiciones antropológicas del hombre. El primer concepto reconoce la capacidad organizativa del hombre con otros hombres, el segundo caracteriza esa capacidad política del hombre, desde su capacidad de lenguaje, de producir discursos.

² Con el giro lingüístico de las ciencias sociales, esas preguntas más importantes ya han sido tratadas, como veremos más adelante, pero no fueron el origen de las llamadas ciencias de la comunicación modernas que hoy parecen verse dominadas todavía por una visión funcionalista.

Afortunadamente, estas preguntas “olvidadas u omitidas”, en la antigüedad ya fueron planteadas por Aristóteles (2000, 1999).

Hoy, afortunadamente, pero no estrictamente desde las ciencias de la comunicación, podemos decir que se cuenta con grandes propuestas teóricas (como la de Habermas [1990] o Luhmann [1997]), las cuales, desafortunadamente, han pasado a la oscuridad³ en la enseñanza-aprendizaje de la comunicación. ¿Cómo comprender esta crisis epistemológica? Una respuesta certera tiene que ver con las condiciones de producción en las que se ha visto rodeado el desarrollo de nuestras ciencias y con las circunstancias globales del capitalismo, las cuales han promovido el olvido de las preguntas más sustanciales sobre la comunicación, preguntas asociadas a la generación de sentido, desde el lenguaje, el discurso, el habla y la acción. Si tomamos en cuenta el desarrollo de los estudios en la primera mitad del siglo XX, dedicados al análisis de los efectos o supuestas influencias de los medios, la pregunta sobre el fenómeno de la comunicación anticipa un uso instrumental de esta, presuponiendo que la forma y el medio por el cual se transmite el discurso o el mensaje es más importante que las condiciones sociopolíticas de los interlocutores. Esto significa que el acto de enunciación y de su comprensión serían el resultado de un efecto y no de una acción política que involucraría a dos sujetos sociales, idealmente bajo las mismas condiciones políticas y cognitivas. Hannah Arendt (1993) nos indica que en la época romana se perdió el sentido original del concepto de *zoon politikon*, que se tradujo como “animal social”, con el cual ya no se concebía el hablar del hombre como un acto político. Consideramos que este es un dato importante porque determina qué vamos a entender por comunicación, en donde enunciar ya no sería una proposición política, sino un dispositivo de efectos por el discurso o mensaje en sí mismos.

Nuestra discusión sobre lo dicho hasta aquí, se divide en tres momentos: en el primero, revisaremos cómo el estudio de la comunicación se instaló como un asunto de medios, antes que de acción política; en el segundo, revisaremos la contribución de la teoría de las mediaciones, como una propuesta de medio alcance que permite sondear la profundidad de la comunicación; para finalmente perfilar una crítica a la comunicación estratégica, cuya visión –es deseable– debiera ser superada por lo que llamamos una epistemología crítica de la comunicación, generada desde el lugar del *zoon politikon*.

³ Si bien estos autores pueden ser revisados en la academia, parecen quedar en segundo lugar en la formación del estudiante. Revisemos los programas de estudio para constatar esto.

HACER DE LA COMUNICACIÓN UN SIMPLE MEDIO (EL MEDIACENTRISMO FUNCIONALISTA)

El estudio de la comunicación mediática en la primera mitad del siglo XX se considera la inauguración de las ciencias de la comunicación, la cual derivó en lo que se conoce como teoría funcionalista, cuyo rasgo central es considerar a la comunicación como un fenómeno que, según Lasswell (1976 [1948]), cumple ciertas funciones sociológicas (vigilancia, orden, integración y transmisión cultural). Antes de esta teoría, para muchos, no parecen existir antecedentes sobre el fenómeno de la comunicación humana, por el simple hecho de que su estudio parte de esta teoría y no de otra. Igualmente, hay que recordar que este desarrollo científico surge en medio de intereses políticos y privados, cuyas visiones condicionan la construcción teórica de lo que se supone es la comunicación. El interés por conocer los públicos como consumidores está vinculado con el dominio de la “influencia” que tendrían los medios masivos de comunicación sobre estos públicos. El interés persistente por *influir* desde los medios ha sido la constante en el estudio de los medios, desde la atención mercantil (Wolton, 1997). Esto ha hecho olvidar muchas otras preguntas. Quizá la más importante sea: ¿qué es la comunicación y qué lógicas sociales, económicas, culturales, históricas, políticas la determinan? Antes de responder a esta pregunta, queremos señalar que los estudiosos de la comunicación se han enfrascado en determinar las claves en la construcción de *mensajes / discurso influyentes*. Así, el desarrollo de esta disciplina, con este interés, no ha tenido los mejores resultados. La teoría funcionalista, hasta hoy, no ha proporcionado una clarificación epistemológica al respecto y, sin embargo, a título de ciencia, ha puesto en marcha metodologías de “aplicabilidad” en el campo del mercadeo político y de consumo. A más de cincuenta años, hoy se suele trabajar con la herencia del modelo *The two-step flow of communication* de Katz (1957), la cual puso en evidencia cómo la comunicación mediática pasa en los medios como información y luego es relevada a través de “líderes de opinión” que harían posible la comunicación como efecto de influencia en los diferentes públicos. Vista así la comunicación mediática, se ha olvidado que la comunicación es multi-dimensional en el orden de lo social, económico, cultural, histórico y político. Pero no solo este tipo de comunicación (mediática) posee esas múltiples dimensiones, sino que es propio de todo proceso comunicativo (interpersonal y grupal). Katz estaba consciente de esto cuando señaló la contradicción de haber concebido desde el inicio a la masa receptora de los medios, constituida de

individuos atomizados, aislados, abstractos, sin considerar que estos individuos en realidad desarrollan redes sociales⁴ a través de interacciones concretas que van configurando a las comunidades y sociedades. De modo que la preocupación medular que surge es si tendríamos que seguir partiendo de esa supuesta influencia de los medios y, más precisamente, si todavía se debe seguir *creyendo*⁵ que la influencia de los medios acontece, precisamente, por el trabajo de los medios.

Como hemos visto, ha sido la persistencia de estos presupuestos del paradigma de la aguja hipodérmica (por no decir de las teorías que los resguardan) que todavía se legitiman figuras como la de “líder de opinión” que “influye”⁶ en su auditorio. A cambio de estos equívocos, consideramos que al estudio de la comunicación le sería sano replantear estos presupuestos funcionalistas, para concentrarse en aquellos que tienen que ver más con la comunicación como fenómeno antropológico que como interfaz dentro del proceso informativo, ya que, como veremos a continuación, la comunicación es más que medios, más que soportes por donde representar y transitar los signos.

LA COMUNICACIÓN COMO MEDIACIÓN (HACIA UNA HERMENÉUTICA DE LA DISCURSIVIDAD MEDIÁTICA)

Llegados a mediados de los años 80, en Latinoamérica aparece la obra *De los medios a las mediaciones* de Jesús Martín-Barbero (1991), la cual tiene la virtud de proponer una epistemología que nos libera no solo de la visión funcionalista, sino incluso de los excesos de la teoría crítica. Sin duda, la obra de Martín-Barbero rompe el mediacentrismo, para desplazarnos a la cuestión del sentido en todo producto humano.

En efecto, para este autor, la producción de sentido tiene sus causas en lo que él llama matrices culturales, propias de cada sociedad o colectividad humanas. Esta premisa pone en evidencia el mito de la omnipotencia de los medios como influyentes

⁴Y no nos referimos a las redes sociales digitales (fenómeno reciente por las nuevas tecnologías de información y comunicación), sino a aquellos procesos de comunicación que Max Weber ya refería en *Economía y sociedad*, cuya característica primordial es el oponerse a la sociedad, siendo una relación de carácter subjetiva, afectiva y derivada de la tradición (1964: 33-37).

⁵Usamos el verbo *creer*, a la manera de Peirce (2003), es decir, la creencia como instancia de verdad y como ausencia de crítica epistemológica en el interior de una comunidad de comunicación.

⁶En nuestros días se ha acuñado el término de *influencer* para identificar a aquellos personajes de las redes sociales digitales. Esto es un ejemplo elocuente de cómo la comunidad de especialistas en comunicación concibe al “*influencer*” (en realidad interfaz de comunicación), reflejando que esta denominación deriva de un pensar funcionalista.

sobre el público. Las mediaciones, dice nuestro autor, determinan la forma en que se produce, se lee o se consume la producción de los medios, véase la discursividad mediática, la cual no se impone, como los funcionalista y los críticos la conciben.⁷ No, toda discursividad pasa por la interfaz de las mediaciones, particularmente de las mediaciones sociales, rituales y técnicas. Con estos elementos teóricos, la propuesta de Martín-Barbero ha permitido considerar elementos más importantes que el medio (la tecnicidad), como lo son los aspectos simbólicos, los cuales son la materia prima interpretativa de lo humano.

A estas consideraciones de la perspectiva de las mediaciones hay que agregar el factor histórico que encuadra, sin duda, el sentido producido de las cosas humanas. Desde este ángulo, el sujeto histórico produce e interpreta⁸ (y estetiza al mismo tiempo) las discursividades que suceden en sus relaciones sociales, desde el lugar histórico al que pertenece. De modo que a estas mediaciones se agrega la mediación de la temporalidad. Como puede apreciarse, la teoría de las mediaciones se presenta como una heurística de profundo alcance epistemológico que todavía, sería deseable, pudiera aplicarse en los fenómenos comunicativos. Y sin embargo, el uso que ha tenido la propuesta de las mediaciones, lejos de dar cuenta de la complejidad de la comunicación humana, se ha reducido a describir cómo acontecen los procesos, pero dejando de lado las causas profundas de tales manifestaciones discursivas.

Sin duda, la noción de mediación ha invitado a penetrar la dimensión antropológica de la comunicación, pero no podemos decir, de manera general, que los desarrollos en el ámbito de la investigación estén contribuyendo a comprender las causalidades de los fenómenos comunicacionales. En este contexto, consideramos que se hace necesario profundizar el carácter hermenéutico de las mediaciones, justamente desde las matrices culturales, en donde el factor histórico toma su amplio sentido. El análisis de los productos comunicativos, véase en la forma de texto, discurso, hablas, prácticas semióticas, desde la experiencia de la generación de sentido que desarrollan, de manera específica en cada sociedad, con respecto y en relación con cada interacción con las obras humanas, se reducen a excelentes objetos de estudio de la comunicación. Y más

⁷ La perspectiva crítica y la funcionalista es lo que tienen en común: considerar que la producción mediática se impone de arriba hacia abajo en todo momento. Ciertamente, la primera perspectiva quiere superar esa contradicción social, mientras que la segunda la instrumentaliza para legitimar los sistemas sociales.

⁸ Como bien lo señala Paul Ricœur (1983), la síntesis mimética de los relatos (véase de los discursos) no es otra cosa que el proceso interpretativo del tiempo, el efecto y afecto del paso del tiempo en la existencia humana.

precisamente, esto significa que es desde el espacio-tiempo del relato que la perspectiva de las mediaciones nos haría relativizar y, al mismo tiempo, potencializar el *telos* del hombre como *zoon logon ekhon*, a condición de no describir solamente los fenómenos comunicacionales conformes al *statu quo*.

LA COMUNICACIÓN ES POLÍTICA Y LA POLÍTICA ES ACCIÓN (LA RETÓRICA DEL *ZOON POLITIKON*)

El desplazamiento de pensar la comunicación ya no desde los medios, sino desde las mediaciones, permite también conectarse con el giro lingüístico en las ciencias sociales. Mediaciones y hermenéutica se interpelan para conocer lo humano. Esto ha significado que hoy la comunicación se piensa no solo desde las mediaciones, sino desde el lenguaje. Esta es la apuesta que aquí invitamos: repensar la comunicación como un asunto de lenguaje. En realidad este *giro lingüístico* no es otra cosa que el reconocimiento y la vuelta a la importancia del lenguaje en la vida del hombre. Podemos agrupar en este giro lingüístico a las diversas ciencias del lenguaje (donde caben las ciencias de la comunicación) que han contribuido al esclarecimiento y puesta en evidencia del funcionamiento y las implicaciones de la facultad humana que es el hablar. Se encuentran en este terreno epistemológico el predecesor lingüista Ferdinand de Saussure (1995), pasando por los miembros del Círculo Lingüístico de Praga (Roman Jakobson, 1975; Nicolai Trubetskoi, 1987), filósofos como Wittgenstein (2007), autores como Jean Piaget (1991) que asocian claramente el plano cognitivo con el lenguaje, los defensores de la perspectiva hermenéutica (Gadamer, 2018) y tantos otros, hasta llegar en los últimos decenios a pensadores más contemporáneos como Habermas (1990), Rorty (1990). Todos en conjunto intensificaron nuestro entendimiento de la íntima relación que existe entre el conocimiento, la acción y el lenguaje. Este giro lingüístico se sostiene de entrada por la Lingüística, pero también por la Semiótica, el Análisis Textual-Interpretativo, y sobre todo por el Análisis del Discurso y la Crítica del Lenguaje. Cabe, en este momento, destacar la propuesta francesa del Análisis del Discurso iniciada por Michel Foucault (2009, 1992), cuyo método establece un puente entre la acción, el poder y el conocimiento. Michel Foucault deriva una línea de investigación de la relación entre la política y el lenguaje, con la “voluntad de saber” y la “voluntad de verdad” que son dos procesos como efectos de lenguaje. Y ya con

Habermas, de manera elocuente, encontramos un planteamiento epistemológico excelso, desde las posibilidades del lenguaje, en términos de acción comunicativa y, como tal, evidencia la importancia de la competencia cognitiva como materia del pensar. En el plano filosófico, no podrían faltar las obras de Jacques Derrida (1971), quien observa la importancia de la inscripción del signo en el acto escritural o desde cualquier otra tecnología del lenguaje; y de Martín Heidegger, para quien el lenguaje es un inquilino del ser (2012, 1990).

Luego de todos estos aportes inminentes, queda claro que es en el lenguaje donde se encuentra la clave de las cosas humanas. Por esto, es fácil reconocer que hoy las Ciencias Sociales necesariamente han de recurrir a las Ciencias del Lenguaje para sostener sus cuadros teóricos. En apenas este recorrido, y paradójicamente desde otro tiempo y espacio “lejano”, encontramos la gran figura de Aristóteles. Recordemos, por ejemplo, que en su *Herméneia* (1982), el estagirita realizó las primeras sistematizaciones de la relación entre la cosa y la palabra: ya que es ahí donde nuestro filósofo analizó el sustantivo, para luego observar cómo se construye la proposición como base del discurso; mientras que el componente metafísico de esta formulación lógica se encuentra en el libro conocido como *Gamma* (1982: en *Metafísica*), donde postula el “principio de no contradicción”. La trascendencia de estas ideas (de estos fundamentos) no deja de tener actualidad en nuestros días, ya que sin ellas la comprensión del lenguaje no sería posible. Finalmente, colocamos a la Retórica: ¿cuál es el lugar que la Retórica ocupa en toda esta historia? Diríamos que es imprescindible. Basta señalar que la Retórica considera la puesta en escena entre el saber y la acción. Básicamente, porque sin el hablar no podríamos ponernos de acuerdo alrededor de una experiencia o problema y consecuentemente de una acción. Puede observarse que la Retórica, como teoría y *praxis*, es la mediación entre saber y acción. Si los estudios en comunicación, desde los estudios funcionalistas, olvidaron el lenguaje, el giro lingüístico lo pone en el centro, no solo para la comunicación, sino para el *telos* humano. Ahí, el lenguaje, las lenguas, el discurso, el habla, la frase, el signo lingüístico se convierten en objetos privilegiados de estudio. No es ocioso observar que el significado de la palabra *retórica* alude claramente a la condición humana de expresarse por la oralidad, la cual requiere de una técnica (la *Retórica* de Aristóteles, recordemos, contiene largos pasajes técnicos) que se adquiere por una práctica (necesariamente social); en consecuencia, esto significa que la retórica aparece como teoría del discurso, al indicarnos el camino de cómo construir el discurso (invención, disposición,

elocución, acción, memoria). Por esto, ciertos autores consideran que la retórica puede concebirse como “la primera ciencia de la comunicación” (Bautier, 1994: 307), o como “la primera semántica del discurso” (Plantin, 2016: 415).

Dicho lo anterior, podemos afirmar que el objeto de la comunicación humana desde los remotos tiempos se constituye por la generación del significado, a partir del lenguaje. De modo que el uso de los medios, incluyendo las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (como soportes del discurso o el mensaje) deben considerarse como un aspecto epifenomenal). En este sentido, se puede decir que la retórica presenta un carácter transhistórico por el hecho de desarrollarse por el lenguaje, tanto en su dimensión discursiva como semiótica, que busca establecer comunicación entre dos instancias sociales, para y con respecto a una acción. Igualmente, en este sentido, se puede afirmar que los medios no tienen poder (como lo afirma el cliché: “el cuarto poder”). Veamos el porqué. Si la comunicación es importante en toda sociedad, no lo es como destino final, sino como proceso. El poder de comunicar se encuentra en la compleja dimensión del discurso (plano abstracto) y en su íntima relación con las realidades concretas, como experiencias de representación y de significación entre el sujeto hablante y su interlocutor, pero además en su relación con la realidad toda, en donde el lenguaje se encuentra en medio de este eterno proceso humano. Entendemos entonces que la comunicación es un asunto sociológico, antropológico, político, económico, psicológico, dimensiones que están transitadas por el lenguaje. Estas dimensiones dependen inexorablemente de las otras. Este proceso es dialéctico, como podemos ver. De modo que ¿dónde localizamos el poder? Si lo establecemos en la comunicación, estamos negando las otras dimensiones humanas que generaron los signos con los que se logra la comunicación.⁹

Por lo anterior, proponemos entonces reconsiderar el regreso al lenguaje desde la retórica, como teoría y práctica del *zoon politikon*. Para todos es sabido que los griegos, a través del lenguaje, sabían que construían el mundo.¹⁰ En esta línea, obras como la de

⁹ Es justamente el fenómeno que nos describe Luhmann (2013), en términos de *poiesis*. A nuestro entender, no es la comunicación la que genera esa *poiesis*, sino los procesos de interacción desde las diferentes dimensiones humanas, las mismas que a su vez están cruzadas por el lenguaje. El rol que se suele atribuir a la comunicación es en términos de causalidad, cuando en realidad es el punto de llegada de los hombres con otros hombres: el estar en común, como un momento de actualización de sentido, de abstracción comunizada.

¹⁰ Decir que los griegos, contemporáneos a Aristóteles, construían su mundo, puede parecer cómico, cuando se reconoce un oxímoron implícito para quien sabe que el estagirita solo reconocía una naturaleza en el ser de las cosas. Lo que aquí se quiere decir, a pesar de Aristóteles, es que el mundo se construye con la retórica, gracias a la capacidad “poética de la retórica”.

John Austin (1982) nos han revelado el verdadero poder de lenguaje y no de los medios. Desde la reflexión epistemo-filosófica, para Barbara Cassin (2008), el reconocimiento del poder del lenguaje está en la forma de discurso, en la performatividad del habla, en la posibilidad de hacer el mundo. Por eso decimos que el lenguaje del *zoon logon ekhon* cumple un papel fundamental en el ordenamiento conceptual del mundo a través de la palabra. Pero entiéndase, a condición de que esa práctica de la palabra esté en conexión, en correspondencia, en conformidad con la manifestación de la realidad física y social. ¿Para qué sirve el lenguaje a final de cuentas? Para Aristóteles (2000), el lenguaje sirve para decir qué es lo bueno y lo malo, así como lo justo y lo injusto. Como el proceso de definición de estos temas es objeto de controversia inevitable, precisamente hay que definirlos, solventarlos, aclararlos, en la *polis*, dialogando, discursando, pero al mismo tiempo, conectados con el resto de las experiencias humanas en términos materiales y abstractos (las diferentes dimensiones que hemos referido arriba, en la complejidad de su cruzamiento). ¿De qué otra forma podemos conceptualizar lo justo o injusto, lo bueno o lo malo?¹¹ ¿Cómo decidir sin discutir, sin hablar, sin argumentar?¹² ¿Cómo se construyen instituciones del Estado sin todo ese largo proceso de diálogo y decisión?¹³

En todos estos procesos, lo que queda claro es la presencia del uso del lenguaje. Para Aristóteles, esta práctica del lenguaje se encuentra en el ser humano, en tanto que *zoon politikon*. Por esta circunstancia antropológica, proponemos aquí que el fundamento irrefutable para encuadrar y repensar el fenómeno de la comunicación sea desde el *zoon politikon*. Si lo propio del hombre es hablar, consecuentemente, este practica la manipulación del lenguaje. De modo que resulta paradójico escuchar, de especialistas o legos, la frase: “los medios de comunicación manipulan”. Está bien claro que manipulan el lenguaje, por supuesto, como lo hace igualmente cada sujeto hablante. El problema entonces no es la manipulación, sino lo que está significado en toda discursividad. Decir

¹¹ Precisamente, Aristóteles nos señala que para ser justo hay que practicar la justicia. Esta experiencia conduce a una conceptualización que se refleja en la discursividad sobre lo justo (2010: 130). No importa qué experiencia de lo justo se practique, esta tendrá su significación, su representación en el discurso, precisamente, por esa experiencia. Igualmente, no se debe confundir que la representación en discurso sea sinónimo de práctica. Ambos pueden no coincidir, en el discurso sofístico y en su no correspondencia en la *praxis*.

¹² Es cierto que todo acuerdo o *consensus* termina por el establecimiento de acciones, las mismas que están condicionadas por intereses, intenciones; sean cual sean las acciones, estas derivan de la experiencia humana en contextos espaciotemporales, siendo inevitablemente producto sociohistórico de un conjunto de hombres.

¹³ Diálogo y decisión permanente como actualización de lo que piensan y desean hacer los hombres en un momento de su historia. Nuevamente, nos encontramos con un resultado de experiencia humana. La comunicación por el diálogo y la decisión no podría ser sin las experiencias derivadas de la existencia de los hombres.

o repetir (performativamente, por supuesto) “los medios de comunicación manipulan” es significar que el poder viene desde los medios, al tiempo que se reconoce su *cuasi* omnipotencia. Sería más correcto decir: que “los medios tratan”, “encuadran” o “filtran la realidad en el marco de un régimen discursivo”, como lo hace igualmente cada sujeto hablante. De manera que no hay que investigar de qué “habla, discursando” tal o cual medio de comunicación, sino identificar las genealogías de lo que está significando. En otros términos, hay que averiguar por qué, en dónde y para qué tal o cual *discursividad*, derivada de dicha manipulación, en qué está amparada como un producto de mediaciones. Ahora bien, como podemos apreciar, lo más importante en este proceso de “afectación” de un discurso mediático no está en el emisor o en el discurso mismo, sino en el interlocutor, el cual evalúa, critica o consume (porque se identifica) los discursos que la instancia mediática le propone. Lo mismo aplica para la interacción interpersonal.

Sea cual sea la discursividad, esta implica siempre un programa de acción; hablar, discursar o retoricar sin un contenido de acción es un contrasentido. En esta línea, todas las interacciones sociales, institucionales o mediáticas apuntan a un programa de acción.¹⁴ Así, se puede afirmar entonces que la *práctica de la retórica* es sinónimo de la práctica de la política. Si el espacio público está en crisis, lo está por la crisis de la práctica retórica (Danblon, 2007). En este sentido, hoy la práctica de la retórica se remite a pura repetición, reproducción *cuasi* automática de los discursos e inhibición de otros (justo los que intentan detonar la política). De aquí que para las ciencias de la comunicación, y desde el ángulo epistemológico y ético, la retórica aparece como un fundamento disciplinario. Consideramos que la retórica bien podría ser una excelente línea de investigación permanente para el desarrollo de las ciencias de la comunicación (desde todos los planos: filosófico, epistemológico, teórico, metodológico, técnico y, lo más importante, desde el ético). De la misma forma, habría que enseñar que estudiar política no es para ganar la candidatura, sino para comprender qué significa ser político. A decir de Aristóteles (2000), sería retoricar con los mejores propósitos para el bien común. Como se puede ver, desde la ciencia política o las ciencias de la comunicación,¹⁵ la retórica es fundamental y perenne en el *zoon politikon*. Dicho esto, queda más claro que *la crisis del hablar* (en y para la política o, lo que es lo mismo, en

¹⁴ Por esto, entendemos que la propuesta teórica de la acción comunicativa de Jürgen Habermas (1990) guarda su profundo sentido, en términos de acción política, sobre bases racionales.

¹⁵ Por sólo interconectar dos disciplinas, en este ejercicio del pensamiento.

y para la *polis*) significa una crisis de la enseñanza de la retórica en el interior de las ciencias de la comunicación.

CONCLUSIONES

Con base en lo anterior, podemos decir entonces que el objeto de estudio de la comunicación se constituye por la relación lenguaje-discurso (relación donde está implicada la lengua, el habla, los discursos, los textos). En primer lugar, para el estudio de la comunicación necesitamos de una interdisciplinariedad, alrededor del objeto lenguaje (la Retórica, la Lingüística, el Análisis Conversacional, el Análisis Textual-Interpretativo, la Semiótica, el Análisis de Contenido, el Análisis del Discurso, la Teoría de la Argumentación, parcialmente como sinónimo de Retórica). Si observamos que la tradición de la retórica clásica nos enseñó los *tropos*, como capacidad expresiva del lenguaje que figura la realidad, de inmediato nos surgen las preguntas: ¿si no es por la figuración del lenguaje, de qué otra manera podemos expresarnos?, ¿qué significamos desde los signos lingüísticos, desde los visuales (desde los íconos de todo orden, vistos desde un planteamiento semiótico peirceano, por ejemplo)? Como puede apreciarse, cada una de las disciplinas del lenguaje se ha venido especializando y, desde su trinchera, ha venido comprendiendo con lujo de detalle estos aspectos previstos por la retórica. En segundo lugar, considerando el plano del método que ha acompañado al resto de las Ciencias Sociales, particularmente a partir de la Fenomenología, la Hermenéutica o la Filosofía del Lenguaje, se ha puesto en claro la opacidad del proceso de comunicación, justamente por la vía de la figuración del lenguaje, con lo cual se ha interpelado de manera cada vez más importante la dimensión ética del hablar. En este sentido, cabe la pregunta permanentemente a cada acto discursivo: ¿qué responsabilidad asumimos por la inexorable figuración del lenguaje? Particularmente, el análisis del discurso o la ética del discurso ponen de manifiesto toda la responsabilidad social del hablar (discursar, verbalizar, retoricar) y que el *ethos* aristotélico ya había previsto. Por esto, se antoja importante reconocer que, en medio de estas convergencias disciplinarias, el comunicólogo tiene que echar mano para el buen desarrollo de sus resultados analíticos a lo que hoy llamamos objetos comunicacionales. Como sabemos, todo método de análisis ofrece aspectos de la realidad, de modo que si se concentran los esfuerzos en estudiar el lenguaje-discurso, desde la Retórica, por ejemplo, se debe poner

mucho énfasis en observar la argumentación (*ethos-pathos-logos*). Por su parte, si se concentran los esfuerzos analíticos desde la Semiótica, se debe dar cuenta de la combinatoria en el uso de los signos, en su parte operativa (la tan despreciada manipulación del lenguaje). Ejemplo: retóricamente interesaría al comunicólogo cómo una metáfora argumenta ya sea por el *ethos*, el *pathos* o *logos* (como figuración del mundo entre los hombres); mientras que el semiota estará interesado en retener la función del signo (desde una concepción binaria o tríadica del signo) para lograr la formulación (operativa) de una proposición. Aquí, hemos de aclarar que la expresión “método de análisis” apenas es un parte de la “metodología” (esta última es tan diversa como los objetos concretos que se analizan). En efecto, esto es correcto lógicamente, porque la metodología es la lógica del método.

Por otro lado, se puede trabajar con una epistemología, una teoría o una filosofía de la Retórica. También estos vocablos son correctos. Lo mismo aplica para el resto de los métodos en las ciencias. No debemos olvidar que un reto de toda disciplina es presentar marcos filosóficos, epistemológicos, teóricos y metodológicos coherentes entre sí. En otros términos (y esto no es un misterio), la *discursividad* teórica se mueve sobre diferentes planos o dimensiones, según la preocupación que le ocupa a cada investigador. Planos filosófico, epistemológico, teórico, metodológico e incluso técnico, son las sendas que el investigador ha de construir y/o experimentar. Y esto aplica no solo a la Retórica, sino a toda disciplina que se pretenda científica, pero también a toda la tradición hermenéutica,¹⁶ fenomenológica¹⁷ y semiótica, en la que está implicada la comunicación.

Para finalizar, diremos que si el hombre, como *zoon politikon* (Aristóteles, 2000: 1253a) y como *zoon logon ekhon* (Aristóteles, 2010: 1098a), vive en la *polis*, sus necesidades tendrán que ser solventadas por el lenguaje (que ya implica razón). Y si “el hombre obedece a la razón, y por otra, la posee y piensa” (Aristóteles, 2010: 1098a), el hombre deviene inevitablemente en un ser que reúne lenguaje, acciones y virtudes éticas. En términos de Hannah Arendt (1993), el hombre mismo se produciría y se reproduciría por la *lexis* (por el lenguaje, en consecuencia, por la palabra, por el

¹⁶ No hay que olvidar que, para el caso de la comunicación humana, que es tan opaca, tan irregular en sus significados, su estudio no puede ser asumido desde una ciencia nomológica, sino interpretativa. Por esta condición, toda “ciencia” social que pretenda la cosificación de las acciones humanas es tan criticable como violencia simbólica o como actitud ingenua.

¹⁷ En tanto la comunicación es un proceso opaco de significación, la fenomenología ofrece una heurística autorreflexiva, a través del *epoché* (Husserl, 1950: 102), donde el propio investigador se interroga sobre sus resultados analíticos, pues se trata de romper las intencionalidades del mundo de la vida.

discurso) y por la *praxis* (las acciones). En este sentido, está claro que lo que se genera en la *polis* es el pensamiento por el lenguaje mismo (Cauquelin, 1990): el lenguaje habitando la *polis*. En este sentido, el lenguaje es la casa del ser o la habitación del hombre (Heidegger, 2012). Con Sigmund Freud (2012),¹⁸ entendemos que el lenguaje, en contextos traumáticos, es el que genera la vivencia total del significado; en la vida “normal”, es solo cuestión de grado. Esto nos conduce a poner en evidencia la importancia del lenguaje en la condición humana, como historia y cultura, basada en términos de significación y de racionalidad. Para corroborarlo, recordemos lo que nos dice Aristóteles: entre los animales y el hombre podemos establecer una serie de analogías, pero la gran diferencia es el *logos*, que “es lo propio del hombre” (2000: 1253a). De manera que, si *logos* significa palabra, pensamiento o discurso, no cabe duda de que resulta ser producto del lenguaje a través de la práctica retórica por y para el hombre que busca comunicarse. En la *Política*, Aristóteles lo dice muy claro: “El hombre es el único de los animales dotado de palabra” (2000: 1253a). De aquí, la necesidad de observar al *zoon politikon*, con todas sus implicaciones, en tanto que ser de razón, hoy en plena era de circulación de información que parece, instalar al hombre como simple consumidor.

BIBLIOGRAFÍA

- ARENDDT, Hannah (1993); *La condición humana*, trad. de Ramón Gil Novales. Barcelona: Paidós.
- ARISTÓTELES (1982); *Tratados de lógica (Organón)*, trad. de Miguel Candel Sanmartín. Barcelona: Gredos.
- ARISTÓTELES (1999); *Retórica*, trad. de Quintín Racionero. Barcelona: Gredos.
- ARISTÓTELES (2000); *La política*, trad. de Manuel Briseño Jáuregui. Santa Fe de Bogotá: Panamericana editorial.
- ARISTÓTELES (2010); *Ética nicomáquea*, trad. de Juli Pallí Bonet. Barcelona: Gredos.
- AUSTIN, John L. (1982); *Cómo hacer cosas con palabras: palabras y acciones*, trad. de Gilles Lane. Barcelona: Paidós.
- BAUTIER, Roger (1994); *De la rhétorique à la communication*. Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble.

¹⁸ Para nosotros, Freud es un precursor del giro lingüístico al ubicar de manera epistemológica al lenguaje en el eje de la vida psicológica del hombre.

- CASSIN, Barbara (2008); *El efecto sofisticado*, trad. de Horacio Pons. México: Fondo de Cultura Económica.
- CAUQUELIN, Anne (1990); *Aristote. Le langage*. París: Presses Universitaires de France.
- DANBLON, Emmanuelle (2007); “Crises réthoriques crises démocratiques”, en *Questions de communication*, vol. 12, pp. 7-18.
- DERRIDA, Jacques (1971); *De la gramatología*, trad. de Óscar del Barco. México: Siglo XXI.
- FOUCAULT, Michel (1992); *El orden del discurso*, trad. de Alberto González Troyano. Buenos Aires: Tusquets.
- FOUCAULT, Michel (2009); *La arqueología del saber*, trad. de Aurelio Garzón del Camino. México: Siglo XXI.
- FREUD, Sigmund (2012); *El chiste y su relación con el inconsciente*, trad. de Luis López-Ballesteros de Torres. Madrid: Alianza.
- GADAMER, Hans-Georg (2018); *Vérité et méthode. Les grandes lignes d’une herméneutique philosophique*, trad. de Pierre Fruchon, Jean Grondin y Gilbert Melio. París: Seuil.
- HABERMAS, Jürgen (1990); *Teoría de la acción comunicativa. Tomos I y II*, trad. de Manuel Jiménez Redondo. Madrid: Taurus.
- HEIDEGGER, Martín (1990); *El camino al habla*, trad. de Yves Zimmermann. Barcelona: Serbal.
- HEIDEGGER, Martín (2012); *Ser y tiempo*, trad. de Jorge Eduardo Rivera. Madrid: Trotta.
- HUSSERL, Edmund (1950); *Idées directrices pour une phénoménologie*, trad. de Paul Ricoeur. París: Gallimard.
- JAKOBSON, Román (1975); *Ensayos de lingüística general*, trad. de Josep Pujol y Jem Cabanes. Barcelona: Seix Barral.
- KATZ, Elihu (1957); “The Two-Step Flow of Communication: An Up-To-Date Report on an Hypothesis”, en *Public Opinion Quarterly*, vol. XXI, núm. 1, pp. 61-78.
- LASSWELL, Harold D. (1976 [1948]); *Power and personality*. Nueva York: W. W. Norton & Company.
- LUHMANN, Niklas (1997); *Organización y decisión. Autopoiesis, acción y entendimiento comunicativo*, trad. de Dario Rodríguez Mansilla. Barcelona: Anthropos.
- MARTIN-BARBERO, Jesús (1991); *De los medios a las mediaciones*, México: Gili.
- PEIRCE, Charles Sanders (2003); *Pragmatisme et sciences normatives. Oeuvres philosophiques II*, trad. de Claudine Tiercelin, Pierre Thibaud y Jean-Pierre Cometti. París: Cerf.
- PIAGET, Jean (1991); *Seis estudios de psicología*, trad. de Jordi Marfà. Barcelona: Labor.
- PLANTIN, Christian (2016); *Dictionnaire de l’argumentation. Une introduction aux études d’argumentation*. Lyon: ENS Éditions.
- RICŒUR, Paul (1983); *Temps et récit. L’intrigue et le récit historique*. París: Seuil.
- RORTY, Richard (1990); *El giro lingüístico*, trad. de Gabriel Bello. Barcelona: Paidós.

- SAUSSURE, Ferdinand de (1995); *Cours de linguistique général*. París: Payot.
- TRUBETSKOY, Nicolai (1987); *Principios de fonología*, trad. de Delia García Giordano. Madrid: Cincel.
- WEBER, Max (1964); *Economía y sociedad. Esbozo de sociología comprensiva*, trad. de José Medina Echavarría *et al.* México: Fondo de Cultura Económica.
- WITTGENSTEIN, Ludwig (2007); *Tractatus logico-philosophicus*, trad. de Luis Manuel Valdés Villanueva. Madrid: Tecnos.
- WOLTON, Dominique (1997); *Penser la communication*. París: Flammarion.

RECIBIDO: 30/06/2020 - ACEPTADO: 16/12/2020