

Bases para un modelo de comunicación pública de la filosofía

Mtra. Liliana Almeida Minjares

Resumen

Este trabajo tiene como objetivo presentar los fundamentos teóricos y las características de un modelo de comunicación pública de la filosofía. Por otro lado, esta exposición tiene como finalidad abrir el diálogo entre los profesionales sobre la importancia, la posibilidad, la necesidad y las claves para hacer comunicación pública de la filosofía.

En primer lugar, explicaré la diferencia que existe entre comunicación, difusión y divulgación, con el fin de aclarar a qué tipo de comunicación se dirige el modelo que propongo. Después expondré las características generales de los diferentes modelos de divulgación de la ciencia y pondré especial atención en el modelo de comunicación del riesgo. Posteriormente, presentaré algunas ideas de Platón, Aristóteles, Peirce y Gadamer que contribuyen a la reflexión sobre las bases de la comunicación, de la motivación y de la producción de conocimiento y que, a su vez, proponen algunas vías para la comunicación pública de la filosofía. A manera de conclusión, expondré los elementos clave y las características generales del modelo de comunicación pública de la filosofía.

Introducción

Resulta paradójico que en el ámbito de la filosofía no exista un grado de profesionalización que se concentre en la comunicación de este mismo saber: si es esencialmente dialógica y, como tal, le es inherente la comunicación, es necesario poner más atención en los medios y formas que hacen posible el diálogo, no solamente entre los profesionales de la filosofía, sino también con un público general. Quizá por esta razón, los pocos productos de divulgación de la filosofía que existen han tomado como modelo a sus homólogos científicos, o bien, se han hecho ignorando los medios necesarios para lograr una efectiva comprensión pública de la filosofía.

Si bien antes de la Modernidad ya se habían hecho diversos textos filosóficos dirigidos a un público no profesional (como el *Protréptico*, de Aristóteles, o el *Sidereus nuncius* y la *Carta a Cristina de Lorena*, de Galileo), fue en la época de la ilustración cuando se empezaron a generar una gran cantidad de textos divulgativos. En esta época, el conocimiento científico aún no se encontraba separado de la filosofía: se divulgaba filosofía de la naturaleza.¹ A pesar de que la empresa divulgativa inició en este contexto, el ímpetu por hacer público el conocimiento no quedó en la filosofía, sino que se separó de ella junto con la especialización e individualización de las ciencias.

Hoy en día, la divulgación de la ciencia se reconoce como una labor profesional desempeñada principalmente por científicos y periodistas y las posibilidades de divulgación han aumentado de forma significativa a la par del progreso de los medios de comunicación. Por ello, no se puede ignorar el camino que han tomado los divulgadores de la ciencia para mediar entre los conocimientos especializados y el público lego, pero tampoco se deben olvidar las propuestas de comunicación de la filosofía que los grandes pensadores han heredado.

Considero que la comunicación pública de la filosofía puede contribuir a la democratización del saber y a la participación reflexiva de los ciudadanos en la toma de decisiones. La divulgación debe aspirar no sólo a transmitir de manera sencilla las ideas de los filósofos de la tradición, sino que también —y principalmente— tiene que comprometerse con el diálogo y la reflexión crítica del conocimiento en general, fomentar la discusión interdisciplinaria y plural y brindar elementos críticos y argumentativos que fomenten el diálogo entre diferentes perspectivas y contribuyan a la generación de opiniones y convicciones razonadas en cada individuo.

¹ Un ejemplo son las *Conversaciones sobre la pluralidad de los mundos*, de Fontenelle (1686). En este texto, el autor reproduce sus conversaciones sobre astronomía con una marquesa, con el fin de que otras mujeres logren entender los mismos conocimientos con un lenguaje sencillo. Curiosamente, la primera cuestión que el ilustrado se propone aclarar a la marquesa es qué es la filosofía.

Comunicación, divulgación y difusión

Tanto la difusión como la divulgación son dos formas de comunicación. Ambas pretenden “hacer saber”, pero se distinguen en que la primera es una forma de transmisión del conocimiento que se da entre profesionales de la misma especialidad o entre personas familiarizadas con el lenguaje o el tema a difundir; mientras que la segunda es una forma de comunicación que va de los expertos a un grupo no experto e implica la generación de un lenguaje común para transmitir y hacer público el conocimiento.²

En general, la difusión consiste en enterar a los no enterados. Se pueden distinguir dos sentidos del verbo “difundir”. El primero se refiere a dar noticia o promover algo para que sea de conocimiento público, por ejemplo, se hace difusión de una exposición de arte a partir de una reseña para que la gente se entere del evento. Por otro lado, difundir se puede entender como la comunicación de un estudio científico a otros expertos. Un ejemplo de medios de este tipo son los congresos y las revistas especializadas, bajo el entendido de que están dirigidos a un sector que comparte el mismo lenguaje técnico.

A pesar de que el objetivo de la divulgación es hacer público y accesible el conocimiento de los expertos, puede entenderse de diversas formas: como la labor de traducción de un lenguaje especializado a uno público, enseñar de forma amena y clara o informar de modo accesible.³

Puesto que etimológicamente el verbo “divulgar” significa propagar o expandir algo entre el vulgo —vulgarizar el conocimiento— y el término “vulgo” o “vulgar” podría denotar cierto elitismo, he preferido utilizar “comunicación pública” en vez de “divulgación” en lo que sigue de este artículo. Aparte, expresa con mayor precisión mi propuesta: hacer comunicación pública de la filosofía va más allá de la traducción de un lenguaje profesional; pretende comunicarla integrándola a la cultura, ubicarla en un contexto epistémico democrático, es decir, en un espacio público abierto al diálogo en el que quiera enterarse o aportar algo, tengan la misma posibilidad de acceder al diálogo.

² Ana María Sánchez, *Introducción a la comunicación escrita de la ciencia*, Xalapa: Universidad Veracruzana 2010, pp. 16-17.

³ *Ibid.*, pp. 22-27.

La comunicación pública del conocimiento tiene como característica esencial el derecho a la participación y el empoderamiento del público, de ahí que el comunicador no podrá perder de vista dos objetivos a la hora de pretender hacer público determinado conocimiento: la búsqueda de un equilibrio epistémico —es decir, que todos puedan tener la información necesaria para entrar en debate— y el principio de equidad epistémica que implica la bienvenida a la pluralidad de tradiciones, disciplinas y perspectivas de conocimiento.⁴

Los modelos de divulgación de la ciencia

Sánchez⁵ distingue dos modelos de divulgación de la ciencia que surgieron en el siglo xx.

El primero es conocido como “modelo de déficit”, ya que presupone a un público deficiente en cuanto a conocimientos científicos, que debe ser alfabetizado por los especialistas. Este esquema propone un proceso de comunicación vertical que va de los expertos a los legos.⁶ El modelo de déficit ha sido especialmente criticado porque, bajo el esquema unidireccional que lo rige, el conocimiento se presenta de manera autoritaria, por lo que no hay garantía de que la comunicación sea efectiva ni de que los conocimientos sean objetivos. Esto porque es el científico quien decide qué y cómo se divulga; el público sólo se involucra como receptor.

Aunque este modelo no interpela al público, puede ser efectivo, dependiendo de los objetivos de la divulgación. Un ejemplo muy simple podría ser un profesor que da clases por primera vez e intuitivamente logra hacer accesible y atractivo el conocimiento a sus alumnos. Lo mismo puede ocurrir con las publicaciones.

El segundo es el “modelo de diálogo”. En éste, la transmisión de conocimiento depende de la participación activa: el divulgador presta atención al contexto del público, lo consulta para tener en

⁴ Ambrosio Velásco “¿Cómo defender a la democracia multicultural de la ciencia?”, en Ana Rosa Pérez y Ambrosio Velasco (coords.), *Racionalidad en ciencia y tecnología*, México: UNAM, 2011, p. 478.

⁵ Sánchez, *op. cit.*, p. 13.

⁶ Steve Miller, “Public Understanding of Science at the Crossroads”, *Public Understanding of Science* 10, pp. 115-116.

cuenta sus intereses y opiniones y lo hace participar tanto en la definición del problema como en la solución.⁷

Irwin⁸ señala que, aunque este modelo implica la participación del público, no siempre logra ser efectivo y democrático, sobre todo cuando el experto sigue reclamando su autoridad e imponiendo sus “certezas”, cuando la ciencia es presentada como el único conocimiento que puede responder a la cuestión que se divulga y, por tanto, las discusiones terminan en una confrontación o constatación entre expertos.

También este tipo de divulgación ha resultado efectiva porque, aunque no siempre involucra una participación interdisciplinar, sí atiende a las necesidades del público y logra transmitir conocimiento. Ejemplos hay muchos, como la mayoría de los textos de divulgación de la ciencia que están en el mercado y la mayoría de los museos en México. Si bien están pensados para un público, no necesariamente involucran la discusión con otros conocimientos o disciplinas ni tampoco se presentan como espacios de diálogo en los que el público aporte sus conocimientos de manera activa.

A partir de la valoración y crítica de los modelos anteriores, es posible llegar a lo que Irwin⁹ llama “tercer modelo” o “modelo de comunicación del riesgo”. En términos generales, Irwin propone un modelo de divulgación de la ciencia en el que no haya información oculta al público, que se reconozca la incertidumbre en el conocimiento y que, a su vez, se asuman como igualmente competentes en la discusión tanto a los expertos como al público. Este modelo propone una comunicación abierta sobre los riesgos de los productos y el quehacer científico y no sólo de sus logros, aparte de que implica la comunicación integral e interdisciplinaria del problema.¹⁰

⁷ Edna F. Einsiedel, “Public Participation and Dialogue”, en Massimiano Bucchi y Brian Trench (eds.), *Handbook of Public Communication of Science and Technology*, Londres: Routledge, 2008, p. 175.

⁸ Alan Irwin, “Risk, Science and Public Communication. Third-order Thinking about Scientific Culture”, en Massimiano Bucchi y Brian Trench (eds.), *Handbook of Public Communication of Science and Technology*, Londres: Routledge, 2008, pp. 199-202.

⁹ *Ibid.*, pp. 202-208.

¹⁰ Irwin asume que el diálogo es sobre un problema que, si bien le compete a la ciencia, interesa e influye en todos los ámbitos humanos. Es por esto que cualquiera puede aportar a la discusión a pesar de que no sea un especialista

Por otro lado, pretende crear un espacio de diálogo democrático al eliminar cualquier posibilidad de autoritarismo, paternalismo y cientificismo y agrega un mayor interés y apertura a la diversidad y a los diferentes contextos.

En términos generales, lo que Irwin propone es un modelo de divulgación crítica y dialógica o de comunicación pública del conocimiento que apueste por la racionalidad y competencia de cualquier ser humano para poder aprender, enterarse, aportar y tener una opinión crítica sobre cualquier problema.

Uno de los ejemplos de este tipo de divulgación es la exposición *A Question of Truth* del Ontario Science Centre. El tema principal es la naturaleza de la ciencia y su objetivo es ponerla en duda al mostrar, por ejemplo, que la ciencia occidental no es la única forma de conocimiento válido e insiste en que las explicaciones de la realidad dependen del contexto. La exposición es una invitación a poner en duda el cientificismo y las creencias o prejuicios que se tienen sobre la ciencia y otros tipos de conocimiento y propone un análisis de ella a partir de otras disciplinas. Es un ejemplo de lo que los museólogos llaman “exposición crítica”, puesto que fomenta la verdadera participación y el empoderamiento del público haciéndolo tomar parte en las discusiones y explorando la idea de que el futuro depende de que el público esté bien informado.¹¹

Aunque estos modelos tienen diferentes matices, no son excluyentes. Sin embargo, es importante valorar el alcance que cada uno puede tener de acuerdo con el público, los conocimientos que se pretenden comunicar y las características de los medios de comunicación que se vayan a emplear.

o no conozca a profundidad los terrenos del debate. Sin embargo, se espera que, al inmiscuirse en la discusión, cualquier participante llegue a cierta comprensión del problema, de sus riesgos, de sus implicaciones, de su importancia, etcétera, y por supuesto, también se espera que valore de manera crítica el problema y que al final haya enriquecido su propio conocimiento y el de los demás.

¹¹ Erminia Pedretti, “T. Kuhn Meets T. Rex: Critical Conversations and New Directions in Science Centres and Science Museums”, *Studies in Science Education* 37 (1), p. 11.

Nociones de comunicación pública de la filosofía

En este apartado presentaré de manera breve algunas ideas que considero especialmente significativas para sentar las bases filosóficas de la comunicación pública de la filosofía. Con la presentación de estas ideas no pretendo conformar un método de comunicación, sino esbozar las claves fundamentales de un modelo de comunicación pública de la filosofía, a partir del cual se puedan desarrollar diversos métodos de acuerdo con los medios de comunicación, los contenidos y el público específico.

En el *Fedro*, Platón expone su teoría sobre la comunicación de la filosofía. Aparte de presentar una crítica a la retórica de los poetas y sofistas, habla del verdadero arte de la palabra, una retórica filosófica o dialéctica cuyo objetivo es comunicar conocimiento verdadero. En este diálogo, Platón resalta dos elementos fundamentales para la dialéctica filosófica: en primer lugar, el filósofo debe de partir de la verdad y, por tanto, tener un amplio conocimiento del tema de su discurso; en segundo lugar, debe conocer al público al que se dirige para poder comunicar efectivamente dicho tema:

Antes de que alguien vea la verdad de aquello sobre lo que habla o escribe, y llegue a ser capaz de definir cada cosa en sí y, definiéndola, sepa también dividirla en sus especies hasta lo indivisible, y por este procedimiento se haya llegado a conocer a fondo la naturaleza del alma, descubriendo la clase de palabras adecuadas a la naturaleza de cada una, y establezca y adorne el discurso de manera que dé al alma compleja discursos complejos y multisonoros, y simples a la simple, no será posible que se llegue a manejar con arte el género de los discursos, en la medida en que su naturaleza lo permita, ni para enseñarlos ni para persuadir.¹²

El método que Platón propone para hacer un discurso filosófico no sólo es aplicable a la comunicación de la filosofía entre filósofos. La dialéctica es un método para comunicar conocimiento verdadero a diversos públicos, de ahí el énfasis que pone en el conocimiento del alma del público al que se dirige. Además, advierte que el filósofo debe ser capaz de “descomponer” aquello que se discute en cada uno de sus elementos, de modo que el discurso tendrá que poner al descubierto la información relevante y los problemas implícitos.

¹² *Fedro*, 277b-c.

En el *Fedro*, Platón propone un modelo de comunicación amplia que implica lo siguiente: 1) que la filosofía es en sí misma una actividad comunicativa puesto que es dialógica, de tal modo que no hay filosofía sin comunicación: es una forma de comunicar con verdad y en vistas a ella; 2) que la filosofía es comunicable a diferentes públicos y que una de las responsabilidades fundamentales del filósofo es conocer a los sujetos a los que se dirige y su contexto para transmitir adecuadamente sus ideas; y 3) que la mejor forma de comunicar filosofía es aquella que logra involucrar al público. De ahí que, en la última parte del *Fedro*, Platón señale que la oralidad es el mejor instrumento para comunicar filosofía porque permite un diálogo vivo en el que puede haber retroalimentación entre el que hace el discurso y el público que lo recibe.¹³

Aristóteles afirma que todo aprendizaje o enseñanza se produce a partir de conocimientos previos¹⁴ y que la vía natural de la investigación consiste en iniciar por lo que es evidente para llegar a comprender aquello que no se tiene claro,¹⁵ de modo que, tanto para adquirir como para comunicar un nuevo conocimiento, se debe tomar como punto de partida lo que comúnmente se asume como evidente o verdadero o algo en lo que los interlocutores estén de acuerdo, ya sea un concepto, problema, un hecho observado o incluso que se esté de acuerdo en que algo les parece dudoso:

Debemos intentar convencer por medio de argumentos, empleando los hechos observados como de prueba y ejemplo. Lo mejor, en efecto, sería que todos los hombres estuvieran claramente de acuerdo en lo que vamos a decir, pero si esto no es posible, al menos que todos estén de acuerdo de alguna manera, lo cual deberá provocar un cambio progresivo. Todo hombre, pues, tiene algo propio en relación con la verdad, y partiendo de esto, debemos aportar alguna especie de prueba sobre estas materias. Partiendo, pues, de juicios verdaderos, pero oscuros, y avanzando, llegaremos a otros claros, si reemplazamos las afirmaciones confusas habituales por otras más conocidas.¹⁶

¹³ *Fedro*, 275d-e.

¹⁴ *Analíticos segundos*, 71a 1-8.

¹⁵ *Física*, 184a 17-21.

¹⁶ *Ética eudemia*, 1216b26-34.

De acuerdo con Aristóteles, la condición de posibilidad para el conocimiento a través del diálogo es que exista un acuerdo inicial, aunque sea mínimo. La comunicación de un conocimiento nuevo necesariamente parte de conocimientos previos. Así, la efectiva comprensión y el interés inicial por parte del público dependerán de que el comunicador tome como punto de partida problemas o conceptos conocidos por los implicados en la comunicación. Aparte, es necesario considerar que el conocimiento verdadero —o al menos la aproximación a la verdad— es posible gracias a la cooperación. De ahí que toda opinión, por absurda que parezca, pueda proponer al menos un problema que presuponga falta de claridad, un malentendido o una duda y eso es ya una aportación a la investigación de la verdad. No es posible que una persona llegue a la verdad absoluta, pero tampoco es posible que todos se encuentren en el error, de modo que, aunque algunos contribuyan más que otros, en conjunto, es posible acercarse a la verdad.¹⁷

La búsqueda de la verdad exige la pregunta por el sustento del conocimiento y por qué se cree en lo que se cree, con el fin de dar razón de las convicciones. Al tomar en cuenta las ideas de Aristóteles, habrá que considerar que, si bien se parte de lo evidente y conocido, esto no necesariamente es verdadero. La tarea de la filosofía consiste en dar razón y reflexionar sobre aquello que se asume como evidente o verdadero y la tarea de la comunicación pública de la filosofía es propiciar esta reflexión. Es necesario aclarar en qué consisten, cómo se adquieren y se modifican estos prejuicios, conocimientos o creencias que se dan por verdaderas.

Para Peirce,¹⁸ las creencias son hábitos o disposiciones que determinan a actuar de una u otra manera, de modo que, si las opiniones han sido fijadas por agentes externos —o a lo que Peirce se refiere con los métodos de tenacidad, de autoridad y de *a priori*—,¹⁹ difícilmente se podrán tener creencias verdaderas y acciones libres, puesto que las opiniones no son producto de la reflexión:

¹⁷ *Metafísica*, 993a30-b3.

¹⁸ Charles Sanders Peirce, “The Fixation of Belief”, *Popular Science Monthly* 12, 5.371. Disponible en: www.cspeirce.com/menu/library/bycsp/fixation/fx-frame.htm

¹⁹ *Ibid.*, 5.378-5.387.

El hombre debiera reflexionar sobre ellas, y considerar entonces que, después de todo, lo que él quiere es que sus opiniones coincidan con el hecho, y que no hay razón alguna de por qué los tres primeros métodos deban lograr esto [...] Con base en tales consideraciones ha de realizar su elección —una elección que es mucho más que la adopción de una opinión intelectual, que es una de las decisiones capitales de la vida, a la que, una vez tomada, está obligado a vincularse.²⁰

La importancia de cuestionar o revisar las creencias reside principalmente en que éstas conforman el marco teórico en el que se sustentan las decisiones morales y la comprensión del mundo. Peirce señala que aquello que incita a conocer algo nuevo no son las creencias que se dan por verdaderas, sino que son las dudas las que inclinan a revisar las opiniones: “Es inútil decirle a un hombre que comience dudando de las creencias familiares, a menos que digas algo que le haga dudar de ellas realmente”;²¹ aparte de que es imposible generarse una duda a voluntad: ella tiene siempre un origen externo.²²

Peirce propone al método de la ciencia como la mejor vía de fijación de creencias, ya que permite determinarlas por lo externo, es decir, por una realidad que es objetiva y común a todos. La realidad, asumida como una creencia de sentido común, permite encontrar incompatibilidades en las proposiciones propias y, a partir éstas, surgen dudas legítimas por aclarar con el método de la ciencia, que, de acuerdo con Peirce, es el único que desde la reflexión crítica y la confrontación con lo real puede llevar a una verdad o conclusión común.²³

La tarea del divulgador no consiste en tratar de imponer sus creencias o poner en duda aquello de lo que no parece haber razones

²⁰ *Ibid.*, 5.387.

²¹ Charles Sanders Peirce, *Logic*, en *Collected Papers of Charles Sandes Peirce*, Charles Hartshorne, Paul Weiss y Arthur Burks (eds.), Cambridge: Harvard University Press, 1873, 7.322.

²² Charles Sanders Peirce, *Issues of Pragmaticism*, en *Collected Papers of Charles Sandes Peirce*, Charles Hartshorne, Paul Weiss y Arthur Burks (eds.), Cambridge: Harvard University Press, 1905, 5.443.

²³ Peirce, *The Fixation of Believe*, 5.384.

para dudar, sino en presentar perspectivas (y por supuesto, entre ellas puede exponer su opinión) con el fin de motivar a la duda y a la reflexión crítica de las creencias a partir del método científico para llegar a un conocimiento común.

Siguiendo la sugerencia de Peirce, si la comunicación pública de la filosofía pretende suscitar la reflexión crítica, deberá buscar los medios para motivar dudas reales y significativas para el público, para que cada quien, de manera razonada, adopte una opinión a partir de la reflexión de sus creencias iniciales y las nuevas perspectivas. Imponer dudas o sugerir que las creencias comunes del público son falsas de manera dogmática abre una brecha entre los dialogantes. Es mejor partir de los acuerdos, presentar evidencias y mostrar otras perspectivas para invitar a un diálogo racional y a una auténtica reflexión que logre aclarar nuestras opiniones.

De manera similar, Gadamer sugiere que los prejuicios condicionan la comprensión y aunque la propuesta de la comprensión hermenéutica también invita a la revisión de creencias, a diferencia de Peirce, considera que el método no es una vía privilegiada para acceder a la verdad. Gadamer afirma que toda comprensión es prejuiciosa y que no existe método que pueda liberar de su historicidad implícita.²⁴ Por un lado, se pertenece a una tradición de la que se hereda un conjunto de prejuicios que conforman la conciencia histórica o lo que Gadamer llama “horizonte del pasado”; por el otro, está el “horizonte del presente” determinado por los prejuicios actuales de cada individuo.²⁵ La comprensión se logra con la fusión de ambos horizontes, en el desplazamiento de uno a otro que permite percatarse de la alteridad:

El concepto de horizonte se hace aquí interesante porque expresa esa panorámica más amplia que debe alcanzar el que comprende. Ganar un horizonte quiere decir siempre aprender a ver más allá de lo cercano y de lo muy cercano, no desatenderlo, sino precisamente verlo mejor integrándolo en un todo más grande y en patrones más correctos [...] el horizonte del presente está en un proceso de constante formación en la medida en que estamos

²⁴ Hans-Georg Gadamer, *Verdad y método*, Ana Agud y Rafael de Agapito (trads.), Salamanca: Sígueme, 2003, pp. 437-438.

²⁵ *Ibid.*, p. 375.

obligados a poner a prueba constantemente todos nuestros prejuicios. Parte de esa prueba es el encuentro con el pasado y la comprensión de la tradición de la que nosotros mismos procedemos.²⁶

De acuerdo con Gadamer, la tradición funciona en todo momento como un interlocutor, “es un verdadero compañero de comunicación al que estamos vinculados como lo está el yo al tú”.²⁷ La comprensión no sólo consiste en interpretar el pasado, implica una conversación entre el intérprete de la tradición y su situación presente.

Esta comprensión sólo es posible cuando se encuentra uno en la tradición, es decir, cuando se percata de sus prejuicios actuales.²⁸ La tradición no sólo es conservación, sino que es una expresión dialógica en la que, de manera continua, se renuevan los prejuicios (tanto de ella como los del intérprete) que están en interacción permanente.

La comunicación de todo conocimiento implica una conversación entre diversos intérpretes de la tradición y el único escenario en el que se puede analizar la validez de los prejuicios e interpretaciones es el *sensus communis* de una comunidad determinada. Aceptar la intromisión de un punto de vista extraño implica someterse a la pretensión de superioridad epistémica de un externo, que por ajeno a la comunidad, no tiene la conciencia histórica para juzgar la validez de los prejuicios de la tradición específica.²⁹ Esto no impide que pueda haber un diálogo entre diferentes tradiciones, pero sí señala que no puede haber comunicación efectiva sin el reconocimiento de la pluralidad y de la validez de los prejuicios que caracterizan a cada colectividad.

Siguiendo las tesis de Gadamer y sus implicaciones en la comunicación, el divulgador debe tener en cuenta que la comunicación efectiva de la filosofía y de cualquier otro conocimiento sólo es posible reconociendo las creencias y los prejuicios del público al que se dirige, en primer lugar, porque la tradición es el ámbito en

²⁶ *Ibid.*, pp. 375-376.

²⁷ *Ibid.*, p. 434.

²⁸ *Ibid.*, p. 369.

²⁹ Ambrosio Velasco, “Tradición, hermenéutica y política”, en *Gadamer y las humanidades. Volumen II: Filosofía, historia, ciencias sociales*, México: UNAM, 2007.

el que cada ser humano se reconoce y es a partir del cual puede conocer otras perspectivas, y en segundo lugar, porque si bien el comunicador de la filosofía debe ser experto en su área, esto no supone una superioridad epistémica con respecto a los que no son expertos ni sus creencias, por más reflexionadas y fundamentadas, podrán ser autoridad de aquel que no tenga motivos significativos para reconocerlas.

La generación de un lenguaje común entre los profesionales de la filosofía y el público lego no es una labor anterior a la comunicación. Sería absurdo pretender que el filósofo apartado del público generara los medios para el diálogo sin entrar en uno:

Toda conversación presupone un lenguaje común, o mejor dicho, constituye desde sí un lenguaje común [...] El acuerdo sobre el tema, que puede llegar a producirse en la conversación, significa necesariamente que en la conversación se elabora un lenguaje común. Este no es un proceso externo de ajustamiento de herramientas, y ni siquiera es correcto decir que los compañeros de diálogo se adaptan unos a otros, sino que ambos van entrando, a medida que se logra la conversación, bajo la verdad de la cosa misma, y es ésta la que los reúne en una nueva comunidad.³⁰

A partir de esta noción de conversación, se distingue una de las claves distintivas de la comunicación pública frente a la divulgación: la primera construye un lenguaje común en el diálogo, de modo que no es el comunicador quien decide el lenguaje apropiado para transmitir el conocimiento. La comunicación pública no depende de una vulgarización del conocimiento para posteriormente comunicar. En todo caso, depende de que el comunicador esté dispuesto a motivar la conversación con el fin de que en el diálogo se genere un nuevo lenguaje entre los interlocutores.

El objetivo de la comunicación pública de la filosofía es generar un espacio de conversación, de “transformación hacia lo común”,³¹ en el que el pensamiento heredado por la tradición y las herramientas críticas y reflexivas de la filosofía entren en diálogo con diferentes disciplinas y tradiciones, con el fin de llegar a consensos

³⁰ Gadamer, *op. cit.*, p. 458.

³¹ *Id.*

indispensables para solucionar problemas comunes y fortalecer la participación pública de los diversos sectores sociales.

El modelo de comunicación pública y crítica de la filosofía

El modelo de comunicación pública de la filosofía tendría que cumplir con las siguientes características básicas:

1. El comunicador deberá tener un conocimiento suficiente del tema que pretende comunicar, sus implicaciones, sus problemas y sus aporías.
2. El comunicador debe conocer al público y su contexto. Esto implica que necesariamente tiene que hacer estudios de público y valerse de un medio de comunicación apto para él.
3. El comunicador de la filosofía debe partir de conceptos y problemas comunes, es decir, debe adoptar un lenguaje adecuado y presentar la filosofía de un modo que pueda ser interesante y significativa.

Hasta este tercer punto se cumplen las características del “modelo de diálogo” de la divulgación de la ciencia y las propuestas generales de la dialéctica filosófica de Platón expuestas en el *Fedro*, que sin duda resultan aptas para un modelo de divulgación filosófica y que no pretende necesariamente propiciar un diálogo y un lenguaje a la menara de la comunicación pública. Por ejemplo, son suficientes para una clase de bachillerato, un libro de texto, una exposición, un video o literatura que pretendan exponer ideas o contenidos filosóficos con un lenguaje no técnico y que no necesariamente se nutran con la retroalimentación, aunque tomen en cuenta sus necesidades como punto de partida.

Sin embargo, para poder construir un modelo de comunicación pública de la filosofía, es necesario añadir los elementos que el modelo de comunicación del riesgo añade, considerar el lugar que Platón asigna a la oralidad dialéctica, tomar en cuenta el papel de la cooperación en la búsqueda de la verdad que propone Aristóteles, asumir la posibilidad de cuestionar el fundamento de las creencias propias, motivar la generación de dudas significativas que sugiere Peirce, y por último, permitir la generación de un lenguaje común —que le es inherente a toda comunicación— y de espacios para el diálogo plural a partir de la comprensión hermenéutica de Gadamer.

Al tomar en cuenta estos elementos, el modelo de comunicación pública de la filosofía deberá cumplir también con las siguientes características:

4. El que pone el problema sobre la mesa de diálogo, es decir, el divulgador o experto, no debe omitir información; debe partir de aquello que se tiene como conocimiento verdadero, pero también debe comunicar las anomalías, los riesgos y los posibles errores en sus conjeturas. A su vez, debe ser consciente de que la apertura a la comunicación puede llevarlo a modificar o enriquecer su conocimiento inicial. Se espera que los dialogantes adopten la misma posición crítica.

5. El divulgador debe involucrarse previamente con el público. Los problemas que se presenten para el análisis filosófico deben resultar significativos para él y se debe atender al contexto y la diversidad.

6. La comunicación inicia con lo que es evidente y conocido tanto para el público como para los expertos. Esto es la condición de posibilidad para la generación de un lenguaje común. El comunicador tendrá que familiarizarse, en la medida de lo posible, con el conocimiento que su público considera como relevante y evidente. El problema filosófico debe presentarse contextualizado de tal modo que el divulgador sea consciente de que la filosofía únicamente puede responder a ciertos ámbitos del problema y que es necesario considerar a otros especialistas y afectados que puedan aportar más información para la comprensión del contexto y para la solución del problema.

7. La filosofía debe presentarse como una parte importante en la integración del conocimiento, dispuesta a interactuar con otras disciplinas y tradiciones de pensamiento y a enfatizar sus límites y sus alcances.

8. La afirmación de que todos pueden acceder al conocimiento filosófico es la clave para la generación de un espacio público, puesto que implica que los expertos y el público se encuentran en el mismo nivel epistémico en la discusión, conocen cosas distintas y tienen diferentes perspectivas. No se presentan certezas o verdades opinadas; se presentan perspectivas sujetas a la crítica y a la reflexión de los dialogantes.

9. El modelo de comunicación pública y crítica de la filosofía podrá considerarse efectivo si logra un diálogo vivo que, por un lado, involucre e invite a la comunidad a proponer y discutir problemas y soluciones a través de la filosofía (integrando a otros saberes) y, por el otro, que contribuya a la formación de un criterio razonado e informado en cada individuo en vistas al bien común. La posibilidad de hacer comunicación pública de la filosofía depende de que los filósofos profesionales se hagan conscientes, en primer lugar, de que la filosofía puede contribuir a la democratización del conocimiento, a la motivación de cada individuo a conocer más y a reflexionar sobre los problemas comunes; y en segundo lugar, que a la filosofía le es inherente la comunicación y que sería importante reflexionar sobre el modo en que se transmite y diversificar sus medios de comunicación.

Considero que los nueve puntos que conforman las características del modelo pueden servir como un fundamento teórico para hacer comunicación pública de la filosofía. Sin embargo, sólo en la práctica y con la retroalimentación entre los que hagan comunicación pública de conocimiento y el público se reforzará el esquema y se enriquecerá con nuevas alternativas que se adapten a los requerimientos del público y de los contenidos por comunicar.

Bibliografía

- Aristóteles, *Analíticos Segundos*, en *Tratados de lógica II*, Miguel Candel San Martín (trad.), Madrid: Gredos, 1995.
- _____, *Ética eudemia*, Julio Pallí Bonet (trad.), Madrid: Gredos, 1998.
- _____, *Física*, Guillermo R. de Echandía (trad.), Madrid: Gredos, 2008.
- _____, *Metafísica*, Tomás Calvo Martínez (trad.), Madrid: Gredos, 2003.
- Einsiedel, Edna F., “Public Participation and Dialogue”, en Massimo Bucchi y Brian Trench (eds.), *Handbook of Public Communication of Science and Technology*, Londres: Routledge, 2008.
- Fontenelle, Bernard le Bovier, *Conversations on the Plurality of Worlds*, Berkeley: University of California Press, 1990.

- Gadamer, Hans-Georg, *Verdad y método*, Ana Agud y Rafael de Agapito (trads.), Salamanca: Sígueme, 2003.
- Irwin, Alan, "Risk, Science and Public Communication. Third-order Thinking about Scientific Culture", en Massimo Bucchi y Brian Trench (eds.), *Handbook of Public Communication of Science and Technology*, Londres: Routledge, 2008.
- Miller, Steven, "Public Understanding of Science at the Crossroads", *Public Understanding of Science* 10, pp. 115-116.
- Pedretti, Erminia, "T. Kuhn Meets T. Rex: Critical Conversations and New Directions in Science Centres and Science Museums", *Studies in Science Education* 37 (1), pp. 1-41.
- Peirce, Charles Sanders, "La fijación de la creencia", en José Vericat (trad., introd. y notas), *El hombre, un signo*, Barcelona: Crítica, 1988.
- _____, "The Fixation of Belief", *Popular Science Monthly* 12. Disponible en www.cspeirce.com/menu/library/bycsp/fixation/fx-frame.htm
- _____, "Issues of Pragmaticism", en *Collected Papers of Charles Sandes Peirce*, Charles Hartshorne, Paul Weiss y Arthur Burks (eds.), Cambridge: Harvard University Press, 1905.
- _____, "Logic", en *Collected Papers of Charles Sandes Peirce*, Charles Hartshorne, Paul Weiss y Arthur Burks (eds.), Cambridge: Harvard University Press, 1873.
- Platón, *Fedro*, en *Diálogos III*, Emilio Lledó Íñigo (trad.), Madrid: Gredos, 1988.
- Reale, Giovanni, *Platón. En búsqueda de la sabiduría secreta*, Roberto Heraldo Bernet (trad.), Barcelona: Herder, 2002.
- Sánchez, Ana María, *Introducción a la comunicación escrita de la ciencia*, Xalapa: Universidad Veracruzana, 2010.
- Szlezák, Thomas, *Reading Plato*, Londres: Routledge, 1999.
- Velasco, Ambrosio, "¿Cómo defender a la democracia multicultural de la ciencia?", en Ana Rosa Pérez y Ambrosio Velasco (coords.), *Racionalidad en ciencia y tecnología*, México: UNAM, 2011.
- _____, "Tradición, hermenéutica y política", en *Gadamer y las humanidades. Volumen ii: Filosofía, historia, ciencias sociales*, México: UNAM, 2007.

