

Si la información es poder, la cualidad humana es comunicación

*Jaume Agustí¹
Josep M. Basart²*

Acontece que las cosas son como son, pero nosotros queremos introducirlas dentro de un marco patrón, establecido por la estructura de nuestro lenguaje. Este hábito es tan fuerte, que tendemos a negar la realidad a lo que no puede ser verbalizado. Nos negamos a ver que las palabras son meros símbolos, conectados por la convención y el hábito a experiencias repetidas.

Sri Nisargadatta Maharaj

Presentación

El tema a desarrollar aquí es la comunicación, en particular, tal como se ha transformado en la actual sociedad del conocimiento (SC). Para ello será contrastada con la información, con el objetivo de destacar las diferencias principales y las consecuencias que, a nuestro entender, se derivan cuando ambos términos son confundidos. Esta confusión se produce muy a menudo, y es debida a la fascinación general que despiertan los avances de las

¹ **Jaume Agustí** es doctor en ciencias Físicas por la U.A.B. y Licenciado en ciencias Físicas por la U.B. Investigador Científico del Consejo Superior de Investigaciones Científicas.

² **Josep M. Basart** es doctor en Informática, Licenciado en Ciencias de la Informática por la U.A.B y Licenciado en Filosofía por la misma Universidad. Es profesor titular del área de Ciencia de la computación e inteligencia artificial de la U.A.B.. Ejerce también la docencia en la Ingeniería Superior en Informática en la Escola d'Enginyeria de Bellaterra y de Ingeniería Técnica en Informática en la Escola d'Enginyeria de Sabadell.

tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC). Para enmarcar dicho contraste nos referiremos con frecuencia a la obra *Communication Power*³ del sociólogo Manuel Castells, profesor universitario y director del Internet Interdisciplinary Institute de la Universitat Oberta de Catalunya.

El formato adoptado en esta ponencia no será el de una disertación tradicional, continua y argumentada, presentando razones para intentar convencer acerca de una tesis determinada. Creemos que resultará más adecuado al tema, y al contexto social presente, introducir unas reflexiones breves, unas observaciones y unas preguntas finales abiertas que señalen o sugieran algunos de los puntos clave que, a nuestro parecer, deberían ser tenidos en cuenta. Todo ello, sin ser mucho, es el resultado del diálogo sostenido por los autores acerca del tema elegido. De esta forma, el texto pretende reflejar el consenso al que se ha llegado a partir de perspectivas o intuiciones iniciales que, en algunos casos, diferían sensiblemente.

Muchas de las reflexiones presentes vienen inspiradas por la lectura y la escucha de la epistemología axiológica (EA) que ha ido desarrollando Marià Corbí desde hace más de cuarenta años. También, por diversos textos de las tradiciones de sabiduría, por las conversaciones de Nisargadatta Maharaj⁴ y, en última instancia, pero no menos, por nuestras propias motivaciones e inquietudes. Como ya indica el título de esta ponencia, nos interesa especialmente poner en juego dos polaridades cruciales, información/comunicación y poder/cualidad humana. La terminología utilizada recurre a menudo a las nociones ya consolidadas en el desarrollo de la EA. Es por ello que no hemos considerado necesario que aquí fueran introducidas de nuevo.

Información

La información tiende a ser abstracta, unívoca y desligada del contexto en que aparece. Se ciñe al concepto, a la forma, y a una lógica preestablecida.

3 Oxford University Press Inc., New York: 2009.

4 *I Am That*, Chetana Pvt. Ltd., Bombay: 1973.

Describe, presenta o representa, sin atender a las motivaciones, valoraciones e interdependencias. Jerárquicamente, se halla siempre al servicio de la comunicación, es una intermediaria, pero nunca puede suplirla. Todo intento de reducir la comunicación a información es peligroso: implica una distorsión, un empobrecimiento, en último término, una deshumanización. En la información, tanto la idea de presencia como la de silencio resultan inútiles e incomprensibles.

Las TIC presentan el mundo desde la perspectiva de la información. Por eso son tan poderosas gestionando todo aquello que puede ser reducido a datos. A diferencia de las máquinas, los seres humanos pueden articular comunicación y desarrollarse a través de ella.

Estamos, pues, ante un reto nuevo y complejo, puesto que la capacidad, velocidad, versatilidad y penetración de las TIC no son equiparables a los medios de comunicación usados anteriormente. Así, más que de una escala de niveles de comunicación podríamos quizás hablar de un árbol. El tronco, que es la lengua, hunde sus raíces en la unidad de acción primordial, la dimensión absoluta (DA). Las ramas son los distintos metalenguajes, como el axiológico, el artístico, el científico-técnico o la información. Hoy día la información es una rama enorme que casi oculta al árbol.

A nuestro entender, la EA permite analizar la comunicación desde la perspectiva abstracta de la información. Como teoría de la comunicación tiene su principal reto en el estudio de procedimientos para situar y convertir continuamente la información creada por las TIC en comunicación. Es decir, transformar las posibilidades que ofrece la información en comunicación para poder elaborar colectivamente una vida con sentido, un buen vivir. Lo que es equivalente a crear significados, finalidades, motivaciones, valores, que se adecuen a cada grupo humano. Finalmente, apoyándose en la lingüística, la EA ha podido establecer la formalidad de la comunicación y, por tanto, de lo axiológico. La ha utilizado para la construcción de proyectos axiológicos colectivos (PAC), especialmente los destinados al cultivo de la cualidad humana (CH) en las SC.

Comunicación

La comunicación no es un simple intercambio de mensajes donde las partes alternan la función de emisor y receptor. Comunicarse es crear, compartir y tantear sentidos y significados. En la comunicación se establece un proceso dinámico, abierto, sensible a los cambios que nacen durante su desarrollo. En la comunicación juegan un papel esencial el contexto, las circunstancias, los matices, los efectos. Comunicación es convivencia y compromiso: aparece como expresión de la constitución humana. Raimon Panikkar alguna vez lo formulaba como un chiste: “Aquel joven que escribía muchas cartas de amor a su amada, pero que nunca iba a visitarla porque estaba tan ocupado, quedó muy sorprendido al recibir una carta de ella en la que le decía que acababa de casarse con el cartero.”

La información puede imponer su contenido, la comunicación tan solo es viable en libertad. Al mismo tiempo, la libertad, más allá de la abstracción, se manifiesta plenamente en la comunicación.

La comunicación necesita una base de confianza mutua. Dicha confianza tan solo es sólida en la medida en que parte de la comprensión, es decir, del reconocimiento y la aceptación.

La comunicación pide saber escuchar, no es suficiente con oír aquello que nos dicen. La atención que incorpora la escucha es el prerequisite para todo lo demás. En la información basta con asegurar la integridad del mensaje recibido.

En la comunicación tiene cabida la proyección de los fines humanos. En la información no es posible ir más allá de los medios y los procedimientos técnicos.

Desde el punto de vista axiológico, de acuerdo con la terminología propia de la EA, la comunicación se sitúa en el dominio de lo concreto, lo cualitativo y lo valorativo. Es el artífice de la simbiosis humana (entre nosotros y con la naturaleza), y es condición para la indagación en equipo y el servicio

mutuo. Estos son tres rasgos característicos de las SC que ya están dando muestras de su potencial transformador.

La comunicación es activa y efectiva. La propaganda y la publicidad también tienen estos objetivos. La diferencia principal se halla en que estas últimas son información. Pretenden convencer, a toda costa, a un receptor abstracto y pasivo.

La comunicación no es tan solo lenguaje oral o escrito. Es igualmente posible a través de las formas artísticas y de la acción comunicativa, si bien en estos casos tanto el medio empleado como el objetivo pueden ser distintos. No obstante, la mayoría de los productos culturales producidos de forma rutinaria y destinados al consumo masivo son tan solo pseudoartísticos. En ellos se ofrece una vía de distracción o de exaltación emotiva primaria que poco tiene que ver con la comunicación.

Hoy sabemos que nuestra comunicación con el medio no es una relación invariable que ya nos venga dada, sino que se constituye a partir de la comunicación humana. Lo nuevo que introduce aquí la EA es que en las SC esta comunicación humana resulta inseparable de la valoración y de la creación de PAC.

Comunicación y valores

Entendemos aquí los valores como aquellos constituyentes sociales que, en sentido amplio, importan por sí mismos, resultan útiles, o bien orientan, guían o motivan para actuar. Los valores no son inmutables ni están prefijados, responden a nuestras necesidades básicas, a la voluntad de supervivencia. Que son sociales significa que no corresponden a simples preferencias o intereses personales. Los valores llegan a serlo y a mantenerse en una sociedad cuando expresan la CH por medio del interés, el distanciamiento y el silencio (IDS).

A través de la información es posible llegar a imponer determinadas creencias, actitudes y conductas. La comunicación es imprescindible para poder

generar valores, compartirlos, sopesarlos e implantarlos sin violencia. Los valores se mantienen vivos y actualizados mediante la comunicación. Al mismo tiempo, la comunicación se desarrolla con los valores.

En una sociedad dinámica y heterogénea tan solo la comunicación permite y garantiza que los valores se mantengan flexibles y adaptables a las nuevas necesidades que surgen continuamente.

Communication power, la perspectiva de M. Castells

Enunciamos a continuación los aspectos más relevantes, para el tema que nos ocupa, de la obra *Communication Power* (CP). No obstante, el estudio de Castells contiene también la formulación y el desarrollo de otras consideraciones políticas que no serán abordadas aquí.

La estructura social que caracteriza a la sociedad actual se construye alrededor de las redes digitales de comunicación, sean estas redes creadas por los medios de comunicación (públicos o privados) o bien redes horizontales que utilizan internet.

El tema central de CP es presentar una descripción de como se articula el poder político en la sociedad en red. La hipótesis de partida es que dicho poder se halla en la capacidad para “modelar la mente humana”, introduciendo determinados patrones mentales y sensitivos. Ello se conseguiría mediante el control de la información y las comunicaciones (medios, procesos y contenidos). Esta sería la vía para establecer firmemente las normas sociales que se quieran imponer. Para Castells, la forma en que pensamos y sentimos determina la forma en que actuamos. No se pregunta cómo se generan los valores ni cómo funcionan, supone que cada grupo social tiene los suyos e intenta que prevalezcan sobre los de los demás.

Explícitamente, el autor se centra en la sociedad, nunca en una comunidad cohesionada. Entiende la sociedad como el espacio heterogéneo en que se desarrolla el conflicto entre grupos, organizaciones e instituciones que desean imponer los intereses propios, en forma de valores, frente a los in-

tereses (valores) opuestos o distintos. Así, los valores que predominan son expresión del poder que impera.

La coerción y la capacidad de forzar el consentimiento o la resignación a través del temor, han constituido siempre los pilares principales que sostienen al poder. En la actualidad sigue siendo así, tan solo han cambiado los medios que se utilizan y el alcance de los resultados.

La cultura de la globalización se caracteriza por el uso sistemático de la capacidad tecnológica que ofrecen las TIC, entiende que dicho potencial es un valor por sí mismo, y es por ello que el poder busca el control de la información.

Poder, jerarquía y autoridad

En relación al poder, CP mantiene el esquema propio de las sociedades homogéneas tradicionales que habían existido hasta la fecha. Se asume el carácter nuevo de las sociedades actuales basadas en la transformación continua a través de la creación de conocimiento y de la innovación tecnológica. Sin embargo, no se reconoce que el poder, y la jerarquía basada en ella, tienden a entorpecer y anquilosar el desarrollo de la sociedad. Así, por ejemplo, los equipos o grupos creativos no pueden ser jerárquicos. La creatividad exige la mayor libertad posible en la comunicación. Parece pues más deseable que en las SC el poder se sitúe en un segundo plano, limitado a ejercer funciones defensivas cuando sean necesarias. Este cambio tan radical, no reconocido en CP, es una característica esencial de las nuevas SC.

Situar el poder en el centro de la sociedad significa mantener las relaciones que promueven la explotación de los individuos y de los recursos naturales, así como la guerra entre los grupos (nacionales, étnicos o religiosos). Todo proyecto de transformación hacia una cultura de la paz y de la no explotación deberá oponerse a este paradigma.

Los PAC, abiertos, concretos y diversos, son la alternativa que la EA ofrece a la imposición, por parte de los poderes que predominan, de unos

valores que ya vienen dados. A través de la construcción de los PAC se crea y potencia la comunicación y se busca la libre adhesión de las personas de la comunidad a los valores más adecuados al contexto presente. Al mismo tiempo, los PAC sirven para potenciar la comunicación entre las comunidades.

A la sociedad basada en las relaciones de poder se contraponen la sociedad basada en la indagación, la comunicación y el servicio mutuo (ICS), la cual constituye la práctica social de la IDS. La jerarquía de poder queda substituida por el reconocimiento de la autoridad basada en la competencia, es decir la aptitud y la capacidad demostrada como CH.

Comunicación y cualidad humana

Una de las formas en que se manifiesta la presencia de la CH y la cualidad humana profunda (CHP) es la comunicación tal como se ha caracterizado aquí. Sin la CH la comunicación pierde parte de su vigor, porque es a partir de la CH que se puede reconocer mediante el cultivo de ICS e IDS la DA. Para que haya comunicación es también necesario un cierto grado de CHP. Por otra parte, a través de una CH utilitaria es posible la información, puesto que la información siempre se halla en la dimensión relativa (DR). Sin este reconocimiento de la CH y de la CHP el espíritu de servicio mutuo, inseparable de la comunicación y de la indagación, no está asegurado y pone en peligro la supervivencia humana en las SC.

Las TIC pueden y deben situarse al servicio de los PAC y, en consecuencia, de la CH y de la CHP. Mientras no sea así contribuirán a extender la información y la abstracción hasta el punto de ahogar, por inundación, toda posibilidad de comunicarse humanamente. Ante el alud de información que producen y distribuyen las TIC los principios de la comunicación podrían servir de baremo de calidad.

El abandono del egocentrismo que propone la CH es un buen antídoto ante la amenaza de que las TIC se sitúen al servicio del poder. La CH