

Jairo Gutiérrez Bossa

Filósofo de la Universidad del Atlántico.
Maestrando en Industrias culturales,
política y gestión de la Universidad
Nacional de Quilmes. Estudios en
Comunicación social-Periodismo de
la Universidad Autónoma del Caribe.
Miembro del Grupo de investigación
“Cronotopías”

Luis Eduardo Contreras Rodríguez

Magíster en Filosofía de la Universidad
Industrial de Santander. Miembro del
Grupo de investigación “Cronotopías”

Mitsehenlassen en Heidegger. ¿Cómo la comunicación llega a ser lo que es?

*Mitsehenlassen in Heidegger. How does
communication become what it is?*

Resumen

Este artículo, de tipo cualitativo y de corte hermenéutico, se desprende de la investigación titulada *La comunicación como problema en la filosofía* en la Universidad del Atlántico. En esta oportunidad se expone la propuesta de Martin Heidegger, quien define el comunicar como *Mitsehenlassen*, relacionándolo

con las implicaciones públicas, sociales y filosóficas en las que está inmerso. La pregunta que guiará este documento es: ¿cómo la comunicación llega a ser lo que es? Lo que permitirá alcanzar el objetivo del artículo, que es exponer la importancia de la comunicación (*Mitsehenlassen*) en la filosofía de Martin Heidegger.

Palabras clave: Comunicación, Martin Heidegger, *Mitsehenlassen*, *Sein und Zeit*, *Sehen lassen*.

Abstract

This article, of a qualitative and hermeneutic nature, is derived from the research on *Communication as a problem in philosophy* at the Universidad del Atlántico. On this occasion, it presents Martin Heidegger's proposal, which defines communication as *Mittsehenlassen*, relating it to the public, social

and philosophical implications that it is immersed in, as well as answering the question: How does communication become so? This will allow to reach the objective of the article, which is to expose the importance of communication (*Mitsehenlassen*) in Martin Heidegger's philosophy.

Keywords: Communication, Martin Heidegger, *Mitsehenlassen*, *Sein und Zeit*, *Sehen lassen*.

Introducción

Comunicar toca al ser en todas sus estructuras existenciales y es la mediación por la que se puede crear una visión de mundo y composiciones sociales. Estas características han expandido un pliego de posibilidades de desarrollo y progreso en la comunicación como campo de estudio. El saber comunicacional es rico y nutritivo, hay espacios para el desconcierto y la penumbra, su transversalidad la convierte en el escenario idóneo para comprender los límites de la vida y la existencia de la condición humana, porque la comunicación es un hecho humano social que solo se da en la práctica y es ahí donde se da su aporte reflexivo (Restrepo, 1997). Por ese motivo, Heidegger –y otros pensadores¹ del siglo XX– no dio la espalda a un tema tan fundamental como la comunicación, abordándola en su aspecto ontológico y existencial. El alemán no elaboró una teoría o una disciplina, el autor asume la comunicación como un campo existencial de actuar humano, de ahí que su visión de comunicación no debe comprenderse desde el concepto mismo de “comunicar” sino desde la definición que él crea para abordar dicho tema: *Mitsehenlassen*.

Mitsehenlassen fue traducido por José Gaos como co-permitir ver, definición de comunicación de Martin Heidegger mencionada en *Sein und Zeit* (1967), en la parte 33 del punto V, sección A, titulada “El enunciado en cuanto modo derivado de la interpretación”.

No obstante, para realizar el abordaje aproximativo de esta temática, es necesario tratar en primera medida el *sehen lassen*, porque es donde surge la condición pública del *Dasein*, pero también donde el acto de comunicación se vuelve inauténtico, aconteciendo una comunicación que no comunica, lo que se debe a dos características a tratar: los medios de comunicación y la “comprensión media” que surge de ellos.

En consecuencia, surge la necesidad de una nueva interpretación de la comunicación que conlleva creer en una forma diferente de práctica comunicativa, incluso de usar distintamente el término. ¿Cuál es el término adecuado para Heidegger? El de *Mitsehenlassen*, que es la comunicación en su condición existencial, no teórica o disciplinaria, sino desplegada en toda su libertad creadora. Es el acto de desarrollo genuino del *Dasein*. En la segunda parte del artículo se hablará del por qué el *Mitsehenlassen* no tiene nada que ver con las medianías, y por qué estas medianías son los

¹ Hay que mencionar el trabajo de Karl Jaspers sobre la comunicación, que se despliega en toda su obra intelectual y que tiende, como lo afirma Gladys Portuondo (2012) en *Karl Jaspers y la filosofía de la comunicación*, a un optimismo racional.

conductos en los que fluye la comunicación no comunicante, convirtiendo al *Mitsehenlassen* en el modo en el que la comunicación llega a ser lo que es.

Este artículo de investigación reflexiva se desarrollará desde un marco hermenéutico filosófico, usado de manera crítica para evitar apreciaciones subjetivas y arbitrarias, ajustándonos a los autores y sus planteamientos. Así, se alcanzará el objetivo de exponer la importancia de la comunicación en la filosofía de Martin Heidegger, especialmente en su obra *Sein und Zeit*. Además, la visión de *Mitsehenlassen* abre un abanico de múltiples posibilidades de nuevos estudios en comunicación, en cuanto a su relación con la filosofía, por eso los cuestionamientos a resolver son: ¿cómo la comunicación para Heidegger puede no comunicar? ¿Cuál es el paso inicial para que la comunicación llegue a ser lo es? ¿Cómo el *Mitsehenlassen* expresa con más exactitud lo que debería ser la comunicación?

Conceptualización fenomenológica de los aportes a la comunicación en Edmund Husserl

La problemática de la comunicación desde el punto de vista fenomenológico tiene sus raíces en la intersubjetividad que planteó Husserl, en la relación empatisante por la que, por medio de tales interacciones, buscamos acuerdos mutuos. El reconocimiento mediante la empatía se separa de la vieja visión psicologista de la *Einfühlung*, que contempla al otro como perteneciente a lo propio, es decir, el yo y el otro son uno, no hay alteridad, sino una reducción en la unidad del yo. Existe indudablemente un proceso de analogía, pero la fenomenología crea una ruptura en donde podemos ser análogos; es decir, no reducir al otro como un producto o extensión de lo propio, sino que mediante la comunicación cada uno mantiene sus diferencias. En el mundo de la vida, donde se desarrolla lo práctico, encontramos otras personas y la primera imagen que nos hacemos de ellas es gracias a su cuerpo, a su apariencia, pero no sabemos nada de sus vivencias, su pasado, sus anhelos, etc. Solo al entablar una comunicación tenemos una experiencia estrictamente de ellos, de su ser y sus vivencias donde habita una subjetividad y de donde surge la teoría sobre la experiencia del otro, concepción que también se aplica para el mundo.

La fenomenología como ciencia de la conciencia pura trascendental, disciplina que difiere de las ciencias psicológicas que estudian la conciencia en el ser humano. Pues, mientras que las ciencias psicológicas parten de la actitud natural, es decir, la actitud que supone un conjunto de creencias con respecto a lo cotidiano, que, además, acepta sin mayor reproche los prejuicios

o supuestos de la experiencia inmediata, la fenomenología, por su lado, pone entre paréntesis toda la experiencia que hace parte del “mundo” para encontrar “la esencia” o verdad universal de lo que se estudia. (Cardozo, 2022, p. 151)

La realidad que se presenta debe ser cuestionada, no aceptarla sin más, dado que esta va impresa de opiniones y creencias basadas en nuestras experiencias inmediatas. Sin embargo, la fenomenología propone que tal realidad debe ser puesta entre paréntesis”, es decir, sin juicio previo, pues toda la experiencia también hace parte del mundo, pero no debe ser una suspensión de juicio radical, pues ella se rompe en la comunicación con el otro, por lo que hay una ruptura del aparente solipsismo.

Recordando la tesis que Husserl plantea en las *Investigaciones Lógicas*. Vol. 1, en la “Investigación primera, punto 7, Las expresiones en función comunicativa”, en donde se manifiesta la esencia de la comunicación o “manifestarse acerca de algo” del yo que comunica, que da a conocer su vivencia y desea manifestar un estado psíquico a ese otro que escucha, por lo que dirá:

Y la comprende en cuanto que concibe al que habla no como una persona que emite meros sonidos, sino como una persona que *le habla* [sic], que ejecuta, pues, con las voces ciertos actos de prestar sentido –actos que esa persona quiere notificarle o cuyo sentido quiere comunicarle–. Lo que hace posible, ante todo, el comercio espiritual y caracteriza como discurso el discurso que enlaza a dos personas, es esa correlación, establecida por la parte física del discurso, entre las vivencias físicas y psíquicas, mutuamente implicadas, que experimentan las personas en comercio respectivo. El hablar y el oír, el notificar vivencias psíquicas con la palabra y el tomar nota de las mismas en audición, háyanse en coordinación mutua. (2006. p. 240)

Siguiendo estos lineamientos, lo captado en la comunicación actúa como señal, como signo, y se transforma en comunicación de pensamientos, pero que no solo son actos puros, sino queemanan de una vivencia psíquica con una intencionalidad, a saber, en el objeto del deseo expresado va el desear mismo; surge así la comunicación rompiendo con el solipsismo de quien transmite al entablar un dialogismo con el receptor.

La primera impresión que tenemos de lo comunicado es una notificación, y en ese acto se reconozco el deseo, su anhelo, sus dudas, etc. Hablar es mostrarse, en esta acción reconocemos que el otro sufre, que está alegre, e identificamos sus peticiones, sus alegrías. Por otro lado, presenta ante nuestra percepción los gestos de su cuerpo que, por medio de nuestra

intuición, aprehendemos su sentido como comunicación, propósito al que apunta Husserl (1994):

El oyente percibe que el que habla exterioriza ciertas vivencias psíquicas y percibe también, por tanto, esas vivencias; pero no las vive, y solo tiene de ellas una percepción "externa", no "interna" [sic]. Es la gran diferencia que existe entre la verdadera aprehensión de un ser en intuición adecuada y la presunta aprehensión de un ser sobre la base de una representación intuitiva, pero inadecuada. En el primer caso, tenemos un ser vivido; en el último tenemos un ser supuesto, al cual no corresponde verdad. (p. 241)

No podemos vivir las vivencias del otro, si esto fuese posible ya no serían sus vivencias, sino que pasarían a ser nuestras, por ende, anulamos toda expresión del otro y este pasaría a ser un producto de mi propia conciencia, por lo tanto, se elimina la comunicación auténtica. En este sentido, dice Rizo:

Husserl propone que existen dos componentes en la constitución de la expresión: por una parte, el fenómeno físico (discurso a ser expresado) y, por otra, los actos que le dan significación y, eventualmente, plenitud intuitiva al fenómeno, elementos que permiten diferenciar entre lo que significa o dice y aquello acerca de lo cual se dice. (2019, p. 159)

El discurso comunicativo funciona como una señal de expresión de los pensamientos de la persona que habla y estas, a su vez, indican vivencias psíquicas que conllevan una intencionalidad comunicativa que le dan sentido a lo expresado aun cuando estas no se exteriorizan. Es decir, se percibe intuitivamente como un sujeto que habla. Esta señal logra su plena significación de forma apriorística, por lo que no está exenta de la reflexión psicológica, que le da una fundamentación fenomenológica a los actos de la comunicación entre conocimiento y significado. Bien lo expresa Husserl:

Ahora bien, si en la comunicación radican motivos de experiencia para el conocimiento de la conciencia ajena y, ante todo, para la posición empática que asume la función de «percepción» y luego, más ampliamente, de conocimiento predicativo, podemos, entonces, ganar en la «*psicología pura*» un conocimiento general, no meramente singular, de la «vida anímica» pura, sobre el ser «puramente psíquico» [sic]. Podemos utilizar lo conocido en la conciencia propia para la interpretación de la conciencia ajena, y luego podemos aprovechar lo conocido en la conciencia ajena, a partir de la comunicación, para la conciencia propia, podemos fijar conocimientos generales que se refieran en parte a la esencia de la conciencia en general como esencia de una conciencia pura

(pero siempre existente), y en parte a las reglas empíricas que, en general, determinan por sí el curso de las vivencias en las conciencias. (1994, p. 144)

Esta tesis conlleva los contextos comunicativos entre las conciencias como una apertura hacia el otro, abriendo nuevas exploraciones en la ontología social en las cuales convergen empáticamente con los análisis de la intersubjetividad. En este sentido, podemos comprender que, según Casallo,

La aproximación fenomenológica a la comunicación se pregunta por cómo se constituyen intersubjetivamente el sentido y la validez en los diversos espacios de la experiencia humana, incluso desde su nivel prelingüístico. Una fenomenología de la comunicación describe, en primer lugar, las estructuras y dinámicas que articulan esa constitución comunicativa de sentido; y reconstruye, en segundo lugar, la génesis de esas estructuras y dinámicas a través de una narrativa del proceso en el que somos constituidos como personas al interior de una comunidad. Estos dos momentos corresponden a las investigaciones fenomenológicas estática y genética, respectivamente. (2016, p. 27)

Desde esta perspectiva, la comunicación no debe separarse de la constitución intersubjetiva y la búsqueda del sentido, que validan el comunicar y permiten encontrar el significado y la comprensión mutua, incluso desde lo prelingüístico como constitución de la experiencia del ser humano, dándole así estructuras a sus dinámicas. En otras palabras, cuando se comprenden las narrativas de los seres humanos que comunican surge la comunidad, pasando por un previo análisis de la génesis y sus estructuras, otorgando a las personas su rol dentro de las comunidades, es decir, su constitución por medio de la interacción y del sentido compartido. Ir más allá de las palabras en esas conexiones humanas. En palabras de Estrada (2007),

Husserl asume que la comunicación, y con esta, las relaciones sociales poseen un impulso innato de interacción del ser humano. Eso indica que entre lo propio de cada sujeto está el deseo innato de comunicación, por ello también en instinto mismo yace lo relativo a los Otros como Otros [sic] y a su instinto correlativo [...] En el mundo en común los otros me afectan y viceversa, eso significa, que el sujeto también es influido a través de la intencionalidad de los otros. Cada uno se “mueve” entre sus actos, los de los demás, y los de sus antepasados, dado que las tradiciones le han sido transmitidas mediante el proceso de comunicación. (p. 296)

Desde la fenomenología enfocada en la comunicación, se reconoce el impacto de esta en la experiencia humana, porque cuando nos comunicamos no somos seres vivenciales aislados al estar inmersos en un tejido relacional, siendo base para el análisis de conexiones de significado con los demás seres vivenciales. Podríamos preguntarnos, por ejemplo, ¿cómo sabemos que compartimos el mismo significado cuando decimos “libertad”, “igualdad” o “fraternidad”? ¿Cómo validamos que nuestras palabras tienen sentido para otros? Interrogantes que nos conducen más allá de una definición lingüística y nos sumergen en los fenómenos de las experiencias compartidas. Solo se puede comprender desde un mundo compartido. El mundo de la vida

No se debe limitar la comunicación al lenguaje verbal, hay que ir a los actos del comunicarse, es decir, más allá de las palabras se trata de los gestos, las miradas o la posición del cuerpo, que contribuyen a dar sentido, por ejemplo, la imagen de una sonrisa o un abrazo trasciende las barreras de los idiomas y sobrepasa un discurso. Es un aspecto del comunicar que no comunica, en cuyas expresiones no verbales se considera su fluir de sumo interés para la fenomenología en tanto se construye una mutua comprensión. ¿Cómo se articula el sentido en una conversación? ¿Qué patrones emergen cuando interactuamos con otros? Preguntas que solo se pueden responder cuando creamos significados que se comparten con un grupo social amplio, pues no se dan de forma inmediata, sino que tienen una génesis y una historia. Hay que prestar atención al cómo se originaron y se convirtieron en narrativas que están reflejadas en los valores, creencias o normas que a través del tiempo tejen una identidad comunicativa a través de nuestras conexiones. Se trata de significados compartidos que sobrepasan la mera trasmisión de información, que son un proceso vivo, dinámico, que nos conecta como seres sociables.

Sehen Lassen y la comunicación que no comunica

Para Heidegger, la fenomenología se caracteriza porque es la que reconoce un “mostrar algo” a partir de los derivados y las modificaciones que conforman el ser del ente, pues lo que se muestra es el “ser de los entes”. La fenomenología logra que los fenómenos se expresen y se confirmen en el mundo, ya que no hay cosa alguna tras los fenómenos sino otros modos de expresar otros fenómenos, y es aquí donde radica la importancia de la fenomenología, ya que manifiesta lo que permanece encubierto en el fenómeno; de esta manera, se pueden intervenir los límites de lo que está ahí y el ahí del ser.

La fenomenología es el medio por el que se “permite ver” (*sehen lassen*) aquello que se muestra, lo expresa y lo demuestra. El *sehen lassen* es el punto de análisis inicial para comprender el concepto de comunicación en la obra de Martin Heidegger, una comunicación con un devenir ontológico en el que se está en el “primer momento como lo que es y es cada ente” (Heidegger, 2010, p 56).

En *Ser y tiempo*, Martin Heidegger (1997) afirma:

Pero el ser de este ente debe ser captable en un λέγειν (o hacer ver) eminentemente, de suerte que este ser se haga comprensible de antemano en lo que él es y como lo que ya está en todo ente. La previa referencia al ser todo hablar (λόγος), que dice algo del ente, es el κατεγορία. Esta palabra significa, por lo pronto, acusar públicamente, decirle a alguien algo en la cara delante de todos. (p. 70)

Heidegger expone en este fragmento un acusar público (öffentlich anklagen), un mostrar delante de todo el mundo; es decir, un todo lo visto en tanto forma de proyectarse de cara al otro de manera auténtica y originaria. Dispuesto a ser comprendido por el otro que comprende y que al tiempo es comprendido. Comprender es “aparecer algo”, es “hacer ver” las cosas mismas, es φαίνεσθαι.

φαίνεσθαι da origen al término griego *phainomenon*, que deriva en la palabra fenómeno. φαίνεσθαι significa mostrarse, por lo tanto, fenómeno es “aquel que se muestra, pero que se muestra mostrándose, es decir, como estando, mostrándose” (Emiliozzi, 2011, p. 88). De ahí que *sehen lassen* es el ahí reconocido como ser en sí mismo, conciencia exteriorizada, actuante y hablada, determinativa de sí mismo, y por ese motivo “aquel que se muestra” se hace ver por medio del habla, pues

El decir «hace ver» desde ἀπὸ..., es aquello mismo de que se habla. En el decir (alópavog), en la medida en que el decir es auténtico, lo dicho debe extraerse de aquello de lo que se habla, de tal suerte que la comunicación hablante haga patente en lo dicho, y así accesible al otro, aquello de lo que se habla. (Heidegger, 1997, p. 77)

Por ende, *sehen lassen* es el mostrarse en el mundo como conciencia exteriorizada que habla, que es lenguaje, que construye mundo “diciendo”, pues solo el que habla puede “hacerse visto”, puede mostrarse. El lenguaje hace público al que habla.

Por eso escribirá Otto Pöggeler (1990) en *El camino del pensar de Martín Heidegger*:

Cuando se describe se muestra y el mostrar es dar a conocer a la cara el estar en el mundo al otro, dejar ver a partir de él mismo aquello que se muestra, y tal como se muestra a partir de él mismo. (p. 47)

De acuerdo con esto, el tema de lo público tiene toda su importancia y la afirmación de que el *sehen lassen* es un “*öffentlich anklagen*”, un acusar público, ofrece una nueva perspectiva a *Ser y tiempo*. Aquí *öffentlich* refiere a un “abierto al público”², por lo que abrirse al público implica ser visto y oído por todo el mundo, haciéndose sujeto de reflexión por ser referencia directa del mundo. Es donde el ser humano aparece ante otros seres humanos hablando, diciendo, demandando (*anklagen*). Haciendo aparecer el lenguaje, porque este aparece en forma de habla. El que habla no es el hombre sino el lenguaje. Abrirse al público es desplegar todas las posibilidades del lenguaje que habla, y, por lo tanto, de “pertener en el otro”, de hacerse común.

Por ende, el *sehen lassen* es la práctica de hacerse ver en comunidad, de constituir vacuolas de diálogo. Es el acto de creación de lo público, el cual es posible ya que el *sehen lassen* es un modo activo de la vida que desea abrirse en la esfera social, y eso solo se logra a través de un acaecer del lenguaje.

Sin embargo, cabe recordar que en la figura de lo público en Heidegger también está el lugar del encuentro entre la curiosidad y la habladuría (Cubias, 2024), aspectos que se interconectan para darle apertura al convivir, pues en ambas fluye el hablar; entonces, ¿es el habla la característica fundante que conduce a la comunicación en la filosofía de Martín Heidegger? ¿El lenguaje como práctica solo es posible por medio del habla y es el habla el que construye lo público y emana la comunidad?

² A partir de dicha reflexión, se encuentra una co-relación reflexiva con el concepto de lo público en Hannah Arendt, para quien la esfera pública es el lugar en el que los ciudadanos se abren a la experiencia ilimitada de lo político sin mediaciones o cualquier otro tipo de intermediación. Es el lugar donde el sujeto se hace visible y oído de manera directa. Es el espacio común de encuentros entre los hombres.

Para Heidegger, “el discurso [hablar]³ es existencialmente cooriginario con la disposición afectiva y el comprender” (Heidegger, 1997, p. 184), generando un espacio para que el ser se despliegue en el “estado de abierto” en la mundanidad, porque el comprender y el encontrarse son fundamentales existenciarios⁴ que constituyen el “ahí” del ser y el ser del “ahí”. Esto debido a que el fundamento ontológico y existencial del lenguaje es el habla y por eso le es inherente el “ser con el otro”, por lo que es dueño de la palabra dada y retirada. Todo lo expresado en el habla es lenguaje, y por ende, posee la comprensibilidad de ser y estar en el mundo.

El hablar es hablar “sobre...”; “este convivir es discursivo en el modo de asentir y disentir, del exhortar y prevenir, en cuanto discusión, consulta e intercesión, y también en el modo de ‘hacer declaraciones’ y de hablar en el sentido de “hacer discursos” (Heidegger, 1997, p. 161). Por eso es un “estado de abierto”, es un modo de expresarse en tanto “ahí” en lo público, acusándolo, demandándolo, hablándolo. Hablar es mostrarse, un “mostrar algo”, es dejarse ver, hacerse público, *sehen lassen*.

Dado esto, el hablar se abre gracias a los encuentros y comprensiones en tanto “ser con otro”, por lo que el hablar implica un hablando “sobre...” y es ahí cuando el habla comunica. El *Dasein* es un “ser hablado”, “comunicado”, pero este comunicar no comunica en la primera relación del ente de que se habla y se debe a que el habla ha perdido esa relación primera, y por eso la comunicación no comunica, ya que se desvanece la comprensión fundadora, pues la prevalencia es de transmitir y repetir lo que se habla. El habla, cuando tiene de base una repetición de lo dicho, rumor, y cuando toda comprensión se queda en el rumor, se constituye en la *durchschnittliches Verständnis*, un entendimiento promedio o una comprensión media, que consiste en un desarraigar de lo fundamental y en la que existe una “obturación” del conocimiento, por lo que el *Dasein* comprende la cotidianidad desde lo “ya interpretado”.

Al referirse a lo “ya interpretado”, Heidegger expresa la condición en la que se encuentra previamente el *Dasein*, y es un “estado interpretativo público”, el cual “se trata de un ‘discurso’, pero no al modo de una estructura lógica, sino como la caracterización que asume una comprensión del

3 En la traducción de José Gaos (2010) el vocablo que usa es hablar, y en la de Jorge Eduardo Rivera es discurso. En este artículo, los conceptos son asumidos como equivalentes.

4 Los existenciarios son los modos en que la existencia se muestra en el “Ahí” del ser, es el mundo expresando a través del estatuto mismo existencia del ser en su “Ahí” lanzado a la mundanidad.

mundo a partir del todo articulado de sus conexiones de significación" (Albano y Naughton, 2005, p. 81), que se encuentran inmersas y articuladas en la lengua y por eso el ser es lo que dota de significaciones al ente, porque el ser es el señalante (*das Be-deutende*). Por tal razón, son los modos en que traza los límites, posibilidades y horizontes que están a disposición de la voluntad que busca una interpretación más profunda y conceptual.

Al respecto, Néstor González Páez (2022) expresa, sobre la interpretación, que:

Para Heidegger la comprensión se articula, a su vez, en la "interpretación". La interpretación que, en este sentido originario, debe ser entendida como "anterior" a toda interpretación científica, o de textos o filológica, etc, por el contrario, ella poseería ciertas, estructuras previas [*Vorstruktur*] tales como el "tener", el "ver" y el "concepto" previo. (p. 142)

A partir de lo anterior, ¿a qué se refiere Heidegger con "el estado interpretativo público"? Es lo que "está ahí" en el instante en que el *Dasein* se hace público y se encuentra urgido de interpretación. Son las "frases prefabricadas" que se encuentran a la mano para ser usadas en el espectro de lo común y lo colectivo, pero que no deben ser útiles al *Dasein* en su oportunidad de hacerse ver (*sehen lassen*), pues el "estado interpretativo" es el que organiza lo que debe y cómo debe comprenderse el mundo y el ser, satisfaciendo los requerimientos de las medianías, cayendo en el *Das Gerede*.

Martin Heidegger (1997) afirma en *Ser y tiempo*, sobre las habladurías:

La carencia de fundamento de la habladuría no le impide a ésta el acceso a lo público, sino que lo favorece. La habladuría es la posibilidad de comprenderlo todo sin apropiarse previamente de la cosa. La habladuría se protege de antemano del peligro de fracasar en semejante apropiación. La habladuría, que está al alcance de cualquiera, no solo exime de la tarea de una comprensión auténtica, sino que desarrolla una comprensibilidad indiferente, a la que ya nada está cerrado. (p. 192)

La ausencia de comprensión originaria no es un óbice en el ingreso a lo público, a lo común. Precisamente, las habladurías (*Gerede*) es el lugar común, el espacio de lo público que precede al *Dasein* y que le impide llegar

a una comprensión originaria de la realidad, perdiendo así la claridad del ser, anquilosándose en el espectro del “se dice” y la repetición. Acciones promovidas por las medianías, y esta característica conlleva a que el *Gerede* sea una virtud de la comunicación, especialmente esa comunicación que expresa palabras vacías e impropiedad, es decir, una comunicación no comunicante.

Precisamente, y siguiendo a Luisa Rodríguez (2008), en el interpretar heideggeriano “no hay percepciones puras, pues la percepción se da siempre en una interpretación que comprende” (p. 94). Por lo que no se puede percibir un ente si está separado del contexto significativo que lo constituye y lo vincula al mundo.

El comunicar, entonces, en este punto, no tiene que ver con una teoría de la comunicación o una semiología que busca una sistematización de la comunicación en tanto proceso mecánico; aquí la comunicación es un modo existencial de ser que tiene como objetivo principal la *durchschnittliches Verständnis*, pues para Heidegger todo lo comunicado está previamente establecido y fijado de manera predeterminada en lo hablado. “Se trata de un hablar superficial y vacío que se despliega en un sentido contrario a la relación primaria y originaria de ser con el ente del cual se habla” (Albano y Naughton, 2005, p. 82). Lo dicho siempre está conforme con la continuidad de las cosas y lo correcto de lo que se habla, por lo que un hablar vacío tiene de marco de acción la difusión y la repetición, que resta fundamento a lo dicho, ya que lo que se constituye es la palabra impropia y un desarraigo que lo deja carente de toda profundidad.

Un ejemplo de esto es el periodismo como práctica del hablar desarraigado e insustancial, labor de la palabra vacía y de un hablar sin fundamento. Un caso cercano y muy reconocido es el del periodista estadounidense Brian Williams, quien infló las crónicas de guerra que realizó en el conflicto de Estados Unidos contra Irak e inventó testimonios para darles mayor emotividad a los televidentes, para así obtener diferentes premios, reconocimiento y dinero⁵.

Otro ejemplo es la foto del 23 de mayo del 2023 que apareció en Facebook, en la que se muestra una explosión entorno al Pentágono en los Estados Unidos. La imagen se viralizó rápidamente en Twitter y la difusión

5 Este caso abrió una discusión muy grande en el mundo de la comunicación, especialmente en los Estados Unidos, porque puso en evidencia los peligros de la oposición binaria entre el periodismo y el protagonismo, y cómo el acto de informar es más un espectáculo de Hollywood que un ejercicio ético en el que la verdad es un todo que no se discute. A este propósito puede verse: <https://www.chicagotribune.com/hoy/ct-hoy-8432821-el-caso-brian-williams-la-delgada-linea-del-periodismo-y-el-protagonismo-story.html>

fue masiva en los medios de comunicación, volumen que fue más extensivo en un medio informativo ruso. Al hacer el rastreo de la cuenta de la que salió la foto, se descubrió que fue compartida por un grupo político llamado *QAnon*.

La amplia circulación de la foto por las redes sociales y los medios noticiosos se relacionó con la caída del índice bursátil de Estados Unidos en un 0.3%, pues el temor por la imagen generó incertidumbre en la bolsa de valores. Al final se certificó que la fotografía era irreal y que había sido creada por una inteligencia artificial, lo que redujo el miedo social y los mercados lograron recuperar las perdidas.

Lo que se presentó es un caso fehaciente de los efectos de la inmediatez noticiosa, que impide una comprensión clara de los hechos y los datos que se deben mostrar. De ahí que toda aprehensión de la información sea incompleta y carente de profundidad. Por ese motivo, Heidegger expresa de manera tajante que la comunicación es información, pero no manifiesta lo que de verdad tiene que mostrar, porque se presenta desde un hablar vacío y palabras inauténticas. Habladuría y “escribiduría”⁶ que solo abordan los hechos desde lo nimio y lo intrascendente.

Por esa razón, la comunicación tiene un contenido mucho más radical que tiene que ver con los co-encuentros y co-pertenencias. Entonces, ¿si el habla es un elemento que sirve para hacerse público y “ser con” (*Milsein*), pero a la vez carece de autenticidad y profundidad en el comunicar, ¿cuál es esa parte que puede conducir al sentido fundamental de la comunicación? ¿Puede la “comprensión originaria” reconducir la comunicación a un trayecto de autenticidad y profundidad? Y, por último, ¿si la comprensión originaria reconduce la comunicación en otro sendero, sería apropiado seguir usando el concepto de comunicación, o este alcanza un umbral mucho más alto y su definición resulta más compleja teniendo como punto de partida el *sehen lassen* y el comunicar *no* comunicante?

⁶ Albano y Naughton (2005) relacionan este postulado con el de Lacan y el Estadio del Espejo, debido a que en ambos casos lo que se desarrolla es una instancia psíquica del yo a partir de la imagen, o el *imago*, siendo una construcción efímera o media de la realidad, originando engaños y enajenaciones, que es a lo que conducen las habladurías, la “escribiduría” y la *imaginaria*. La escribiduría es un estado de desarraigo que cierra y encubre los entes lanzados a la mundanidad a través de una escritura inauténtica e impulsada por un deseo de novedad superficial, el cual impide ver y leer las cosas como son.

¿Cómo la comunicación llega a ser lo es? *Mitsehenlassen*

El comunicar en Heidegger es fundante en la des-ocultación del *Dasein*, es donde llega a ser manifiesto cómo ser, pero simultáneamente es donde también se oculta. Para el alemán el comunicar es donde el espectro del ser se vuelve patente porque es donde el *Dasein* llega a estar con el otro y también donde se pierde del otro. En consecuencia, la comunicación en la visión heideggeriana tiene una doble acción: mostrar y ocultar la palabra auténtica, pero también puede liberarla. Teniendo en cuenta esto, la comunicación está abierta a un plano más amplio de temas, pero que se quedan en la “comprensión media”, ya que los argumentos quedan limitados a lo nimio e intrascendente de la vida cotidiana.

Por consiguiente, comunicar es un modo existencial en el que se puede dar comprensión al “ahí” de la condición humana. Empero, el análisis de este concepto no puede llegar a las críticas comunicativas como las que le hace Heidegger al periodismo, la publicidad y los medios o vías de comunicación. Todo tiene su inicio y después de comprender el *sehen lassen*, se hace necesario abordar el problema de la comunicación, que para Heidegger es definido como: *Mitsehenlassen*.

¿Cuál es el enlace entre *sehen lassen* y *Mitsehenlassen*, teniendo en cuenta el vislumbrar público que implica el primero? ¿Qué se encuentra en el espacio de transición entre el hacer ver público y la comunicación?

Antes de abordar el *Mitsehenlassen*, hay que aclarar lo que acontece en ese intersticio entre lo público y lo comunicado. En la primera parte de este escrito se mostró las implicaciones inherentes a la condición de *sehen lassen*, “mostrar algo” es aparecer en comunidad y ser constructor de vacuolas dialogantes, porque es en ese modo en el que el *Dasein* es arrojado al mundo. Lo que se encuentra en el lugar de transición entre *sehen lassen* y el *Mitsehenlassen* es el mundo en el cual ha sido lanzado; por lo tanto, el *Dasein* se encuentra con múltiples ámbitos de la existencia con los que tiene que relacionarse y en los que puede desplegar su libertad, o se deja llevar al mundo de lo inauténtico. De ahí que el concepto de comunicación sea fundamental para Heidegger, porque es la unidad básica en la que se manifiesta el *Dasein* en comunidad. Es decir, el estado primigenio del *Dasein* es el *Das Verfallen*. El estado de “caída” es el momento más común en el que el *Dasein* está inmerso en la vida cotidiana. Para Heidegger (1997) en *Ser y tiempo* la “caída” como término:

No expresa ninguna valoración negativa; su significado es el siguiente: el *Dasein* está inmediata y regularmente en medio del «mundo» del que se ocupa. Este absorberse en... tiene ordinariamente el carácter de un estar perdido en lo público

del uno. Por lo pronto, el *Dasein* ha desertado siempre de sí mismo en cuanto poder-ser-sí-mismo propio, y ha caído en el «mundo». El estado de caída en el «mundo» designa el absorberse en la convivencia regida por la habladuría, la curiosidad y la ambigüedad. (p. 198)

El *Dasein* está en caída constante en la vida cotidiana e intenta encontrar el sentido en el estar en el mundo. El caer en la vida cotidiana le hace huir de su existir auténtico y propio. ¿Qué hace que el *Dasein* huya de su existir propio? Las medianías, pues estas instituyen las categorías con las cuales se deja llevar por el vivir común, con la creencia de vivir en la plenitud de su existencia. Al ser la medianía la única autoridad de verdad, legitimidad y veracidad, obliga al *Dasein* a nivelarse al grado de la autoridad mayoritaria.

Ahora bien, ¿qué son estás medianías? Son las vías de comunicación o los *mass medias* que imponen los dictámenes del Uno. El hablar es siempre el “hablar sobre...” algo. Lo dicho es el elemento constituyente de la comunicación pues caracteriza el “ser con” en tanto pertenece a la estructura existencial del *Dasein*.

En consecuencia, la comunicación en Heidegger no tiene nada que ver con los medios de comunicación y, por ende, con las teorías de la comunicación. En la visión del alemán, la comunicación no es una teoría o modelo, no es positiva ni negativa, es práctica existencial del *Dasein* que sirve como extrañamiento del mundo y de manifestación auténtica o propia de este. La pregunta que surge es: ¿cómo la comunicación llega a ser lo que es?

En Heidegger el comunicar no está anclado en el entendimiento del Uno y el uso de las medianías, como sucede con las teorías y modelos de la comunicación. Para el pensador la comunicación es práctica y posee un proceso que es existencial; comunicar es *Mitsehenlassen* (Heidegger, 1997, p. 155). Este *Mitsehenlassen* es manifestación y contiene dos formas primarias de proposición: *Aufzeigung* (indicar) y *Prädikation* (predicación), siendo la primera proposición una aproximación al λόγος. Dice el filósofo de la Selva Negra en *Ser y tiempo* que “aunque este ente no se encuentre en una cercanía palpable y ‘visible’, mostrando al ente mismo, y de ningún modo una mera representación de él, ni tampoco algo ‘puramente representado’ (Heidegger, 1997, p. 178).

El decir que la *Aufzeigung* es apofánsis, por lo tanto, es una declaración y no, por ejemplo, una petición, una exclamación o un ruego. Para Heidegger es un “mostrar” ἀποφαίνω, un “hacer ver al ente desde sí

mismo" (Heidegger, 1997, p. 178); es decir, una indicación de lo que es en tanto su lugar presente⁷.

La segunda proposición es la de *Prädikation*, que consiste en que un sujeto enuncia un predicado, el cual se encuentra determinado por lo que predica. El predicado consume al sujeto, encerrando al sujeto hablante; por lo tanto, siguen enlazados a la apofántico y por ende a lo que se demanda y se exclama. No hay sujeto, lo que existe es un decir y ese decir determina en su determinación al enunciante, de ahí, que Heidegger exponga que "la posición del sujeto y la posición del predicado son, a una con la aplicación [de éste a aquél], enteramente 'apofántico', en el más estricto sentido de la palabra" (1997, p. 178), por lo que sujeto y predicado sostienen todo diálogo posible, el cual se queda en la mera palabra, en el mensaje plano y mediado.

A partir de aquí, Heidegger establece una tercera proposición que es *Mitteilung*, es decir, comunicación y aquí la comunicación es manifestación, por lo tanto, es *Mitsehenlassen*. Así que *Mitsehenlassen* implica "ser uno con otro"; esto es, que es una acción de doble vía, en la cual se hacen comprender los sentidos. "El *Mitsehenlassen* hace común al otro ente indicado en su determinación. Lo comunicado es resultado y resulta del común compartido es el vidente y común *estar vuelto hacia* lo mostrado" (Heidegger, 1997, p. 178). Comunicar es ser visto en el otro. Así mismo, no solo el que se viste de comunicador es el que comunica, sino que la constitución humana es comunicadora. El ser humano es siempre comunicado, porque genera sentido y este es de accionar mutuo.

Mitsehenlassen es un manifestar lo indicado en el mundo a través de una descripción densa de eso indicado como fenómeno que se muestra de manera originaria; por lo que el *Mitsehenlassen* es viable como acto que se comprende de manera propia y no como "comprensión media". La comprensión es encontrarse existencialmente con el habla, "el discurso es la articulación de la comprensibilidad" (Heidegger, 1997, p. 184), por lo que el comunicar en tanto *Mitsehenlassen* es la articulación de "uno con el otro" donde el *Dasein* puede coencontrarse, copertenercerse y cocomprenderse. El comunicar heideggeriano es el descubrir, encontrarse y abrirse a las posibilidades existenciales del ser con el otro; aquí subyacen los atributos propios de la comunicación en Heidegger.

⁷ Heidegger, siguiendo la traducción de José Gaos (2010), expresa que "mediante la reampliación del enfoque, que lo patente se vea en su determinable determinación. La posición del sujeto y la posición del predicado son, a una con la aplicación [de éste a aquél], enteramente 'apofánticos', en el más estricto sentido de la palabra" (p. 75), por lo que es una demanda, un decir expuesto en el mundo. Es el "ahí" del *Dasein*.

De esta manera, el *Mitsehenlassen* es un proceso existencial que tiene la potencia y capacidad de hacer común –por lo que se mantiene fiel a la etimología de comunicación comunicare– y logra crear comunidad. La participación conjunta del *Dasein* dentro de una comunidad es la plataforma con la que el mundo se transmite y se consolida en la mundanidad, por eso la importancia del tema de la comunicación en la filosofía de Heidegger; participación conjunta de lo que se muestra para su comprensión. Comunicar es ““ser con otro”, siempre expuesto y arrojado “en” el mundo que le abre el común co-estar, co-encontrarse y el co-comprender como compresor “ser con” otro” (González, 2022, p. 145), un co-hacerse ver (*mitsehenlassen*).

Por consiguiente, el *Mitsehenlassen* es la forma en que se construye, de manera originaria, el comulgar social. En palabras del pensador colombiano Fernando González (1995):

Esto es un mundo muy grande, el de la comunión. El fin de las artes mayores es comunicar el espíritu; hacer convivir, comulgar. Esto se efectúa por medio de la literatura, la representación teatral, del diálogo, en el que se usa la palabra, la acción, la mimica, el gesto, la expresividad de los ojos y la emanación emotiva de todo el cuerpo; por medio de la escultura, la pintura... pero el *sumum*, la vía magistral para la comunión es la ejemplaridad actuante. (p. 51)

La comunicación llega a ser lo es porque su sentido es la creación de comunidad que es el sentido natural de la comunicación y del *Mitsehenlassen* es mostrar la desnudez de las vivencias y compartirlas desde un escuchar y decir originario.

A modo de conclusión

La comunicación es un planteamiento fundamental en la constitución general de la filosofía de Martin Heidegger, teniendo en cuenta que uno de los puntos de partida es que el ser humano es un ente que se encuentra en una condición de abierto al ser, pues solo él tiene una condición de copertenencia y coencuentro con sí mismo, demandando su aspecto comunicacional.

A causa de esa premisa, lo primero que requiere el ser humano para demandar el aspecto comunicacional que le es inherente –ya que la condición humana es comunicacional– es “mostrarse”, hacerse público, por eso la relevancia del concepto de *sehen lassen*, porque es el estado en el que el *Dasein* se encuentra al momento en que es arrojado al mundo, a los

ámbitos existenciales de la mundanidad. El *sehen lassen* solo es posible por medio del habla, el hablar es como el *Dasein* se hace público, puede “hacerse ver...” ante el otro y es la forma en la que se puede construir comunidad.

Por lo tanto, el ser humano tiene dos ámbitos de existencia que están unificados, el lingüístico y el social, que van más allá de la interconexión y tienen que ver con la constitución de espacios en los que todo humano pueda desplegar ese imperativo de hacerse social, de querer ser visto por el otro. En Heidegger, el “hacerse público...”, *sehen lassen*, es el modo en que se convierte en sujeto de derecho, pues es un interlocutor válido y común para el próximo.

Sin embargo, no se trata solo de un aspecto de publicidad del ser en la comunidad, sino que en ese arrojamiento del *Dasein* también hay momentos de desarraigamiento del lenguaje, ya que, en el espacio de lo público –el *sehen lassen*– el ser humano es aprehendido por el hablar vacío y sin fundamento, por el rumor y lo indirecto, por *Das Gerede*, y de ahí que los medios de comunicación sean portadores de una “comprensión media o promedio” de la realidad. El comunicar de las medianías es información. Una comunicación no comunicante. Las medianías instauran en el estado de “caída” en el que está el *Dasein* una *durchschnittliches Verständnis* de los hechos que conforman o acontecen en la realidad.

Por esta razón, Heidegger propone una forma renovada de asumir la comunicación y sobre todo el ejercicio de comunicar, teniendo en cuenta lo que se encuentra en los múltiples aspectos de la existencia, con los cuales el *Dasein* tiene que relacionarse, y esa propuesta es la del *Mitsehenlassen*.

Mitsehenlassen es una salida a la comunicación que simplemente se enmarca en el transporte funcional de opinión o de información, y trata de ser la manera de articulación interpretativa de las personas. No se trata de un decir mecánico de las cosas, pues el decir a veces no manifiesta lo que tiene que manifestar sino lo conocido, se trata del acto de escuchar y entender la existencia de los otros, por lo que el *Mitsehenlassen* refiere a la construcción de relaciones humanas, de encuentros y composiciones sociales, por lo que su visión está alejada de lo semántico.

Se trata de una comunicación constructora del ser en el mundo, por lo que no hay humanos alejados de otros humanos, sino que a la condición del ser humano le es inherente la sociabilidad y la comunidad, por lo que el ser es un acontecimiento, y el *Mitsehenlassen* es el fundamento en el que logra des-ocultarse.

Referencias

- Albano, S, y Naughton, V. (2005). *Lacan: Heidegger. Nudos de Ser y tiempo*. Editorial Quadrata.
- Cardozo Beltrán, A. (2023). L'imaginaire y el descubrimiento sartreano. *Estudios de Filosofía*, 67, 149–165. <https://doi.org/10.17533/udea.ef.349802>
- Casallo, V. (2016). Perspectivas de aplicación en la fenomenología de la comunicación prelingüística. *Revista Conexión*, 5(5), 24–47. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6903758.pdf>
- Cubias, E. (2024). La curiosidad, el cotilleo y la autenticidad de la vida según Heidegger. *Filosofía & Co.* <https://filco.es/el-cotilleo-según-heidegger/#:~:text=En%20uno%20de%20los%20p%C3%A1rrafos,fondo%2C%20no%20sucede%20nada%C2%BB>.
- Emiliozzi, M (2011). *Fragmentos de cuerpos despojados: Una arqueología y una genealogía de los discursos del cuerpo en el Diseño Curricular de Educación Física*. Tesis de maestría. 18 de noviembre de 2021. Universidad Nacional de La Plata.
- Estrada, O. (2007). Fenomenología de la participación según E. Husserl. *Revista Estudios, Universidad de Costa Rica*, 20, 295–302. <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/estudios/article/view/24157>
- González, N. (2022). “Ser-en-común” (Heidegger, Kant y Kafka). Ensayo sobre la violencia ontológico fundamental de la comunidad [*Gemeinschaft*], el ser-con [*Mitsein*] y la comunicación [*Mitteilung*]. *Revista Castalia* (39), 137–162. <https://revistas.academia.cl/index.php/castalia/article/view/2400>
- González, F. (1995). *El libro de los viajes o de las presencias*. Editorial Universidad Pontificia Bolivariana.
- Heidegger, M. (1997). *Ser y tiempo*. (J. Rivera C., Trad.). Editorial Universitaria.
- Heidegger, M (2010). *Ser y tiempo*. (J. Gaos, Trad.). Editorial Fondo de Cultura Económica.
- Husserl, E. (2006). *Investigaciones Lógicas*. (M. García M y J. Gaos., Trad.) I. Alianza Editorial.
- Husserl, E. (1994). *Problemas fundamentales de la fenomenología*. Alianza Editorial.
- Lacan, J. (1956). *Seminario IV. La Relación con el Objeto*. Editorial Skla.

Pöggeler, O. (1990). *El camino del pensar en Martin Heidegger*. Alianza Editorial.

Portuondo, G. (2012). Karl Jaspers y la filosofía de la comunicación. *Revista Dikaiosyne* (27), 108-122. <https://philpapers.org/archive/PORKJY.pdf>

Restrepo, M. (1997). Con-formación universitaria en Comunicación. *Revista Signo y Pensamiento* (31), 71-86. <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/3043>

Rizo García, M. (2019). La comunicación como relación e interacción. Un mapa general de acepciones teórico-conceptuales y un apunte sobre sus posibilidades empíricas en los estudios sobre interculturalidad. *Revista Iberoamericana de Comunicación* (36), 147-174.

Rodríguez, L. (2008). Sobre el origen de la comunicación persuasiva (una propuesta desde la filosofía de la comunicación de Heidegger). *Stvdvm. Revista de humanidades*, (14), 89-98. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2793515>

Roggero, J. (2014). Martin Heidegger: profeta de la comunicación indirecta. *Contrastes. Revista Internacional de Filosofía* (20)2, 313-329. <https://revistas.uma.es/index.php/contrastes/article/view/2331/2159>