

## COMUNICACION E IDEOLOGIA

Rosita Giberstein K.

El problema del lenguaje y de la comunicación, han sido siempre los temas esenciales de la filosofía. En la época actual es la cuestión fundamental predominante.

El tema es vastísimo y nos vemos obligados a seleccionar una pequeña parte del mismo: la teoría de la comunicación. Centraremos nuestra ponencia en la cuestión ¿Cuál es el proceso de la comunicación humana y cuáles son las condiciones de este proceso?

Sucede con frecuencia que un problema filosófico empieza en donde se detiene el sentido común. Precisamente en este punto donde el sentido común parece satisfecho, afirmando llanamente que unas personas se hablan entre sí y de este modo se transmiten mutuamente toda clase de información, y en este sentido se comunican entre sí, empieza el filósofo a hacerse preguntas. ¿Pero cómo lo hacen? y ¿Por qué? ¿Y qué significa todo esto?

Creo que fue Engels quien dijo, que lo que se llama sentido común marcha bastante bien en asuntos cotidianos, pero empiezan a ocurrirle cosas extrañas cuando sale al ancho campo de las investigaciones científicas, filosóficas, etc.

La comunicabilidad es una de las propiedades esenciales pertenecientes a la definición del conocimiento, de la cognición científica: es así porque sería imposible la verificabilidad intersubjetiva sin comunicabilidad. Además la comunicación parece ser un elemento inseparable de todos los procesos vinculados con la cognición: hasta el pensar sin palabras de un monólogo es un acto específico de la comunicación (el sentido lato de la palabra). En consecuencia, no es para escombrarse que la filosofía no pueda ignorar ese problema, si ha de cultivarse la epistemología de un modo razonable.

Al ser la comunicación uno de los fenómenos esenciales de la vida social, es evidente que sin ella no habría vida social, queda justificado al por qué el filósofo actual no tiene derecho de ignorarlo. Es evidente además que el problema de la comunicación, es uno de los temas centrales de la sociología.

En cierto sentido de la palabra, se puede hablar de comunicación en los animales, se han hecho estudios sobre abejas, hormigas, cantos de amor de los pájaros, etc. Pero esta comunicación difiere esencialmente de la típicamente humana que es la que nos interesa. Es la transmisión de determinados conocimientos y determinados estados mentales la que nos interesa.

Los hombres se comunican sus experiencias, sus estados emocionales de diferentes maneras y por diferentes medios. De ahí la controversia sobre cuál forma de comunicación es la "verdadera".

La comunicación en muchos casos funciona por contagio, es decir transmite todo el estado emocional de un individuo a otro. Forma en gran medida la base de la psicología de las multitudes, y se convierte en una fuerza formidable en momentos de pánico, estallidos de odio, rotura de ligaduras sociales que mantienen frenadas acciones instintivas, etc.

En contraste con la comunicación emocional, la comunicación intelectual presupone la comprensión de lo que está siendo comunicado. En este tipo de comunicación, no hay comunicación sin la comprensión de un contenido intelectual definido, la cual no solo no es necesaria sino es contraindicada, en el caso de la comunicación emocional. Es decir, la comunicación intelectual, contrario de la emocional, está condicionada por el hecho de que las partes comunicantes experimentan estados mentales análogos, y el ideal que se persigue en este campo, es la comunicación más precisa posible de los estados mentales propios.

La manera específicamente humana de la comunicación remite al dominio completo de la vida espiritual del hombre: tanto a la experiencia emocional como a la intelectual. Aunque estos dos esferas no pueden separarse de un modo absoluto, representan campos diferentes de la vida espiritual y, en consecuencia, conectadas con diferentes formas de comunicación (que tampoco pueden ser separadas de un modo rígido y absoluto).

La comunicación en la esfera emocional se realiza con frecuencia mediante recursos extralingüísticos y puede aceptarse la tesis de que, por lo que concierne a la transmisión de ciertos estados emocionales, los medios expresivos de la música y de las artes visuales indudablemente logran algo (si bien hay que tomar en cuenta que la apreciación del estado emocional propio conseguido como resultado de comunicación extralingüística, requiere medios lingüísticos).

El individuo humano, si lo consideramos no solo como objeto de la física, la química, la medicina, etc, sino precisamente como un individuo humano, es decir como miembro de una sociedad humana, es un producto social, del mismo modo lo son todas las manifestaciones de su vida espiritual: propensión religiosa, lenguaje, gusto artístico, conciencia en general.

Como individuo humano, el hombre es el conjunto de relaciones sociales, en el sentido de que su origen y su desarrollo espiritual sólo pueden comprenderse en el contexto social e histórico, como ejemplar de una "especie", pero ahora no sólo de una especie natural, sino también de una especie social. Esto es historicismo y sociologismo en el sentido definido de estas palabras.

Todo esto revela claramente que *"La conciencia es . . . un producto social y seguirá siendo así mientras existan hombres"*. Pero también el lenguaje humano es un producto social desde su origen mismo, ya que *"el lenguaje es una consecuencia práctica, real, que existe para los otros y para mí mismo"*.

El origen tanto de la conciencia como del lenguaje hay que buscarlo en la vida social y sus necesidades, en la *"necesidad de establecer contacto con otros individuos"*.

Decimos que las personas se hablan y que esto es comunicación. Hasta aquí todo está bien. Pero desde el punto de vista del análisis filosófico, el problema no hace más que empezar. ¿Qué problema? No el metafísico, en cuanto al es posible la comunicación. Es posible, desde luego porque la vemos por doquier, en las ciencias físico matemáticas y en las sociales. No el mítico en cuanto a qué factor trascendental hace posible la comunicación. El problema fundamental que comienza en este punto es: ¿Cómo, de qué manera, se realiza la comunicación?

Los psicólogos sociales dicen que la comunicación consiste en que las partes interesadas intercambian mutuamente sus papeles con sus interlocutores, se colocan mentalmente en la posición de éstos y llegan así a entender sus palabras. La cuestión puede formularse así, o puede formularse de otra manera. Sea como fuere, la comunicación intelectual siempre está conectada con la comprensión, con la misma comprensión, por las dos partes, de ciertos enunciados definidos.

La comunicación intelectual basada en la comprensión está inseparablemente conectada con el habla. Aparte de como se define el habla, tema que no puedo desarrollar en escasas páginas y que además no vendrían al caso en esta ponencia, diremos que aparte de todas las enormes diferencias a este respecto entre los diferentes autores que con frecuencia discuten entre sí esta cuestión, toda definición se refiere a signos o símbolos que comprenden el habla humana.

Al hablar, el hombre produce ciertos signos fonéticos, de un tipo particular. La comunicación consiste en que la persona que emite estos signos fónicos y la persona que los oye, los entienden del mismo modo, es decir le da los mismos significados. Es así como la comunicación puede definirse como la transmisión de significados por medio de símbolos. Para poder seguir adelante, filosofando en este terreno, habría que esclarecer lo que es signo símbolo, lenguaje y habla, eso no se lejaría de nuestro propósito. Lo que pretendemos es ligar lo anteriormente expuesto con el concepto de ideología y creemos que con lo dicho sobre la comunicación el campo está listo para entrelazarlo con este nuevo modo de comunicación que es la ideología.

¿Qué influencia ejerce el lenguaje, comunicación por excelencia con el comportamiento humano? Es bien sabido que la forma del pensamiento guarda relación con la forma del lenguaje, o lo que es igual, que el lenguaje influye sobre el pensamiento. Nada más obvio por otra parte, que inferir, a la vista de la relación que de un modo u de otro existe entre el comportamiento humano y el lenguaje y pensamiento, especialmente evidente en la persecución de objetivos. Por muy evidente que tal constatación parezca, ésta nunca había sido expresada tan claramente y ésta es sin duda uno de los méritos de la semántica general.

Hay que tomar en cuenta los tres grandes postulados de la semántica general. El postulado de la no identidad, la palabra no es el objeto por ella denotado; el postulado de la incompletitud o imperfección, el mapa no es el territorio, o lo que es igual: el signo no puede reivindicar la representación total del objeto y por último, el postulado de la diferenciación de jerarquías de signos, es decir, la diferencia entre lenguaje-objeto y metalenguaje.

Estos postulados no son nada nuevos, son tomados de fuentes históricamente conocidas a las que los representantes de la semántica general no dudan en referirse.

Toda palabra generaliza. En esta tesis, coinciden las diferentes corrientes de la teoría lingüística. La afirmación de que toda palabra generaliza debe ser entendida en el sentido de que el pensamiento abstracto, que siempre es verbal, se desarrolla a un elevado nivel de abstracción y generalización. Entre el pensamiento y el lenguaje, unidos siempre en un todo indisoluble, se establece además, una relación de influencia recíproca.

En el plano del conocimiento, no llegamos a lo particular a través simplemente de lo general, sino conformando de manera adecuada lo general. Apuntamos, como es de suponerse a los medios del pensamiento y del lenguaje que permiten comprender lo particular a través de lo general y transmitir el contenido así conformado en el proceso de la comunicación.

Por supuesto que podríamos imaginar un lenguaje compuesto exclusivamente de nombres cuyo nivel de generalidad y abstracción fuese limitado. Es más, se puede incluso aducir ejemplos

de lenguaje de ese tipo, que funcionan en la práctica vital de comunidades de un nivel de desarrollo muy bajo, es el caso de ciertas lenguas de algunos aborígenes australianos.

En estas lenguas encontramos nombres para diversas especies de peces, pero no existe la palabra pez. Hay nombres individuales para arbustos y árboles pero no existe la palabra árbol.

Estas lenguas tienen la ventaja de la concreción, pero les falta algo muy especial, no sirven para la reflexión abstracta sobre la realidad que es condición ineludible para un conocimiento científico del mundo. Un lenguaje que consista únicamente de signos individuales — cosas que no deja de ser imaginable en teoría — nos llevaría sin duda a una catástrofe intelectual, dado que imposibilitaría todo pensamiento abstracto y paralizaría la acción humana, una acción que como es bien sabido, viene orientada por el pensamiento.

Ocorre en efecto que lo general dificulta la comprensión cognitiva de lo particular e individual, pero lo contrario dificultaría del todo la comunicación. Hay que pensar siempre que detrás de una palabra general, se esconde siempre nombres individuales.

No hay que olvidar que la semántica general se desarrolló en la época del brusco ascenso del fascismo hitleriano y que debe sus éxitos a los varios intentos de contrarrestar las influencias miltificadoras de la ideología hitleriana. La conexión genética entre la actividad de los fascistas y la reacción contra la misma es algo obvio, aunque no es evidente si los fundadores de la semántica general llegaron a ser completamente conscientes de ello.

La idea que se desea inculcar en las masas, viene a decirse en El Mito del Siglo XX, debe ser repetida incansablemente por muy falsa que resulte. En un principio las masas se resisten, pero con el tiempo, acaban por acostumbrarse y creer en ella. Como se recordará ésta no fue sólo la teoría sino la práctica de Hitler, una práctica, tanto si se admite como si no, vino a acompañar un éxito poco común. Este principio de la propaganda da cuerpo a un problema cuyo alcance no cabe poner en duda: el de la influencia del lenguaje en el comportamiento humano. Ahora cabe preguntarse, ¿cómo y por qué vías acaban convirtiéndose unas ideas irracionales en opinión general? El problema tiene, sin duda, un marcado carácter psicológico, pero al mismo tiempo incide y ahí se centra nuestro interés, en el ámbito del lenguaje.

Entrando directamente en el tema que nos interesa podemos decir que el signo lingüístico no viene íntimamente vinculado tan solo al concepto sino también al estereotipo.

Según el diccionario de Ciencias Sociales de Julius Gold, *"El estereotipo designe convicciones prefabricadas acerca de clases de individuos, grupos u objetos, es decir, convicciones que no pasan de análisis o enjuiciamientos de los diferentes fenómenos de que puede tratarse, sino de opiniones hechas, usos establecidos o expectativas. No cabe formular ningún principio general acerca de la clase o grado de deformación, exageración o simplificación que viene a ponerse de manifiesto en dichas opiniones.*

*Dado que pertenece a la categoría de las convicciones, el estereotipo debe ser nítido y taxativamente diferenciado del prejuicio. En todos los usos de ser término opera, de todas modos, bien implícita bien explícitamente, un elemento que conviene destacar: un estereotipo es una concepción vital que en lugar de ser sustentada a la manera de una hipótesis a la que se abonan ciertas pruebas, viene a ser falsamente asumida, en su totalidad o sólo en parte, como un hecho fehaciente".*

El término estereotipo fue introducido en la literatura especializada por Walter Lippman, designando una opinión preconcebida acerca de atributos del mundo exterior. Según este autor, el estereotipo ayuda a la economía del pensamiento, a la organización de nuestras experiencias y de nuestras expectativas. En su función auxiliar de la economía del pensamiento, el estereotipo puede ir acompañado de todos modos, del peligro de dar lugar a generalizaciones precipitadas, deformadoras de los atributos del mundo exterior.

El estereotipo es exactamente igual que el concepto, un reflejo generalizado de la realidad, que no resulta posible sin signos lingüísticos. La diferencia entre estereotipo y concepto se debe al hecho que el proceso cognitivo que cristaliza en el concepto presenta una tendencia objetiva descriptiva que no excluye enteramente sin embargo, cierto tinte emocional o valorativo. El proceso en el que hunde sus raíces el estereotipo, posee en cambio, una vertiente no sólo cognitiva, sino también valorativa, y la posee con todo el lastre emocional a ella inmanente. De todos modos no puede hablarse a este respecto de una frontera clara ni establecida, dado que la tendencia discurre por causas distintas según la clase de conceptos y estereotipos, que en ocasiones se diferencian considerablemente. De todas maneras los estereotipos sólo surgen cuando están en juego valoraciones relacionadas con la actividad humana. El estereotipo del número cuatro es una expresión vacía de sentido, cosa que no puede afirmarse por ejemplo del estereotipo del francés. Y así llegamos a un nuevo aspecto del problema a la conexión entre lenguaje e ideas o ideología y a través de la ideología, a la conexión entre lenguaje y acción social.

Quando un niño aprende una lengua, se apropia tanto del conocimiento del mundo de sus mayores, como de su valoración, es decir de los estereotipos. No puede ser de otro modo. Porque aprender un lenguaje no equivale a hacer suyos únicamente los sonidos del mismo, sino también sus significados, íntimamente vinculados al soporte material correspondiente, es decir al sonido. Sólo a través de esta unidad surgen los signos lingüísticos de los que se compone el lenguaje y cuyo lenguaje efectuamos espontáneamente en el curso de nuestra educación, en el marco de una sociedad dada. Y la esfera de los enjuiciamientos y valores, una esfera que une, la función cognitiva y la función sensitivo-volitiva, la esfera que produce los estereotipos y al mismo tiempo se basa en ellos no es, en definitiva, sino la esfera de la ideología.

Al menos de un modo general y sin aspirar a la precisión, sabemos ya qué debe entenderse por estereotipo. ¿Pero que entendemos por ideología? Sólo al contestarnos esta pregunta, se puede emprender el análisis de la relación de reciprocidad existente entre estereotipo e ideología, viendo así la influencia del lenguaje, de la comunicación en la esfera ideológica. El filósofo actual Adam Schaff nos dice lo siguiente: *"Entiendo por ideología, los puntos de vista basados en un sistema de valores, de los hombres acerca de los objetivos del desarrollo social que se han propuesto, unos puntos de vista o concepciones que condicionan las actitudes humanas, esto es, su disposición, por un lado, a comportarse de acuerdo con las diversas situaciones y, por otro, su comportamiento fáctico en los asuntos sociales"*.

El término ideología es ambiguo y éste es uno de sus significados posibles, lo encuentro muy acertado, por ello lo transcribo.

Podría decirse, en términos generales que no hay ideología en la que no figuren ciertos estereotipos de grupo, ocupaciones, maneras de actuar, etc., que vienen relacionados, en cada caso, con un determinado sistema de valores. La ideología no se confunde con el estereotipo, ni guarda con él una relación de clase y subclase. Ideología y estereotipo, están en íntima conexión y se influyen mutuamente, ya que, si por un lado los estereotipos conforman las ideologías, por otro las ideologías influyen sobre los estereotipos sociales.

Así pues, quien se acerca a un estereotipo, entra en el ámbito de la ideología, de ahí la importancia del tema del estereotipo. Por razón de su misma evidencia, podemos prescindir de un tratamiento más detenido de la importancia y el papel de la ideología en la vida de la sociedad. Papel que por ser precisamente tal, debe incitarnos a dominar, orientar y transformar la ideología cuando ésta entra en conflicto con nuestros objetivos. Nos queda por enfocar el último problema. ¿Cómo dominar una ideología y cómo transformarla? Hemos de habérnosla en este sentido, con dos elementos condicionantes de la actividad humana. El primero concierne a la conciencia, al conocimiento de la realidad y especialmente de la realidad social. El segundo, al mundo de los valores, que determinan los objetivos sociales que nos proponemos. La disposición a aceptar una ideología es, por supuesto, algo que viene unido de una manera muy íntima al conocimiento generalmente difundido del mundo, lo que obliga al pensamiento ideológico a respetar la ciencia sin que, de todos modos pueda reducirse la ideología a la ciencia, ni quepa decir que esta última desempeña un papel dominante en la dinámica de aquélla.

En todo caso, y en cualquier nivel de evolución de la ciencia humana, la ideología se apoya fundamentalmente en un sistema de valores conocidos. Pero ¿cómo cambiarlo? ¿Cómo convencer a los seres humanos para que acepten otro sistema de valores y en consecuencia otra ideología?

Los pasos que podrían darse en esta dirección son muchos. Podríamos sintetizarlos en dos tipos de medidas. Ofrecer otra ideología más atractiva, minar los cimientos de la antigua, el medio para ambas cosas es siempre la propaganda.

En síntesis podemos concluir que los comportamientos del hombre, que es siempre un individuo social, vienen conformados por la vía del lenguaje, o lo que es igual por la de la cultura, de la que forma parte el lenguaje. De ahí que se pueda y se debe influir en el comportamiento de los hombres con la ayuda de los correspondientes recursos lingüísticos.

---

#### BIBLIOGRAFÍA

SCHAFF, Adam. *Introducción à la Sémantique*. Editorial P.U.F.

- . *Lenguaje y conocimiento*. Editorial Grijalbo.
- . *Ensayos sobre Filosofía del lenguaje*. Colección Ariel.
- . *Historia y verdad*. Editorial Grijalbo.