

La historia vista como el resultado de efectos comunicativos

The history seen as the result of communicative effects

Eduardo Paz Esquerre¹

Recibido: 13 de setiembre de 2016

Aceptado: 15 de octubre de 2016

Resumen

El presente trabajo analiza algunas concepciones a través de las cuales se pone énfasis en la relación comunicación-historia hecha por pensadores de diverso nivel cultural e ideológico. Filosofía, mitos, religión y teoría de la comunicación aparecen unidos por el hilo de una coherencia común en la

reflexión sobre el poder de la comunicación y sus efectos.

Palabras clave: Habermas, Razón comunicativa, Frazer, mitos sobre comunicación, Mc Luhan, comunicación e historia.

Abstract

The present research analyzes some conceptions through which we put emphasis on the relationship between communication and history made by thinkers of different cultural and ideological levels. Philosophy, myths, religion and the theory of communication put an emphasis on the thread of a common coherence in the reflection on the power

of communication and its effects.

Key words: Habermas, Communicative reason, Frazer, myths about communication, Mc Luhan, communication and history.

1. Maestro en educación con mención en pedagogía universitaria. Licenciado en Educación especialidad Letras y Humanidades. Licenciado en Periodismo. Docente del Dpto. de Humanidades de la Universidad Privada Antenor Orrego. Jefe de Fondo Editorial UPAO.

1. LA “RAZÓN COMUNICATIVA” DE HABERMAS

El hombre es un producto de la comunicación. *Como el hombre no puede no comunicar* -dicen Beth y Pross-, *tampoco puede hacer nada sin comunicar* (1987:9).

Jurgens Habermas, al estudiar los diversos planteamientos que tratan sobre la teoría del conocimiento, encontró que estos planteamientos se basan en una concepción centrada en el *sujeto*. Los planteamientos de la teoría del conocimiento centrados en el sujeto son la expresión máxima de la cultura occidental, constituyen un paradigma.

Pero Habermas plantea que existe otra forma de comprender el conocer, ya no en una razón *centrada en el sujeto*, sino en una *razón centrada en la comunicación* a la que llama “razón comunicativa” (1989: 351-386).

El paradigma que representa el conocimiento de objetos, dice, debe ser sustituido por el paradigma del entendimiento comunicativo entre sujetos capaces de lenguaje y acción. En este modelo del entendimiento intersubjetivo, lo fundamental es la actitud de los participantes en la interacción que coordinan entre sí sobre algo en el mundo.

Es necesario considerar la acción comunicativa como medio a través del cual se reproduce el mundo de la vida y su conjunto. Hablante y oyente, al entenderse frontalmente entre sí sobre algo en el mundo, se están moviendo dentro del horizonte de su mundo, de la vida común. Es el paradigma del entendimiento, de la razón intersubjetiva de individuos comunicativamente socializados y que se reconocen recíprocamente.

El proceso de interacción entre los seres y entre estos y las cosas origina una autodinámica. Cuando este fenómeno se reproduce o repite, los fenómenos se estandarizan o se estabilizan y a algunos de ellos se les toma como modelos que pueden devenir en comportamientos arquetípicos.

Es dentro de este contexto que se originó el lenguaje. Habermas encuentra en la razón comunicativa una correspondencia con la concepción que Marx y el marxismo dieron a la praxis social.

En la teoría de la acción comunicativa -dice- ese proceso circular que enlaza entre sí mundo de la vida y práctica comunicativa cotidiana, ocupa el lugar de la mediación que Marx y el marxismo occidental reservaron a la praxis social. En esta praxis social la razón históricamente situada, corporalmente encarnada confrontada con la naturaleza, entraría en mediación con su otro. Si ahora es la acción comunicativa la que ha de hacerse cargo de estas mismas funciones de mediación, la teoría de la acción comunicativa atrae sobre sí la sospecha de no representar otra cosa que otro tipo de filosofía de la praxis. Pues ambas en efecto tienen por objeto resolver la misma tarea; la de entender la praxis racional como una razón concretizada en la historia, la sociedad, el cuerpo y el lenguaje.

....Si asentamos el concepto de praxis, no sobre el trabajo sino sobre la acción comunicativa, entonces nos percatamos de las interdependencias que en todo lo ancho del espectro de validez se dan entre los sistemas de lenguaje abridores de mundo y los procesos de aprendizaje intramundanos. Los procesos de aprendizaje ya no se canalizan solo a través de procesos de trabajo social, y, en última instancia, a través del trato cognitivo-instrumental con una naturaleza objetivada (1989: 380)

Habermas concluye en que la razón no está centrada en el sujeto (ego) sino en la intercomunicación con los demás (alter). Convierte así a la comunicación en una razón. La sociedad aparece así como una red objetiva de relaciones comunicativas.

2. RELACIÓN ENTRE COMUNICACIÓN E HISTORIA EN LOS MITOS Y LEYENDAS DE ALGUNOS PUEBLOS PRIMITIVOS

El irlandés Sir James George Frazer (1854-1941), una de las mayores figuras de la literatura antropológica mundial, es autor de la famosa obra *La Rama Dorada*, obra fundamental que originalmente apareció en 12 volúmenes.

En parte de ella, el autor reúne relatos semejantes a algunos del Antiguo Testamento; son parte del folklore antiguo de pueblos y naciones de diversos lugares del planeta, alejados de las tierras palestinas, y que son presentados para probar la universalidad de ciertas concepciones que contienen o describen estos relatos.

Los referidos especialmente a las narraciones y costumbres del Antiguo Testamento, y los de otros pueblos con igual temática, fueron separados por Frazer de *La Rama Dorada* y publicados posteriormente en un volumen aparte, en 1907, bajo el título de *El Folklore en el Antiguo Testamento* (Frazer, 1981). Este último volumen reúne relatos semejantes a los del Antiguo Testamento, pero que proceden del folklore de pueblos y naciones muy alejados de las tierras palestinas, con otras tradiciones culturales, lenguas y niveles de civilización, que Frazer presenta para poner en evidencia la universalidad de la experiencia psíquica que se desprenden de estas narraciones.

La primera parte de este último volumen lo dedica a analizar relatos que tienen que ver con las edades tempranas del mundo, referidas a mitos y fabulas de diversos pueblos primitivos, en los que se narra, en relatos paralelos, de manera peculiar, el tema de la creación del hombre y, entre otros, el tema de "la caída del hombre" a causa del mensaje alterado de los dioses a los hombres. En estos relatos, me permito interpretar, se subraya, dentro de los códigos simbólicos del mito, de manera alegórica, el poder condicionador, para bien o para mal, de la acción comunicativa. Estimo que los sabios de los pueblos primitivos plantearon en ellos, el paradigma del entendimiento intersubjetivo como entendimiento comunicativo, como razón centrada no en el sujeto, sino centrada en la comunicación, la que Habermas llama "razón comunicativa".

Tengamos en cuenta que el mito y la leyenda, en los pueblos llamados primitivos, suelen ser símbolos y modos de representar ciertas ideas que se consideran verdad. Hay que reconocer, entre líneas, en su estructura narrativa, determinados significados. En el primer libro de la Biblia, Adán y Eva pierden el privilegio de vivir en el paraíso y la inmortalidad por causa de la mediación del engaño de una serpiente astuta que altera el sentido del mensaje dado por Dios de no comer del fruto del árbol que estaba en medio del huerto. (Génesis, Cap. 3: 1- 12). La intermediación comunicativa de la serpiente afecta así la historia subsiguiente de los dos primeros seres humanos.

En el relato épico de Gilgamesh, uno de los monumentos literarios más antiguos de la raza semítica y bastante más antiguo que el Génesis, se encuentra expresada la idea de que la serpiente engañó al hombre y le robó la inmortalidad al apoderarse de una planta que daba la vida y que los altos poderes habían destinado para provecho de nuestra especie. En ese famoso relato se dice que el deificado Utanapistim reveló al héroe Gilgamesh la existencia de una planta que tenía la maravillosa facultad de renovar la juventud de quien la probase, planta que llevaba el nombre de "el-viejo-se-vuelve-joven"; se dice también que Gilgamesh buscó la planta y alardeó de que la comería y recuperaría así la perdida juventud, pero que antes de poder poner en ejecución su proyecto la serpiente se la robó, mientras él se bañaba en las frías aguas de un estanque o arroyo; y que, finalmente, privado de la posibilidad de realizar el acariciado sueño de la inmortalidad, Gilgamesh se sentó sobre una piedra y lloró amargamente (Frazer, 1981: 30-31).

Relatos paralelos sobre este tema, fueron recogidos por Frazer en otros lugares del mundo. Veamos algunos:

Como muchos otros pueblos salvajes, los namaquas u hotentotes asocian las fases de la luna con la idea de la inmortalidad e interpretan el aumento y disminución aparentes del disco lunar como un proceso real y periódico de desintegración e integración, de decadencia y renacimiento, repetido perpetuamente. Incluso, interpretan la salida de la luna y su puesta diaria, como si se tratase del nacimiento y la muerte del satélite. Cuentan que, una vez, hace mucho tiempo, la luna quiso enviar a la humanidad un mensaje de inmortalidad; la liebre se ofreció para el papel de mensajero. Así pues, la luna le encargó que fuese a ver a los hombres y les dijese las siguientes palabras: "Del mismo modo que yo muero y renazco de nuevo, también vosotros moriréis y volveréis a la vida".

Por consiguiente, la liebre se encaminó en busca de los hombres; pero ya fuese por olvido, ya por malicia, invirtió el mensaje y dijo: "De la misma manera que muero y no volveré a la vida, también vosotros moriréis y no volveréis a la vida". Entonces, regresó donde se encontraba la luna y esta le preguntó que había dicho a los hombres al entregar el mensaje que ella le había encomendado. La liebre se lo dijo y cuando la luna se enteró de que el mensaje había sido cambiado, se enfadó de tal manera que arrojó un bastón contra el animal y le partió el labio. Por eso el labio de las liebres se halla todavía hendido. Y la liebre escapó corriendo y aún sigue corriendo en nuestros días. Algunos dicen, sin embargo, que antes de huir clavó las uñas en el rostro de la luna, que aún conserva las huellas de la agresión, como cualquiera puede verificar por sí mismo en una noche de luna clara. Desde entonces, a causa de la alteración del mensaje por la liebre, el hombre es mortal (Frazer, 1981:32).

Los nandi, en lo que fue el África oriental británica, cuentan una historia según la cual el origen de la muerte es atribuido al mal humor de un perro. Éste trajo las nuevas de la inmortalidad a los hombres, pero, no habiendo sido recibido con la solemnidad debida a un embajador tan augusto, cambió el mensaje en un bufido de enojo y condenó a la humanidad al triste destino al que ha estado sujeta desde

entonces (Frazer, 1981:34).

Los zulúes dicen que, al principio, Unkulunkulu, es decir, el Viejo más Viejo, envió al camaleón con un mensaje que decía: "Ve, camaleón, ve y diles: ¡Que los hombres no mueran!". El camaleón se puso en camino, pero avanzaba muy despacio y se entretenía por el campo para comer los frutos púrpura del ubukhwezane o los de las moreras; sin embargo, algunos dicen que el animal se subió a un árbol para calentarse al sol, tras haberse llenado la panza de moscas, y que se durmió profundamente. Entretanto el Viejo más Viejo (la divinidad) había reflexionado y enviado un lagarto a toda prisa tras el camaleón con un mensaje muy diferente para los hombres, porque había dicho al animal: "Lagarto, cuando hayas llegado di a los hombres: ¡Que los hombres mueran!". De modo que el lagarto partió corriendo, adelantó al camaleón haragán y al llegar, él primero, junto a los hombres les entregó el mensaje de muerte diciéndoles: "¡Que los hombres mueran!". Después de lo cual se dio la vuelta y regreso al Viejo más Viejo que le había enviado. Pero después de su partida llegó por fin el camaleón junto a los hombres, con sus gozosas nuevas de inmortalidad, y les gritó alborozado: "Se me ha dicho: ¡Que los hombres no mueran!". Pero los hombres le respondieron: "Oh, ya hemos oído la palabra del lagarto: él nos ha dicho las nuevas: se nos ha dicho '¡Que el hombre muera!'. No podemos prestar oído a tus palabras. A causa de las palabras del lagarto, los hombres morirán". Y desde entonces. Los hombres han muerto, desde aquel día hasta el presente (Frazer, 1981:39).

Los nativos galla, del África oriental, atribuyen la muerte del hombre y la inmortalidad de la serpiente al error o a la malicia de cierta ave que falsificó el mensaje de vida eterna que le había sido confiado por Dios: Hubo una vez un tiempo en que Dios envió a esa ave para que dijese a los hombres que no morirían, sino que al envejecer y debilitarse se despojarían de la vieja piel y recobrarían la juventud. Para certificar el mensaje, Dios dio al ave una cresta, como distintivo de su misión. Pues bien: el ave se puso en camino para llevar a los hombres las gloriosas nuevas de la inmortalidad, pero aún no había ido muy lejos cuando se dio de manos a boca con una serpiente que devoraba una presa en el sendero. El ave, haciéndosele la boca agua a la vista de la carroña que estaba devorando la serpiente, le dijo: "Si me das parte de lo que comes, te diré el mensaje de Dios". "No quiero saber nada de él", respondió acremente la serpiente mientras seguía comiendo. Pero el pájaro insistió tanto que al fin la serpiente accedió de mala gana a escucharlo. "El mensaje -dijo entonces el pájaro- es el siguiente: cuando los hombres envejezcan, morirán, pero cuando envejezcas tú, te despojarás de la piel usada y recobrarás la juventud". Esta es la razón de que la gente envejezca y muera, mientras que las serpientes salen de su piel arrugada y recobran la juventud (Frazer, 1981:47).

Relatos similares contaban las tribus bosquimanas, los negros de la Costa de Oro, los Togo, los Bantúes, los Zulúes, los Basutos, y los Boronga de África. Los fenicios, los semitas y muchos pueblos salvajes de la antigüedad creían que con el cambio anual de piel, las serpientes y otros animales renovaban su juventud y eran por lo tanto inmortales.

Partiendo de la analogía con la luna o con los animales que se despojan o cambian la coloración de su piel, los filósofos primitivos, al narrarnos que en el principio de la humanidad la divinidad había destinado al hombre el rejuvenecimiento perpetuo o la inmortalidad, pero que a causa de la alteración del mensaje, el hombre devino en mortal, destacan, al máximo, el poder intersubjetivo de la comunicación, atribuyéndole al medio y el mensaje, la capacidad de transformar la realidad, el entorno, aparte de dar una explicación alegórica de nuestra condición de seres mortales.

El poder de la comunicación, su razón comunicativa y sus consecuencias en el mundo, en el contexto narrado, es el poder de la palabra, es el poder del verbo. La idea comunicativa que poseen estos mitos y leyendas tiene, en los pueblos primitivos, una consideración de primer orden, ya que se asigna a la comunicación una importancia suprema.

3. DIVINIDAD, COMUNICACIÓN Y DEVENIR HISTÓRICO

De la lectura del primer capítulo del libro del Génesis, en la Biblia podemos interpretar que la razón comunicativa de lo que se llama Dios -expresada en el verbo, en la palabra, en el lenguaje, en el acto de comunicar-, al tenderse hacia los objetos, los crea, los modifica. Es la potencia comunicativa expresada en la palabra hablada que se extiende del Sujeto (Dios) al Objeto (hombre, animales y cosas) lo que les da existencia. Veamos: "Y dijo Dios [habló]: 'Hágase la luz!' y fue la luz". Y dijo Dios [habló]: 'Hagamos al hombre a nuestra imagen y semejanza'. Y creó Dios al hombre a su imagen" (Génesis, Cap. 1, Vers. 3, 26 y 27). La acción comunicativa de ese hombre creado (objeto) tiene la capacidad de comunicarse con su creador (sujeto). Ello deviene en una acción intercomunicativa que es la razón comunicativa interpersonal y afecta a aquello que se llama Dios, en el contexto bíblico y condiciona la manifestación de sus

actitudes con ese objeto-sujeto humano.

San Juan, en el Nuevo Testamento, inicia su evangelio escribiendo: “*En el principio era el Verbo, y el Verbo estaba con Dios y el Verbo era Dios*” (Juan, Cap. I, Vers. 1). A la luz de lo dicho y examinado, podríamos entender también dicho versículo del siguiente modo: “En el principio era la Comunicación, y la Comunicación estaba con Dios y la Comunicación era Dios”. Pero, poniendo el texto más tono con la teoría de Habermas, podríamos también entender el versículo así: “En el principio era la Razón Comunicativa, y la Razón Comunicativa estaba con Dios y la Razón Comunicativa era Dios”.

4. MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y SOCIEDAD

Marshall Mac Luhan sostiene que las sociedades siempre han sido moldeadas más por la índole de los medios con que se comunican los hombres que por el contenido mismo de la comunicación.

Todos los medios –dice– nos vapulean minuciosamente. Son tan penetrantes en sus consecuencias personales, políticas, económicas, estéticas, psicológicas, morales, éticas y sociales, que no dejan parte alguna de nuestra persona intacta, inalterada, sin modificar. El medio es el masaje. Ninguna comprensión de un cambio social y cultural es posible cuando no se conoce la manera en que los medios funcionan de ambientes. Todos los medios son prolongaciones de alguna facultad humana, psíquica o física. La rueda es una prolongación del pie, el libro es una prolongación del ojo; la ropa, es una prolongación de la piel... El circuito eléctrico, es una prolongación del sistema nervioso central. Los medios, al modificar el ambiente, suscitan en nosotros percepciones sensoriales de proporciones únicas. La prolongación de cualquier sentido modifica nuestra manera de pensar y de actuar, nuestra manera de percibir el mundo. Cuando esas proporciones cambian, los hombres cambian (Mc Luhan-Fiore, 1969:26-41).

Sostiene que el medio es el mensaje, es decir, lo transmitido tiene mucho menos efecto en nosotros que el medio a través del cual se nos comunica. Por ejemplo, atribuye a la invención de los tipos móviles una “galaxia” de cambios en la conciencia del hombre occidental que ha hecho posible que actuemos sin reaccionar, engendrando, así, la extrema especialización en las funciones sociales.

Al estudiar los efectos de los medios y valorar su tremenda importancia en el moldeamiento del comportamiento social, Mc Luhan se preguntaba, en el periódico **Exploraciones** que dirigiera en Toronto, Canadá, ¿Por qué, perdió Marx el ómnibus de las comunicaciones?. ¿Por qué, durante los últimos 3500 años, los observadores sociales del mundo occidental no han reparado en los efectos de los medios: palabra escrita, fotografía, radiofonía, televisión, etc.? El hombre, por ejemplo, dice, dio forma al alfabeto y éste dio forma al hombre.

Mc Luhan ve la historia humana como una historia de efectos comunicativos. El cuadro que nos ofrece es el siguiente: El hombre prealfabetizado o tribal vivía en un magnífico ámbito audio-oral, en una estructura mítica y ritual. Su manera perceptiva era “táctil” y “auditiva”, sus valores, comunales y sagrados. La revolución de Gutenberg aniquiló el ámbito del hombre tribal y creó -vía imprenta - la sociedad abierta, el individualismo moderno, la vida privada, la especialización, las técnicas mecánicas y repetibles, etc. Todo ello al precio del abandono de una tradición auditiva. Su consecuencia: el fragmentado y especializado hombre contemporáneo, el individuo gutenberiano, inevitable expresión del énfasis visual de la tecnología tipográfica. No obstante, la revolución electrónica da, otra vez, primacía a la experiencia audio-oral. Promete liberarnos de la nociva influencia de la imprenta al exigirnos participación, en lugar de la pasividad fomentada por la tipografía y nos reintegra a la unidad y a la armonía, dentro de la reconstituida sociedad tribal. Bajo la égida de los medios electrónicos, se está creando una nueva sensibilidad.

Si –dice–, la luz eléctrica es mera información. Un medio sin mensaje, por decirlo así... Si. Es un sistema de comunicación autosuficiente en el que el medio es el mensaje. Meditad en ello un momento... Seré paciente (Stearn y otros, 1973:40).

CONCLUSIÓN

La "razón comunicativa" de Habermas, como una alternativa a la "razón centrada en el sujeto", implica el paradigma del entendimiento comunicativo, intersubjetivo, entre sujetos capaces de lenguaje y acción que interaccionan comunicativamente sobre algo en el mundo. El conocimiento, así visto, es producto de la relación social: no se produce individualmente sino en la acción comunicativa (Fuentes, 1990:98-99).

A este modelo podemos complementarle, con una ampliación de detalle, el rol que juegan los medios utilizados por el hombre en el moldeamiento de su entorno, según la reflexión de Mc Luhan. Creemos que los planteamientos no se contradicen.

Si Habermas plantea como teoría del conocimiento, como una forma de comprender el conocer, una "razón centrada en la comunicación" a la que llama "razón comunicativa", Mc Luhan llama la atención sobre el efecto que los medios en sí mismo ejercen sobre el hombre y su entorno, independientemente del mensaje explícito que se transmite a través del medio. El medio es en sí mismo un mensaje y un masaje que nos forma o nos deforma, mucho más importante, según Mc Luhan, que el mensaje circunstancial que transmite.

Por otro lado, nuestro acercamiento al pensamiento mítico de los pueblos primitivos, a través de las informaciones recogidas por el antropólogo Sir James George Frazer, y su correlación con el pensamiento bíblico, nos permiten comprender que siempre hubo una reflexión sobre el poder de la comunicación, y que en este caso todas las reflexiones están unidas por el hilo de una coherencia común y una preocupación por entender el destino humano y el relevante rol jugado en él por las diversas formas de comunicación. Una mejor comprensión sobre el rol de la comunicación permitirá una visión más clara del futuro y cómo conducirlo y transformarlo en provecho de la felicidad del hombre.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BETH, Hanno y PROSS, Harry (1987). *Introducción a la ciencia de la comunicación*. Barcelona: Anthropos, Editorial del Hombre.

FRAZER, James George (1981). *El folklore en el antiguo testamento*. México D.F.: Fondo de Cultura Económica.

FUENTES Navarro, Raúl (1990). *La enseñanza de la comunicación en la comunicación*. EN: FE-LAFACS-UNESCO (editores). "Talleres de capacitación en metodología de la enseñanza de la comunicación. Informe final". Bogotá: UNESCO, Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación.

HABERMAS, Jürgens (1989). *El discurso filosófico de la modernidad*. Buenos Aires: Taurus Ediciones.

LUHAN, Marshall Mc y FIORE, Quentin (1969). *El medio es el masaje. Un inventario de efectos*. Buenos Aires: Editorial PAIDOS.

STEARNS, Gerald Emanuel y otros (1973). *Mc Luhan: caliente y frío*. Buenos Aires: Editorial Sudamericana.