

SENTIDO, SIGNIFICADO Y REFERENCIA: LA ACCIÓN SIMULTÁNEA DE RECIBIR Y CREAR EL MUNDO

ROSEMARY BRUNA RAMÍREZ
Universidad de Chile
rose.bruna.ram@gmail.com

RESUMEN

En esta ponencia se realiza un análisis de la concepción de mundo común y sentido común de Giannini, que lleva a adentrarse en su teoría de la acción comunicativa en que se conjugan los conceptos de sentido, significado y referencia, elementos constitutivos de la acción comunicativa que aparecen como condición necesaria para la comunicación y, por lo tanto, para la construcción de un mundo común, pues éste correspondería a los vínculos intersubjetivos que engendramos en la comunicación. Así mismo, tales elementos aparecen como producto de la acción comunicativa, lo cual supone que el mundo común es a la vez condición y resultado de la comunicación intersubjetiva. En esta ponencia se propone resolver esta aparente circularidad situando los conceptos involucrados en la acción comunicativa en un 'aquí' y 'ahora' históricos.

PALABRAS CLAVE: Comunicación, Acción comunicativa, Sentido, Significado, Referencia, Mundo común.

Las últimas palabras del profesor Giannini están escritas en el periódico *The Clinic*, en su edición publicada el 04 de diciembre del 2014. Tras la última pregunta del entrevistador, el profesor responde: “Y si se puede tener filosofía, mi filosofía de centro es el sentido común. No abandonar nunca el sentido común, la filosofía no podría abandonarlo. Ya que no tenemos universo, porque se fue muy lejos, tenemos mundo, el mundo de nosotros. Eso para mí es muy importante” (Giannini, 2014, diciembre 04). Luego de esto, es bien sabido, pierde la consciencia.

Llama profundamente la atención esta frase, la última. En ella aparecen los que, podríamos decir, son los ejes fundamentales de su filosofía, cual si fuera una síntesis de su obra vital: el tema del 'sentido común' y 'el mundo de nosotros'; aquel donde realizamos la

con-vivencia con otros, ese que no es de meros objetos físicos agrupados uno al lado de otro, sino el *nuestro*, el del *sentido común*. Ese otro mundo de objetos insertos en puras relaciones causales, es el que se ha ido muy lejos. En sus clases, el profesor aludía constantemente a la pérdida del universo tras la crisis en que cae la modernidad al comprender que sus verdades establecidas son desechadas por nuevos descubrimientos: la Tierra no es el centro del universo, ni es plana, sino un orbe que gira alrededor del Sol, el mundo conocido se expande tras el descubrimiento de América, entre tantos otros que sacudieron la realidad del hombre moderno. El universo “se fue muy lejos” (Giannini, 2014, diciembre 04) porque la humanidad perdió la certeza del conocimiento universal y necesario. Después de esto, la objetividad es puesta en cuestión –se observa en los escritos de la filosofía moderna. Para nosotros, esto es aún más potente, después de que los parámetros de la misma ciencia empírica –supuestamente, la que establece las verdades objetivas–, giraran hacia un paradigma relativista, especialmente con la teoría de Einstein. El universo, entendido como mundo objetivo, entonces, se ha ido muy lejos. ¿Qué nos queda? El mundo, el mundo *nuestro*.

Si rastreamos el concepto de mundo en la filosofía de Giannini, nos encontramos con que la objetividad no tiene el rol protagónico a la hora de hablar de mundo, ni tampoco lo tiene la subjetividad: el mundo no depende de una solitaria consciencia individual. El mundo, para que sea nuestro, en plural, debe instalarse en el plano de aquello que queda ‘*entre*’ lo puramente subjetivo y lo objetivo; según el profesor aquel es el plano de lo inter-subjetivo. Comprender el mundo se trata, entonces, de comprender lo *inter*-subjetivo.

En este espacio-entre, los sujetos se encuentran. Si bien, no tenemos nunca acceso a la conciencia de otro sujeto, en este espacio común es que nos reconocemos como iguales,

es decir, es en él donde un 'yo', que sólo puede acceder directamente a su propia consciencia, reconoce al otro como un ser similar a sí, otro con *su* propia consciencia (otro *desde sí*), como algo distinto de la mesa o las sillas, del vaso o de la hoja. Según Giannini, este encuentro entre sujetos se da necesariamente en la acción comunicativa. La comunicación exige lo que Giannini llama 'principio de reciprocidad', es decir, que a toda voluntad de comunicar la funda un esperar que el otro responda ante nuestra palabra o gesto comunicativo; en ello reconocemos al otro como un ser *capaz* de responder, no con una respuesta automática de tipo causa-efecto, sino con la libertad que suponemos en el otro al reconocerlo como sujeto.

Esta reciprocidad como rasgo fundamental de la comunicación, la sitúa en el meollo de la intersubjetividad, en tanto que exige necesariamente la presencia de un tú y un yo. En su artículo Dar la palabra o de la insolvencia del yo, Giannini dice: "Bien puede haber acción sin experiencia del otro, pero no puede haber acción **comunicativa** sin experiencia del otro. Ahora bien, tampoco puede haber experiencia del otro sin que esta sea bajo la forma de una interacción comunicativa. Es solo en este sentido que tenemos derecho a hablar de 'una experiencia real del otro'." (2011, p. 188). En este pasaje la comunicación es presentada como *acción* comunicativa. La acción, es entendida por Giannini como aquello que realizamos de manera intencionada y que tiene repercusiones en el mundo; cuando a ésta se le agrega el carácter necesariamente intersubjetivo, cuando se suma el 'principio de reciprocidad' que establece que el otro no sólo me escucha, sino que me responde (aun cuando no me diga palabra alguna), es acción comunicativa. En esta inter-acción comunicativa es donde se da, entonces, el encuentro de los sujetos, que sin la comunicación estarían aislados en sus propias consciencias.

Si para comprender el mundo nuestro, era necesario comprender la inter-subjetividad, y la intersubjetividad necesariamente se realiza en la comunicación, se sigue de ello que el mundo y la comunicación están relacionados esencialmente.

La acción comunicativa, tal como decíamos, en su calidad de acción, necesariamente influye en nuestro mundo: lo transforma, lo renueva, lo re-crea. Por tanto, para comprender el mundo, el nuestro, **es** necesario comprender la acción comunicativa.

Al analizar la estructura de la acción, y de la acción comunicativa en particular, aparecen, en la concepción de Giannini, los conceptos de ‘sentido’, ‘significado’ y ‘referencia’. Palabras que corresponden a nociones clásicas de la filosofía del lenguaje y la lingüística, pero de las que Giannini se distancia en tanto que no busca comprender la estructura de un lenguaje formal o las propiedades sintáctico-semánticas de una determinada lengua, sino las dinámicas de la comunicación situada en un momento y un lugar históricos: en un ‘aquí’ y ‘ahora’. Por esta misma razón, Giannini no se encarga de profundizar demasiado en la comunicación escrita, poniendo su atención en la comunicación presencial: la comunicación ‘corp-oral’; término que acuñó durante sus últimas investigaciones y que se refiere a que comunicamos no sólo mediante el lenguaje oral, sino también a través del cuerpo.¹

Ahora bien, en nuestra comunicación corp-oral, que corresponde siempre a una *acción* comunicativa en la que nos encontramos con otros y re-creamos el mundo común, se encuentran los tres elementos mencionados: sentido, significado y referencia.

El significado, como lo comprendemos usualmente, corresponde al *qué* de una cosa, o de una palabra y, en este caso, de una acción. En torno a las palabras, el significado está dado por diversas acepciones que nos indican el uso correcto de la palabra para referirse al objeto que ésta representa dentro del sistema lingüístico al que pertenece. Si un objeto tiene

significado, esto quiere decir que el objeto representa otra cosa que sí mismo, del mismo modo en que las palabras representan el objeto. Giannini indaga en la naturaleza del significado de las acciones, que no parece ser tan evidente como la del significado de las palabras o de objetos simbólicos, tal como los usamos cotidianamente. Es de esperar, por lo pronto, que respecto del significado de las acciones la función representativa del significar se mantenga. ¿Pero qué representaría una acción? Tomemos como ejemplo la acción comunicativa de prometer –tan estudiada por el mismo Giannini–: decir ‘te prometo que...’, debiera representar otra cosa que las palabras dichas; representa en este caso, una nueva relación en la que entramos con aquel a quien prometemos, una relación en la que el otro espera que yo cumpla aquello que prometí, es decir, representa un vínculo en que estamos com-prometidos. Independiente de si cumplo o no mi promesa, al realizar la acción comunicativa de prometer, el significado corresponde precisamente a esta nueva relación representada, con sus peculiaridades que la hacen una promesa y no otra cosa, pues cada acción tiene un significado particular. Prometer significa algo distinto de pedir, algo distinto de dar, de jurar o de dar una orden.

De dónde proviene el qué de la acción, su significado, no es una cuestión dada desde un lugar ajeno al espacio intersubjetivo de la comunicación misma. “El significado de una acción no consiste en el nombre que se le asigne, o en los conceptos que la definan. Este es un trabajo comunitario lento e invisible que viene desde muchísimo antes” (Giannini 2007, p. 85). Lo que significa una acción comunicativa de promesa, petición o mandato, es algo que se construye intersubjetiva e históricamente; lo que significa para nosotros la promesa, probablemente dista de lo que significa la promesa en el medio oriente o de lo que significaba aquí mismo hace 50 años. Los significados cambian, fluyen con el pasar de la historia, con

el cambio en los modos de relacionarnos intersubjetivamente; relaciones que necesariamente son comunicativas, con lo cual, podríamos afirmar que de la comunicación misma surgen los significados de las acciones comunicativas. ¿Representa esto un problema de circularidad? No podemos aún decirlo, no sin antes revisar los otros dos elementos.

El sentido, por su parte, suena a primera oída a ‘dirección’. Justamente, que algo tenga sentido parece significar que va hacia alguna parte. Perder el sentido, es estar desorientado. En el contexto de la acción comunicativa, este carácter del ‘sentido’ en su acepción cotidiana, por supuesto, permanece: el sentido de la acción comunicativa es el *para qué* de la misma, hacia dónde se dirige la acción. Sin intención, no hay comunicación, pues se trataría de sonidos o gestos que no quieren decir nada. Si se quiere decir algo, comunicarlo, necesariamente será para algo y necesariamente se esperará respuesta.

El sentido de la acción comunicativa, se diferencia expresamente del sentido interno de una proposición lingüística, que Giannini llama ‘sentido propio’, y que corresponde a la lógica sintáctico-semántica de las mismas; el sentido de la acción comunicativa, en cambio, excede los bordes de la estructura lingüística, se trata del para qué del uso de esa estructura en la comunicación. Giannini llama a este sentido, ‘sentido común’. El sentido de la comunicación es común, porque dice relación con aquello que relaciona a los sujetos involucrados en la acción comunicativa: emisor y receptor, en sus roles alternativos. Realizar una acción comunicativa con sentido, decir algo con sentido, es decirlo dentro de un marco de interés y tiempo comunes al que habla y al que se interpela. Es “usar aquel sentido propio con sentido común” (Giannini, 2007, p. 120). Uno de los ejemplos clarísimos del profesor para explicar esto es el del loco que va por la calle e, interceptando a algún transeúnte, le dice que ‘ $2 + 2$ son 4’. Esta proposición tiene sentido propio, incluso es verdadera, pero no tiene

sentido común, pues el emisor y su receptor no compartían una situación común. Si un desconocido le pregunta a otro la hora en la calle, en cambio, esta comunicación tiene sentido común, desde que se propicia una circunstancia común, que es la de preguntar y dar la hora; en el ejemplo anterior de las matemáticas, el sólo hecho de anunciar que '2+2 son 4' no dice nada, salvo que a partir de ello se iniciara una situación compartida, en que el interés de los sujetos converja. El sentido común, al igual que los significados compartidos, son producto de la construcción intersubjetiva e histórica, situada, de una comunidad.

“Significado y sentido son dos momentos esenciales de la vinculación que se propone al destinatario de una comunicación concreta” (Giannini 2011, p.171). Qué significa mi acción y para qué la realizo determinan el vínculo con aquel al que me dirijo. Por ejemplo, al prometer, el vínculo entre el que promete y el que recibe la promesa, significa que el primero debe algo al segundo y que éste, dada la promesa, puede cobrarlo; además, esta promesa se realiza para algo, no tiene sentido prometer algo que no interesa al otro. Por ejemplo, no tiene sentido que yo les prometa a ustedes, que la próxima vez que tenga que exponer en un coloquio, voy a preparar mi ponencia con más anticipación. Sin un sentido, el significado de la acción no alcanza para realizar la comunicación, y a la vez, no puede tener sentido comunicar algo que no significa nada.

Ahora bien, teniendo en cuenta la interrelación de sentido y significado en la acción comunicativa, podemos rescatar el rasgo común de ambos: que son productos de la intersubjetividad situada espaciotemporalmente. Las acciones comunicativas no se dan en un universo abstracto, sino en este mundo, el de nosotros. Prometemos algo, pedimos algo, declaramos algo, regalamos algo. Este algo referido en toda acción comunicativa –no puedo pensar alguna que no sea transitiva- es algo, sin duda, del mundo. La referencia, tercer

elemento que nos disponíamos a analizar, refiere –valga la redundancia- la acción *al* mundo. Incluso, en una de sus últimas publicaciones en la Revista Chilena de Literatura, el mundo mismo es definido por Giannini como “todas las referencias que son consabidas por una comunidad de significados” (2014, p. 264). Los objetos del mundo común, las referencias, por supuesto, no son meros objetos físicos. Una acción comunicativa puede perfectamente referir a otra acción; la acción ocurre en el mundo, forma parte del mundo y forma *al* mundo. Un objeto, como referencia, ciertamente entra en este mundo común, no como un mero objeto físico tampoco, sino atravesados por significados establecidos en la comunidad. “Te prometo que te devuelvo tu libro mañana”; aquí la referencia, ‘tu libro’, no es simplemente un objeto físico, un montón de partículas, sino *tu* libro. Detrás de esta referencia hay significados compartidos y co-creados: que sea un libro, que sea tuyo, el concepto de propiedad. En términos de Searle –con quien Giannini dialoga bastante acerca de estos asuntos-: la referencia es aquí una realidad social (Searle 1995). Así mismo, lo serían el significado y el sentido de la acción de prometer. Y el vínculo intersubjetivo que de todo esto resulta: el prometiende queda ‘obligado’ a devolver ése libro, mañana (aunque no lo haga efectivamente, al prometer genera este vínculo en que le debe el cumplimiento a quien se lo prometió).

Hasta aquí, el mundo, concebido como las referencias consabidas por una comunidad, parece ser condición necesaria para la comunicación, en tanto que estas referencias comunes constituyen el espacio común donde convergemos, superando la individualidad solipsista. “Lo sabemos: ‘el mundo’ no es algo objetivo, pero tampoco como el marco de articulación totalizante de ‘mis’ proyectos. Mundo es lo que vamos haciendo en común – comunicándonos-; es la obra de una comunidad (...) el mundo es el ‘lenguaje natural’ de aproximación a los otros. El camino hacia los otros” (Giannini 2007, p. 93). Así, entonces,

el mundo no sólo es condición necesaria de la comunicación, sino resultado de la misma. Esto nos retrotrae hacia la aparente circularidad que observamos anteriormente, cuando se decía que los significados consabidos eran resultado y a la vez condición de la acción comunicativa, pues, sin compartir significados previamente, no podríamos converger hacia ninguna parte. A la vez, el sentido común, aparece en esta misma posición de condición previa y resultado posterior de la comunicación, pues el sentido común se construye intersubjetivamente, por tanto, necesariamente mediante la comunicación, que es el ámbito natural del encuentro intersubjetivo; y, a la vez, sin sentido común, no podría sencillamente haber encuentro alguno.

Sentido, significado y referencia; elementos constitutivos de la acción comunicativa, tienen una doble función que resulta confusa, puesto que parecen ser causa y efecto de la acción que constituyen. Creo, sin embargo, que esto no presenta problema alguno si consideramos que sentido, significado y referencia de la acción comunicativa son propiedades situadas históricamente, ya que pertenecen a la comunicación corp-oral, dada 'aquí' y 'ahora'. Me explico: el sentido, el significado y la referencia como condición y causa de una acción comunicativa son distintos, anteriores, al sentido, significado y referencia posterior. Aún si estos coinciden entre sí, aun si los significados, sentidos y referencias consabidos, se mantienen idénticos a los anteriores tras la acción comunicativa, son distintos en tanto que su 'ahora' es otro y *podrían* haber cambiado. Si efectivamente los significados consabidos cambian a través de la historia, en algún momento esta mutación comienza a suceder en el intercambio comunicativo de los sujetos. La acción comunicativa de comprometerse, en sentido amoroso, por ejemplo, con seguridad hoy tiene un sentido y significado distinto del que probablemente tuvo en una época más conservadora. Las

referencias, así mismo, también cambian, en tanto que nuestra percepción de las mismas cambia: lo que se refería por ‘matrimonio’ hace un par de décadas, para seguir con el ejemplo del compromiso, ciertamente no es lo mismo que hoy en día se refiere en el uso común, pues las condiciones en que se da el matrimonio en el mundo común, son distintas. (Nótese, eso sí, que en la comunicación, los significados anteriores pueden ser rescatados en nuestros sentidos actuales: por ejemplo, acabo de rescatar la referencia del matrimonio de hace un par de décadas, usándola en el sentido común que compartimos los expositores y audiencia de esta mesa de ponencias).

Si el mundo común, el mundo nuestro, como decía hace un rato, está constituido por la comunicación, en tanto que la acción comunicativa es necesariamente el modo de encuentro entre los sujetos y el mundo común es el ‘espacio entre’; con la fluctuación de estos elementos comunicativos sucede el cambio del mundo. “El ‘traspaso de mundo’, con todos los conflictos y acuerdos cotidianos que supone, es el hecho radical de la historia. Y es a través de tales conflictos y acuerdos que se vienen decantando y delimitando los significados específicos de las acciones por las que nos vinculamos inmediatamente a los otros y, mediatamente, a un mundo común.” (Giannini 2011, p. 175) y, dice también Giannini: “La comunidad humana es, ahora no en un sentido biológico, un continuo traspaso de ser (...) Y ocurre primariamente en la comunidad de una lengua (‘la lengua materna’), en la entrega de un mundo a través de los significados que circulan y se modifican en la circulación cotidiana de las palabras.” (2007, p. 58). El mundo, en tanto sentido común, significado y referencias consabidas, nos es entregado por las generaciones anteriores como productos de sus interacciones intersubjetivas; no llegamos a un mundo en blanco, hay, antes que nosotros, una comunidad de sentido, significados y referencias comunes previas –la red

de relaciones humanas arendtiana (Arendt 2009). A la vez que recibimos este mundo, co-creamos un mundo nuevo al realizar nuestras propias acciones comunicativas, pues toda acción constituye un nuevo vínculo. De este modo es que el mundo es simultáneamente causa y efecto de la comunicación: el espacio común en que nos encontramos.

Finalmente, vale decir, que teniendo esto a la vista, no es trivial ni de poca importancia cómo y qué nos comunicamos, puesto que de ello depende el mundo, el mundo de nosotros.

BIBLIOGRAFÍA

Arendt, H. (2009) *La condición humana*. Traducción Ramón Gil Novales. Buenos Aires: Paidós.

Giannini, H. (2014) “Una reflexión filosófica sobre la acción vinculante y el lenguaje”, *Revista Chilena de Literatura*, n°87, pp. 257-269.

(2013) *La “reflexión” cotidiana. Hacia una arqueología de la experiencia*. Santiago: Ediciones UDP.

(2011) “Notas acerca de la moralidad de la acción”, *Revista de Filosofía*, vol. 67, pp. 167-182.

(2011) “Dar la palabra o la insolvencia del yo”, *Estudios Públicos*, n°124, pp. 181-199.

(2008) “Experiencia moral y acción comunicativa”, *Revista de Filosofía*, vol. 64, pp. 5-15.

(2007) *La metafísica eres tú: Una reflexión ética sobre la intersubjetividad*.
Santiago: Editorial Catalonia.

(1997) *Del bien que se debe y del bien que se espera* (1997), Santiago:
Editorial Dolmen.

(2014, Diciembre 04) “Última conversación con Humberto Giannini”, *The
Clinic*, n° 573, pp. 8-10.

Searle, J. (1995) *The Construction of Social Reality*. New York: The Free Press.

¹ Vale decir que en esta preeminencia dada a la comunicación corp-oral por sobre la escrita, Giannini contradice la postura de Ricouer, con quien dialoga constantemente; pero este no es tema de nuestra ponencia.