

La comunicación desde la otredad

Communication from otherness

Dora Aidé Ramírez González*

darpsico@hotmail.com

Recibido: marzo 16 de 2016. Aceptado: octubre 26 de 2016.

doi: 10.22209/rhs.v4n2a03

Resumen

Inicialmente, en el texto se reflexiona sobre la forma como la sociedad moderna con la racionalidad funcional, el modelo neoliberal, el capitalismo y la globalización conducen a la instrumentalización de la comunicación, por consiguiente, a la alienación del otro en el proceso comunicativo; de manera posterior, se plantea cómo se puede recuperar y desarrollar la otredad a través de procesos comunicativos emancipadores.

Palabras clave: alienación, comunicación, emancipación, otredad, racionalidad funcional.

Abstract

The text starts with a reflection on how a modern society governed by functional rationality, the neoliberal model, capitalism and globalization leads to instrumentalization of communication, which, in turn, results in alienation of the other in the communicative process. Finally, the paper proposes a way to recover and develop otherness through emancipatory communicative processes.

Keywords: alienation, communication, emancipation, otherness, functional rationality.

Para citar este artículo: Ramírez González, Dora Aidé. (2016). La comunicación desde la otredad. *Rev Humanismo y Sociedad*, 4(2), 10-13. <https://doi.org/10.22209/rhs.v4n2a03>

* Profesional en Psicología. Especialista en Psicología Organizacional. Especialista en Gerencia del Talento Humano y magíster en Gerencia del Talento Humano. Docente universitaria, par académica del Ministerio de Educación Nacional, consultora organizacional y líder de proyectos estratégicos de la empresa Desarrollo & Gestión Consultores SAS.

Introducción

El artículo suscita una reflexión en torno a la comunicación, su sentido y posibilidades de desarrollo en el contexto contemporáneo. Es un rescate de la comunicación que dignifica, exalta, pronuncia a bien saber: la existencia de un yo-tú, inexorablemente necesarios para el acto comunicativo.

En este orden de ideas, se propone una comunicación que incorpora la otredad, entendida como la aceptación del otro como sujeto único, singular y diferente a mí, con su propia identidad y personalidad. De esta manera, se conduce la reflexión hacia la recuperación del acto comunicativo que emancipa y dignifica a los actores involucrados, con pleno reconocimiento del sujeto en términos de libertad y autodeterminación.

1. La alienación de la otredad en la comunicación

La sociedad moderna como producto de la ilustración trasciende la visión religiosa del mundo para centrarse en la utilización de la razón como medio de entendimiento, tal como lo plantea Kant: «la ilustración es la salida del hombre de su condición de menor de edad de la cual él mismo es culpable. La minoría de edad es la incapacidad de servirse de su propio entendimiento sin la dirección de otro» (Kant, 1994, p. 7).

De manera correspondiente, la minoría de edad es justamente el estado de indefensión donde el sujeto se encuentra limitado para su actuación y toma de decisiones, obrando a la luz del entendimiento de otros. Así pues, la mayoría de edad se constituye en la capacidad de autodeterminación del ser humano mediante el discernimiento y la razón para la comprensión del mundo y de sí mismo.

Esta perspectiva, basada en el raciocinio, conduce a trascender la visión mágico-religiosa que la antecede a través de la desmitificación y desencantamiento de los acontecimientos, dando lugar a la razón como forma de entendimiento, que en la actualidad deviene en instrumentalización para controlar y ejercer poder sobre los fenómenos existentes, entre ellos, la comunicación.

Como lo expone Calvo de Saavedra, citando a Bell:

En la sociedad moderna, el principio axial es la **racionalidad funcional** (...). La estructura social es un mundo

cosificado, porque es una estructura de roles, no de personas (...). La autoridad es inherente a la posición, no al individuo, y el intercambio social (en las tareas que deben ser ensambladas) es una relación entre roles. La persona se convierte en un objeto, o una «cosa» (...) (1994, p. 37).

Desde la perspectiva anterior, se forjan los diversos fenómenos de coexistencia, de relacionamiento y comunicación, donde el sujeto despersonalizado responde a exigencias de un mundo encapsulado en lo funcional y productivo. Este sujeto convive con el interrogante permanente de la utilidad o conveniencia de la relación comunicativa con el otro, del rol que asume en la sociedad y el mundo organizacional, y cómo desde allí se podría lograr el escalonamiento a la fama y a la riqueza, a la estabilidad material y a la acumulación de dinero.

En este escenario de la modernidad y desde la postura racionalista funcional, se enmarcan fenómenos como el modelo neoliberal, el capitalismo y la globalización, que nutren la marcada cosmovisión de cómo el otro es un posible candidato objetal de producción y consumo, el cual se puede gobernar para dichos fines a través de la comunicación. Es decir, el ejercicio de comunicar enmarca un poder hegemónico donde se influencia al otro para ser subsumido a intereses particulares, dejando de lado su capacidad de decidir de manera consciente y deliberada.

El modelo neoliberal parte de principios deterministas, donde el camino para el desarrollo mundialista se centra en el libre mercado y el capital. El capitalismo como componente histórico-estructural parte de la acumulación del capital que converge exitosamente con el modelo neoliberal en su búsqueda de un mercado libre, sin límites, y con la intervención mínima del Estado en asuntos del mercado y la globalización que interpenetra todos los escenarios económicos, políticos, sociales y culturales, procurando la homogeneización de los mismos.

De este modo, en el contexto de la sociedad moderna se producen transformaciones estructurales marcadas por los fenómenos expuestos, dejando una importante fisura en los procesos comunicacionales desde la otredad, a partir del desconocimiento del otro como sujeto participante, con mayoría de edad y capacidad de construir comunicaciones emancipadoras.

2. Recuperación de la otredad en la comunicación

Como se resalta en el desarrollo de este texto, un posible camino en el entorno globalizado y mercantilista, es sin duda, la comunicación instrumental como medio de alienación del otro; ese otro, entendido como ajeno y externo a mí mismo y no como una extensión propia.

El extravío del otro en el plano comunicacional es de carácter simbólico y taxativo, en la medida en que existe una materialización en cuerpo y formas de interacción, sin embargo, el significado profundo de la comunicación se traslada al ejercicio del poder y dominio, donde el otro es objetivado y vulnerado. Una comunicación construida desde estos elementos puede conducir a minimizar al otro en su condición de sujeto y lo enmarca en un plano de subyugación, limitando su capacidad de reacción para procesar los contenidos de las comunicaciones que establece y hacer uso de su capacidad de decisión libre y consciente.

De igual manera, se observan procesos de comunicación masiva que introducen estos elementos y que están al servicio de la homogeneización. En este sentido, lo colectivo es atraído por los mecanismos de información y comunicación que ofertan a diario productos y servicios, impulsando la consolidación de un mercado que compra compulsivamente, sin pensar y con un sentimiento tácito de alcanzar la felicidad o perfeccionamiento humano.

No obstante, se entiende que ese otro no solo es gobernado en los actos comunicativos, sino que en otros escenarios puede asumir el rol de gobernante; en concreto, la dinámica de una comunicación que aliena se construye entre los actores implicados y es desde la responsabilidad compartida que se podrían generar transformaciones proactivas.

Ahora bien, el rescate de ese ser independiente y autónomo es posible cuando se trasciende la racionalidad funcional y se establece la lógica de una comunicación democrática e incluyente que reconoce al sujeto en el proceso de diálogo y lo emancipa en pro de su desarrollo integral. Para tal fin se propende por la incorporación de los siguientes principios:

Asumir al otro desde su ser no desde su rol: atendiendo a principios de la humanización de la comunicación,

trascendiendo los roles para el encuentro comunicativo con el otro y reconociendo en primera medida un mundo constituido por seres humanos, donde los roles son asignaciones sociales que pueden ser temporales, en concreto, la esencia del ser humano es inherente y no circunstancial.

Descentrar el poder: en la comunicación el poder puede ser compartido, todos los actores tienen influencia y dominio sobre la comunicación. Es decir, una comunicación democrática donde prima la participación y la igualdad.

Legitimar al otro en su mayoría de edad: considerar al otro como un ser pensante, que simboliza y que se vale por sí mismo, en esa medida los procesos comunicativos pueden ser cuestionados o analizados partiendo del principio de las verdades relativas y validando la verdad de los otros.

Reconocer la capacidad autopoiética: a través de una comunicación incluyente y democrática donde se reconoce la posibilidad que tiene el otro de autogenerarse y autorregularse en pro de su desarrollo. Este principio dejaría a los otros por fuera del plano objetal y les devolvería su estado de sujetos capaces de decisión.

Dar lugar a lo heterogéneo: con el reconocimiento de las identidades y culturas particulares, con su plena conservación y protección, dando posibilidad a lo diverso en un entorno actual penetrado por la globalización, como lo expone García Canclini en su texto *Culturas Híbridas*, donde hace un análisis de hibridación intercultural que está presente en la época contemporánea (1990, p. 264), y mucho más específico en reflexiones que orientan en cómo comprender estos nuevos fenómenos culturales que para efectos de esta reflexión son necesarios en la preservación de lo heterogéneo.

Propender por la individuación: entendida como el reconocimiento y habilitación del sí mismo, de su potencial y singularidad siempre en relación comunicativa con los demás. Es la suscitación de las herramientas que dispone cada sujeto, pero en función de la comunicación con otros, como lo expone Martín Serrano: «Las interacciones comunicativas, por definición, pertenecen a la categoría de los compartimientos heterónomos (...). Heterónimo quiere decir que el logro que persigue un Agente "A" solo puede ser satisfecho con la participación de otro u otros Agentes "B"» (2007, p. 15). Es decir, el proceso comunicativo requiere de los

actores involucrados y de su singularidad para que el efecto del diálogo sea beneficioso.

A modo de conclusión

En el desarrollo del texto se hace una reflexión sobre la comunicación que aliena la otredad en un contexto regido por la racionalidad funcional, el neoliberalismo, el capitalismo y la globalización, de manera posterior se trasciende esta postura hacia la convergencia de posibilidades ambiciosas en la búsqueda de una comunicación que libere, en el restablecimiento del sí mismo y del otro en el acto comunicativo, en la promesa de un encuentro desmitificado y auténtico, sin máscaras y fantasmas que provoquen temor a esta, todo ello en medio de un mundo convulsionado e impredecible que gobierna las interacciones y comunicaciones, solo y en la medida en que así lo decretemos.

Referencias

- Calvo de Saavedra, A. (1994). La modernidad en sus desplazamientos. *Revista Colombiana de Psicología*, (3), 37-42. Recuperado de <http://www.revistas.unal.edu.co/index.php/psicologia/article/view/15811>
- García Canclini N. (1990). *Culturas Híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México: Editorial Grijalbo.
- Kant, I. (1994). Respuesta a la pregunta: ¿Qué es la ilustración? *Revista Colombiana de Psicología*, (3), 7-10. Recuperado de <http://www.revistas.unal.edu.co/index.php/psicologia/article/view/15803>
- Martín Serrano, M. (2007). *Teoría de la Comunicación. La Comunicación, la vida y la sociedad*. Madrid: Mc Graw Hill.