



# QUADERNS

*de Filosofia*

IV : 2



# QUADERNS

*de Filosofia*

VOL. IV : 2  
VALÈNCIA, 2017

*SOCIETAT DE FILOSOFIA DEL PAÍS VALENCIÀ*

## QUADERNS DE FILOSOFIA

*Director:* Tobies Grimaltos (Universitat de València)

*Secretari de redacció:* Sergi Rosell (Universitat de València)

*Consell de redacció:* Ramón Feenstra (Universitat Jaume I), Elsa González Esteban (Universitat Jaume I), Javier Gracia (Universitat de València), Eduardo Rivera López (Universidad Torcuato di Tella), Pablo Rychter (Universitat de València), Jennifer Saul (University of Sheffield), Faustino Oncina (Universitat de València), José Zalabardo (University College London)

*Consell editorial:* Jesús Alcolea (Universitat de València), Vicent Baggetto (IES Joan Fuster de Sueca), Tyler Burge (UCLA), Enric Casaban (Universitat de València), Pascual Casany (València), Jesús Conill (Universitat de València), Adela Cortina (Universitat de València), Christine Chwaszcza (Universität zu Köln), Antoni Defez (Universitat de Girona), Román de la Calle (Universitat de València), Vicente Domingo García Marzá (Universitat Jaume I), Manuel García-Carpintero (Universitat de Barcelona), Tomás Gil (Technische Universität Berlin), Susan Haack (University of Miami), Christopher Hookway (University of Sheffield), Joan Llinares (Universitat de València), Genoveva Martí (Universitat de Barcelona, ICREA), Carlos Pereda (UNAM), Fernando Miguel Pérez Herranz (Universitat d'Alacant), Giovanna Pinna (Università del Molise), Xavier Serra (IES Joan Fuster de Sueca), Sergio Sevilla (Universitat de València), Ernest Sosa (Rutgers University), Nicholas White (UC Irvine)

Edita: Societat de Filosofia del País Valencià

eISSN: 2341-3042

*Disseny i seguiment editorial:* Antoni Domènech

© de l'edició, Societat de Filosofia del País Valencià

© dels articles, els seus autors

<http://ojs.uv.es/index.php/qfilosofia>

Redacció: Societat de Filosofia del País Valencià

Universitat de València — Facultat de Filosofia i Ciències de l'Educació

Departament de Filosofia

Av. Blasco Ibáñez, 30-5a. 46010 València

e-mail: [sfpv@uv.es](mailto:sfpv@uv.es)

<http://www.uv.es/sfpv/>

QUADERNS DE FILOSOFIA és una revista acadèmica dirigida als professionals de la filosofia de periodicitat semestral. Publica articles de temàtica filosòfica de qualitat científica i té un interès especial en la didàctica de la filosofia.

Cada número ordinari té tres part: 1. Articles d'investigació: contribucions originals pertanyents als diversos àmbits de la recerca filosòfica; 2. L'anomenada "Brúixola filosòfica", feta d'articles que presenten un determinat tema o debat filosòfic; i 3. Documents, entrevistes, notes de discussió i ressenyes.

Tots els articles originals són sotmesos a una revisió cega anònima per experts en l'àrea corresponent.

La revista es publica en versió electrònica d'accés obert (Open Journal System).

La revista és inclosa en alguns dels índexs de major prestigi internacional en filosofia i humanitats, com són ERIH PLUS, Latindex, ISOC, Dialnet, Philosopher's Index, DOAJ, EBSCO, REDIB, i el consell de redacció treballa per a la inclusió en d'altres, en especial SCOPUS, FECYT i CARHUS Plus+.

### *Normes de publicació*

Els articles poden estar escrits en català, castellà i anglès, i no han d'excedir de les 8.000 paraules. Han de dur títol i incloure un resum (de fins a 150 paraules) i unes paraules clau en la llengua de l'article i en anglès. Els manuscrits s'han de presentar de forma anònima per tal de garantir-ne el dictamen cec; és responsabilitat de l'autor eliminar qualsevol autoreferència.

També es poden proposar ressenyes de llibres publicats en els darrers tres anys, amb una extensió màxima de 2.000 paraules, llevat de casos excepcionals prèviament acordats amb la direcció de la revista. Les ressenyes no tindran títol ni notes. Com a encapçalament cal consignar les dades completes del llibre ressenyat, inclòs l'ISBN. Cal recordar que una ressenya no és un resum, sinó un examen crític del llibre ressenyat.

Les normes d'estil poden consultar-se en la versió electrònica de la revista, però en tot cas sols s'exigirà el seu compliment en la versió final de l'article o ressenya, si se n'accepta la proposta.



# ÍNDIX

## *Articles*

- “Exigencias éticas del *prosumidor-ciudadano* frente a las empresas”  
María MEDINA-VICENT (Universitat Jaume I, Castelló)..... 11
- “Replanteamiento de fondo en la enseñanza de la filosofía:  
problemas y apropiación”  
Carla Isabel VELÁSQUEZ (Universidad Autónoma de Barcelona)..... 35

## *Brúixola filosòfica*

- “La fenomenología cognitiva”  
Marta JORBA (Universitat del País Basc, UPV/EHU) ..... 61

## *Ressenyes*

- F. ONCINA y J. M. ROMERO (ed.),  
*La historia sedimentada en los conceptos.*  
*Estudios sobre historia conceptual y crítica de la ideología*, 2016.  
Per David HERESA MODREGO (Universitat de València) ..... 93
- Axel HONNETH,  
*La idea del socialisme. Assaig d'una actualització*, 2017.  
Per Ana MELÉNDEZ (Universitat de València)..... 97
- Adela CORTINA ORTS,  
*Aporofobia, el rechazo al pobre.*  
*Un desafío para la democracia*, 2017.  
Per Marina GARCÍA-GRANERO (Universitat de València) ..... 103





# *Articles*



MARÍA MEDINA-VICENT<sup>1</sup>  
*Universitat Jaume I, Castelló*

## Exigencias éticas del *prosumidor-ciudadano* frente a las empresas<sup>2</sup>

*Ethical requirements of the prosumer-citizen facing companies*

Recibido: 28/4/16. Aceptado: 28/2/17

**Resumen:** Los procesos de recesión económica y los cambios políticos que se están desarrollando en las sociedades occidentales, plantean una disyuntiva sobre el papel social de las empresas y su modo de relacionarse con el público. Se ha producido el despertar de consumidores/as conscientes de su poder, tanto como creadores/as de contenidos a través de los espacios digitales, como de vigilantes activos de las acciones de empresas y gobiernos. Ante esta realidad, las organizaciones no pueden actuar sin atender al entorno, deben reconocer su responsabilidad social y responder a las demandas de sus *stakeholders* a través de una gestión empresarial ética y comunicativa. En el presente artículo se reflexiona en torno a una propuesta de ética empresarial de corte discursivo capaz de responder a las exigencias sociales y promover una comunicación transparente que incorpore los intereses de los grupos afectados por la actividad empresarial.

**Abstract:** The economic crisis and the political changes that are taking place in Western societies set out a dilemma about the social role of companies and their social interactions. Nowadays, consumers have become aware of their power, both as creators of content through digital tools, as active guards of the actions of companies and governments. In front of this, organizations cannot act without pay

<sup>1</sup> Per a contactar amb l'autora: [medinam@uji.es](mailto:medinam@uji.es)

<sup>2</sup> Este trabajo se inscribe en el Proyecto de Investigación Científica y Desarrollo Tecnológico del Plan de Promoción de la Investigación de la Universitat Jaume I para el año 2016, titulado "El potencial de las éticas aplicadas en las herramientas de participación del Gobierno Abierto y la Sociedad Civil" (Referencia: UJI-A2016-04).

attention to their environment; companies must recognize their social responsibility and respond to the stakeholders demands through an ethical and communicative management. We'll explain a business ethics based on a discursive model, because it can be useful to attend social demands, to promote transparent communication, and to incorporate the interests of those affected by business activity.

**Palabras clave:** ética empresarial, ética discursiva, prosumidor/a, monitorización, confianza.

**Keywords:** business ethics, discourse ethics, prosumer, monitoring, trust.

## 1. INTRODUCCIÓN

**L**AS EMPRESAS SON organismos vivos que se relacionan con el entorno a través de sus acciones y sus comunicaciones. La crisis económica que se viene desarrollando desde el año 2007, así como el consecuente descrédito de los gobiernos debido entre otras cosas a sus políticas austeras, son el caldo de cultivo para el resurgir de la ciudadanía (FEENSTRA *et al.* 2016). Ahora más que nunca se pone de relieve que una gestión ética y saludable de las empresas resulta vital para el mantenimiento de su actividad, y para conseguir este objetivo, su devenir diario debe estar en conexión con las demandas cambiantes del entorno.

En este sentido, la confianza es un activo clave, ya que cuando se confía en otra persona se depositan ciertas expectativas en su comportamiento, al igual que ocurre con las organizaciones. Por esta razón, la coherencia y la credibilidad son dos aspectos clave de los discursos comunicativos a través de los cuales se va a construir la imagen de la empresa en el imaginario social. Así, se debe tener en cuenta que debido a los cambios acontecidos en el escenario actual, “el ciudadano se siente más amenazado por las maquinarias comunicativas de instituciones públicas y grandes corporaciones” (ÁLVARO 2013, 225). Frente al descontento, la desconfianza e incluso la desafección ciudadana, las organizaciones tendrán que aprender a incorporar la ética en su gestión y a comunicarla. En este orden de cosas, uno de los rasgos clave de esta nueva realidad es que “el comportamiento del consumidor, pero también el de las empresas, poco tiene que ver con el que tenían hace unas décadas” (MEDINA-AGUERREBERE 2013, 95).

El principal objeto del presente texto se centra en reconstruir las bases morales de la ética aplicada a la empresa, entendida como la respuesta más adecuada a la crisis de confianza social que viven gran parte de dichas organizaciones. Además, se ahondará en los nuevos rasgos que caracterizan a los/as consumidores/as conscientes de su papel como ciudadanos/as, y de su

capacidad para la producción de contenidos, rasgos que les convierte en sujetos audaces frente a los mensajes de las empresas. Esta nueva realidad transforma las relaciones existentes entre las instituciones y sus públicos, que tradicionalmente han estado caracterizadas por la unidireccionalidad, otorgándoles un nuevo carácter bidireccional y permitiendo la entrada de muy diversas voces en la empresa, una situación que solamente se puede construir desde la confianza.

Así pues, reflexionar sobre la dimensión moral de las organizaciones empresariales y la necesaria incorporación de la ética en su gestión y comunicación, supone reconocer a las empresas como parte de la sociedad civil, de un espacio de libertad que las dota de moralidad. Para esto, la autora se basará en la propuesta de ética empresarial y económica dialógica fundamentada en la ética discursiva de J. Habermas y K. O. Apel (CORTINA 2003; GARCÍA-MARZÁ 2004; CONILL 2006). Esta metodología resulta interesante, ya que exige la consecución de un acuerdo de todas las partes implicadas a través de argumentos esgrimidos sin ningún tipo de coacción en el seno de un diálogo real inclusivo.

## 2. LA CONSTRUCCIÓN DE ORGANIZACIONES SALUDABLES

Señala la filósofa Adela Cortina que ahora más que nunca necesitamos la ética (CORTINA 2013), y es que ha sido ampliamente demostrado que los malos hábitos y vacíos éticos existentes a la hora de gestionar empresas y gobiernos, han provocado grandes costes humanos, que hoy en día aún se están pagando en nuestro país. La toma de conciencia de la ciudadanía de dicha situación, ha puesto en el punto de mira a empresas, gobiernos y otras entidades. Frente a este descrédito, las organizaciones no pueden renegar más de su responsabilidad social y tienen que replantear tanto su gestión como su comunicación. Es decir, en un contexto de crisis económica y social, con una desafección ciudadana generalizada, existe la necesidad de incorporar una gestión ética en el día a día de las organizaciones empresariales. Porque solamente desde la ética, las empresas podrán recuperar la confianza perdida por parte de la sociedad así como atender a las nuevas exigencias y necesidades del consumidor/a, que también es ciudadano/a y tiene el poder de crear contenidos propios (prosumidor/a). Y lo más importante, porque ninguna campaña de comunicación llevada a cabo por una marca o empresa tendrá éxito, si la propia organización no goza de legitimidad y credibilidad social. Consecuentemente, la ética es el camino a seguir para recuperar el valor social de las empresas y para comunicar de forma veraz y digna sus actuaciones y decisiones. De cualquier otro modo, el público no otorgará crédito a la empresa y dejará de prestarle su apoyo, lo que implicaría a la larga, acabar con el desarrollo de su actividad concreta.

En el presente punto, se definirá un modelo de gestión ética económica y empresarial basada en la ética dialógica habermasiana, desarrollada por la Escuela de Valencia, ya que las bases morales que brinda pueden suponer el modo más acertado para que las empresas se comprometan con su fin social: “satisfacer necesidades humanas con calidad, a través de la obtención del beneficio” (CORTINA 1997, 29). Dicho modelo aporta las bases morales de funcionamiento para una gestión empresarial respetuosa con el entorno, que promueva la escucha activa de los diferentes grupos de intereses, y convierta la igualdad y la justicia en valores irrenunciables de la cultura corporativa. Porque éste es el único modo de promover una comunicación transparente de las dinámicas organizacionales.

### *2.1 Ética empresarial de corte discursivo*

Nos encontramos insertos en un mundo global y globalizado, una realidad social caracterizada por la transfiguración de los límites espacio-temporales. En este escenario de interconexiones, las TICs juegan un papel central, permitiendo el acceso masivo de la ciudadanía a los contenidos informativos, generando “nuevos espacios de interacción” (QUEROL 2011, 29). Al mismo tiempo, los entornos económicos se vuelven inestables, obligando a las empresas a internacionalizarse, ampliando así sus ámbitos de acción. Este hecho implica que sus decisiones ya no afectan tan solo a su entorno más inmediato, sino a todos los territorios en los que radica su actividad. La interconexión propia de esta sociedad global acrecienta las responsabilidades de la empresa, que tiene que lidiar con mayor número de grupos, ahora en diferentes Estados nacionales. De este modo, al operar de forma simultánea en escenarios con cuerpos legislativos y tradiciones diferentes, la ética se convierte en la herramienta idónea para ofrecer soluciones a los conflictos de acción que le puedan surgir en los diferentes contextos, ya que plantea una forma de universalizar las buenas acciones más allá de los marcos legales. Y es que “cuanto más complejas son las sociedades y más cambiantes los entornos, más ineficaces resultan las soluciones jurídicas y más rentables los mecanismos éticos para resolver los conflictos con justicia” (CORTINA 2003, 29). En resumen, la globalización modifica los límites de la esfera económica, política y tecnológica; distorsionando las fronteras nacionales y convirtiendo la dimensión moral en la clave de adaptación empresarial a esta nueva realidad.

La ética empresarial que se propone aquí tiene carácter integrativo, es decir, entiende “economía y ética como dos lógicas interconectadas en el ámbito social” (GARCÍA-MARZÁ 2004, 124). Desde esta concepción se deja atrás la visión tradicional de la empresa como un ente aislado y “la economía sus-

tentada sobre la racionalidad autointeresada e individualista del *homo oeconomicus*” (CALVO 2013, 67), para empezar a reconocer a la empresa como una entidad plural, que tiene responsabilidad sobre sus decisiones y acciones. Pero no solamente esto, sino que ante el retroceso en el papel del Estado, y el nuevo protagonismo de la sociedad civil, la empresa se reconoce como un ente moral que se mueve en el ámbito de la libertad, en la moralidad de sus decisiones, ya que tiene la capacidad de escoger entre un curso de acción u otro, al igual que lo hacemos los seres humanos. Una vez reconocido el carácter moral de las organizaciones empresariales, se propone una ética empresarial y económica dialógica fundamentada en la ética discursiva desarrollada por Jürgen Habermas y Karl Otto Apel, ya que se basa en el principio de universalización, por el cual “el punto de vista moral se centra en el reconocimiento recíproco de todos los implicados por los efectos de una norma o institución” (GARCÍA-MARZÁ 2004, 103), y exige la consecución de un acuerdo de todas las partes implicadas a través de un diálogo real inclusivo. Desde este punto de vista, cualquier norma o acción llevada a cabo por la empresa, deberá ser discutida en un diálogo igualitario que incluya las voces afectadas por ésta.

A partir de esta concepción, las bases sobre las que ha de desarrollarse la actividad empresarial son la legitimidad y la confianza que ha de serles otorgada por parte de la ciudadanía. Y esto pasa por la gestión transparente de sus recursos morales, que son “todas aquellas disposiciones y capacidades que nos conducen al entendimiento mutuo, al diálogo y al acuerdo como mecanismos básicos para la satisfacción de intereses y para la relación consensual de los conflictos de acción” (GARCÍA-MARZÁ 2004, 47). De este modo, la validez de la empresa debe residir en la gestión comunicativa de sus recursos morales y no en una mera estrategia racionalizadora, que es lo que ha generado una total desconfianza de los/as consumidores/as frente a las marcas, y un descrédito enorme de las comunicaciones y campañas que estas empresas llevan a cabo a través de diferentes medios. Al contrario, la gestión comunicativa de estos, le permite ser responsable de sus acciones, basadas en juicios racionales, y reconocer que los intereses de los demás deben ser integrados en la práctica empresarial, hecho que le permitirá comprometerse con el cumplimiento de las expectativas que el público tiene depositadas en dichas instituciones.

Y qué es comprometerse más que establecer una relación de confianza entre la empresa y sus públicos. Una relación basada en un juego de expectativas recíprocas, que otorga a la organización la capacidad de justificar sus actos, aportando razones a aquellos grupos frente a los que debe responder. Consecuentemente, si la empresa quiere mantener su posición social, debe basar sus relaciones en la reciprocidad y el reconocimiento de la autonomía que ostentan los grupos con los que se encuentra entrelazada. En dicho re-

conocimiento se hace patente la necesidad de fomentar diálogos reales que conviertan a la organización en un ente plural y abierto a las críticas. Porque al tener que dar razón de sus actuaciones la empresa debe establecer un diálogo edificado sobre razones morales, ya que esto le va a permitir argumentar de forma universalista, y en un contexto globalizado, enfrentarse exitosamente a los conflictos globales.

Un enfoque dialógico de la ética empresarial permite crear una ética universalista, porque a través del diálogo se pueden identificar los presupuestos morales universales referidos a la validez de las normas y a la inclusión en el diálogo de los grupos afectados por éstas. Si bien somos conscientes de que el contrario de esta afirmación también podría llegar a ser cierto, es decir, que la validez de las normas es interna a la comunidad que entabla el diálogo; consideramos que las normas universales exigirían un diálogo global, al menos en potencia. La utilidad que se desprende de dicha concepción permite afirmar que las normas vigentes en una sociedad no tienen por qué ser válidas, si no cuentan con todos los intereses en juego y expresan intereses generalizables. Esta afirmación entiende la empresa como una institución dinámica que debe adaptarse a los cambios culturales y de otra índole, hecho que construye el espacio para incorporar los cambios en las demandas de consumidores/as, que deberán tener vigencia y validez moral. Consiguientemente, la clave reside en reconocer el valor moral del diálogo, como un camino a través del cual “se alcanza el acuerdo y consenso necesarios para establecer, mantener y desarrollar la legitimidad de la empresa” (GARCÍA-MARZÁ 2004, 236), y dicha legitimidad debe encontrar sus bases, hoy en día, en pilares tan sólidos como la transparencia o el respeto al medioambiente.

En esta línea, se debe señalar que el principio del diálogo en búsqueda del acuerdo describe un contrato moral basado en la plena ausencia de coacción entre los participantes. Cuando habla de contrato moral, García-Marzá se refiere a un “acuerdo racional entre todas las partes implicadas y/o afectadas por la actividad empresarial” (GARCÍA-MARZÁ 2004, 160). Este contrato permite recoger la reciprocidad, ya que a partir de él se reconoce el hecho de que existe un juego de expectativas recíprocas entre la empresa y sus grupos de intereses. Se trata pues de diálogos en los que existe la posibilidad de comunicación, donde están incluidos todos los afectados por la actividad empresarial, que deben poder participar recíprocamente y en igualdad de condiciones. No obstante, se debe resaltar que se trata de una idea regulativa, en la realidad no se van a dar nunca las condiciones ideales para el diálogo, aun así, se debe hacer lo posible por aproximarse a dichos principios.

Desde aquí, se considera que una comunicación ética puede ser uno de los caminos más adecuados para la recuperación de la confianza del públi-



co, para afianzar los lazos entre empresa y sociedad, y sentar las bases para el desarrollo de dicho diálogo. Cuando se trata de comunicar éticamente, esto implica tener como valores centrales la transparencia, la veracidad, la reciprocidad y la escucha activa. Sin embargo, no falte decir que una empresa no podrá comunicar éticamente si en su gestión misma no incorpora la ética como principio guía. A colación, nuestras razones para optar por la ética discursiva como modelo para la consecución de una empresa ética y saludable se centran sobre todo en el proceso de participación dialógica que dicho modelo permite incorporar en la empresa. En este sentido, somos conscientes de que

...la cantidad de intereses en juego que rodean la organización hace necesario establecer un modelo participativo que permita incluir de manera activa tanto a sus stakeholders internos como externos. Un tipo de participación que posibilite el consenso y el acuerdo y cuya inclusión no esté supeditada a un determinado punto de vista moral, a una cultural o historia compartida, a una aportación de capital determinada o a una condición social o laboral concreta (CALVO 2010A, 276)

Esta metodología subraya la participación y contribuye a una conformación de empresas más conscientes y a la constitución de una ciudadanía más activa. En esta línea, hemos escogido esta opción frente a otras como la de la ISCT de Donaldson y Dunfee (1994), porque destacamos el potencial universal de la ética discursiva. Así pues, la ISCT adopta una postura pluralista que reconoce que las normas éticas no necesariamente son de aplicación universal (ALVARADO *et al.* 2009) sino que debe existir tolerancia entre los enfoques de otras culturas, siempre evitando caer en el relativismo ético (DONALDSON y DUNFEE 1999). Si bien esta teoría tiene su potencial transformador, consideramos que hay marcos normativos universales que deben ser respetados y que aunque las organizaciones deben tener en cuenta la cultura de cada territorio en el que operan, existen principios morales universales que deben primar. Desde nuestro punto de vista, en la intersección entre lo universal y lo particular se crea un espacio donde puede operar de forma efectiva la propuesta de la ética discursiva, que permitirá a la organización discernir qué normas son las que debe respetar atendiendo a las exigencias de los *stakeholders* que operen en cada territorio.

## 2.2 Stakeholders: *la escucha activa del entorno*

Esta pequeña aproximación a la ética empresarial dialógica nos ha permitido observar algunas de las potencialidades de dicho modelo para construir

organizaciones saludables y sociedades justas. La clave se centra en reconocer la relación recíproca entre organización y *stakeholders*, quienes deben ser incluidos en un diálogo real desarrollado sin coacciones. Es la *Teoría de los stakeholders* (FREEMAN 1984) la que permite tender un puente entre la teoría y la práctica, aproximándonos al diálogo mediante la identificación de los grupos de intereses de la empresa, proceso en el cual una buena gestión de la comunicación corporativa resulta imprescindible. Dicha teoría entiende los *stakeholders* como “any group or individual who can affect, or is affected by, the achievement of a corporation’s purpose. Stakeholders include employees, customers, suppliers, stockholders, banks, environmentalists, government and other groups who can help or hurt the corporation” (FREEMAN 1984, vi). De tal suerte, resulta interesante señalar que dicho término fue utilizado por primera vez en un memorando sobre planificación empresarial elaborado por el Stanford Research Institute en el año 1963, donde se definía los *stakeholders* como aquellos grupos sin cuyo apoyo la organización podría dejar de existir. Como se puede observar, esta definición implica el reconocimiento por parte de la empresa de una necesidad de relacionarse con la sociedad. Se deja así atrás una concepción de racionalidad económica que concibe a la empresa como un ente autista desvinculado de lo social.

Freeman desarrolla la teoría de los *stakeholders* a lo largo de la década de los ochenta, y uno de sus rasgos fundamentales es que concibe un modelo de gestión que integra siempre de forma conjunta los aspectos éticos y los organizativos de la empresa (GONZÁLEZ ESTEBAN 2012, 71). Dicho autor no es el primero en hablar de la interrelación de la empresa con sus públicos, pero sí el primero en poner de relieve la necesidad de gestionar la empresa desde dicha interrelación. En consecuencia, la teoría de los *stakeholders* tiene como novedad la inclusión de componentes económicos y éticos en un mismo paquete, donde se hace especial énfasis en las relaciones de la empresa con el entorno. Desde un punto de vista moral, el ámbito de las relaciones es lo que resulta de mayor interés, ya que se empieza a hacer patente la importancia de incluir en la gestión empresarial los intereses de aquellos grupos con los que se relaciona la empresa en el desarrollo de su actividad. Así, se reconoce la pluralidad de intereses que se encuentran implicados en la empresa, la existencia de valores morales y una perspectiva a largo plazo del proyecto empresarial. Esto otorga el fundamento para poder desarrollar nuestra visión de la responsabilidad social empresarial, ya que para responder o dar razón de nuestras actuaciones, primero se tiene que saber ante quién. Así pues, la empresa deberá entablar un “diálogo con todos sus *stakeholders*, con el fin de averiguar qué intereses y valores son comunes a todos ellos y por tanto universalizables, qué intereses son propios de cada grupo y cuales son simplemente individuales” (GONZÁLEZ ESTEBAN y GARCÍA-

MARZÁ 2006, 162). De estos tres tipos de intereses, la empresa siempre deberá intentar satisfacer en primer lugar los universalizables. Aunque los grupales e individuales se sitúen por detrás, la organización también se esforzará por tenerlos en cuenta y darles respuesta.

Para mantener su actividad prolongada en el tiempo, la empresa deberá no solo identificar a estos grupos de intereses, sino también integrar sus demandas para darles respuesta, mientras mantiene siempre una actitud proactiva respecto a cada uno de ellos de forma jerarquizada. A lo largo del tiempo, la gestión comunicativa de sus recursos morales, entre los que se encuentra la confianza, le permitirá generar reputación en su público. En esta línea, hay que tener en cuenta que la responsabilidad social corporativa no es lo mismo que la reputación, “la RSC supone la asunción empresarial de la responsabilidad por su impacto social ... pero su reputación es la percepción que individuos, grupos y sociedad tienen de esa empresa, positiva, neutra o negativa en todos los contextos posibles” (DEL FRESNO 2012, 26). Al fin y al cabo, responsabilidad empresarial se refiere a la obligación moral que tienen las empresas de responder de sus propias actuaciones ante la sociedad, en la medida en que las empresas respondan ante sus grupos de forma veraz, podrán generar una mejor reputación.

En su ajustamiento a la sociedad, la empresa debe tener en cuenta la realidad y las características del entorno en que se mueve, en su justificación sobre las elecciones que ha tomado, deberá tener en cuenta tanto las normas vigentes en esa sociedad como las válidas moralmente. Porque la economía “es mucho más que lo que muchos entienden por economía, ya que ésta tiene que estar al servicio del desarrollo humano” (CORTINA 2005, 11). Por esta razón, la empresa será responsable de todos sus ámbitos, tanto el económico y el ambiental como el social, de forma constantemente interrelacionada. Repasando lo que se ha venido señalando hasta el momento, cualquier organización en su toma de decisiones desde la libertad que caracteriza a todo ser o institución que se mueve dentro del ámbito de la sociedad civil, posee una responsabilidad de carácter económico, social y ecológico (GONZÁLEZ ESTEBAN 2007, 207). Es decir, debe dar respuesta de sus actos y actividades frente a la sociedad, sobre todo frente a aquellos afectados tanto presentes como futuros, porque está inserta en todos los espacios de la vida social y como tal, sus decisiones afectan las condiciones de vida de la ciudadanía.

### 3. CAMBIOS EN LA FIGURA DEL/LA CONSUMIDOR/A

Anteriormente, se ha destacado la necesidad de identificar los grupos de intereses o *stakeholders* que se encuentran directamente relacionados con la

actividad empresarial para que dicha actividad goce de legitimidad social. El conjunto de consumidores y consumidoras forman parte de dichos grupos, pero hoy en día, no se debe pasar por alto el hecho de que tanto sus prácticas como sus exigencias han variado considerablemente. Aquí se destacarán dos rasgos que son de vital importancia para conocer a esta nueva figura de consumo y acción: su capacidad para crear contenidos a través de las redes y su capacidad crítica como ciudadano/a para desvelar las malas prácticas empresariales y/o de otra índole. Estos dos rasgos se pueden asociar a dos procesos culturales, políticos y económicos aún abiertos. En primer lugar, la sociedad de la información y las facilidades que otorgan las nuevas herramientas digitales para compartir, crear contenidos e influir en las empresas. En segundo lugar, la crisis económica y social que está azotando nuestro país, así como muchos otros, y que han despertado la conciencia crítica de la ciudadanía, que se muestra ahora alerta respecto a las prácticas de empresas, gobiernos y otras instituciones sociales.

### 3.1 Prosumidores/las y creación de contenidos

Se acepta de forma generalizada que el primer autor en acuñar el término *prosumer* fue Toffler en su obra *The Third Wave* (TOFFLER 1980), para referirse a aquel consumidor que se convierte en productor de contenidos, que al mismo tiempo acaba consumiendo. Cabe señalar que existen antecedentes a dicho concepto en los trabajos de McLuhan y Nevitt, quienes en su obra *Take Today* (MCLUHAN y NEVITT, 1972) avanzaron que la tecnología electrónica permitiría al consumidor asumir simultáneamente los roles de productor y consumidor. Esta idea se ha visto finalmente realizada, otorgándole al sujeto de consumo la capacidad de influir en los procesos empresariales y la configuración de la propia marca. De esta manera, el concepto “prosumidor”, procedente del inglés *prosumer*, pretende enlazar dos palabras: *producer* (productor) y *consumer* (consumidor). Fusionando estas dos vertientes, se destaca el paso del público de un papel pasivo a otro activo y consciente de la importancia de su rol en la legitimidad de la empresa. Nada de esto sería posible sin el desarrollo de la web 2.0 y las redes sociales, que crean nuevos espacios de interacción entre consumidores/as y de creación de contenidos diversos

Much of what transpires online, especially on what has come to be known as Web 2.0, is generated by the user. Web 2.0 is contrasted to Web 1.0 (e.g. AOL, Yahoo), which was (and still is) provider- rather than user-generated. Web 2.0 is defined by the ability of users to produce content collaboratively, whereas most of what exists on Web 1.0 is provider-generated. It is on Web 2.0 that there has been a dramatic explosion in prosumption. It can be argued that Web 2.0

should be seen as crucial in the development of the ‘means of prosumption’; Web 2.0 facilitates the implosion of production and consumption (RITZER y JURGENSON 2010, 19)

Como punto de partida, se debe reconocer que “el mercado de la comunicación cuenta con nuevas audiencias que participan a la vez como productores y consumidores de contenidos a través de nuevas pantallas” (ANDREU-SÁNCHEZ y MARTÍN-PASCUAL 2014, 136). Las nuevas pantallas se refieren a las oportunidades que otorga el escenario tecnológico para que ciudadanos/as y consumidores/as influyan en las empresas o en los procesos políticos. La práctica de monitorización de la actividad política es un claro ejemplo del papel activo que toma el público, y esto no se puede obviar, ya que influye en los procesos de consumo, y en cómo la gente se relaciona con la empresa y las marcas. Así, “el proceso de monitorización supone, en los momentos que se produce, una evidente capacidad de influencia del ciudadano que ejerce la acción” (FEENSTRA 2013B, 159). En resumen, se han destacado dos rasgos, el interés y capacidad de crear contenidos y consumirlos, así como la capacidad de influir en los procesos económicos y políticos. Esta realidad promueve la reformulación de parte de la comunicación que lleva a cabo la empresa, que no puede actuar de espaldas al público, ya que sus acciones están siendo vigiladas a la vez que la veracidad de sus campañas de comunicación está en el punto de mira de la opinión pública. Por tanto, el conjunto de prosumidores/as se encuentra formado por sujetos que nada tienen que ver ya con seres pasivos y aislados, sino con otros dispuestos a participar en la construcción de la marca, influenciando incluso los modos en que se hace publicidad.

Desde el marco de las comunicaciones publicitarias también se ha explorado el importante papel que pueden desarrollar los consumidores como colaboradores de la producción y difusión de estas comunicaciones. La figura del prosumidor y su importante papel en las acciones de marketing viral han trazado nuevos caminos y oportunidades para desarrollar comunicaciones publicitarias que cuentan con el compromiso de los consumidores (MARTÍ, CABRERA y ALDÁS 2012, 336-7)

A raíz de esta cita, se puede deducir que es más fácil comprometerse o conectar con un contenido o mensaje que se ha ayudado a crear, que otro del que se es simplemente un receptor pasivo. En este aspecto, se trae a colación un ejemplo de publicidad de marca que por su sencillez e incluso inocencia, puede resultar muy ilustrativo para entender el lazo irrenunciable del consumidor con la creación de la marca y las campañas de comunicación de la empresa.

El ejemplo en cuestión se refiere a la campaña de las galletas Tosta Rica, “Las Tosta Rica las dibujas tú”, un concurso de dibujo donde niños y niñas pueden enviar sus propuestas, sabiendo que los dibujos ganadores serán impresos en las famosas galletas. Un rasgo interesante de este caso es cómo el/la consumidor/a no solamente participa en la comunicación, sino que transforma tanto la marca como su producto tangible, en este caso, las galletas. Al imprimir su dibujo sobre la galleta, el sujeto está formando parte de la marca y a la inversa. Al fin y al cabo, ¿dónde acaba la marca y empieza la persona? Las fronteras no son rígidas y quizá ni tan siquiera existen, ya que al adquirir un producto o servicio, el/la consumidor/a se está apropiando de sus significados. Así pues, el/la consumidor/a tiene el poder de decisión, porque los intangibles que manejan las empresas y marcas se desarrollan en su mente, y la empresa se limita a adivinar ese pensamiento e intentar influir en él de buen grado. Como bien señala Joan Costa, la imagen es un intangible que se forma en la mente del público, por eso la empresa no puede incidir directamente sobre dicho activo, solamente lo puede intentar por medio de la comunicación y los valores (COSTA 1999).

Por tanto, la figura del *prosumer* compone lo que se podría considerar una gran base de talentos que la empresa no puede desperdiciar ni ignorar. Un ejemplo claro de esta marea de influencia del público en la gestión de las marcas se ejemplifica en la proliferación de redes o plataformas en las que cada internauta puede acceder y compartir su opinión y/o experiencia sobre un producto o servicio concreto. En el caso del sector hotelero, existen ejemplos como *Booking.com* o *TripAdvisor* entre otros. Estas plataformas sirven de espacio de interacción entre consumidores/as, donde es posible “sharing information with friends and to a certain extent with the public ... that allows humans to stay in touch and to make new contacts” (FUCHS 2011, 292). Porque el criterio de los iguales es el que más puede ayudar a realizar la elección adecuada, cada vez más la gente, consciente de su poder de influencia, quiere compartir su opinión y esto es señal de que cada vez son más activos, saben cómo quieren las cosas, e invierten su tiempo en hacérselo saber a la empresa misma.

Como se puede observar, sería un error para las organizaciones empresariales dejar todo este saber desprovisto de atención, lo que implica que el mejor modo de gestionar la comunicación de cualquier tipo de organización es encontrarse en contacto directo y constante con los diferentes *stakeholders* o grupos de intereses, que hoy en día toman la forma de *prosumers*. Porque el establecimiento de un diálogo recíproco va a permitir no solamente que la empresa esté al tanto de los cambios que se dan en el entorno y que van a afectar a su producto, sino que le va a autorizar a beneficiarse, entendido en una vertiente mutua, de los conocimientos, intereses y aspiraciones de esta figura. Es decir, ¿quién conoce mejor a la marca que los/as consumidores/as? Nadie.

Todos los conocimientos, experiencias y expectativas que conforman su relación con la marca, solamente pueden ser conocidos por ésta, desde el diálogo y la cesión de parte de su poder en este grupo. Y las nuevas posibilidades técnicas que brinda el espacio web, pueden ser adecuadas para acercar esos diálogos simétricos a una realidad cada vez más factible, que permita al mismo tiempo edificar conductas empresariales éticas.

### *3.2 Consumo y ciudadanía: el auge de voces críticas*

Los últimos acontecimientos políticos y económicos han hecho mella en el espíritu de la ciudadanía, transformando las relaciones de consumo y de otra índole. La creciente desconfianza que impregna las diferentes esferas sociales promueve la construcción de un/a consumidor/a que entiende el consumo como una actividad moral, y que demanda de las empresas una actitud ética y una comunicación veraz. Desde el punto de vista de las organizaciones empresariales, la tendencia debe ir encaminada a un cambio en la forma de entender la gestión de la información, un paso clave para ir hacia la integración de una gestión ética en las empresas.

De este modo, en los tiempos que corren las barreras que separaban la información privada de la empresa de aquella que estaban obligados a presentar públicamente, se han distorsionado. Y debido al auge de una ciudadanía crítica y activa, ahora no son solo las leyes las que demandan la publicidad de dicha información, sino que también lo reclama la sociedad civil. Y es que, los grupos de intereses son observadores que exigen la rendición de cuentas a la organización. En este aspecto, Epstein habla de cómo la transparencia en la gestión y la información de los avances de la empresa, puede convertirse en una ventaja competitiva, ya que permitirá que dichos grupos sean leales a la institución. Tradicionalmente la teoría económica clásica ha primado la información sobre los indicadores financieros, dejando de lado los no financieros, que puedan contribuir a la salud de la compañía. Sin embargo, en un contexto como el actual, esto no resulta suficiente, dicho autor pone de relieve la necesidad de reformular los principios comunicativos y de información de las empresas.

En un tiempo en que las personas ajenas a la empresa tienen más elección que nunca respecto a dónde invertir su capital, para quién trabajar, con quién asociarse, y dónde comprar bienes y servicios, muchos gerentes están ofreciendo más información a fin de hacer que estas personas se decidan por su compañía. Los gerentes están llegando a la conclusión de que no existen buenas razones para mantener ocultos los datos que indican el rendimiento empresarial (EPSTEIN y BIRCHARD 2001, 27)

Atrás han quedado los tiempos de ocultar información y permitir acciones corruptas, las empresas que deseen conectar con este nuevo prosumidor/a-ciudadano/a, como la autora le va a denominar aunando los dos rasgos principales vistos anteriormente, deberán mostrarse abiertas al diálogo. Para generar lealtad entre los grupos de intereses, se debe dejar atrás la cultura de la confidencialidad, que no hace más que alejar a la empresa de sus públicos, desestructurando las posibles relaciones fructíferas que podrían darse entre ellos. El paso de una comunicación unidireccional a otra con múltiples focos, cuyos centros de acción se encuentran dispersos y generan un fluir de ricas aportaciones, es una de las tendencias comunicativas que más fuerza está cogiendo. Atrás deben quedar las organizaciones autistas, porque actualmente “existe una división entre las empresas analógicas que están mal vistas y las de la sociedad digital, porque se adaptan mejor en términos de comunicación a las exigencias de esta sociedad, que son muy elevadas” (MORATALLA 2015). El público se decanta hacia aquellas empresas y marcas que le permiten expresarse, pero sobretodo, que atiendan a la realidad social y actúen éticamente, estableciendo canales de comunicación con múltiples focos.

Descubriremos que estos nuevos mensajes, más que depender del medio utilizado, dependen de la mentalidad que hay detrás, de una visión mucho más “adulta” del consumidor. Formas de comunicar que utilizan mecanismos de diálogo, participación, donde la utilidad de lo que la marca propone supera la mera imposición de un mensaje. No cambia el medio, cambia la forma de pensar en quién recibe el mensaje (CERIA 2014, 194)

La figura del prosumidor/a-ciudadano/a aprende a interactuar con la organización a través del potencial revolucionario y transformador de las nuevas herramientas de comunicación. Sin embargo, no es el medio online el que cobra importancia, “sino la tecnología en sí como capacidad de revolucionar los procesos de interacción con el público, ... de meter literalmente el/la consumidor/a dentro del proceso, de modificar de forma sustancial la manera en la que concebimos la construcción de una marca desde la comunicación” (CERIA 2014, 195). Toda empresa y marca que se resista a comprender este nuevo papel del consumidor/a como ciudadano/a, estará negando la realidad y actuando sin entender qué significa realmente atender a las exigencias de los *stakeholders*. La ciudadanía es a la vida política lo que los/as consumidores/as a la económica, es decir, es el/la consumidor/a como ciudadano/a económico el que tiene el poder frente a los productores, frente al marketing y la publicidad. Por eso debe implicarse activamente en orientar el consumo hacia un modelo más responsable desarrollando conciencia de su poder, porque es



quien decidirá si consume o no, o si apoya a una organización. También será responsable de desmontar las viejas prácticas comunicativas unidireccionales y de dudosa ética, para construir otras que pongan en el centro la ética y la transparencia.

Un ejemplo de este papel activo del prosumidor/a-ciudadano/a reside en las respuestas ciudadanas frente a la comunicación o publicidad que no se considera ética. Y es que, se debe comprender que al hablar de público también se habla de ciudadanos y ciudadanas conscientes de las implicaciones sociales que subyacen a los discursos mediáticos. En esta línea, Feenstra analiza la *monitorización publicitaria* (FEENSTRA 2013A) como un proceso político que permite al público responder frente a aquellos anuncios que consideran inmorales, mediante una atenta observación de la comunicación publicitaria. La contrapublicidad y el activismo mediático son parte de este proceso. El primer caso se refiere a la denuncia, de forma organizada y creativa, de las malas prácticas publicitarias, así como del propio modelo de consumo, mediante el uso del lenguaje publicitario de las marcas (FEENSTRA 2014, 100). En el segundo caso, consumidores anónimos “denuncian posibles engaños publicitarios, o contestan anuncios que son considerados erróneos, falsos o inadecuados” (FEENSTRA 2014, 103). Se produce pues una eclosión de voces que pueden servir a la empresa para conocer las expectativas depositadas por parte del público en su actividad, y por tanto, en la medida en que se establezcan diálogos con dichas voces, se podrá fundamentar la legitimidad social de la organización. Lo importante es tomar conciencia de que los ciudadanos/as están empezando a adoptar “un papel social relevante cuando actúan como consumidores en busca de un fin que va más allá de las exigencias del propio consumo” (DE MIGUEL 2013, 9).

Sin embargo, si bien es cierto el aumento en el surgimiento de voces críticas entre los propios consumidores, no debemos pasar por alto el ruido informativo al que estos deben enfrentarse en su día a día, y que puede acabar provocando en dicho público una distorsión de la realidad. Es decir, cabe tener en cuenta que el flujo de información ingente e inmanejable a que está expuesto el/la consumidor/a puede obstaculizar la formación de su voz crítica y sus posibilidades de influir en las empresas (ZHAO *et al.* 2016; CHEN *et al.* 2016; ARIELY 2000). Así, cuanto más crítico sea el consumidor con la selección informativa, más podrá cerciorarse la empresa de que su criterio es válido para juzgar la actividad empresarial con respecto a unos parámetros universales. En esta línea, algunas prácticas como el *whistleblowing* nos muestran que los sistemas de alertas y denuncias de irregularidades ético-legales perpetradas por las empresas pueden ser una nueva herramienta de gran efectividad para que los/as consumidores/as aprendan a incidir sobre dichas acciones nocivas (CALVO 2016).

#### 4. EL RESTABLECIMIENTO DE LA CONFIANZA PERDIDA

Con el estallido financiero del 2007, salieron a la luz las malas costumbres que habían arraigado en numerosas instituciones. En términos generales, las decisiones tomadas por agentes empresariales habían puesto por encima del bienestar social, los intereses egoístas de unos pocos, basándose en la premisa de un *homo oeconomicus* desprovisto de valores morales (CALVO 2010B). En el caso de España, “a las malas prácticas financieras, a la falta de control de esas prácticas, a la corrupción política se unieron problemas como el de la construcción y, en el fondo de todo ello, malas costumbres, empecinadamente arraigadas” (CORTINA 2013, 21), las relaciones de confianza entre los agentes sociales y económicos se vieron rotas. En este sentido, no se debe olvidar que “la confianza en una empresa, en sus relaciones contractuales o en sus productos, guarda relación directa con las razones que tenemos para esperar un determinado comportamiento o resultado, con el cumplimiento de una serie de expectativas previamente depositadas en ella” (GARCÍA-MARZÁ 2004, 146). De este modo, las empresas no pueden obviar los procesos de cambio social que están ocurriendo, porque afectan a su rol y sus relaciones con la sociedad, así como tampoco pueden obviar el nuevo papel del/la prosumidor/a-ciudadano/a. La situación de desafección ciudadana con respecto a las entidades económicas y gubernamentales, tiene mucho que ver con el incumplimiento de las expectativas, ya que se ha puesto por encima del interés social el interés egoísta. La situación actual muestra que el cuento del autointerés y el individuo autónomo se ha mostrado como lo que siempre fue: falso.

És d'idiotes, d'idiotes racionals, com diu el mateix Sen, pensar que l'egoisme i l'interès propi fan funcionar per si mateixos els mercats. Sense aquest saber moral, sense la honestedat que comporta respectar els contractes; sense la cooperació i col·laboració necessàries per a la producció; sense la credibilitat del producte o marca, etc., no hi ha confiança. I sense confiança no hi ha mercat, només hi ha selva. Com conclou Sen, l'ètica empresarial es pot considerar com un dels actius productius més importants que una economia i una societat disposen (GARCÍA-MARZÁ 2012, 9)

Cuando aquel 15 de mayo de 2011, miles de ciudadanos/as salieron a ocupar plazas y calles, también lo hicieron como consumidores/as. La ciudadanía reveló su poder, mostrando indignación frente a vicios como la corrupción y el egoísmo, que estaban ocultos tras las prácticas de ciertas entidades y sus comunicaciones. Un ejemplo de la necesidad de cambios, tanto en la gestión como en la comunicación, dentro de este nuevo escenario, lo encontramos

en el caso Bancaja, analizado por la consultora de comunicación Villafañe & Asociados. En marzo del año 2011 Bancaja pasó a denominarse Bankia, nombre que se estableció como marca comercial. En estos momentos, “Bankia se había convertido en diana de todas las críticas que suscitaba el sector financiero por parte de una ciudadanía desencantada que comenzó a desconfiar de todo y todos” (SOTILLO y RUBIÑOS 2014, 67). La marca Bankia, con poco tiempo de vida, acumulaba una gran desconfianza de sus clientes, lo que la había convertido en un “activo tóxico”. Se precisaba con urgencia una estrategia para recuperar la confianza perdida. En el contexto del 15M la entidad se planteó un nuevo cambio de marca, ante lo que la consultora se negó, alegando que no se conseguiría recuperar la confianza del público planteando una estrategia *lampedusiana*, que se basa en cambiar algo ínfimo, para que realmente nada cambie. Se precisaba pues de cambios más profundos, que atañen a la raíz misma de las acciones de empresas y organizaciones, y en cómo se relacionan con el público, ambos procesos a largo plazo.

Y es que utilizar la comunicación de forma estratégica ha sido en parte uno de los grandes errores cometidos por empresas y otras instituciones, pensar que con una comunicación falsa podían ganarse al público y disfrazar la inmoralidad de sus malas decisiones, en el caso de que se diesen, ha ido generando cada vez más desconfianza en el público. Porque el/la consumidor/a actual ha dejado atrás su minoría de edad, y es capaz de distinguir un engaño cuando lo ve, porque ha sido enseñado a través de numerosas campañas diseñadas para hacer un lavado de cara de diferentes marcas. Al igual ha ocurrido con la ética en la empresa, que ha sido utilizada como cosmética para tapar malas prácticas (LUQUE *et al.* 2016; GIL, 2017; PÉREZ y BETANCUR, 2017). Sin embargo, no hay maquillaje lo bastante fuerte como para tapar los vicios arraigados, y menos cuando emerge la figura del/la prosumidor/a-ciudadano/a, que sabe cómo influir en las empresas a través de sus propios contenidos, al mismo tiempo que identifica los riesgos sociales de sus actuaciones. Atendiendo a esta realidad, se podría decir que las empresas parecen haber olvidado que no son organizaciones neutras, sino que se encuentran insertas en el ámbito social y que por tanto, disponen de “capacidad para dar respuesta a los problemas de la sociedad” (GARCÍA ECHEVARRÍA 1982, 28). Dicho desajuste entre el sentido social de la empresa y la nula atención que presta hacia sus responsabilidades con para los/as afectados/as de sus acciones, provoca que hoy en día exista la necesidad de recordar que la confianza es un recurso moral clave para el funcionamiento de las organizaciones. Se ha de reconocer que las relaciones empresa-sociedad, se basan en conjuntos de expectativas, que conforman a su vez las relaciones de confianza en el entramado social:

La confianza, entendida como relación social, tiene dos polos: el del sujeto que confía (truster) y el del depositario de la confianza (trusted). El sujeto ejecuta la acción de confiar a partir de un universo de conocimientos o creencias que le permiten tener un conjunto de expectativas ciertas sobre su relación con el objeto de su confianza. Confiar significa apostar, mantener expectativas, tener esperanza en que los referentes utilizados son ciertos, esto es, que corresponden realmente a las características del depositario. ... Es por esto que las relaciones de confianza involucran el riesgo irreductible de ser defraudado, y una desventaja: la vulnerabilidad (LUJÁN PONCE 1999, 39-40)

Así pues, la vulnerabilidad contiene una doble vía, en el sentido de que la empresa cuenta con la legitimidad que le otorga la sociedad, sin embargo, al haber defraudado las expectativas que ésta disponía en su actuación, ha perdido su papel legítimo. El sociólogo Bernard Barber describe la confianza como “a generalized expectancy of good behaviour on the part of others over whom we have no control (...) has the general function of social ordering, of providing cognitive and moral expectation maps for actors and systems as they continuously interact” (BARBER 1983, 19). De alguna manera, la confianza permite que se den por sentadas ciertas premisas de comportamiento, el actuar sobre la idea de que no nos defraudarán y no defraudaremos. Al mismo tiempo, estas razones permiten actuar en el escenario social, al igual que confiamos que una institución interactúe con los distintos grupos sociales en base a unos principios morales concretos, derivados de su papel social. A partir de las ideas de Barber, García-Marzá entiende que la confianza tiene bases racionales:

We can therefore say that trust has a rational base, or that it is supported by reasons. This cognitive base cannot “guarantee” the result of the action, but it does allow us to assume the risk involved in trusting a person, organization or product. In other words, it enables us to link our intentions with the possible results we expect (GARCÍA-MARZÁ 2005, 210)

Las relaciones de confianza no se basan en creencias o esperanzas ciegas depositadas en algo incierto que se desea que acontezca, sino en un juego recíproco de expectativas y obligaciones. Expectativas que se depositan en la actuación de la organización, y obligaciones que se contraen en función de lo que ese otro va a esperar de nosotros. En la medida en que se cumpla este círculo, podremos contar con la confianza de los demás, ya que habremos cumplido nuestro papel. En el ámbito empresarial, la confianza es un recurso que permite a la empresa gestionar su relación con los grupos de intereses con menores costes, y de forma legítima, ya que reduce los costes de coordinación y tran-

sacción (GARCÍA ECHEVARRÍA 1982, 19), al fomentar una cooperación social a través del contrato moral propuesto por García-Marzá. Por consiguiente, para restablecer la confianza perdida y la legitimidad, se deben reconsiderar las bases de la relación social de la empresa con los grupos sociales desde la noción de contrato moral.

Cuando habla de contrato moral, García-Marzá se refiere a un “acuerdo racional entre todas las partes implicadas y/o afectadas por la actividad empresarial” (GARCÍA-MARZÁ 2004, 160). Este contrato permite recoger la reciprocidad, ya que a partir de él se reconoce el hecho de que existe entre la empresa y sus grupos de intereses un juego de expectativas recíprocas. Siguiendo las bases de la ética discursiva, los diálogos que subyacen a dicho contrato, se han de dar en condiciones de igualdad y en simetría de participación para todos los interlocutores válidos, hecho que implica que a diferencia del contrato social, el contrato moral no constituye en sí un hecho, sino una instancia crítica, una idea regulativa de las condiciones. Así, el contrato moral difiere del social en cuatro aspectos: las partes contratantes, el contenido, las condiciones y el carácter (GARCÍA-MARZÁ 2004, 161-2). En cuanto a las partes contratantes, el contrato moral obliga a llegar al acuerdo entre todos los grupos afectados por la actividad de la empresa. Respecto al contenido, el contrato moral rompe el individualismo propio del contrato social, ya que se tiene en consideración desde el principio que el sujeto no es solamente un individuo, sino una parte con intereses en juego, en confluencia con los intereses de los demás. Las condiciones se refieren a la igualdad y la simetría, cuya legitimidad viene respaldada por la posibilidad de participación de todos los involucrados. Y por último, el carácter del contrato moral es el de un principio crítico que permite reconstruir las condiciones de posibilidad para la realización de acuerdos fácticos.

En resumen, el principio del diálogo en búsqueda del acuerdo entre las partes afectadas por la actividad empresarial, no describe un contrato social, sino que define un contrato moral basado en la plena ausencia de coacción entre los participantes. Se trata de diálogos en los que existe la posibilidad de comunicación, donde están incluidos todos los afectados por la actividad empresarial, donde se incluiría como no, la nueva figura del/la prosumidor/a-ciudadano/a que se ha ido tratando a lo largo del presente artículo de investigación. Dichos diálogos subyacentes a la ética empresarial propuesta, basada en un contrato moral, permite afirmar que sin confianza no hay economía, no hay progreso social, y que en la ética empresarial y el reconocimiento de la confianza como recurso moral están las claves para restituir el papel social de las empresas. A partir de la noción del contrato moral, se crean las condiciones de posibilidad para la construcción de relaciones sanas entre empresas y sociedad, al mismo tiempo que se consiguen “empresas virtuosas cuyo funcionamiento

se estructura a partir de la reciprocidad, la cooperación y la confianza” (GARCÍA-MARZÁ 2004, 58), éste es el carácter que deberían haber tenido siempre las empresas, evitando la funesta situación social actual. Dicha cooperación también permitiría afianzar los saberes acumulados por los/as prosumidores/as-ciudadanos/as, aportando voces motivadoras y críticas a la práctica empresarial y sus comunicaciones.

## 5. CONCLUSIONES

Actuar como organización en un contexto eminentemente globalizado es una tarea de gran envergadura, ya que la empresa debe ser capaz de ajustar las respuestas que efectúa frente a las diferentes demandas de los grupos de interés, a las circunstancias cambiantes de los contextos en que desarrolla su actividad. Una de las claves del reto a tratar reside en el reconocimiento de que las instituciones sociales, entre ellas las económicas, tienen que cumplir las expectativas depositadas en ellas por parte del público para poder generar y mantener su confianza. Una confianza que se halla en la dimensión moral manifiesta a través de bases racionales en los diálogos. Y esto implica llevar a cabo la integración de la perspectiva ética dentro de la estructura empresarial. Hecho que solo será posible si se reconoce antes a la empresa como una institución social y se admite que es necesario gestionar sus recursos morales para conseguir beneficios sociales.

En este aspecto, generar valor social, comportarse éticamente, pero sobre todo, saber comunicárselo de forma veraz al público, va a permitir a la larga construir una buena reputación, y resulta de gran interés señalar que “las empresas reputadas tienen un *halo de credibilidad* que puede resultar decisivo a la hora de afrontar informativamente los efectos de una crisis” (VILLAFANE 2004, 86). Pero dicha credibilidad debe encontrar razones de peso para sustentarse, y dichas razones van de la mano de las demandas que realizan los/as consumidores/as como parte de la ciudadanía. Porque una organización empresarial no puede hacer oídos sordos a las voces que emergen de su entorno, porque no puede actuar de espaldas a las exigencias sociales que le lanza el/la prosumidor/a ciudadano/a. Es tiempo de actuar y comunicar éticamente. Porque de ningún otro modo se podrá generar confianza, y una sociedad sin confianza no es lugar para la convivencia de seres humanos ni de instituciones.

## BIBLIOGRAFÍA

- ALVARADO, A.; BIGNÉ, E. y CURRÁS, R. 2009, "Perspectivas teóricas usadas para el estudio de la Responsabilidad Social Empresarial en el marketing: una aproximación a la complementariedad de sus racionalidades", *XIII Congreso Internacional de Investigación en Ciencias Administrativas La administración frente a la globalización: Gobernabilidad y desarrollo*, 5, 6, 7 y 8 de mayo de 2009: 1-29.
- ÁLVARO, F.-M. 2013, "Democracia acelerada y periodismo bajo sospecha", *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, 6: 225-8. <http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2013.6.13>
- ANDREU-SÁNCHEZ, C. y MARTÍN-PASCUAL, M. A. 2014, "La educación audiovisual y la creación de prosumidores mediáticos. Estudio de caso", *adComunica: Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, 7: 131-47. <http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2014.7.8>
- ARIELY, D. 2000, "Controlling the Information Flow: Effects on Consumers' Decision Making and Preferences", *Journal of Consumer Research*, 27 (2): 233-48.
- BARBER, B. 1983, *The logic and limits of trust*, New Brunswick: Rutgers University Press.
- CALVO, P. 2010A, "La Participación Dialógica como Herramienta de Gestión Responsable", en M. A. ARRÁEZ y P. FRANCÉS (ed.), *Ética y Responsabilidad ante la Crisis*, Granada: Sidner: 261-82.
- CALVO, P. 2010B, "¿Homo economicus u homo reciprocans? Contribución de la ética y la neuroeconomía al principio de reciprocidad", en A. SIERRA y Y. ROMERO (ed.), *Actas del V Congreso Internacional de la Sociedad Académica de Filosofía: razón, crisis y utopía*, Tenerife: Universidad de la Laguna: 97-110.
- CALVO, P. 2013, "Fundamentos de la economía civil para el diseño de las organizaciones", *Revista Internacional de Organizaciones*, 10: 65-84.
- CALVO, P. 2016, "Whistleblowing ante la miseria moral de instituciones y organizaciones", en MESEGUER, J. V. y AVILÉS, M. (dir.), *Empresas, Derechos Humanos y RSC*, Pamplona: Editorial Aranzadi: 135-53.
- CERIA, U. 2014, "Nada volverá a ser lo mismo entre nosotros. Agencias y anunciantes, medios y mensajes, marcas y consumidores: o se reinventa la relación, o nos separamos para siempre", *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, 7: 193-6. <http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2014.7.11>
- CHEN, J.; TENG, L.; YU, Y. y YU, X. 2016, "The effect of online information sources on purchase intentions between consumers with high and low susceptibility to informational influence", *Journal of Business Research*, 69 (2): 467-75.
- CONILL, J. 2006, *Horizontes de economía ética*, Madrid: Tecnos.



- CORTINA, A. 1997, "Introducción", en A. ARGANDOÑA (ed.), *Ética y empresa: una visión multidisciplinar*, Madrid: Fundación Argentaria: 9-26.
- CORTINA, A. 2003, *Construir confianza: ética de la empresa en la sociedad de la información y las comunicaciones*, Madrid: Trotta.
- CORTINA, A. 2005, "Ética de la empresa: no solo responsabilidad social", en *Ética de la empresa: hacia un nuevo orden global, XIV Seminario Permanente de Ética Económica y Empresarial (2004-2005)*, Valencia: Fundación ÉTNOR: 7-18.
- CORTINA, A. 2013, *¿Para qué sirve realmente la ética?*, Barcelona: Paidós.
- COSTA, J. 1999, *La comunicación en acción. Informe sobre la nueva cultura de gestión*, Barcelona: Paidós.
- DEL FRESNO, M. 2012, *El consumidor social. Reputación online y social media*, Barcelona: Editorial UOC.
- DE MIGUEL, I. 2013, "Recuperando el control sobre la economía: el consumo como herramienta de poder", *Dilemata*, 13: 1-32.
- DONALDSON, T. 1982, *Corporations and Morality*, Englewood Cliff, NJ: Prentice Hall.
- DONALDSON, T. y DUNFEE, T. W. 1994, "Toward a unified conception of business ethics: integrative social contracts theory", *The Academy of Management Review*, 19 (2): 252-84.
- DONALDSON, T. y DUNFEE, T. W. 1999, "When ethics travel: The promise and peril of global business ethics", *California Management Review*, 41 (4): 45-63.
- EPSTEIN, M. y BIRCHARD, B. 2001, *La empresa honesta. Cómo convertir la responsabilidad corporativa en una ventaja competitiva*, Barcelona: Paidós.
- FEENSTRA, R. A. 2013A, "La monitorización de la publicidad en la era digital: un reto para la ética", *Cuadernos.info*, 32: 47-58. <http://dx.doi.org/10.7764/cdi.32.477>
- FEENSTRA, R. A. 2013B, "Una reflexión sobre la Democracia Monitorizada: potencialidades y límites", *Foro Interno*, 13: 139-60. [http://dx.doi.org/10.5209/rev\\_FOIN.2013.v13.43088](http://dx.doi.org/10.5209/rev_FOIN.2013.v13.43088)
- FEENSTRA, R. A. 2014, *Ética de la publicidad. Retos en la era digital*, Madrid: Dykinson.
- FEENSTRA, R. A.; TORMEY, S.; CASERO-RIPOLLÉS, A. y KEANE, J. 2016, *La reconfiguración de la democracia: el laboratorio político español*, Granada: Editorial Comares.
- FREEMAN, R. E. 1984, *Strategic Management. A Stakeholder Approach*, Boston: Pitman.
- FUCHS, C. 2011, "Web 2.0, Prosumption, and Surveillance", *Surveillance & Society*, 8 (3): 288-309.
- GARCÍA ECHEVARRÍA, S. 1982, *Responsabilidad social y balance social de la empresa*, Madrid: Fundación Mapfre.



- GARCÍA-MARZÁ, D. 2004, *Ética empresarial: del diálogo a la confianza*, Madrid: Trotta.
- GARCÍA-MARZÁ, D. 2005, "Trust and Dialogue: Theoretical Approaches to Ethics Auditing", *Journal of Business Ethics*, 57 (3): 209-19. <http://dx.doi.org/10.1007/s10551-004-8202-7>
- GARCÍA-MARZÁ, D. 2012, *Ètica o crisi. La distribució de la responsabilitat*, Castelló de la Plana: Servei de Comunicació i Publicacions.
- GIL, G. 2017, "Análisis Discursivo del relato empresarial sobre Responsabilidad Social Corporativa. Coordinadas narrativas y prácticas discursivas", *Recerca, Revista de Pensament i Anàlisi*, 20: 127-56. doi: <http://dx.doi.org/10.6035/Recerca.2017.20.7>
- GONZÁLEZ ESTEBAN, E. 2007, "La teoría de los stakeholders. Un puente para el desarrollo práctico de la ética empresarial y de la responsabilidad social corporativa", *Veritas*, 2 (17): 205-24.
- GONZÁLEZ ESTEBAN, E. 2012, "El modelo de empresa plural desde el enfoque de los stakeholders", *Debats*, 116: 71-80.
- GONZÁLEZ ESTEBAN, E. y GARCÍA-MARZÁ, D. 2006, "La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en Europa: la apuesta por un nuevo modelo de empresa. Una revisión crítica desde la ética empresarial", *Recerca, Revista de Pensament i Anàlisi*, 6: 157-170. <http://dx.doi.org/10.6035/Recerca>
- LUJÁN, N. 1999, *La construcción de confianza política*, México DF: Instituto Federal Electoral.
- LUQUE, A.; HERNÁNDEZ, J. y DE PABLOS, C. 2016, "Debilidades dentro de los procesos de mundialización textil y relación con la RSE a través de un análisis DELPHI: ética o estética", *Recerca, Revista de Pensament i Anàlisi*, 19: 35-71. doi: <http://dx.doi.org/10.6035/Recerca.2016.19.3>
- MARTÍ, J.; CABRERA, Y. y ALDÁS, J. 2012, "La publicidad actual: retos y oportunidades", *Pensar la publicidad*, 6 (2), 327-43. [http://dx.doi.org/10.5209/rev\\_PEPU.2012.v6.n2.41219](http://dx.doi.org/10.5209/rev_PEPU.2012.v6.n2.41219)
- MC LUHAN, M. y NEVITT, B. 1972, *Take Today: The Executive as Dropout*, Nueva York: Harcourt Brace Jovanovich.
- MEDINA-AGUERREBERE, P. 2013, *Marca y comunicación empresarial*, Barcelona: Editorial UOC.
- MORATALLA, M. 2015 (enero 27), "El 'consumidor rebelde' que rechaza a las empresas: es el fenómeno de Podemos aplicado al mercado", *Vozpopuli.com*. Retrieved from <http://vozpopuli.com/economia-y-finanzas/56506-el-consumidor-rebelde-que-rechaza-a-las-empresas-es-el-fenomeno-de-podemos-aplicado-al-mercado>
- PÉREZ, M. y BETANCUR, A. 2017, "Gestión del sector minero en el ámbito colombiano y su relación entre el accionar gubernamental y empresarial", *Recerca,*

*Revista de Pensament i Anàlisi*, 20: 157-84. doi: <http://dx.doi.org/10.6035/Recerca.2017.20.8>

- QUEROL, V. A. 2011, *Las generaciones que llegaron tarde. Análisis de las prácticas sociales de los mayores en el ciberespacio*, Barcelona: Editorial UOC.
- RITZER, G. y JURGENSON, N. 2010, "Production, Consumption, Prosumption: The nature of capitalism in the age of the digital 'prosumer'", *Journal of Consumer Culture*, 10 (1): 13-36. <http://dx.doi.org/10.1177/1469540509354673>
- SOTILLO, S. y RUBIÑOS, M. 2014, "Del Caso Bankia al Case Bankia", en J. VILLAFANE (ed.), *La recuperación de la confianza*, Barcelona: Gedisa: 65-84.
- TOFFLER, A. 1980, *The Third Wave*, Nueva York: William Morrow.
- VILLAFANE, J. 2004, *La buena reputación. Claves del valor intangible de las empresas*, Madrid: Pirámide.
- ZHAO, Q.; HUANG, Z.; HARPER, MAXWELL, F.; TERVEEN, L. y KONSTAN, J. A. 2016, "Precision CrowdSourcing: Closing the Loop to Turn Information Consumers into Information Contributors", *Proceedings of the 19th ACM Conference on Computer-Supported Cooperative & Social Computing*, San Francisco, California, USA—February 27 - March 02: 1615-25.

CARLA ISABEL VELÁSQUEZ  
*Universidad Autónoma de Barcelona*

## Replanteamiento de fondo en la enseñanza de la filosofía: problemas y apropiación

*Deeply rethinking the teaching of philosophy:  
problems and appropriation*

Recibido: 1/1/17. Aceptado: 10/9/17

**Resumen:** ¿Para qué sirve la filosofía? es la pregunta que se hace desde fuera de la comunidad filosófica y cuya respuesta puede abrir puertas o poner serios obstáculos a su consolidación como asignatura. El permanente cuestionamiento externo por la “falta de utilidad” y la constante labor apologética que genera, parecen ser un indicio de que la filosofía requiere innovación en algunos aspectos de su enseñanza. A fin de contribuir con este esfuerzo es imprescindible identificar los problemas, y se determina que la falta de interacción con la ciencia puede ser uno de ellos. Se presentan dos ideas que se enlazan metodológicamente con este cambio de enfoque: una es poner el énfasis en los problemas filosóficos y no en autores; y la otra es facilitar que los estudiantes se apropien intelectualmente de la filosofía como elemento constitutivo de su pensamiento. Ambas ideas se implementarían sobre el trasfondo de establecer una relación estrecha con la ciencia, así como realizar cambios en la didáctica.

**Abstract:** How is philosophy useful? is the question posed from outside the philosophical community and whose answer can either open doors or become a serious obstacle to its consolidation as a subject. The constant external questioning regarding its “lack of usefulness”, and the apologetic task it generates, seem to be an indication that philosophy requires innovation in some aspects of its teaching. In order to contribute to this effort it is essential to identify the problems, and it is

determined that the lack of interaction with science may be one of them. Two ideas which are methodologically linked to this change of approach are presented: one is to underscore the philosophical problems and not the authors; and the other one is to enable the students to appropriate philosophy intellectually as a constitutive element of their thinking. Both ideas would be implemented on the basis of establishing a close relation with science, as well as making some changes in didactics.

**Palabras clave:** educación, innovación, filosofía, ciencia, problema, apropiación.

**Keywords:** education, innovation, philosophy, science, problem, appropriation.

## 1. INTRODUCCIÓN

EN ESTE ARTÍCULO se esbozarán dos ideas para innovar en la enseñanza de la filosofía. Tal innovación apuntaría a contribuir ante todo a que los estudiantes la reconozcan como valiosa y relevante, y que, por extensión, la comunidad educativa y la sociedad también la vean así. La primera idea consiste en enseñar enfatizando los problemas filosóficos y no los autores, lo cual no se debe interpretar en absoluto como una pretensión de eliminarlos, sino como no centrarse primordialmente en ellos. De esta manera la realidad, las ideas y el estudiante serán quienes ocupen el centro de importancia en el aprendizaje de la filosofía. Esta idea da paso a la segunda, que se trata de facilitar que los estudiantes se apropien la filosofía, es decir, que el “modo de ver” filosófico entre a formar parte del entramado constitutivo de su pensamiento. Para lograrlo puede usarse un método “socratizado” en el cual el docente guía a los estudiantes y les provee de las herramientas adecuadas con gran habilidad maieútica, favoreciendo que piensen por sí mismos y se aproximen inicialmente a las respuestas. Este proceso, de hecho, los prepararía mejor para entender posteriormente a los autores.

Es necesario aclarar de entrada que no se aspira a que estas propuestas educativas sean las únicas válidas; de hecho, se asume que no existe solo una o unas que sean las aceptables y eliminen a las demás. Tampoco se busca argumentar en contra de otras posturas o compararse con ellas, sino más bien argüir a favor de una nueva que pueda aportar soluciones, porque se da por hecho que una pluralidad de aproximaciones es posible y es aplicable en diferentes instancias y momentos del proceso educativo. También es preciso explicar que para sustentar ambas ideas se tendrán en cuenta algunos aportes de los filósofos Bertrand Russell, Mario Bunge y José Ferrater Mora, quienes han tenido en común promover una relación muy estrecha entre filosofía y ciencia, la cual tendrá capital importancia en la argumentación, como se

verá. Hechas estas aclaraciones, pasemos a contextualizar el problema del cual partiremos.

¿Para qué sirve la filosofía? Es una pregunta metafilosófica que todo filósofo en algún momento se formula y para la cual a veces no tiene una respuesta definitiva sino una idea provisional, como sucede también con la cuestión metafilosófica por excelencia: ¿qué es la filosofía? Muchos filósofos no podrían dar una definición exacta, o no querrían hacerlo por la complejidad del asunto, pero están familiarizados con este ambiente de incertidumbre que no les impide continuar filosofando. Sin embargo, por otro lado, visto desde fuera del mundo de la filosofía, hace falta responder satisfactoriamente al interrogante sobre cuáles es su utilidad. Hay un número no desdeñable de actitudes de indiferencia y aversión hacia la filosofía que se ven entre algunos estudiantes, en la sociedad y en el gobierno, las cuales ponen la asignatura en un continuo entredicho que cíclicamente se intensifica. Podemos considerar seriamente la posibilidad de que esto sucede por no haberles dado hasta ahora, o al menos no a todos, una réplica convincente a la cuestión de la utilidad del saber filosófico. Algunos filósofos tienen una postura bastante radical, opuesta por principio a la “utilidad” de la filosofía. Sostienen que es valiosa en sí misma y no porque le sirva a otra cosa; que se busca por ser lo que es, como el arte, y no por su valor práctico; que no se subordina a nada; que no es una “herramienta” para “usar”. Parece haber implícita en esta postura una concepción peyorativa de la “utilidad”, que podría deberse más a un problema terminológico que de sustancia. Por otra parte, podría decirse que la mayoría de filósofos sí aceptan la “utilidad”, afirmando que sirve para desarrollar el pensamiento crítico, aprender a analizar, pensar de manera lógica, cuestionar supuestos, reflexionar sobre cómo actuar, entre otros. Nos ubicaremos en este último tipo de respuesta. En cualquier caso, decir que es “útil” o que “sirve” puede ser asumido de diversas maneras, por ejemplo desde distintos modos de tratar los problemas. A propósito, queriendo responder al interrogante de para qué sirven los filósofos dijo José Ferrater Mora:

¿Para qué preguntarse (o preguntarnos) para qué servimos?: servimos para *todo*. Nadie nos puede batir en la variedad y universalidad de intereses. Lo malo es que los modos como los filósofos suelen tratar estos, y muchísimos otros, problemas, no parece convencer a mucha gente. Para empezar, los filósofos suelen caer víctimas de una de estas dos opuestas tendencias (y a veces ambas): o se pierden en nebulosas especulaciones... o se enzarzan en menudos y detalladísimos análisis que no conducen a ninguna parte, salvo a reconocer que de aquello de que en cada caso se habla hay siempre muchísimo más que hablar. La cuestión “¿Para qué sirven los filósofos?” persiste, y con ella la tentación de concluir que no sirven para nada (FERRATER MORA 1994, 64).

Los dos modos de tratar problemas que mencionó aquí Ferrater son más característicos de una filosofía que se considera útil pero sin salir de sí misma, situación que puede acabar por ser muy limitante para quien no quiera confinarse dentro de los límites de su discurso. Esta actitud de replegarse sobre sí obedece en muchas ocasiones a diferenciar tajantemente el discurso filosófico del de la ciencia, lo cual lleva a que el filósofo se instale en “la torre de marfil”. Definiremos a continuación los matices del término “útil” como lo entenderemos aquí, siguiendo el tratamiento que Bertrand Russell hace de la cuestión en diversos lugares. Veamos.

En *On Education* (2003) Russell habló de la controversia moderna acerca de si la educación debe ser “útil” en vez de “ornamental”; por ejemplo, de si se deben aprender principalmente los clásicos o ciencia. Concluyó que esta oposición no es real si se considera la definición amplia de “útil”: “En el sentido más amplio y más correcto de la palabra, una actividad es ‘útil’ cuando tiene buenos resultados... Cuando así se define útil, no hay duda sobre si la educación debería ser útil. Por supuesto que debería, ya que el proceso de educación es un medio para un fin, no un fin en sí mismo” (RUSSELL 2003, 17-8).<sup>1</sup> No parece necesario decirlo porque es evidente, pero vale la pena explicitar que Russell sabía que el origen de la polémica era el sentido que “útil” tenía para muchos, y prosiguió: “Pero eso no es lo que los defensores de la utilidad en la educación tienen en mente. Lo que ellos están instando es que el *resultado* de la educación debe ser útil: hablando sin rodeos, ellos dirían que un hombre educado es un hombre que sabe cómo hacer máquinas” (RUSSELL 2003, 18).<sup>2</sup> Al continuar con el tratamiento detallado de este asunto, el autor llegó a la conclusión, entre otras, de que ambos tipos de educación son beneficiosos, porque sin la ciencia el mundo de hoy no habría sido posible y sin lo humanístico faltaría estímulo para la imaginación, la cual es eso que permite vislumbrar lo que el mundo puede llegar a ser y sin la cual el progreso sería mecánico y trivial. Cabe tener en cuenta que el autor afirmaba que la ciencia también estimula la imaginación (RUSSELL 2003, 14-32). En la misma línea dijo en “Science and Education” (RUSSELL 2009, 597-601), que la enseñanza debe no solamente procurar que los estudiantes adquieran habilidades científicas, sino que además debe estimular las emociones positivas, de forma que las negativas no sean el motor para la acción, la cual a su vez involucra la ejecución de tales habilidades.

<sup>1</sup> “In the widest and most correct sense of the Word, an activity is ‘useful’ when it has good results... When useful is defined this way, there is no question whether education should be useful. Of course it should, since the process of educating is a means to an end, not an end in itself” (RUSSELL 2003, 17-8).

<sup>2</sup> “But that is not what the advocates of utility in education have in mind. What they are urging is that the *result* of education should be useful: put crudely, they would say that an educated man is a man who knows how to make machines” (RUSSELL 2003, 18).

El autor consideraba que es obvio que la ciencia por sí sola no puede proporcionar las actitudes positivas que el mundo necesita. También dijo algo similar en “Education’s Place in a New Age” (RUSSELL 1953), donde trató sobre la aparente dicotomía entre dos objetivos de la educación, a saber, dar habilidad o dar sabiduría. Afirmó que la enseñanza de únicamente las habilidades científicas quedaría incompleta y podría llegar a ser incluso bastante destructiva, ya que la ciencia puede proveer los medios para un fin pero no puede ayudar a decidir cuáles fines se deben perseguir. En otros términos, puede brindar las herramientas para alcanzar ya sea el exterminio o la prosperidad de la humanidad, mas en última instancia no puede indicar cuál fin es más deseable. En “The Divorce of Science and Culture”, Russell (1958) habló también de la tendencia a oponer las humanidades como “excelencia intrínseca”, a la ciencia como “eficiencia causal”, oposición que consideraba errónea:

En mi propio país, y en un grado menor en otros países de occidente, la “cultura” es vista principalmente, en un desafortunado empobrecimiento de la tradición renacentista, como algo relacionado primordialmente con la literatura, la historia y el arte. Un hombre no es considerado inculto si no sabe nada sobre las contribuciones de Galileo, Descartes y sus sucesores... Hay dos formas muy diferentes de evaluar cualquier logro humano: se puede evaluar según lo que se considere como su excelencia intrínseca; o se puede evaluar según su eficiencia causal en transformar la vida humana y las instituciones humanas. No estoy sugiriendo que una de estas formas de evaluar sea preferible a la otra. Solo me interesa señalar que ellas proporcionan escalas de importancia muy diferentes. Si Homero y Esquilo no hubieran existido, si Dante y Shakespeare no hubieran escrito ni una línea, si Bach y Beethoven hubieran estado en silencio, la vida diaria de la mayoría de la gente a día de hoy habría sido prácticamente lo que es. Pero si Pitágoras y Galileo y James Watt no hubieran existido, la vida diaria, no solo de los europeos occidentales y de los americanos, sino también la de los campesinos indios, rusos y chinos, sería profundamente diferente de la que es (RUSSELL 1958)<sup>3</sup>

<sup>3</sup> “In my own country, and to a lesser degree in other countries of the West, ‘culture’ is viewed mainly, by an unfortunate impoverishment of the Renaissance tradition, as something concerned primarily with literature, history and art. A man is not considered uneducated if he knows nothing of the contributions of Galileo, Descartes and their successors... There are two very different ways of estimating any human achievement: you may estimate it by what you consider its intrinsic excellence; or you may estimate it by its causal efficiency in transforming human life and human institutions. I am not suggesting that one of these ways of estimating is preferable to the other. I am only concerned to point out that they give very different scales of importance. If Homer and Aeschylus had not existed, if Dante and Shakespeare had not written a line, if Bach and Beethoven had been silent, the daily life of most people in the present day would have been much what it is. But if Pythagoras and Galileo

En conclusión, de acuerdo con Russell la educación debería integrar humanidades y ciencia, y por tanto, filosofía y ciencia, dándole importancia a ambas. Las dicotomías que se han visto, útil/ornamental, ciencia/emoción, habilidad/sabiduría, excelencia/eficiencia no son irresolubles porque se refieren a diferentes aspectos del conocimiento y del desarrollo humano. Una de las razones fundamentales para integrar tales aspectos en el proceso educativo es que trascienden de lo individual a lo social, como lo analizó el autor en *Education and the Social Order* (1932), donde presentó casos en los que se intenta determinar el papel de la educación desde extremos opuestos: individuo/ciudadano, individuo/comunidad, saber/sentir particular. Afirmó que hay diferencias pero no antítesis: “Los elementos de conocimiento y emoción en el individuo perfecto como lo hemos estado representando no son esencialmente sociales. Es solo a través de la voluntad y a través del ejercicio del poder que el individuo a quien hemos estado imaginando se convierte en un miembro efectivo de la comunidad” (RUSSELL 1932, 12).<sup>4</sup> De esto se puede deducir que para ser miembro de una comunidad mejor, el ser humano debe verse a sí mismo no exclusivamente como producto de ésta, sino también como causa del cambio tanto individual como social. Esta visión le da una perspectiva de creación y de responsabilidad desde sí mismo, que se deriva de “los elementos de conocimiento y emoción” cultivados en la educación y cuyos efectos se materializarán de una u otra forma en la sociedad. Las “utilidades” de las humanidades según Russell consideradas hasta el momento son: estimular la imaginación, crear actitudes constructivas y ayudar a decidir qué fines se deben perseguir como individuo y como sociedad. Sobra decir que Russell tuvo muchas más ideas sobre educación que las antes mencionadas (RUSSELL 1954; HARE 1987).

Después de haber precisado el sentido amplio de “utilidad” que adoptaremos aquí, podemos concluir que no vale la pena prescindir de emplear el adjetivo “útil” con referencia a la filosofía, pero que adquiere un significado diferente según sea la interacción de ésta con la ciencia. Una actitud anticientífica hace que la filosofía se relegue a sí misma frente al resto de disciplinas, lo cual no es necesario ni deseable según nuestra visión. Si se habla de que la filosofía es “útil” para pensar, pero se insiste en crear discordia con la ciencia y la tecnología, consideramos que se estaría ofreciendo una “utilidad” no solo muy

and James Watt had not existed, the daily life, not only of Western Europeans and Americans but of Indian, Russian and Chinese peasants, would be profoundly different from what it is” (RUSSELL 1958).

<sup>4</sup> “The elements of knowledge and emotion in the perfect individual as we have been portraying him are not essentially social. It is only through the will and through the exercise of power that the individual whom we have been imagining becomes an effective member of the community” (RUSSELL 1932, 12).



limitada, sino que también podría conducir al error. Bertrand Russell opinaba sobre los intelectuales que no se abren al mundo:

En el presente, la técnica científica avanza como un ejército de tanques que han perdido sus conductores, ciegamente, sin piedad, sin objetivo ni propósito. Esto ocurre en gran medida porque los hombres que se interesan por los valores humanos y por hacer que la vida valga la pena ser vivida, están todavía viviendo en la imaginación en el viejo mundo preindustrial, el mundo que ha sido hecho familiar y cómodo por la literatura de Grecia y los logros preindustriales de los poetas y artistas y compositores cuyo trabajo nosotros con toda razón admiramos (RUSSELL 1958)<sup>5</sup>

Si la filosofía se enseña como una especialidad puramente metafísica y textualista, y desligada del acontecer mundano, es entendible que acabe por quedarse aislada académica y socialmente. A propósito, el filósofo Manuel Sacristán (1968) propuso en su famoso panfleto *Sobre el lugar de la filosofía en los estudios superiores* eliminar la filosofía de las universidades y de la enseñanza media, ya que la autonomía hermética de la filosofía profesional, según él, desfiguraba las verdaderas cuestiones filosóficas que no son puramente metafísicas o de interpretación filosófica. Decía que la filosofía no tenía un carácter sustantivo sino adjetivo, y por tanto no aportaba nada al progreso científico por sí sola. Por ese motivo, sugirió que las secciones de filosofía deberían ser reemplazadas por un solo instituto donde se hiciera una reflexión filosófica en conexión con todos los saberes y donde participaran miembros de todos los campos del conocimiento científico (SACRISTÁN 1968). Ferrater Mora comentó esta propuesta y concluyó que no estaba de acuerdo con Sacristán en el extremo de suprimir la filosofía, pero dijo que sin embargo: “Sacristán da en el clavo al poner de relieve que la filosofía funcionaría mejor si dejara de ser una disciplina ‘especializada’ y se abriera más a otros campos del saber” (FERRATER 1982, 190). Habría que comenzar el proceso de innovación, entonces, por evitar esta “desconexión” y “aislacionismo”. Es entendible que muchos filósofos no darían un paso hacia un replanteamiento de fondo en la enseñanza de la filosofía de la manera que aquí se propone, bien porque no acepten nuestro sentido de “utilidad”, o porque

<sup>5</sup> “At present, scientific technique advances like an army of tanks that have lost their drivers, blindly, ruthlessly, without goal or purpose. This is largely because the men who are concerned with human values and with making life worthy to be lived, are still living in imagination in the old pre-industrial world, the world that has been made familiar and comfortable by the literature of Greece and the pre-industrial achievements of the poets and artists and composers whose work we rightly admire” (RUSSELL 1958).

no estimen que sea necesario entreverarse con la ciencia, no viendo un mal en el aislamiento. Se admite que nuestra actitud, aunque abierta, no podría contribuir mucho a ideas diametralmente opuestas a la ciencia, como que la filosofía ha muerto, que la realidad ocurre solo en el lenguaje o en los símbolos, que todo es relativo a la cultura, que la ciencia y la tecnología “cosifican” las cosas, o que no hay distinción entre teoría o textos y realidad, que la verdad no existe ni por aproximación, que no se puede llegar al conocimiento, por mencionar algunas. Estas concepciones y otras similares provienen de filosofías con tendencia a un lenguaje obscurantista, que se expresan en textos de carácter exclusivamente especulativo e inentendibles. Si así fuera la filosofía que se habría de propugnar, no entenderíamos para qué se enseñaría ni por qué valdría la pena aprenderla; en consecuencia, no dirigiremos nuestro esfuerzo en esa dirección. Nos encaminamos a que la filosofía se exprese de modo que sea “traducible” a otros niveles (ámbitos, disciplinas, medios, etc.) sin perder el rigor y así evitar dos riesgos: “degradar la filosofía tratando a toda costa de colocarla al alcance de cualquier público y asfixiarla manteniéndola perfectamente incomunicada” (FERRATER 1982, 187). Partiendo de que es posible “traducir” los lenguajes, el deseo de hacerse entendible y de intentar entender otras áreas del conocimiento, sería promovido como una actitud intelectual constructiva de la filosofía, en consonancia con lo que se ha visto que dijo Russell sobre la actitud de la educación, que debe ser optimista, imaginativa e inclinada hacia fines constructivos: “La educación es esencialmente constructiva y requiere alguna concepción positiva de lo que constituye una buena vida” (RUSSELL 2009, 380);<sup>6</sup> y en concordancia: “Todo lo que ha hecho grandioso al hombre ha brotado del intento de asegurar lo que es bueno, no de la lucha por evitar lo que se pensaba que era malo. Como la educación moderna es tan raramente inspirada por una gran esperanza, es muy raro que alcance un gran resultado” (RUSSELL 1916).<sup>7</sup>

La disociación entre filosofía y ciencia, no solo no es conveniente por motivos pragmáticos, sino que ante todo no es correcta porque, según nuestra concepción, en su raíz ontológica la realidad no sucede en compartimentos o casillas sino que es un sistema de niveles continuos, con problemas sistémicos y que requiere, por consiguiente, soluciones sistémicas. De acuerdo con las teorías ontológicas de Mario Bunge (1977; 1979) y de José Ferrater Mora (1998), la realidad es una, pero puede ser estudiada desde sus distintos

<sup>6</sup> “Education is essentially constructive, and requires some positive conception of what constitutes a good life” (RUSSELL 2009, 380).

<sup>7</sup> “All that has made man great has sprung from the attempt to secure what is good, not from the struggle to avert what was thought evil. It’s because modern education is so seldom inspired by a great hope that it so seldom achieves a great result” (RUSSELL 1916).

niveles, tal como ocurre con el ser humano, que es uno y opera como un sistema a la vez físico, químico, biológico, social, cultural y técnico; al estudiarlo como sujeto ético, por ejemplo, se le estudia normalmente desde el nivel cultural, pero sería un estudio incompleto si no se tuvieran en cuenta los componentes biológicos y sociales que lo constituyen en un nivel más fundamental, que conforman su entorno y que son estudiados por las ciencias. En concordancia con la unidad ontológica de la realidad, la filosofía debe abrirse a una relación epistemológica con la ciencia y visceversa, pero en ningún caso se afirma que la una reemplace a la otra. Ferrater Mora afirmó en varias obras que la relación con la ciencia por parte de la filosofía es triple: analítica, crítica y de revisión conceptual (FERRATER, 1974; 1976; 1982; 1998). Esta relación es posible precisamente porque los “lenguajes” de ambas no son totalmente intraducibles. Mario Bunge, uno de los filósofos de la ciencia más importantes del siglo xx, y además físico (véase, por ejemplo, BUNGE 1967A; 2003B; 2015), es conocido por sus aportes bidireccionales. Ha contribuido a la epistemología de la ciencia, a la ética de la ciencia y a la fundamentación y el fortalecimiento de las ciencias sociales, entre otros, trabajando en estrecho contacto con expertos de las ciencias por las que se ha interesado. Uno de sus aportes más recientes es *Doing Science in the Light of Philosophy* (2017), donde promueve que los científicos le den una perspectiva filosófica a la investigación, porque como él ha venido diciendo: “la ciencia, la técnica y la filosofía no son departamentos aislados entre sí, sino componentes de un sistema. En particular, muestran que la filosofía adoptada por una rama de la ciencia o de la técnica puede estimularla o inhibirla” (BUNGE 1998, 151). En este sentido, la filosofía es útil porque capacita, entre otras cosas, para tener una visión crítica general transdisciplinaria (inter y multi), sin confundir el conocimiento, que es resultado de un proceso cognitivo, con la realidad, que es lo que es. Esta visión es una herramienta para saber enfrentarse de forma sistémica a los problemas con objetividad.

En conclusión, desconocer la interdependencia y, más aún, crear antagonismo entre el saber filosófico y el científico sería un error, que en efecto nunca ha tenido como resultado los grandes logros culturales de la humanidad según Bertrand Russell, quien como uno de los grandes filósofos y matemáticos del siglo xx, dijo con conocimiento de causa:

La educación que Platón diseñó no era en su día lo que ahora se llamaría “cultural”... Lo que Platón principalmente deseaba que se enseñara en su academia era primero matemáticas y astronomía y, luego, filosofía. La filosofía habría de tener una inspiración científica con un toque de misticismo órfico... Las necesidades del mundo moderno han traído un conflicto, el cual creo que puede

ser evitado, entre asuntos científicos y los llamados “culturales”. Estos últimos representan la tradición y todavía tienen, en mi país, una cierta preeminencia esnobista. La ignorancia cultural, más allá de cierto punto, es despreciada. La ignorancia científica, por completa que sea, no lo es. No creo que la división entre la educación cultural y la científica debería estar ni de cerca tan definida como ha tendido a volverse (RUSSELL 1960, 15)<sup>8</sup>

Y en otro lugar afirmó:

La separación entre ciencia y “cultura” es un fenómeno moderno. Platón y Aristóteles tenían un profundo respeto por lo que se conocía como ciencia en su día. El renacimiento estaba tan interesado por revivir la ciencia como por el arte y la literatura. Leonardo da Vinci dedicó más energías a la ciencia que a pintar (RUSSELL 1958)<sup>9</sup>

Según lo anterior, es irónico que hoy haya que “tender puentes” entre filosofía y ciencia, cuyo vínculo se da en muchos sentidos, entre ellos el metodológico. Veamos.

## 2. PROBLEMAS

El “problema” es el primer aspecto metodológico en el que coinciden la filosofía y la ciencia, es el punto de partida de sus indagaciones y ambas lo estudian críticamente. Sobre la importancia del “problema” dice Mario Bunge en la mencionada obra *Doing Science in the Light of Philosophy*:

Dedicarse a cualquier tipo de investigación es trabajar sobre un problema o grupo de problemas de algún tipo —cognitivo, tecnológico, social, artístico o moral. Imitando el evangelio de Juan, podemos decir que *en el principio era el*

<sup>8</sup> “The education which Plato designed was not in his day what would be now called ‘cultural’... What Plato mainly wished his Academy to teach was, first, mathematics and astronomy, and, then, philosophy. The philosophy was to have a scientific inspiration with a tincture of Orphic mysticism... The needs of the modern world have brought a conflict, which I think could be avoided, between scientific subjects and those that are called ‘cultural’. The latter represent tradition and still have, in my country, a certain snobbish pre-eminence. Cultural ignorance, beyond a point, is despised. Scientific ignorance, however complete, is not. I do not think, myself, that the division between cultural and scientific education should be nearly as definite as it has tended to become” (RUSSELL 1960, 15).

<sup>9</sup> “The separation of science from ‘culture’ is a modern phenomenon. Plato and Aristotle had a profound respect for what was known of science in their day. The Renaissance was as much concerned with the revival of science as with art and literature. Leonardo da Vinci devoted more of his energies to science than to painting” (RUSSELL 1958).

*problema*. Entonces, quienes quieran empezar a hacer ciencia deben encontrar o inventarse un problema sobre el cual trabajar, así como un mentor que esté dispuesto a guiarlos (BUNGE 2017, 1)<sup>10</sup>

Según la definición de Ferrater Mora (1994, 2009), un problema es “una cuestión que se trata de aclarar o resolver”, precisando que todo problema es implícita o explícitamente una pregunta, pero que no toda pregunta es un problema. Según la definición de Bunge (2000, 149) “el término ‘problema’ designa una dificultad que no puede resolverse automáticamente, sino que requiere una investigación, conceptual o empírica”, y en otro lugar dice que es “un vacío de conocimiento que se juzga digno de ser llenado”<sup>11</sup> (BUNGE 2003A, 227). Bunge hace una primera división dentro del conjunto de los problemas entre conceptuales y empíricos: “Mientras que los primeros requieren solo herramientas conceptuales, los últimos también requieren investigación empírica”<sup>12</sup> (BUNGE 2003A, 227). Esta diferenciación ya evita múltiples fallos en filosofía, puesto que advierte, por ejemplo, que no se puede resolver un problema que necesita contrastación experimental desde un discurso puramente conceptual. Un caso de error sería no tener en cuenta los hallazgos de la psicología y la neurociencia cognitiva al tratar los problemas de la filosofía de la mente. En definitiva, elegir el problema y plantearlo correctamente es el primer paso importante de cualquier investigación. Por desgracia, a pesar de la preponderancia del problema, la educación se centra más en los datos que en lo buscado y en las respuestas a preguntas ya hechas con soluciones ya resueltas que a plantear los problemas. Al respecto dice Mario Bunge:

Una política educativa no dogmática, que estuviera de acuerdo con el espíritu de la ciencia y no nos empujara a entablar una carrera de competición contra las máquinas de calcular, estimularía el proceso de maduración de una actitud inquisitiva y de los métodos y teorías de más potencia: sería una pedagogía centrada en el problema, y entrenaría así al hombre a compensar la rápida decadencia de la opinión recibida (BUNGE 2000, 185)

<sup>10</sup> “To engage in research of any kind is to work on a problem or a cluster of problems of some kind—cognitive, technological, social, artistic, or moral. In imitation of John’s gospel, we may say that *in the beginning was the problem*. So, those wishing to start doing science must find or invent a problem to work on, as well as a mentor willing to guide them” (BUNGE 2017, 1).

<sup>11</sup> “A gap in knowledge judged worthy of being filled” (BUNGE 2003, 227).

<sup>12</sup> “A first partition of the set of problems is into *conceptual* and *empirical*. Whereas the former require only conceptual tools, the latter also demand empirical investigation” (BUNGE 2003, 227).

Asumiremos, entonces, la preeminencia del problema en el conocimiento en general y en la filosofía en particular. Bunge dedica un apartado al “problema” en su tratado sobre filosofía de la ciencia, *Scientific Research* (1967B), traducido al castellano como *La investigación científica* (2000), presentando una lógica erotética, específica para aplicar a la forma, el contexto y el contenido de los problemas. Dentro del mencionado apartado se encuentra un tratamiento particular de los problemas filosóficos. Bunge establece allí una distinción, que no es de tipo valorativo, entre dos clases de filósofos que puede haber: por un lado, los que estudian problemas filosóficos y se interesan primordialmente por las ideas, llevando a cabo la actividad filosófica primaria; y, por otro lado, los que estudian lo que han dicho los que estudian problemas filosóficos. Estos últimos no se centran en los problemas, sino en las soluciones y se interesan principalmente no tanto por las ideas en sí, sino por su expresión y su contexto, dedicando su labor a comentar, explicar, enseñar, etc., un conjunto de doctrinas y opiniones, en general, lo que hacen los primeros. Bunge afirma que:

...las dos clases de filósofos son necesarias para que viva la filosofía, pero el progreso filosófico, igual que el de la ciencia, exige comprender claramente que (i) la investigación original consiste en descubrir, inventar, disolver y resolver problemas —a poder ser profundos y fecundos—, y (ii) que la investigación original es imprescindible para mantener una disciplina en vida (BUNGE 2000, 187)

Esta distinción no implica que los dos aspectos no puedan darse en un solo filósofo, pueden ocurrir en diferentes grados y en distintos momentos. Cada filósofo tiende más o menos hacia cada uno de los dos extremos. Dedicarse a ser filósofo del segundo tipo por elección propia es algo absolutamente normal, todo filósofo lo tiene que ser en cierta medida, pero lo preocupante es que muchos no escogen limitarse a permanecer ahí; se quedan anquilosados porque determinan que no alcanzarían a pertenecer al primer grupo, reservado para los grandes maestros o genios, o porque determinan que no pueden aspirar a pertenecer a ese grupo hasta que no dominen la totalidad de la tradición de lo que los otros han hecho, en cuyo estudio desbordante se quedan para siempre encallados. Desafortunadamente, estas autolimitaciones se dan por hecho o se aprenden y, asimismo, se transmiten de forma implícita o explícita, acabando por entorpecer la iniciativa de aproximarse de manera más directa, decidida y proactiva a los problemas.

Mario Bunge clasifica los problemas filosóficos en tres tipos: de lógica (de forma); de epistemología (de conocimiento); o de ontología (del ser). Tienen en común ser genéricos y conceptuales, por lo cual su formulación no contiene

datos empíricos, pero en determinados casos presuponen un cuerpo de ciencia factual y en ese punto puede haber una interacción con la ciencia. Los problemas históricos, lingüísticos, psicológicos, etc., pueden servir para aclarar problemas filosóficos o como antesala a ellos (propedéutica), mas no son filosóficos en sí. Los grandes problemas de la filosofía abarcan demasiado pero pueden ser abordados formulando unos de menor alcance. Es el caso de ¿qué es el ser?, problema de enorme envergadura al cual nos podemos aproximar por medio de interrogantes más simples, por ejemplo sobre los tipos de existencia. Podríamos preguntar: ¿Qué es una cosa?, ¿Qué tipos de cosas existen?, ¿Una forma, una relación, una clase, un conjunto, una propiedad, un sistema o un proceso son cosas? O de manera menos formal: ¿Qué clase de objetos son un número, un símbolo, un fantasma, un libro, el dinero, una teoría, un grupo social, una galaxia, el universo? ¿En qué se diferencian?, etc. Es necesario entonces distinguir el alcance de los problemas y empezar a tratarlos ajustándose a las condiciones. Una forma de suscitar los grandes problemas puede ser empezar por considerar algunos que sean concretos y posteriormente ocuparse de los fundamentos teóricos, como dice Mario Bunge al hablar de cómo motivar a los estudiantes, citando el que fue su primer libro, *Temas de educación popular* (1943):

Para ello es preciso no empezar por mostrarle la belleza de los teoremas, sino la belleza de su utilidad práctica... Por esto no debe enseñarse la matemática aislada de la técnica, sino en función de ella. O sea, ... partir del problema concreto, mostrando entonces el método para resolverlo: así surgirá el teorema de la tentativa de resolver un problema concreto (BUNGE 2006, 89)

Una manera de generar problemas es buscar relaciones entre problemas filosóficos y científicos, cosa que sería sin duda provechosa para los estudiantes, quienes han estado adquiriendo conocimientos científicos desde temprana edad, aprendiendo desde pequeños que son muy valiosos y sin haber visto ningún choque entre ellos y las humanidades (lengua, literatura, sociales, historia, etc.). De hecho, si se les hicieran preguntas filosóficas a los estudiantes, sin haberles enseñado aún nada de filosofía como asignatura, probablemente la mayoría se valdrían de la ciencia que han estudiado a lo largo de su formación para intentar resolverlas y formar su improvisada “argumentación filosófica”. Para enseñar filosofía se podría tomar, por poner un caso, un problema de biología y analizarlo en todos o varios de sus aspectos filosóficos:

Quien enfoque la biología desde la filosofía advierte que esa ciencia suscita problemas filosóficos de variada índole: ontológicos, como el de la naturaleza de la vida; gnoseológicos, como el de las peculiaridades de la biología respecto a la

química; lógicos, como la estructura de los argumentos reduccionistas; semánticos, como el significado de términos tales como “información”, “programa genético” y “molde”; metodológicos, como el de la naturaleza de los indicadores que hacen puente entre los conceptos teóricos y los empíricos; y éticos, como los de la clonación de humanos y el uso terapéutico de células pluripotentes extraídas de embriones humanos (BUNGE 2006, 29)

De todas maneras, continuará latente la posibilidad de ver la filosofía como algo demasiado abstracto. Ferrater Mora queriendo ejemplificar el caso de cómo mostrar a los estudiantes la utilidad de un conocimiento que en primera instancia parece inaplicable, puso el caso de enseñar sobre la guerra de Troya, previendo la réplica de muchos estudiantes, a saber: “¿qué nos importa la guerra de Troya?”. Dijo el autor que: “Esta es la pregunta —o más bien, el grito de combate— que resume la oposición de muchos estudiantes al cultivo de estudios de supuesta escasa, o nula, significación para nuestra época” (FERRATER 1986, 114). Ferrater concluyó que ya es de por sí valioso el simple hecho de haber suscitado la pregunta de si nos importa o no tal guerra. No obstante, previó una segunda reacción:

Parece que solo queda por lanzar un último exabrupto: “¿Y qué importa que nos importe la guerra de Troya?”. En realidad, nada importa nada o, lo que viene a ser lo mismo, no puede justificarse absolutamente la importancia de nada. Si algo es importante, lo es en vista de alguna otra cosa, cuya importancia es relativa a otra, y así sucesivamente. No hay “importancias” absolutas, a menos de considerar que lo importante somos “nosotros”. Pero, ¿quiénes somos “nosotros”? Somos unos a quienes no nos importa la guerra de Troya y otros a quienes nos importa grandemente: ¿van, pues, unos a contar más que otros? (FERRATER 1986, 117)

Como se ha ido bosquejando, se estima que una forma de hacer más plausible el valor del conocimiento en cuestión es poner al estudiante en el centro del problema, como partícipe intelectual directo y no solo como recipiente pasivo de información y datos. Consideramos que hay que involucrarlo desde la reconstrucción del problema mismo y que es posible que opere de una forma autónoma y a la vez dirigida, la cual no consiste en comenzar de cero ni en dedicarse a decir la opinión personal sin filtros. Con el fin de llevar a cabo este proceso, comenzar por mencionar a los grandes autores sería contraproducente, puesto que, aunque no sea nuestra intención, el estudiante sin percatarse asume que “la filosofía” son unas teorías o ideas que conciben “los filósofos” y se asientan inadvertidamente en el lugar del espectador. Por lo tanto, sin desconocer que las grandes figuras del pensamiento son ineludi-



bles para la disciplina filosófica, cuyo carácter histórico implica que heredamos tradiciones que no se dan en un contexto vacío, hemos de asegurarnos que su presencia no sea “aplastante”: ¿podríamos comenzar a tratar un problema sin mencionar inicialmente el nombre de un autor ni de un lugar de modo que sea el mismo problema el que tenga preeminencia? Seguramente podríamos hacerlo, tal mención se puede como mínimo posponer, de forma semejante a como es posible enseñar física sin mencionar el nombre de Newton o de Einstein, Inglaterra o Alemania. Cabe reiterar que esto no quiere decir que no se deban mencionar nunca los nombres, ni que no reconozcamos los logros de las personas que han ido elaborando la tradición. El objetivo no es minimizar los méritos de los autores, sino no perder de vista que la realidad y las ideas, precisamente lo que esos mismos autores buscaban, son lo importante y lo que se debería destacar. Bertrand Russell dijo sobre Aristóteles algo que ejemplifica lo que pasa cuando se pone al autor por encima de las ideas:

Al leer a cualquier filósofo importante, pero sobre todo a Aristóteles, es necesario estudiarlo de dos formas: con referencia a sus predecesores y con referencia a sus sucesores. En el primer aspecto, los méritos de Aristóteles son enormes; en el último, sus deméritos son igualmente enormes. Por sus deméritos, sin embargo, sus sucesores son más responsables que él. Él vino al final del periodo creativo del pensamiento griego y después de su muerte pasaron dos mil años antes de que el mundo produjera algún filósofo que pudiera ser considerado como aproximadamente su igual. Hacia finales de este largo periodo su autoridad se había vuelto casi tan incuestionable como la de la iglesia y en la ciencia, así como en la filosofía, se había vuelto un grave obstáculo para el progreso (RUSSELL 2000, 173)<sup>13</sup>

En conclusión, comenzar a aprender filosofía por problemas y no por autores podría ser mucho más significativo para combatir de entrada la pasividad intelectual y que los estudiantes desarrollen el ingenio y la capacidad de problematizar; y sería aún más enriquecedor si analizaran filosóficamente lo que están viendo en otras asignaturas y así ejercitar la integración bidireccional

<sup>13</sup> “In reading any important philosopher, but most of all in reading Aristotle, it is necessary to study him in two ways: with reference to his predecessors, and with reference to his successors. In the former aspect, Aristotle’s merits are enormous; in the latter, his demerits are equally enormous. For his demerits, however, his successors are more responsible than he is. He came at the end of the creative period of Greek thought, and after his death it was two thousand years before the world produced any philosopher who could be regarded as approximately his equal. Towards the end of this long period his authority had become almost unquestionable as that of the Church, and in science, as well as in philosophy, had become a serious obstacle to progress” (RUSSELL 2000, 173).

de la filosofía con la ciencia, cimentando de paso una sólida plataforma para los científicos del futuro. Veamos cómo podría ser ese proceso.

### 3. APROPIACIÓN

En España, a día de hoy, existen en el programa de bachillerato los dos momentos antes sugeridos: en primero de bachillerato la asignatura se trata por áreas temáticas y en segundo se trata por autores como historia de la filosofía. En cuanto diseño curricular, encaja ahí adecuadamente la propuesta aquí presentada. Sin embargo, como se ha dicho antes, lo más importante es la “forma” como se implementan los dos momentos.

¿Qué herramientas proporcionadas por la asignatura de filosofía les quedan a los estudiantes para enfrentar los problemas filosóficamente? Para obtener una respuesta, sería interesante hacer un estudio entre la población adulta y preguntar qué recuerdan de la asignatura de filosofía. Solo podemos especular, pero las posibles respuestas serían principalmente de dos tipos, por un lado: “los griegos”, “Aristóteles”, “Kant”, “Nietzsche”, “el mito de la caverna”, etc., básicamente el nombre de un autor; y por otro lado respuestas como: “el problema de si estamos predeterminados o somos libres”, “los tipos de verdad”, “las diversas teorías ontológicas sobre la realidad”, “la tensión entre individuo y sociedad”, “la relación entre ética y derecho”, o mencionar dos o más problemas. ¿Cuál tipo de respuesta sería más recurrente? El resultado podría ser bastante revelador. Si adicionalmente se les preguntara qué le aporta la filosofía a la ciencia, podrían quizás contestar con la frase: “la filosofía es la madre de todas las ciencias”; o dirían una diferencia como que la ciencia es objetiva y comprobable y la filosofía es subjetiva y no comprobable; o que la filosofía se ocupa de lo que se escapa a la ciencia; o podrían mencionar un nombre como “Popper” o “Kuhn”; o simplemente no podrían señalar un aporte claro de la filosofía. No obstante, puede que sí en el otro sentido: que el heliocentrismo de Galileo contribuyó a que se replanteara el lugar del ser humano en el universo, que la evolución de Darwin aportó una nueva visión sobre qué es el ser humano, etc. Las respuestas serían muy dicentes sobre el enfoque que se está transmitiendo, aunque también cabría determinar si las respuestas se deben a la capacidad de memoria de cada individuo adulto o a una genuina huella filosófica en él.

De momento, según se ha venido proponiendo, comenzar la enseñanza por dar contenidos ya esquematizados y respuestas, no son modos instrumentales para incentivar a los estudiantes a comprender y experimentar para qué sirve la filosofía, por el contrario, restringen las habilidades filosóficas. A propósito, dice Mario Bunge (2006, 95): “El libro de texto tradicional facilita el

facilismo, al no incluir problemas no resueltos. Lo mismo vale para los cursos en muchas facultades: no incluyen trabajos prácticos”. Russell dijo algo muy similar: “Las clases magistrales como medio de instrucción son tradicionales en las universidades y fueron sin duda útiles antes de la invención de la imprenta” (RUSSELL 1960).<sup>14</sup> Este afirmó que muchas de estas tendencias de los encargados de la educación, que inhiben el desarrollo de la curiosidad natural y la creatividad de los estudiantes, se debe a un apego al pasado: “El deseo de preservar el pasado, en vez de la esperanza de crear el futuro, domina las mentes de aquellos que controlan la enseñanza de los jóvenes. La educación no debería apuntar a la conciencia muerta de hechos estáticos, sino a una actividad dirigida hacia el mundo que nuestros esfuerzos han de crear” (RUSSELL 1916).<sup>15</sup>

Para innovar podría proponerse, muy tentativamente, un esquema de apropiación intelectual de la filosofía basado en el tratamiento de problemas para aplicar al menos en seis pasos. Lo que proponemos es un aprendizaje de carácter heurístico con enseñanza “socratizada”, en el sentido que se ha venido reiterando de que los profesores se encargarían de dar elementos y guía, pero poniendo al filosofante en el lugar central de la reflexión, dejando que mediante este esfuerzo dirigido se aproxime a los problemas de la filosofía y se apropie del “modo de ver” filosófico. Este esquema, y el enfoque propuesto en general, no tendrían que ser necesariamente implantados siempre en la totalidad de la asignatura, sino que podrían emplearse también puntualmente y dependiendo de los temas a tratar. La implementación del esquema supondría enseñar menos cantidad de contenidos al centrarse en la calidad del proceso de análisis, el cual cuesta mucho más tiempo y esfuerzo que leer un texto y responder un cuestionario sobre él; también supondría la elaboración de material autodidáctico totalmente nuevo. Los seis pasos, muy esquemáticamente, serían: 1. Entender en qué consiste el problema y por qué es importante; 2. Planear la resolución del problema; 3. Elaborar un primer intento de solución, o “aproximación”, y ponerla a prueba; 4. Relacionar la solución propia con otros intentos de solución; 5. Analizar cuáles serían los efectos y las consecuencias de la implementación de las posturas en la realidad; y 6. Determinar los interrogantes que queden por resolver y los nuevos problemas que se susciten en el análisis. Veamos con más detalle cada paso.

<sup>14</sup> “Lectures as a means of instruction are traditional in universities and were no doubt useful before the invention of printing” (RUSSELL 1960).

<sup>15</sup> “The wish to preserve the past, rather than the hope of creating the future, dominates the minds of those who control the teaching of the young. Education should not aim at a dead awareness of static facts, but at an activity directed toward the world that our efforts are to create” (RUSSELL 1916).

1. Entender en qué consiste el problema y por qué es importante. Este punto les recalca a los estudiantes, de manera consciente o subconsciente, que las ideas y la realidad son siempre lo fundamental. Los problemas no deben ser entregados directamente sino suscitados a través de casos concretos y preguntas, porque forzar el problema sería quitar la oportunidad de aprender a darse cuenta. Hay que proporcionar recursos y orientación a los alumnos, pero partiendo de lo conocido por ellos para que su esfera de comprensión del mundo se vaya dilatando desde dentro, yendo de lo conocido a lo desconocido. Se cuenta con la destreza socrática de los docentes, es decir, la elección de las preguntas adecuadas y la entrega ingeniosa de las herramientas. Éstos deben dar solo los elementos justos de modo que los estudiantes puedan llevar a cabo el esfuerzo, como menciona Ferrater Mora (1986, 373) hablando de un modelo de universidad que proponía y que llamaba la “Universidad-taller”: “Cada tema lleva detrás de él, apoyándolo constantemente, el repertorio necesario, pero no más que el necesario, de conocimientos. No hay en las enseñanzas rigidez, pero tampoco desorden”. Este paso se concreta con la formulación clara del problema, evitando al máximo la ambigüedad y los defectos lógicos.

2. Planear la resolución del problema. No deben contestar las preguntas enseguida ni el docente ni el estudiante. Se deben identificar los presupuestos iniciales, las motivaciones, los objetivos y las consecuencias esperadas de la solución. También se debe determinar qué tipo de problema es: empírico o conceptual, metodológico o de valoración, etc. Hay que corroborar que sea un problema filosófico y determinar si puede ser interdisciplinario, y en ese caso qué ciencias habría que tener en cuenta. En concordancia, se debe seleccionar el método adecuado, si hay varios métodos posibles elegir uno y si no hay ninguno, ingeniárselo; pueden propiciarse las situaciones para que ocurran los tres casos. Se debe ir simplificando y eliminando lo que no es importante y ejercitar la capacidad analítica de descomponer el problema en partes más simples y reconstruirlo. Para inducir la ejecución de tales procesos, se pueden dar por ejemplo herramientas similares a la siguiente estructura lógica del relativismo moderado de los valores: “*a* es valioso con respecto a *b* por el organismo *c* en la circunstancia *d* con el fin *e* y a la luz del cuerpo de conocimiento *f*” (BUNGE 1989, 14) y pedir que se analice la estructura misma y que se reemplacen las variables; en el cuerpo de conocimiento *f* se puede incluir qué aporta la ciencia que sea relevante para resolver el problema concreto y de este modo comenzar a construir las conexiones transdisciplinarias. La operación inversa también se puede realizar en otras ocasiones: intentar formalizar un problema concreto.

3. Elaborar un primer intento de solución o “aproximación” y ponerla a prueba. Se comienza por formular lo más clara y definidamente posible las pro-

puestas con sus argumentos. Luego se pasan a considerar las posibles objeciones a los propios argumentos e intentar solventarlas. Por último se concretan unas conclusiones parciales, que se entenderían como posturas aproximadas y que incluyen prever las consecuencias de la implementación de tales ideas. Esto le daría forma final al proceso que ha hecho el estudiante hasta el momento y éste lo valoraría como un proceso autónomo, independientemente de si después se da cuenta de que se había equivocado en la forma o en el planteamiento, o de que no había considerado muchas otras ideas. Adicionalmente, se corrigen los errores apuntados por el docente.

4. Relacionar la solución propia con otros intentos de solución. Aquí se introducen las propuestas de ideas de otros autores con gran maestría por parte del profesor, a ser posible no presentando de entrada las posturas a las que llegaron, sino reconstruyendo, en la medida de lo posible, el proceso por el cual los autores llegaron a sus conclusiones. De este modo, los estudiantes relacionarían tanto ese proceso como los resultados con los suyos propios y los analizarían con las herramientas que hayan ido adquiriendo y la dirección socratizada del profesor.

5. Analizar cuáles serían los efectos y las consecuencias de la aplicación de las posturas, del estudiante y de los autores, en la realidad, y su relación con los demás campos del saber.

6. Determinar los interrogantes que queden por responder y los nuevos problemas que se susciten en el análisis.

El anterior esquema coincide básicamente con la descripción del método científico en su forma más general como una secuencia de las siguientes operaciones cognitivas:

Identificar un problema — buscar información, métodos, instrumentos — intentar resolver el problema con la ayuda de esos medios — si es necesario inventar nuevos medios, producir nuevos datos o diseñar nuevos experimentos — derivar las consecuencias de tu solución (por ejemplo, predicciones) — comprobar las soluciones (por ejemplo, intentar reproducir tus hallazgos con medios alternativos) — corregir la solución si es necesario al repetir el ciclo — examinar el impacto de la solución sobre el cuerpo base de conocimiento, y establecer algunos de los nuevos problemas que hace surgir (BUNGE y MAHER 1996, 104)<sup>16</sup>

<sup>16</sup> “Identify a problem — search for information, methods, instruments — try to solve the problem with the help of those means — if necessary invent new means, produce new data, or design new experiments — derive the consequences of your solution (e.g., predictions) — check the solutions (e.g., try to replicate your findings by alternative means) — correct the solution if necessary in repeating the cycle — examine the impact of the solution upon the body of background knowledge, and state some of the new problems it gives rise to” (BUNGE y MAHER 1996, 104).

Cabe preguntar en este punto si el método “socratizado” de enseñanza que aquí se propone es idéntico al método científico. La respuesta es que es un método muy similar, ciertamente en el carácter, como lo afirma Mario Bunge en *La investigación científica* (2000), obra que curiosamente fue traducida del inglés por el antes mencionado Manuel Sacristán:

El correcto planteamiento de los problemas filosóficos —su elección y su tratamiento— no difiere, o no debería diferir, demasiado del planteamiento correcto de los problemas científicos, por mucho que difieran los temas y las técnicas. Pero esto no es más que un modo ambiguo de decir que no hay más que un modo de plantear los problemas de conocimiento, ya sea en la ciencia pura, ya en la aplicada, ya en la filosofía: no se pueden plantear problemas de conocimiento sino científicamente. Esto puede ser dogmático, pero vale la pena intentarlo para ver si cambia la situación de la filosofía (BUNGE 2000, 191)

El esquema también está en consonancia con la conclusión a la que llegó Ferrater Mora en el antes mencionado “¿Para qué sirven los filósofos?”, donde dijo que la filosofía trata los problemas, que son problemas de todos y siempre urgentes, pero “sin excesiva prisa”, en oposición a tratarlos de forma inmediata. Con este fin propuso dos enfoques: “Uno es darle a cualquier problema todas las vueltas necesarias para saber en qué consiste, incluyendo el averiguar si es verdaderamente un problema; el otro es proponer no una sola y única solución, sino varias” (FERRATER MORA 1994, 65). Por eso, como se ha visto, los puntos 1, 2 y 3 del esquema de apropiación son los más extensos y primordiales. Pero, ¿por qué valdría la pena tratar los problemas urgentes con la calma que requiere el análisis filosófico? Ferrater prosiguió aclarando la utilidad: “El efecto es descorazonador para quienes piden soluciones inmediatas, pero puede ser, a la postre, beneficioso, sobre todo porque en no pocos casos las mejores soluciones a problemas que parecen urgentísimos son las que se ingenian a largo plazo” (FERRATER MORA 1994, 65). Ferrater habló de calma y largo plazo, pero también de tener la intención de encontrar soluciones. La calma y el largo plazo, sin embargo, conllevan el peligro de acabar por no hacer nada, por eso los estudiantes deben ir proponiendo aproximaciones, aunque conscientes de que en principio se deben ver como temporales y siempre susceptibles de revisión.

Para que un esfuerzo de apropiación de la filosofía como el expuesto tenga más potencia, es conveniente que en el momento de enseñar diversidad de autores se incluyan filósofos iberoamericanos en el caso de España y Latinoamérica. De este modo los estudiantes no asumirán que quienes saben hacer filosofía son siempre “otros”: los alemanes, los estadounidenses o los franceses, por ejemplo, entendiendo que son unos simples espectadores y receptores

de los que “sí saben pensar”; o lo que es peor, volverse indiferentes. También es muy relevante utilizar la propia lengua con confianza y deshacerse de otra creencia propagada, entre otros, por Martin Heidegger, quien apuntó cuando hablaba del término “*ousía*”, que la historia de esta palabra básica de la filosofía era un ejemplo que demostraba que:

...la lengua griega es filosófica, es decir, no que el griego esté pleno de terminología filosófica, sino que filosofa en su estructura y formación básicas. Esto es cierto de cualquier lenguaje real, pero dependiendo en varios niveles. El nivel se mide por la profundidad y la fuerza del pueblo que habla la lengua y existe dentro de ella. Solo nuestra lengua alemana tiene el adecuado carácter filosófico profundo y creativo como los griegos (HEIDEGGER 1994, 50 ff)<sup>17</sup>

Además de ideas de muchos filósofos famosos de que hay ciertas lenguas superiores, también existe la idea de que hay nacionalidades superiores, o un género superior para filosofar, entre otros. Con este tipo de afirmaciones el problema que impide la apropiación de la filosofía por parte de los estudiantes se acrecienta y podría denominarse “la doble barrera”, a saber: primera barrera, la filosofía es de los filósofos; y segunda barrera, de los filósofos de ciertos países, que hablan ciertos idiomas y de cierto género. Incluso podría hablarse de una tercera barrera, y es que los estudiantes inclinados por la ciencia o la tecnología, pueden quedar totalmente desencantados si el tipo de filosofía que se les enseña dice que la filosofía y la ciencia chocan. El método de enseñanza por problemas, que posibilite la apropiación de la filosofía, sería, entre otros, una forma de derribar estas barreras y evitarle a los estudiantes la pérdida de tiempo que les supondría descubrir y derribar obstáculos que son tanto innecesarios como perjudiciales, porque causan atrofia filosófica en mayor o menor grado; y en el peor de los casos, desinterés por la filosofía al no sentirse partícipes de ella o indiferencia al no encontrarle un valor tangible.

<sup>17</sup> “...die griechische Sprache philosophisch ist, d. h. nicht: mit philosophischer Terminologie durchsetzt, sondern als Sprache und Sprachgestaltung philosophierend. Das gilt von jeder echten Sprache, freilich in je verschiedenem Grade. Der Grad bemisst sich nach der Tiefe und Gewalt der Existenz des Volkes und Stammes, der die Sprache spricht und in ihr existiert. Den entsprechenden tiefen und schöpferischen philosophischen Charakter wie die griechische hat nur noch unsere deutsche Sprache” (HEIDEGGER 1994, 50 ff).

#### 4. CONCLUSIONES

Partiendo de la pregunta por la utilidad de la asignatura de filosofía, hemos concluido que puede ser más útil cuando tiene una conexión estrecha con el saber científico, con el cual los estudiantes han estado familiarizados a través de todo su recorrido escolar. En afinidad con la metodología científica, se ha querido fundamentar el énfasis del aprendizaje en el tratamiento de problemas, como punto de partida más fecundo y provechoso para la evolución intelectual real del estudiante, quien sin dejar de estar guiado por el profesor haría un trabajo autónomo. Hemos considerado que siendo guiados de forma “socratizada”, los estudiantes se apropiarían más fácilmente la filosofía como parte fundamental de su pensamiento y la aplicarían como recurso en todos los ámbitos de su vida, de modo que tenga un alcance personal, académico y social tan amplio y fértil como sea posible. Junto con la autonomía que estas herramientas generarían en los estudiantes, vendría la confianza en su propio pensamiento y la autoelaboración de un criterio personal fundamentado en la base sólida del análisis filosófico, no solo para pensar críticamente, sino también para aspirar a crear nuevos problemas y nuevo conocimiento según su vocación. Como resultado, se haría evidente que la filosofía les sería mucho más significativa y útil a ellos, y por ende a la comunidad educativa y a la sociedad. En definitiva, este replanteamiento de fondo busca que la filosofía como ejercicio intelectual y como modo de ver entre a formar parte permanente de la estructura de pensamiento de los estudiantes que pasen por esta asignatura.



## BIBLIOGRAFÍA

- BUNGE, M. 1943, *Temas de educación popular*, Buenos Aires: El Ateneo.
- BUNGE, M. 1967A, *Foundations of Physics*, Berlín: Springer-Verlag.
- BUNGE, M. 1967B, *Scientific Research*, 2 v, Berlín: Springer-Verlag. Ed. rev.: (1998) *Philosophy of Science*. New Brunswick, NJ: Transaction.
- BUNGE, M. 1977, *Treatise on Basic Philosophy, vol. 3: The Furniture of the World*, Dordrecht: Reidel.
- BUNGE, M. 1979, *Treatise on Basic Philosophy, vol. 4: A World of Systems*, Dordrecht: Reidel.
- BUNGE, M. 1989, *Treatise on Basic Philosophy, vol. 8: Ethics: The Good and the Right*, Dordrecht: Reidel.
- BUNGE, M. 1998, *Elogio de la curiosidad*, Buenos Aires: Sudamericana.
- BUNGE, M. 2000, *La investigación científica*, México: Siglo veintiuno.
- BUNGE, M. 2003A, *Philosophical Dictionary*, Amherst: Prometheus Books.
- BUNGE, M. 2003B, "Velocity operators and time-energy relations in relativistic quantum mechanics", *International Journal of Theoretical Physics*, 42: 135-42.
- BUNGE, M. 2006, *100 Ideas*, Buenos Aires: Sudamericana.
- BUNGE, M. 2015, "Does the Aharonov-Bohm effect occur?", *Foundations of Science*, 20: 129-33.
- BUNGE, M. 2017, *Doing Science in the Light of Philosophy*, World Scientific.
- BUNGE, M. y MAHER, M. 1996, "Is Religious Education Compatible With Science Education?", *Science & Education*, 5: 101-10.
- FERRATER MORA, J. 1974, *Cambio de marcha en filosofía*, Madrid: Alianza.
- FERRATER MORA, J. 1976, "La filosofía entre la ciencia y la ideología", *Teorema*, 6 (1): 27-42.
- FERRATER MORA, J. 1982, *La filosofía actual*, Madrid: Alianza.
- FERRATER MORA, J. 1986, *Ventana al Mundo*, Barcelona: Anthropos.
- FERRATER MORA, J. 1994, *Mariposas y supercuerdas*, Barcelona: Península.
- FERRATER MORA, J. 1998, *De la materia a la razón*, Madrid: Alianza.
- FERRATER MORA, J. 2009, *Diccionario de filosofía*, vol. 4, Barcelona: Ariel.
- HARE, W. 1987, "Russell's Contribution to Philosophy of Education", *Russell: The Journal of Bertrand Russell Studies*, [en línea] vol. 7: 25-41. Disponible en: <https://escarpmentpress.org/russelljournal/article/view/1693/1719> [Consulta: 30 Ene. 2016]
- HEIDEGGER, M. 1994, *Vom Wesen der menschlichen Freiheit. Einleitung in die Philosophie* (Sommersemester 1930), in: ders.: *Gesamtausgabe*, II. Abt.: *Vorlesungen 1923-1944*, Bd. 31, hg. v. H. Tietjen, 2. Aufl., Fráncfort: Vittorio Klostermann.

- RUSSELL, B. 1916, "Education as a Political Institution", *The Atlantic Monthly*. [en línea] June 1916. Disponible en: <http://www.theatlantic.com/magazine/archive/1916/06/education-as-a-political-institution/305258/> [Consulta: 30 Jun. 2016]
- RUSSELL, B. 1953, "Education's Place in a New Age", *Saturday Night* (Toronto), 68, no. 22, 1: 7-8.
- RUSSELL, B. 1954, *Education and the Good Life*, Nueva York: Liveright Publishing.
- RUSSELL, B. 1958, "The Divorce of Science and Culture", *The Unesco Courier* [en línea] 11, n. 2, (Feb. 1958): 4. Disponible en: <http://unesdoc.unesco.org/images/0006/000661/066121eo.pdf> [Consulta: 30 Ene. 2016]
- RUSSELL, B. 1960, "The Great Intrusion: Democracy in Higher Education", *Arkansas University Alumnus*, XIII: 13-5.
- RUSSELL, B. 1967, *Education and the Social Order*, Londres: Routledge.
- RUSSELL, B. 2000, *History of Western Philosophy*, Londres: Routledge.
- RUSSELL, B. 2003, *On Education*, Londres: Routledge.
- RUSSELL, B. 2009, *The Basic Writings of Bertrand Russell*, R. E. EGNER y L. E. DENONN (ed.), Londres: Routledge.
- SACRISTÁN, M. 1968, *Sobre el lugar de la filosofía en los estudios superiores*, Barcelona: Nova Terra.

# *Brúixola filosòfica*



MARTA JORBA  
*Universitat del País Basc (UPV/EHU)*

## La fenomenologia cognitiva

*Cognitive phenomenology*

**Resum:** La naturalesa i les característiques del pensament conscient han ocupat la filosofia i altres ciències al llarg de la història. Darrerament, però, ha sorgit la pregunta per les propietats fenomèniques del pensament, això és, pel caràcter qualitatiu de les experiències del pensar o el que s'ha anomenat 'fenomenologia cognitiva'. L'existència d'aquest tipus de consciència fenomènica té un estatut controvertit i trobem diverses posicions en la filosofia de la ment contemporània. En aquest article s'introdueix la qüestió, s'explica quina és la importància del tema, quines visions i arguments principals trobem en la literatura i quins són els elements que juguen un paper rellevant en el debat. Finalment es conclou apuntant possibles desenvolupament futurs en aquest àmbit de recerca.

**Abstract:** The nature and characterization of conscious thought has occupied philosophy and the sciences across history. Lately, though, several authors have raised the question of the phenomenal properties of thought, that is, of the qualitative character of experiences of thinking or what has been called 'cognitive phenomenology'. The existence of this kind of phenomenal consciousness has a controversial status and we find several views within contemporary philosophy of mind. In this article I introduce the question and present the importance of the topic, together with the main views and arguments we find in the literature and the elements that play a central role in the debate. I conclude with possible future developments for this research area.

**Palabras clave:** consciència, experiència, caràcter fenomènic, pensament, pensar, intencionalitat.

**Keywords:** consciousness, experience, phenomenal character, thought, thinking, intentionality.

## INTRODUCCIÓ

LA FILOSOFIA POT SER DESCRITA com la tasca de pensar sobre temes d'índole diversa fent servir unes eines metodològiques que li són pròpies, si bé és una qüestió força oberta quines eines en concret són les més adequades. La producció de pensament es duu a terme mitjançant la capacitat de pensar dels éssers humans, que també ha estat i és objecte d'estudi de la psicologia i de les ciències cognitives. Dins de l'àmbit de la filosofia, la qüestió de què és el pensament i quins modes de pensament existeixen, ha estat històricament rellevant. Una modalitat destacable del pensament és el *pensament conscient*. Quina és la naturalesa del pensament conscient? Respecte aquesta qüestió s'han donat diferents respostes, almenys en tres àrees: la filosofia, la psicologia cognitiva i els estudis sobre la consciència. A continuació ens centrarem en l'estat de la qüestió dins dels estudis filosòfics, fent-ne també una breu descripció en els altres dos àmbits esmentats.

En filosofia s'han examinat principalment dos àmbits diferents: la naturalesa de la consciència i la naturalesa del pensament, o cognició (vegeu la secció 1 per a un aclariment dels termes). Quina és la relació entre consciència i pensament? Una connexió que s'ha establert entre les dues nocions es dona en l'àmbit de l'experiència perceptiva. Aquí sorgeix el debat sobre la penetrabilitat de l'experiència perceptiva per part d'estats cognitius o conceptuals, i també sobre quina és la relació de justificació epistèmica entre l'experiència perceptiva i les creences, entre d'altres. Tant un tema com l'altre, tanmateix, es fixen més en la naturalesa de la percepció i les experiències perceptives i en la influència del pensament en elles que no pas en la naturalesa del pensament conscient en si mateix.

Quan ens preguntem directament per la naturalesa del pensament conscient, la història de la filosofia ens proporciona moltes entrades. Hi trobem les reflexions en l'obra de Descartes quan examina la relació entre el pensament i el jo pensant en el famós 'penso, aleshores existeixo' i que dona el tret de sortida a bona part de la filosofia moderna posterior. O podem trobar també les obres dels autors de la tradició fenomenològica, com Franz Brentano i Edmund Husserl, que examinen la naturalesa de del judici, per exemple. Les obres dels fenomenòlegs clàssics, però, se centren sobretot en l'anàlisi de les experiències perceptives, imaginatives, emotives i de la memòria, sense atendre amb profunditat les estructures de l'experiència del pensament com a tal —tot i que tant Brentano com Husserl tenen molt a dir sobre la naturalesa i l'estructura del judici, aquest no ha estat investigat primàriament com una activitat específicament conscient i on aquest caràcter conscient hi jugui un rol essencial o destacat—.

Dins de la tradició en filosofia analítica, és a partir de l'última dècada del segle passat quan pren protagonisme una qüestió específica del pensament conscient, a saber, la de la *fenomenologia cognitiva*. La qüestió rau en preguntar-se si tenim experiència del nostre pensament i, en cas afirmatiu, quin tipus d'experiència és i com podem descriure-la i explicar-la. Què és *l'experiència* del pensament i quina naturalesa té? És un tipus d'experiència similar a l'experiència sensorial i emocional, o bé s'ha de caracteritzar amb termes totalment diferents? Quines propietats s'exemplifiquen quan pensem de forma conscient? En aquest article ens centrarem en la qüestió de la fenomenologia cognitiva, esclarint què és i els debats que es donen en aquest àmbit.

Abans, però, pot ser útil esmentar breument la situació de l'estudi del pensament conscient en la psicologia cognitiva i la recerca sobre la consciència, com hem esmentat en començar. Dins de la psicologia cognitiva, hi ha una divisió ben establerta i acceptada entre el pensament conscient i el no conscient sobre la base de dos sistemes o processos cognitius que subjauen al pensament (FRANKISH 2011): el Sistema 1 inclou formes de raonament automàtic, intuïtiu i majoritàriament no conscient, i el Sistema 2 dóna lloc a formes de pensament controlades, reflexives i generalment conscients. Així, la recerca sobre el pensament conscient normalment apel·la a aquestes formes controlades, que sovint són també processos on s'hi involucra l'atenció (DIJKSTERHUIS i NORDGREN 2006), assumint d'alguna manera que l'aspecte conscient del pensament ja es pren en consideració a través de l'atenció. Però la consciència del pensament es descriu i s'explica adequadament apel·lant només a l'atenció, el control o la reflexió? Mentre que aquestes nocions sovint apareixen juntes en la caracterització del pensament conscient, una reflexió filosòfica minuciosa hauria de poder distingir-les i tractar-les separadament i en relació al caràcter fenomènic del pensament. Com a l'altra cara de la moneda, bona part de la investigació en aquest camp sembla estar focalitzada en el pensament i la cognició no conscient (KIHLSTROM 2013), de manera que la connexió amb la consciència resta desatesa.

Es podria pensar que el camp propi d'investigació sobre el caràcter conscient del pensament són els estudis específics sobre la consciència, atès que el pensament seria una modalitat més dins de la ment conscient. Però la situació de la qüestió en els estudis interdisciplinaris sobre la consciència tampoc no dóna raons per a l'optimisme: la major part de la recerca sobre la consciència normalment es duu a terme en camps que no són el del pensament o la cognició. Tant les teories científiques com les filosòfiques sobre la consciència se centren en les experiències sensorials i perceptives, les emocionals, les corporals i l'acció (VELMANS i SCHNEIDER 2007; BLOCK 2009; VAN GULICK 2014), de manera que proposen teories generals sobre la consciència

que no tenen al pensament com a principal *explanandum*. Com a màxim, les teories que relacionen el pensament i la cognició amb la consciència caracteritzen el pensament com a una forma de consciència d'accés (BLOCK 1995), és a dir, un tipus de consciència —encara que es qüestiona que sigui una forma de 'consciència'— responsable de la informació que està disponible pel control racional del pensament i l'acció. Com a símptoma del sentit feble en què la consciència d'accés denota una forma de consciència, cal destacar que en treballs posteriors Block (2007) prefereix parlar d' 'accessibilitat'.

Com hem vist, el camp del pensament conscient, o cognició, i el seu caràcter fenomènic resta força subestimat en la psicologia cognitiva en bona part perquè hi regna el pressupòsit dominant que l'aspecte conscient ja està explicat apel·lant al control, la reflexió o l'atenció, i també queda força ignorat en el camp dels estudis sobre la consciència degut al fet que se centren sobretot en altres àmbits de l'experiència. Els motius de la manca d'atenció a l'experiència del pensament en tant que possible forma de consciència són múltiples i contenen elements tan de context històric com de doctrines filosòfiques, però un element central va ser en part el domini en la filosofia i les ciències cognitives de les perspectives funcionalistes i de les teories computacionals de la ment, segons les quals l'àmbit del pensament (i el de la intencionalitat en general) està deslligat de l'experiència i pot ser explicat o reduït sense necessitat d'introduir cap element experiencial (vegeu la secció següent per a un desenvolupament). En filosofia, l'interès renovat per la consciència a finals del segle passat va situar la qüestió de la fenomenologia cognitiva i la seva connexió amb el pensament conscient al centre del debat i així es va començar a constituir com a camp de recerca propi dins de la filosofia de la ment i la fenomenologia.

## I. LA FENOMENOLOGIA COGNITIVA: QUÈ ÉS I QUINA IMPORTÀNCIA TÉ

Quan parlem de fenomenologia cognitiva i d'experiència del pensament hem de clarificar, almenys, dues parelles de nocions: 'cognició i pensament' i 'fenomenologia i experiència'. Respecte de la primera, podem dir que en aquest context 'cognició' i 'pensament' s'entenen generalment com a designadors d'un mateix tipus d'episodi mental, el del pensar. Aquest ús contrasta amb un ús de 'cognició' en ciències cognitives i psicologia com a processament d'informació en general, que no és el que farem servir aquí. Dins de l'etiqueta de 'pensament' podem distingir allò pensat (que 2 i 2 fan quatre, que avui és un dia plujós, etc.) del pensar mateix. Allò pensat és el *contingut* del pensament, mentre que el pensar s'acostuma a caracteritzar a través de diferents *actituds cognitives* com considerar, jutjar, dubtar, etc. Les combinacions entre actituds i continguts



són múltiples (podem jutjar que una acció és dolenta, o podem dubtar-ho, o podem dubtar que demà farà sol, o podem considerar-ho, etc.). Quan parlem de pensament en aquest article ens referirem en general a l'àmbit del pensar, entenent que sempre pensem d'una certa manera (amb una certa actitud) sobre certa cosa (un contingut). Veurem que les posicions en el debat varien segons quins siguin els elements del pensament que es consideren.

En parlar d'experiència generalment s'assumeix que ens referim, almenys, a les propietats fenomèniques. Les propietats fenomèniques es defineixen de manera estàndard com aquelles que fan que hi hagi un "com a què és" (*what-it-is-like*) (NAGEL 1974) estar en un cert estat mental, sigui una percepció, una emoció o un pensament, com un "sentir" associat amb un cert estat mental. Això és, quan toquem l'ordinador davant nostre, el notem de manera que tenim un tipus de sensacions determinades, per la textura que té, la fredor, etc. De la mateixa manera, quan estem enfadats per algun esdeveniment que ha succeït, sentim aquest estat mental d'una determinada manera, i el podem distingir d'altres emocions com la por o l'alegria, per exemple. Alhora, quan tenim gana, o quan sentim dolor en alguna part del cos, podem dir que *sentim* la gana o el dolor, i en aquest "sentir" és on intervenen les propietats fenomèniques. És perquè els estats mentals tenen certes propietats fenomèniques que els sentim de determinades maneres. Cal que entenguem aquest 'sentir' de forma àmplia, doncs, de manera que inclogui els diferents tipus d'estats mentals esmentats i d'altres sempre i quan presentin aquesta característica. Les propietats fenomèniques donen nom a una forma de consciència determinada, a saber, la *consciència fenomènica*, que designa precisament la forma de consciència en què hi ha un "com a què és" tenir-la quan estem percebent, tenint alguna emoció, sentint un dolor o recordant.

Generalment s'ha considerat que l'extensió de la consciència fenomènica en el reialme mental abasta bàsicament l'àmbit de les sensacions, les percepcions, les emocions o la memòria, mentre que no inclou el pensament. Respecte a les propietats fenomèniques, doncs, els estats de pensament i els estats sensorials-perceptius han estat vistos com a dos aspectes diferenciats i separats de la ment (HORGAN i TIENSON 2002). Mentre que les experiències sensorials estan àmpliament reconegudes com a estats mentals fenomènics, els estats de pensament o cognitius no semblen tenir cap relació rellevant amb la consciència fenomènica. A més a més, durant força temps en la filosofia de la ment, s'assumia que els estats mentals es dividien entre els estats mentals intencionals i els qualitius (BLOCK 1978). Els estats qualitius designen els estats que hem estat anomenant fenomènics, mentre que els estats intencionals designen aquells estats que presenten el món com a sent d'alguna manera, que tenen un "sobre què" (*aboutness*) o representen estats de coses de diversos tipus. La

qüestió de la intencionalitat ha estat i és un dels aspectes més rellevants sobre la ment almenys des de Brentano, que la va caracteritzar com la “marca d’allò mental” (BRENTANO 1874/1973; vegeu també CRANE 1998). Així, els estats mentals intencionals vénen exemplificats paradigmàticament per estats cognitius o de pensament (quan pensem el nostre estat mental de pensament té un “sobre què”, representa alguna cosa), i els estats qualitius per sensacions com ara el dolor o els estats d'ànim. Des d'aleshores, però, aquesta ortodòxia s'ha vist qüestionada des de diversos fronts. Un d'ells l'han protagonitzat filòsofs que defensen que els estats qualitius (o fenomènics) també són intencionals (TYE 1995; BYRNE 2001).

Un altre front des del qual s'ha qüestionat aquesta dicotomia clàssica entre estats fenomènics (no intencionals) i estats intencionals (no fenomènics) és la consideració del pensament conscient com a exemplificador de propietats tant intencionals com fenomèniques.<sup>1</sup> Un cop s'ha vist breument què són les propietats fenomèniques, sorgeix la pregunta de si aquestes es troben també en l'àmbit del pensament, malgrat que l'ortodòxia en la recerca ha assumit generalment que no és el cas. La qüestió de les propietats fenomèniques del pensament és la qüestió de la *fenomenologia cognitiva* (BAYNE i MONTAGUE 2011).<sup>2</sup> Els debats sobre fenomenologia cognitiva s'estructuren al voltant de la qüestió de la seva existència, que ha estat tant defensada com posada en dubte per molts autors, i també entorn de la descripció i explicació de la seva naturalesa.

Aquest debat va començar als anys noranta del segle XX, i una contribució rellevant en els inicis va ser un article d'Alvin Goldman (1993) on no s'excloïa la possibilitat que hi haguessin aspectes experiencials o fenomènics del pensament conscient: “Els termes ‘qualia’ i ‘qualitatiu’ es restringeixen a vegades a les sensacions (perceptes i sentiments somàtics), però no hauríem de permetre que s'excloués la possibilitat que d'altres episodis mentals (creences, pensaments, etc.) tinguin una dimensió fenomenològica o experiencial” (GOLDMAN 1993, 24).<sup>3</sup> A aquest article va respondre Eric Lormand (1996), qui argumentava que els tipus d'estats fenomènics eren quatre: percepcions, sensacions corporals, imaginacions i pensar en paraules o imatges; i no incloïa el pensament per si mateix —només les imatges o paraules de la parla inter-

<sup>1</sup> El concepte de pensament del que es parla aquí és el d'experiències *ocurrents* (i no d'estats disposicionals).

<sup>2</sup> L'expressió que ha donat lloc al debat contemporani és ‘fenomenologia’, i, per tant, seguirem aquest ús aquí com a intercanviable amb ‘caràcter fenomènic’, però cal tenir en compte que s'utilitza el mateix nom per fer referència a la tradició filosòfica inaugurada per Husserl i seguida per Heidegger, Stein, Sartre, Merleau-Ponty, etc. Per referir-nos-hi, usarem la paraula en majúscula: Fenomenologia. La Fenomenologia també tracta, evidentment, de la fenomenologia en el sentit utilitzat en aquest article.

<sup>3</sup> Les traduccions de l'anglès al català són totes de l'autora.

na—. Una visió que donava suport a la idea de Goldman la va proporcionar Galen Strawson l'any 1994 en el llibre *Mental Reality*, on defensava la realitat de l'experiència cognitiva a través d'un exemple que ha estat bastament discutit en la literatura: el cas de l'experiència d'entendre (vegeu secció 3.1 per a una descripció detallada de l'argument). Durant la mateixa dècada, Charles Siewert (1998) també començava a parlar sobre les “realitzacions sobtades” (*sudden realizations*) o les intuïcions (*insights*) com a pensaments el caràcter fenomènic dels quals no podia ser explicat per elements merament sensorials. També hi ha un debat molt més antic en la filosofia europea (que podem trobar a BERGSON 1946 o LONERGAN 1992) sobre la naturalesa de les intuïcions (vegeu ROTH i ROWBOTTOM 2014 per a una visió de conjunt), de la mateixa manera que trobem discussions sobre el moment immediat d'entendre que sovint és descrit com una experiència d'‘aha’ o d'‘Eureka’.

Goldman, Strawson, Siewert i altres van ser els precursors principals del debat contemporani en fenomenologia cognitiva, que a partir d'aquest moment va començar a establir-se a poc a poc com a tema rellevant en el camp de la filosofia de la ment. Molts treballs argumentaven a favor d'aquest tipus de fenomenologia al començament del nostre segle (HORGAN i TIENSON 2002; LOAR 2003; PITT 2004; GRAHAM, HORGAN i TIENSON 2007, entre d'altres), però no va ser fins l'any 2011 que es va compilar un volum complet dedicat a aquesta qüestió, amb el títol precisament de *Cognitive Phenomenology*, editat per Bayne i Montague. Més recentment, un segon volum editat per Breyer i Gutland, *The Phenomenology of Thinking: Philosophical Investigations into the Character of Cognitive Experiences*, explora el debat sobre fenomenologia cognitiva en la interconnexió entre les tradicions fenomenològica i analítica en filosofia. Les raons del ressorgiment d'aquest debat i de l'interès sobre el pensament conscient des de perspectiva del seu caràcter fenomènic són segurament molt variades. Però probablement es deu en part a les propostes de models de consciència de monitorització de primer o segon ordre (com apunta PRINZ 2011) i, certament, al interès creixent en formes d'intencionalitat com a intencionalitat fenomènica en les quals la intencionalitat està fonamentada en les propietats fenomèniques (KRIEGEL 2014). La recerca en fenomenologia cognitiva és un aspecte que va pavimentar el camí cap a una nova aproximació a la ment que faria de contrapès a perspectives merament funcionalistes i representacionalistes.

La importància del debat sobre fenomenologia cognitiva es posa de relleu en diversos factors, que exposarem breument. En primer lloc, i com hem vist, la tesi que el pensament i la cognició tenen la seva forma única de caràcter fenomènic qüestiona diferents pressupòsits actuals de la recerca sobre la consciència, atès que les investigacions sovint se centren únicament en els dominis de

les sensacions i percepcions, estenent-ho a vegades a les experiència corporals, les emocions i l'agència, però no específicament a les experiències de pensament. Així, les teories generals de la consciència continuen sent formulades a expenses d'excloure precisament la cognició o el pensament. Si, per contra, resulta que hi ha aquest tipus de consciència, com influenciaria aquest fet les teories vigents sobre la consciència fenomènica? Podrien donar-ne compte? Durant dècades, per exemple, l'exercici de la cognició s'ha vist com un procés que pot ser replicat per màquines computacionals, però si el pensament té el seu propi caràcter fenomènic, no complicaria aquest fet els debats sobre la computació i la intel·ligència artificial?

En segon lloc, la connexió de la fenomenologia cognitiva amb la consciència fenomènica fa que la primera hereti bona part de les discussions i debats que es donen en l'àmbit de la segona. Això és, un dels misteris que més debat ha suscitat entorn de la consciència és el de l'anomenat "problema difícil" de la consciència (CHALMERS 1996), que fa referència a com podem explicar l'existència d'experiències fenomèniques partint de processos físics i neuronals. Aquest problema ha estat encarat pensant únicament en les propietats sensorials i perceptives com a paradigma. Així, té sentit preguntar-se si la consideració sobre la fenomenologia cognitiva té algun impacte o no tant en la formulació d'aquest problema com en la multitud de solucions que s'hi han donat. Una pregunta més concreta és si el mateix tipus de misteris i problemes apareixen en l'àmbit del pensament conscient o bé aquest té una naturalesa tal que no admet el mateix tractament. Sovint s'ha donat per fet que el pensament conscient és part dels problemes fàcils de la consciència, és a dir, aquells que tenen a veure amb els processos d'informació i amb la intencionalitat o la representació. Però aquesta qüestió resta en bona part oberta degut al debat generat sobre fenomenologia cognitiva. Si resulta que els defensors de la fenomenologia cognitiva tenen raó, podria pensar-se que el problema difícil de la consciència no pot ser tan fàcilment separable dels problemes fàcils, o potser podria ser que al capdall no hi hagués problemes fàcils (SHIELDS 2011).

En tercer lloc, la investigació sobre el caràcter conscient de les experiències de pensament o del pensar és rellevant per tal com podria modificar concepcions establertes respecte a la naturalesa del pensament conscient en general i en relació amb d'altres característiques que exhibeix, com la intencionalitat, l'agència, la racionalitat, etc. En aquest sentit, l'exploració de la fenomenologia cognitiva podria posar en dubte, per exemple, les teories sobre la ment que defensen una separació estricta entre la intencionalitat i la consciència fenomènica (vegeu HORGAN i TIENSON 2002, i MONTAGUE 2010 per a una explicació). En general, doncs, sembla que el que està en joc és un qüestionament fonamental d'usos assumits de 'caràcter fenomènic' restringit a les sensacions i

els estats perceptius i, d'aquesta manera, la nostra concepció general de l'abast i la naturalesa de la consciència fenomènica.

## 2. VISIONS

L'àmbit de la recerca filosòfica en fenomenologia cognitiva parteix de l'intent de donar resposta a les següent preguntes: 1) hi ha efectivament un caràcter fenomènic per al pensament conscient? i 2) quina és la naturalesa d'aquest caràcter fenomènic? La primera pregunta obre un debat sobre *l'existència* mateixa de la fenomenologia cognitiva, i la segona pregunta aprofundeix en la descripció de la naturalesa d'aquest suposat caràcter fenomènic. La pregunta 1) es pot respondre negativament i així bloquejar el pas a la pregunta 2). Aquest tipus de visions són les dels *eliminativistes* de la fenomenologia cognitiva. Braddon-Mitchell i Jackson (2007, 129), per exemple, afirmen que “els estats cognitius són els exemples principals d'estats pels quals no hi ha res ‘com a què és’ estar en ells, d'estats als quals manca una fenomenologia”. Aquesta afirmació sovint és més pressuposada que no pas argumentada, i podríem dir que era la posició per defecte abans no sorgís pròpiament el tema de la fenomenologia cognitiva. Alhora, pot ser considerada una visió conseqüència d'una posició eliminativista més general respecte de la consciència. Cal destacar un tipus prominent d'eliminativisme sobre la fenomenologia cognitiva que consisteix a afirmar que el pensament és *conscient* però no fenomènic, de manera que el tipus de consciència involucrada en el pensament podria ser una consciència d'accés (vegeu l'última secció per a més informació sobre aquest aspecte).

La resposta afirmativa a la pregunta 1) ha donat més joc en el debat actual, ja que afirmar que la fenomenologia cognitiva existeix pot conduir, almenys, a dues posicions contraposades que donen respostes diferents a la pregunta 2: 2a) defensors d'una fenomenologia *específica* o *pròpia* del pensament i 2b) detractors d'una fenomenologia específica. Dins de la opció 2a) hi trobem autors que argumenten que cal reconèixer un tipus peculiar de caràcter fenomènic que està associat al pensament (STRAWSON 1994; SIEWERT 1998; PITT 2004; CHUDNOFF 2011; SMITH 2011; KRIEGEL 2015, entre d'altres). Dins de l'opció 2b) hi trobem autors que neguen aquesta idea i, per contra, argumenten que si bé cal reconèixer que el pensament conscient té caràcter fenomènic, se “sent” o s'experiencia d'alguna manera, aquest caràcter fenomènic no és d'un tipus peculiar sinó que és del tipus sensorial o emocional, és a dir, del tipus que ja trobem en altres tipus paradigmàtics d'estats mentals fenomènics (JACKENDOFF 1987; LORMAND 1996; PRINZ 2011; CARRUTHERS i VEILLET 2011; ROBINSON 2005; TYE i WRIGHT 2011, entre d'altres). Aquesta darrera visió és

la dels *reduccionistes* de la fenomenologia cognitiva. Tanmateix, no tots els reduccionistes tenen la mateixa perspectiva, ja que alguns defensen la idea que la fenomenologia cognitiva és tota reduïble només a estats o elements sensorials que acompanyen el pensament (PRINZ 2011), i d'altres creuen que no només és de tipus sensorial sinó que podem reconèixer diversos tipus no reduïbles d'estats fenomènics, excepte el del pensament mateix (LORMAND 1996; TYE i WRIGHT 2011, vegeu JORBA 2015 per a una proposta més detallada de classificació d'aquestes visions). El debat actual se centra, sobretot, en les discussions entre els defensors d'una fenomenologia específica i els defensors d'una fenomenologia reduïble a la sensorial-perceptiva-emocional.

Cal situar el debat sobre la fenomenologia cognitiva en un continu amb la qüestió de *l'abast de la consciència fenomènica* (BAYNE 2009), que mira de delimitar quins són els estats que cauen sota l'extensió de la noció de 'consciència fenomènica' i quins en queden fora. Els estats de pensament no són els únics tipus d'estats controvertits respecte a la seva inclusió en la consciència fenomènica. Posicions més *restrictives* restringeixen l'extensió a estats sensorials i perceptius de nivell inferior (que inclouen propietats com el color, la forma, etc.), mentre que posicions més *expansives* inclouen estats perceptius de nivell superior (que inclouen tipus naturals i propietats com *veure-com—seeing-as—*) i possiblement també estats emocionals i cognitius. El debat sobre estats perceptius de nivell superior i les propietats que exemplifiquen ha sigut intens en els darrers anys. Una qüestió interessant per al tema que ens ocupa és si les posicions que hi trobem poden informar el debat en fenomenologia cognitiva, ja que la forma i estructura de la discussió és similar. Una manera de fer aquestes discussions contínues més que separades consistiria a pensar si les representacions conceptuais (apareguin en l'àmbit de la ment que apareguin) tenen o poden tenir caràcter fenomènic propi. La resposta a aquesta qüestió podria donar una solució conjunta a ambdós debats. El problema, en molts casos, és distingir clarament si els casos presentats són exemples que pertanyen a l'àmbit de la percepció o de la cognició, essent la frontera entre ambdós tampoc una qüestió del tot clara. Chudnoff (2016), per exemple, ha presentat recentment la qüestió de si les percepcions morals —com veure que algú està tractant malament un animal— han de ser considerades percepcions de nivell superior o casos d'intuïció intel·lectual. L'autor argumenta que aquests casos sovint són cognitius i que són exemples d'intuïció de nivell inferior, construint així un argument a favor de la fenomenologia cognitiva.

En la línia de consideracions similars a les acabades de fer, hi trobem la discussió sobre les emocions, com a un tercer àmbit rellevant a part de la percepció i la cognició. D'una banda, trobem que l'estructura del debat en fenomenologia cognitiva es reproduïx a nivell de les emocions: algunes teories

defensen, i altres neguen, que les emocions tinguin components distintivament fenomènics. Gunther (2004), per exemple, argumenta que alguns estats emocionals tenen característiques fenomèniques pròpies, i Montague (2009) presenta les emocions com a actituds intencionals amb fenomenologia afectiva, la qual, defensa, és de tipus no sensorial. Les implicacions d'aquest tema per a la cognició podrien ser que, en cas que l'àmbit de les emocions també posseeixi un tipus distintiu de caràcter fenomènic, hi podria haver una certa continuïtat amb el cas del pensament. Una altra qüestió rellevant en l'àmbit de les emocions és si aquestes tenen algun element cognitiu experienciat que pogués ser també un exemple de fenomenologia cognitiva. Per exemple, des de les teories cognitivistes de les emocions (vegeu SOLOMON 2004) es podria argumentar que els elements cognitius de les emocions són evidència a favor de la fenomenologia cognitiva. D'altra banda, teories perceptives de les emocions com la de Prinz (2004) restringeixen el caràcter fenomènic únicament al dels elements sensorials.

Un cop exposades les qüestions centrals del tema i les aproximacions generals que s'hi donen, passem a veure quins són els arguments proposats des de les diferents perspectives.

### 3. ARGUMENTS

#### 3.1 *Contrastos fenomènics, epistemologia i introspecció*

Dos arguments principals que han guiat la discussió situen el caràcter peculiar de l'experiència i les nostres capacitats introspectives al centre. Un primer argument en aquest sentit és el del *contrast fenomènic*. Strawson (1994) presenta una versió en relació a l'experiència cognitiva:<sup>4</sup> imagineu dues persones escoltant les notícies d'una ràdio francesa. Un d'ells, en Jacques, parla francès, mentre que l'altre, en Jack, només parla anglès. Podem preguntar-nos si en Jacques, que entén el que el locutor està dient, té una experiència d'un tipus diferent de la que té en Jack, que merament sent paraules que sonen a francès però no capta el seu significat. Ambdós personatges tenen la mateixa experiència sensorial en tant que senten la mateixa cadena de sons. I el punt que l'exemple vol posar de relleu és que ambdós personatges tenen una experiència cognitiva diferent, a saber, en Jacques té l'experiència d'entendre el que diu el locutor, mentre que en Jack no. Si sembla que l'única diferència rellevant entre els dos escenaris és l'existència d'aquesta experiència cognitiva,

<sup>4</sup> Vegeu Husserl (1970, LU, V) per a l'exposició d'un cas molt similar.



l'argument conclou que la millor explicació per donar compte d'aquest fet és postular l'existència de la fenomenologia cognitiva, que seria la responsable del fet que l'episodi de comprensió se "sentís" (en el sentit de caràcter fenomènic) d'alguna manera en el cas d'en Jacques però no estigués present en el cas d'en Jack. Altres autors han presentat casos de contrast fenomènic apel·lant a altres tipus de casos com són les frases ambigües (SIEWERT 1998; PITT 2004), el fet d'intuir una prova matemàtica (CHUDNOFF 2015) o presentant casos hipotètics de comprensió immediata en zombis que *ex hipotesi* manquen de fenomenologia sensorial, emocional o relativa al dolor i al plaer (KRIEGEL 2015). En tots aquests casos la qüestió oberta és si la fenomenologia cognitiva pot donar compte del fet diferencial o no.

Davant d'aquest argument, hi ha hagut respostes de diferent tipus. Una reacció possible és argumentar que efectivament hi ha un contrast entre les dues experiències però que aquest contrast no és fenomènic, i per tant no cal postular un tipus especial de fenomenologia. Una altra resposta possible és qüestionar el mètode del contrast fenomènic com a mètode vàlid per a la detecció d'un tipus d'experiència o d'un contingut de l'experiència (KOKSVIK 2015). La raó d'aquest qüestionament és que el mètode no té manera de determinar quin és l'element únic que varia entre les dues situacions i, per tant, tindriem a l'abast molts altres elements que igualment podrien explicar la contribució a la fenomenologia. És en aquest sentit que molts autors presenten possibles elements alternatius com a explicacions possibles al contrast fenomènic, argumentant que postular la fenomenologia cognitiva com a l'element que explica el contrast no està del tot justificat. Així, la distribució de l'atenció sobre els elements sensorials podria ser un element rellevant (PRINZ 2011), o l'agrupació diferenciada que es fa en ambdós casos segons si els sons estan influenciats pel processament semàntic o no (TYE i WRIGHT 2011). Encara un altre tipus de respostes apel·la a elements de caire emocional, com són l'ansietat o el parar atenció de manera molt aguda per explicar la diferència entre la situació d'entendre i de no entendre (ROBINSON 2011). Recentment, i respecte dels casos hipotètics com el de Kriegel (2015), Pautz (2013) ha argumentat que els escenaris de contrast fenomènic on hi intervenen zombis no són imaginables.

Una variació dels arguments de contrast fenomènic són els arguments de la *comparació fenomènica* (GRAHAM, HORGAN i TIENSON 2009) on, en comptes de fer variar només un element en el contrast, hi ha una variació general i el que roman constant és un únic element en ambdós escenaris. La idea és que és precisament aquest element comú el que explica l'experiència i el que fa una contribució constitutiva a la fenomenologia (HOPP 2016). Aquí veiem que una de les qüestions rellevants és la contribució de certs elements a l'experiència i al caràcter fenomènic d'aquesta. És en aquest sentit que autors com Carruthers



i Veillet (2011) argumenten que en molts casos, també en el de l'experiència d'entendre, el que hi ha és una contribució *causal* de l'episodi en qüestió a l'experiència i no pas una contribució *constitutiva*, que és el que voldrien els defensors de la fenomenologia cognitiva. Així, es pot dir que quan entenem alguna cosa, l'episodi d'entendre en si mateix té una relació merament de tipus causal amb l'experiència que estem tenint, i no en forma part constitutivament. Aquí, és clar, el debat rau en explicitar què vol dir 'constitutiú' i si hi ha una visió que pugui ser compartida per diversos actors de la discussió.<sup>5</sup> Segurament a partir d'algunes d'aquestes objeccions, els autors que han proposat arguments del tipus del contrast tendeixen a exposar l'argument com una motivació per a la consideració de la fenomenologia cognitiva més que com un argument definitiu en el seu favor.

Dins de l'àmbit de les nostres capacitats introspectives, hi trobem un argument que també ha estat àmpliament discutit, i que posa al centre les capacitats epistèmiques del subjecte. La idea principal és que el caràcter fenomènic del pensament té un rol específic en la nostra capacitat de conèixer (GOLDMAN 1993) o que el caràcter fenomènic serveix de base per a l'autoconeixement (SMITH 2011; THOMASSON 2005). Pitt (2004) presenta un argument epistèmic referit al contingut dels nostres estats mentals, on argumenta que, per tal de dur a terme certes funcions cognitives —com distingir immediatament pensaments d'altres tipus d'estats mentals, distingir el pensament que *p* del pensament que *q*, i identificar el pensament que *p* com el pensament que és— necessitem postular una fenomenologia propietària (específica), distintiva i individuativa (respectivament per a cada tipus de funció que podem dur a terme). L'argument presenta la forma d'un argument transcendental: hi ha un fet, que és que tenim la capacitat de distingir tipus d'estats mentals i pensaments entre ells i d'individu-los i aquest fet no seria possible si no existís un tipus de fenomenologia concret, que és la cognitiva.

Les objeccions a aquest argument han estat també múltiples. Una família de problemes sorgeix de pensar que la premissa referida a les nostres capacitats potser denota massa optimisme i, que, en el fons, no podem conèixer i distingir de la manera que Pitt afirma. Cal tenir en compte que l'argument de Pitt no defensa que tinguem capacitats infal·libles, ans al contrari, però sí afirma que hi ha immediatesa, i que, per tant, no és un procés mediat per inferències. Aquesta immediatesa és negada per autors que prefereixen teories de caire inferencial o interpretatiu. Tye i Wright (2011), per exemple, defensen una visió del coneixement dels nostres estats mentals segons la qual la nostra creença

<sup>5</sup> Carruthers i Veillet (2011) estableixen que una propietat fa una contribució constitutiva quan dóna lloc a la bretxa explicativa (*explanatory gap*) respecte d'allò físic i genera així el problema difícil de la consciència.

que estem en un estat mental de pensament depèn de l'evidència que propicia el fet d'estar en aquest mateix estat, però sense que en aquest procés hi intervingui res que sigui fenomènic. Una altra proposta alternativa que s'estalviaria de postular un caràcter fenomènic per al pensament afirma que coneixem els continguts dels nostres pensaments a través dels rols inferencials que juguen en la nostra economia mental, o a través de mecanismes no conscients que ens permeten tenir aquestes capacitats cognoscitives (NICHOLS i STICH 2003). Tota aquesta família de teories proporcionen raons per dubtar que la postulació del caràcter fenomènic sigui l'única explicació, o inclús la més adequada, per tal d'explicar com coneixem els nostres estats mentals.<sup>6</sup> Sigui com sigui, però, aquest debat és interessant per tal com relaciona el debat en fenomenologia cognitiva amb la basta literatura sobre autoconeixement i, en especial, per tal com algunes visions de la fenomenologia cognitiva entren a formar part de les opcions possibles en l'àmbit de l'epistemologia de la ment.

Encara dins d'aquest àmbit i en relació amb la metafísica de la ment i des d'una perspectiva general, alguns autors han posat sobre la taula *reptes epistèmics* que s'han associat a la consciència: la bretxa explicativa (LEVINE 1983), l'argument del coneixement (JACKSON 1982) i els escenaris sobre zombis (KIRK 1974; CHALMERS 1996). Tal i com Bayne i Montague (2011) apunten, i com ja hem esmentat anteriorment, en aquest àmbit sorgeixen dues preguntes rellevants: apareixen aquests reptes sobre la consciència en el camp del pensament conscient? I més fonamentalment, funcionen com a criteris o marcadors per a la presència de consciència fenomènica? Respecte de la bretxa explicativa, Carruthers i Veillet (2011) neguen que hi hagi fenomenologia cognitiva ja que no hi ha una bretxa explicativa per al pensament, donat que els escenaris d'experiència invertida no són concebibles. D'altra banda, Kriegel (2015) presenta la possibilitat de concebre una criatura la vida de la qual es troba exhaurida en activitats intel·lectuals i cognitives, i argumenta que això condueix a una bretxa explicativa. L'argument de Carruthers i Veillet ha sigut respost també recentment per McClelland (2016) a través de la idea que la possibilitat d'inversió no és una condició per al caràcter fenomènic. Pel que fa a l'argument del coneixement, molt discutit en l'àmbit de la percepció de colors, Goldman (1993) presenta l'analogia del cas del color i suggereix que algú que no ha experimentat mai actituds proposicionals com el dubte o l'estar decebut, per exemple, aprendria alguna cosa nova el primer cop que tingués una experiència d'aquest tipus. Tot i això, Bayne (MANUSCRIT) considera que la possibilitat de construir un argument del coneixement per al pensament és molt complicada. També, Goff

<sup>6</sup> Vegeu també Vicente i Jorba (en premsa) per a una teoria de la individuació i determinació del contingut del pensament conscient que no apel·la al caràcter fenomènic, tot i que reconeix el rol epistèmic d'aquest en el coneixement dels nostres estats mentals.

(2012), sobre la base de consideracions sobre seguir una regla, argumenta que la fenomenologia cognitiva suposa un nou problema difícil per al fisicalisme. Finalment, i respecte d'aquests reptes epistèmics, ens podem preguntar si els escenaris de zombis són possibles per al pensament. De nou, trobem respostes positives, com la de Horgan (2011), que defensa la possibilitat de concebre un zombi cognitiu —una criatura que comparteixi amb nosaltres la fenomenologia sensorial però no la cognitiva— i defensa així l'existència de la fenomenologia cognitiva. I també trobem respostes negatives, com la de Carruthers i Veillet (2011) que expressen dubtes sobre la possibilitat de concebre zombis d'aquest tipus precisament perquè no està clar que els dèficits dels zombis vinguin del fet que els seus conceptes fan una contribució causal o constitutiva a l'experiència, una distinció que ja hem remarcat com a rellevant.

El debat sobre fenomenologia cognitiva destaca també per ser important respecte de la qüestió del *rol epistèmic o racional* que el suposat caràcter fenomènic pot tenir en l'arquitectura mental. Ja s'ha esmentat abans que hi ha visions que defensen que el caràcter fenomènic podria justificar les creences sobre el tipus d'estat mental en què estem, i hi ha diversos autors que sostenen que les experiències cognitives justifiquen certes creences i constitueixen coneixement en virtut de tenir un caràcter fenomènic propi (CHUDNOFF 2011; SMITHIES 2013; KOKSVIK 2011). També ens podem preguntar si la fenomenologia cognitiva juga algun altre rol racional a part dels esmentats. Dorsch (2016), per exemple, destaca diverses connexions rellevants entre el caràcter fenomènic del judici i la racionalitat, a través de presentar la visió segons la qual el rol racional dels pensaments, és a dir, la seva capacitat de respondre a raons epistèmiques que provenen d'altres estats mentals, es veu reflectida en el seu caràcter fenomènic i n'és constitutiva. Però en aquest camp també hi trobem altres teories que afirmen que els rols racionals associats al pensament conscient hi són en virtut de la presència dels anomenats 'sentiments epistèmics', això és, sensacions associades a estats i processos de coneixement, de comprensió, etc., lligats a certes tasques cognitives (PROUST 2013).

Bona part dels arguments exposats fins ara, especialment el del contrast fenomènic i l'argument epistèmic, descansen d'una manera o altra sobre certs pressupòsits relatius al funcionament de la *introspecció*, atès que pressuposen que tenim un accés als nostres episodis de pensament que ens permet dur a terme certes tasques (detectar un contrast fenomènic, saber què estem pensant, etc.). És en aquest sentit que el debat en fenomenologia cognitiva ha fet sorgir (i ressorgir) qüestions relatives a la introspecció. Alguns autors han interpretat el debat en fenomenologia cognitiva com un desacord sobre allò que revela la introspecció (SCHWITZGEBEL 2008; SPENER 2011): els defensors afirmen, i els oponents neguen, l'existència d'aquest tipus de fenomenologia sobre la base

de la introspecció. Des del començament de debat, molts autors han apel·lat d'alguna manera o altra a allò que dicta la introspecció (GOLDMAN 1993; LORMAND 1996; HORGAN i TIENSON 2002; CARRUTHERS i VEILLET 2011; PRINZ 2011). Aquest fet ha conduït a pensar que la capacitat introspectiva no és fiable (SCHWITZGEBEL 2008), ha generat escepticisme respecte de si el debat en fenomenologia cognitiva es pot resoldre apel·lant únicament a la introspecció (CHUDNOFF 2015, entre d'altres) i, alhora, ha afegit més sospites als vells problemes dels mètodes introspectius (SMITH i THOMASSON 2005). És clar que la valoració d'aquests arguments depèn en bona part del que s'entengui per 'introspecció'. Els fenomenòlegs husserlians, per exemple, no van acceptar mai que es descrivís la seva aproximació a la consciència com a introspecció, la qual era promoguda per Titchener i altres com a mètode específic de la psicologia empírica del moment. La invocació de la introspecció sense més especificació no pot ser utilitzada com a raó en contra de la fenomenologia cognitiva, o com a esmena a la totalitat del debat, ja que calen visions més desgranades sobre el funcionament de la capacitat introspectiva i sobre la seva relació amb l'existència d'aquest caràcter fenomènic específic. Pel mateix tipus de raons, els arguments a favor que invoquen únicament la introspecció tampoc tendeixen a ser gaire persuasius.

En la presentació del debat hem destacat la importància de dos arguments principals, el del contrast fenomènic i l'epistèmic, juntament amb altres reptes epistèmics generats en el si del debat, i ha emergit la importància d'una anàlisi curosa de la relació entre fenomenologia cognitiva i la introspecció, sent aquest darrer un punt important de controvèrsia. Però també trobem molts altres tipus d'arguments i qüestions que van més enllà del terreny explorat aquí i que exposarem a continuació.

### 3.2 Intencionalitat i llenguatge

Com que les experiències de pensament o els estats mentals de pensament són sobre alguna cosa, tenen *intencionalitat*, el tema de la fenomenologia cognitiva ha tingut un impacte considerable en les teories de la intencionalitat i els seus diferents elements. La relació entre la intencionalitat i la consciència ha estat tractada de manera extensa en el camp de la percepció (BLOCK 1996; TYE 1995), però està molt menys investigada en l'àmbit cognitiu. Hi ha diverses qüestions rellevants en aquest punt, com per exemple quina és la relació entre les propietats fenomèniques i les intencionals en el pensament, o la relació entre el contingut cognitiu conscient i el no conscient. Darrerament, i en paral·lel al sorgiment del interès per la fenomenologia cognitiva, han aparegut teories de la intencionalitat fenomènica (KRIEGEL 2014), entesa com (un tipus)

d'intencionalitat que presenta una connexió molt estreta amb el caràcter fenomènic —tesi que diversos autors especifiquen de maneres diferents—. Alguns, per exemple, defensen la idea que el contingut intencional està determinat íntegrament per la fenomenologia (PITT 2009; STRAWSON 2008), incloent el cas de la fenomenologia cognitiva com l'exemple d'intencionalitat fenomènica pel pensament (FARKAS 2008; HORGAN i TIENSON 2002; vegeu BAILEY i RICHARDS 2014 per a arguments en contra de la teoria de Horgan i Tienson).

D'altra banda, i com ja hem vist, les teories de la intencionalitat distingeixen entre el pol del contingut i/o l'objecte intencional (allò pensat, percebut, imaginat, etc.) i el pol de l'acte i/o actitud proposicional (la manera de ser pensat, imaginat, etc.). Pel que fa al contingut, algunes visions han considerat rellevant la qüestió de la particularitat de la percepció (SMITH 2011; MONTAGUE 2011) i la cognició (SMITH 2016), això és, el problema de com la particularitat d'allò individual (*'this-ness'*) apareix a la consciència (perceptiva o cognitiva, respectivament). Ambdós autors argumenten que aquesta podria ser una via per reconèixer la fenomenologia cognitiva més enllà de la sensorial i perceptiva (vegeu STRAWSON 2008 i MONTAGUE 2015 per a visions sobre la relació entre la fenomenologia cognitiva i el contingut representacional). Altres autors s'han centrat en els actes o actituds proposicionals. Brown (2007), per exemple, defensa la idea que hi ha un sentiment de convicció o certesa associat al jutjar, i d'altres defensen la visió que les actituds proposicionals tenen un caràcter fenomènic específic (KLAUSEN 2008; JORBA 2016). Visions contràries també han estat expressades per Prinz (2007; 2011) i Robinson (2005; 2011), per exemple, argumentant que el que explica la fenomenologia de les actituds és la fenomenologia del desig i del dubte, i/o algunes formes d'emocions i sentiments epistèmics com ara la curiositat o la confusió, i que aquests episodis no es poden considerar com a part de la fenomenologia cognitiva específica.

Una altra qüestió que mereix ser esmentada en aquesta secció és la de la (vella) relació entre el pensament i el llenguatge. Aquest tema ha estat tractat i discutit des de múltiples perspectives, però en l'àmbit que ens ocupa rep una aproximació concreta, a saber, la qüestió de la connexió entre el pensament conscient i l'anomenada *parla interna* o discurs silenciós, que és el fet de parlar-nos a nosaltres mateixos sense arribar a produir sons externs. Mentre que els reduccionistes tendeixen a apel·lar als elements sensorials de la parla interna com a portadors de tota fenomenologia del pensament (ROBINSON 2005; PRINZ 2011; TYE i WRIGHT 2011), altres autors han defensat que algunes teories concretes de la parla interna poden estar més alineades amb la defensa de la fenomenologia cognitiva del que sembla (JORBA i VICENTE 2014). La major part del nostre pensament inclou paraules o imatges, però les formes de pensament no lingüístic i no imaginista també han estat investigades. De

fet, els debats sobre pensament sense imatges que es va generar en la psicologia de principis del segle XX (WOODWORTH 1906) emergeix de nou a l'escena contemporània sota noves formes. Aquest és precisament el cas de l'anàlisi fenomenològica de sistemes de representació no lingüístics duta a terme per Lohmar (2016), on explora la idea que el llenguatge és només una de les diverses possibles maneres d'expressar el nostre pensament. D'altra banda, Hurlburt i Akther (2008) presenten l'experiència del pensament no simbòlic a través del mètode de la *Descriptive Sampling Experience* (DES), argumentant que hi ha una experiència diferenciada i explícita sense paraules o imatges. L'existència d'aquesta experiència, tanmateix, ha estat qüestionada de diverses maneres (ENGELBERT i CARRUTHERS 2011, TYE i WRIGHT 2011; BYRNE 2011) —vegeu també Hurlburt (2011) per a una defensa del fenomen—. Destaca l'aportació de Vicente i Martínez-Manrique (2016), que parteixen de l'existència d'aquest tipus de pensament per a presentar una explicació de l'origen del mateix que és contínua amb l'activitat de la parla interna.

#### 4. FUTURS DESENVOLUPAMENTS

En la secció anterior s'han esbossat les principals línies de discussió al voltant de la fenomenologia cognitiva, i en aquest apartat voldríem esmentar alguns temes que hi han estat relacionats més indirectament o que no han estat tractats amb profunditat i per això conformen possibles camins per a la investigació futura. Sovint es tracta d'arguments força aïllats però que vinculen diferents debats filosòfics i àrees de coneixement.

Un d'ells és el tema de l'*ontologia* dels episodis mentals, i concretament el caràcter temporal de l'experiència. Tye i Wright (2011), seguint Soteriou (2007; 2009) i Geach (1957), consideren que els pensaments, contràriament a altres tipus d'experiències, no tenen el perfil ontològic adequat (tenir caràcter de procés) per poder ser part del corrent de consciència i, així, poder ser portadors de fenomenologia cognitiva. Aquest argument genera qüestions sobre la metafísica dels constituents del corrent de consciència, com la manera en què es relacionen amb la temporalitat. Aquest argument ha estat problematitzat per Chudnoff (2015), qui argumenta que el fet que la consciència tingui la forma de corrent és compatible amb negar que totes les experiències persisteixen de forma processual, i per Jorba (2015), qui examina la noció de 'caràcter processual' i argumenta que una versió reconstruïda de l'argument ontològic és acceptable per alguns episodis cognitius però no per d'altres i, contràriament al que pot semblar, això parla en favor de la fenomenologia cognitiva. Consideracions d'aquest tipus generen, al seu torn, qüestions sobre l'adequació d'assumir

que els episodis de pensament són tots *estats* mentals, i alerta de la importància de definir si els episodis de pensament poden ser processos, assoliments (“*achievements*”), estats, etc.

Un altre camí que s’ha investigat és el caràcter experiencial del pensament, que té a veure amb el caràcter d’*agència*, això és, amb el fet que els episodis de pensar s’experiencien moltes vegades com una activitat o acció mental on el subjecte hi té algun paper rellevant. Si bé el caràcter d’agència és un tema en filosofia de la ment i epistemologia en general, la connexió d’aquestes teories amb qüestions de fenomenologia cognitiva no ha estat gaire explorada. D’una banda trobem la qüestió de si hi ha accions mentals en general i si alguna forma de pensament n’exemplifica cap (vegeu O’BRIEN i SOTERIU 2009 per a diferents propostes). En aquest sentit, hi ha el debat entorn a com caracteritzar aquest caràcter d’agència del pensament conscient i quines implicacions té per a la metafísica i l’epistemologia de la consciència (SOTERIU 2013). Un aspecte rellevant és si existeix un *sentit d’agència* en el pensament conscient i com hauria de ser descrit i analitzat. Horgan (2011), per exemple, presenta un recorregut descriptiu des de la fenomenologia de l’agència —el com a què se sent el fet d’experienciar el propi comportament com una acció pròpia— a la fenomenologia cognitiva a través de la caracterització de zombis parcials (que els manquen tipus de caràcters fenomènics concrets). Aquesta és una de les poques contribucions que entrellaça ambdues qüestions.

El sentit d’agència està estretament relacionat amb les qüestions relatives al *jo* i a la consciència del jo. Molts autors sostenen que, quan pensem, hi ha una experiència del fet que sóc *jo* qui està tenint el pensament o efectuant una certa activitat mental. Aquesta és una idea ben coneguda almenys des del ‘*cogito, ergo sum*’ de Descartes. Una expressió molt utilitzada en la literatura per referir-s’hi és la d’‘auto-consciència’ (*self-awareness*) però alhora és una expressió força ambigua i que pot referir-se a diversos fenòmens. ‘Auto-consciència’ pot ser interpretat com a consciència dels nostres pensaments (o d’altres estats mentals) o com a consciència del jo. En el primer cas, la qüestió de l’auto-consciència no és altra que la investigació sobre el caràcter conscient del pensament i del pensar, i la qüestió està íntimament lligada a les consideracions sobre fenomenologia cognitiva. En el segon cas, si ‘auto-consciència’ refereix al subjecte o al jo, aleshores també s’obren vies d’investigació interessants pel tema que ens ocupa. La tradició fenomenològica ha insistit en el fet que els pensaments no són simplement experienciats per mi sinó que són experienciats “com a meus”, tenen el caràcter de la “*mineness*”. De fet, són coneguts els casos de patologies en què els subjectes no poden identificar les seves experiències mentals ocorrents com a pensaments seus, el que significaria que aquest element de “*mineness*” es podria veure alterat (evidentment, hi ha moltes d’altres



explicacions i teories per aquest tipus de patologies). Quin sigui el caràcter específic d'aquesta autoconsciència i les patologies del jo i la seva connexió amb la fenomenologia cognitiva és un àmbit de recerca rellevant en el qual hi trobem molts pocs treballs. Una excepció és Guillot (2016), que investiga la naturalesa de concepte de jo (*self-concept*) i defensa que s'ha d'entendre com un concepte fenomènic la base fenomènica del qual és la fenomenologia cognitiva.

Les qüestions sobre consciència fenomènica apareixen molt sovint lligades a consideracions sobre *l'atenció*. En efecte, l'atenció ha estat un tema de recerca en l'àmbit de les experiències perceptives i l'acció, però resta poc explorada respecte del pensament. Així, com funciona l'atenció en el pensament i en les experiències cognitives? Ja a l'any 1891, Stout (1891) va argumentar que una tasca important per a una teoria de l'atenció era explicar el seu rol en el pensament conscient, i Husserl (1970) considerava que el concepte d'atenció s'aplica tant a la sensibilitat com al pensament. Peacocke (1998), per exemple, distingeix el cas en què l'atenció converteix alguna cosa en objecte de percepció del cas en què l'atenció està "ocupada" en el pensament, problematitzant el fet de tenir "objectes" d'atenció en el pensament. Malgrat algunes contribucions aïllades, la recerca sobre els mecanismes atencionals en el pensament i la seva relació amb la fenomenologia cognitiva (que podria ser de modificació, modulació, anul·lació, etc.) romanen terrenys per ser explorats.

Una altra qüestió que s'ha tractat molt tangencialment en el debat és la consideració dels *valors* en relació amb la fenomenologia i el pensament conscient. Aquesta connexió ja va ser assenyalada per Siewert (1998) en parlar de la importància de la consciència i la desenvolupa Strawson (2011), qui construeix l'argument *modus tollens* següent: si les experiències cognitives no existissin, la vida seria avorrida; la vida no és avorrida, per tant, les experiències cognitives existeixen (vegeu KRIEDEL 2015 per a una formulació similar de l'argument). Chudnoff (2015) argumenta que hi ha un buit explicatiu en aquest argument i proposa solucionar-lo afegint algunes premisses sobre les diferències en el valor, de manera que pugui ser un argument a favor de la fenomenologia cognitiva. Aquesta qüestió, tanmateix, està en un estadi molt inicial i constitueix, així, una línia oberta per possibles arguments a favor de les diferents posicions en el debat.

Si canviem el focus d'atenció de les experiències cognitives concretes a una visió una mica més àmplia que consideri diferents episodis mentals alhora, una visió més *holística*, trobem alguns arguments més en relació amb la fenomenologia cognitiva. D'una banda, Nes (2012), per exemple, argumenta que el contingut conceptual fa una contribució constitutiva a la fenomenologia en constituir la seva unitat temàtica, és a dir, una unitat entre els estats sensorials, cognitius i afectius que hi estan associats. D'una altra banda, Chudnoff (2013)



presenta el cas de captar una prova matemàtica, que depèn de l'experiència cognitiva holística que té un subjecte; i Nes (2016) examina el caràcter fenomènic de les inferències en la consciència fenomènica. També trobem arguments a favor de la fenomenologia cognitiva, inspirats en l'obra de Husserl, que apelen a l'horitzó de possibilitats que obre cada experiència de pensament (JORBA 2016) i a les “intencions buides” que hi ha en cada experiència —les intencions que, segons Husserl, apunten cap a experiències que presenten la mateixa cosa des d'una altra perspectiva o n'apunten un altre aspecte (HOPP 2016)—. Ambdós elements han estat considerats com a instàncies de fenomenologia cognitiva. La investigació en aquesta direcció, tanmateix, continua sent un àmbit de recerca poc explotat.

Cal esmentar que, des d'un punt de vista més lligat a la tradició fenomenològica, i tal i com hem esmentat en la introducció, també hi ha camí per recórrer en la investigació sobre les estructures de l'experiència conscient del pensament i del pensar en les seves diverses modalitats. Entre les descripcions fenomenològiques contemporànies val la pena esmentar el treball de Smith (2011) sobre tres tipologies del pensar conscient, classificats segons el tipus d'objecte al qual va dirigit el pensament: pensar sobre el que un veu, el pensar quotidià sobre esdeveniments actuals, i el pensar sobre objectes abstractes. Inspirat en l'obra de Heidegger, Crowell (2016), també, presenta el pensar com un mode de ser en el qual el significat és experienciat com a tema. O el pensar específicament sobre problemes filosòfics, per exemple, és una altra tipologia de pensament força descrit en la història de la filosofia (vegeu BERNET 2016 per a una caracterització del pensar filosòfic). Finalment, una altre exemple de descripció fenomenològica contemporània la trobem en la caracterització de Kriegel (2016) de l'activitat de realitzar un judici, basada en l'obra de Bolzano.

Per acabar, i situant-nos en una perspectiva més general, podem preguntar-nos per la relació entre les teories sobre fenomenologia cognitiva i les teories generals de la consciència: com afecta la suposada existència i naturalesa de la fenomenologia cognitiva a les teories generals sobre la consciència? I quines són les implicacions de la majoria de teories pel tema que ens ocupa? De moment, sembla que només els autors que proposen la teoria de pensament d'ordre superior (*Higher-Order Thought Theory*, HOT, i de l'*Attended Intermediate Representation*, AIR) han adreçat explícitament la qüestió de l'existència de la fenomenologia cognitiva des dels seus marcs explicatius. Brown i Mandik (2012), per exemple, defensen la idea que la teoria del pensament d'ordre superior del tipus defensada per Rosenthal (2005) implica l'acceptació de la fenomenologia cognitiva, argumentant que segons aquesta teoria tota la fenomenologia és cognitiva i que tots els pensaments conscients tenen fenomenologia. Més escèptica és la posició de Prinz (2011) i la seva teoria de la consciència fenomènica

AIR que hem esmentat, la qual restringeix l'abast d'aquesta a representacions perceptives intermèdies i el caràcter fenomènic només el trobem en l'àmbit sensorial i perceptiu, excloent així el pensament conscient en si mateix. Pel que sembla fins al moment, altres teories de la consciència, com la *Global Workspace Theory* (BAARS 1998), la teoria de la informació integrada (TONONI 2007), les teories biològiques de la consciència (BLOCK 1978; LAMME 2003) i altres no han proporcionat posicions explícites i detallades sobre els diferents aspectes del debat en fenomenologia cognitiva. Una excepció és Sebastián (2016), que discuteix les teories d'"accés" i les de "no accés" de la consciència per tal de valorar la qüestió de la fenomenologia cognitiva (vegeu també JORBA i VICENTE 2014 per a la relació entre accés i caràcter fenomènic en el pensament).

## 5. CONCLUSIONS

La fenomenologia cognitiva és un àmbit de recerca que sorgeix en la filosofia de la ment i que qüestiona pressupòsits importants respecte de les teories del pensament, la intencionalitat i la consciència. Alhora, obre noves possibilitats en connexió amb la investigació empírica en psicologia cognitiva i estudis sobre la consciència, posant el focus d'interès en la caracterització i explicació del caràcter fenomènic i conscient del pensament i la diversitat d'episodis mentals que s'hi donen. L'existència d'un caràcter fenomènic específic del pensament és una qüestió controvertida i diverses posicions s'han anat definint al respecte, com hem vist, de la mateixa manera que també han anat sorgint arguments a favor i en contra i diferents elements que cal considerar en la discussió: aspectes metodològics, consideracions epistemològiques i ontològiques, així com contribucions al tema en relació amb la intencionalitat i el llenguatge, l'agència, l'acció, el jo, l'atenció o els valors. Podem dir, doncs, que la fenomenologia cognitiva és un tema específic dins l'estudi de la ment, però que alhora té rellevància per molts d'altres aspectes, conformant, així, un àmbit d'estudi relativament nou i amb un llarg camí per endavant.

Vull agrair al Francesc Perenya els seus suggeriments i comentaris. Aquest treball ha estat possible gràcies a la beca de formació postdoctoral FJCI-2015-23620 del ministeri d'Economia i Competitivitat i als projectes "Lexical meaning and Concepts" (FFI2014-52196-P) i "The Significance of first-personal attitudes" (FFI2016-80588-R)

## BIBLIOGRAFÍA

- ARANGO-MUÑOZ, S. 2014, "The Nature of Epistemic Feelings", *Philosophical Psychology*, 27 (2): 1-19.
- BAARS, B. J. 1988, *A Cognitive Theory of Consciousness*, Cambridge University Press.
- BAILEY, A.; BRADLEY R. 2013, "Horgan and Tienson on Phenomenology and Intentionality", *Philosophical Studies*. DOI 10.1007/s11098-013-0089-7
- BAYNE, T. 2013, *Thought: A Very Short Introduction*, Oxford: Oxford University Press.
- BAYNE, T. [Manuscript], "The Puzzle of Cognitive Phenomenology".
- BAYNE, T.; MONTAGUE, M. 2011, "Cognitive Phenomenology: and Introduction", en *Cognitive Phenomenology*, T. BAYNE i M. MONTAGUE (ed.), Oxford i Nova York: Oxford University Press: 1-34.
- BERGSON, H. 1946, *The Creative Mind. An Introduction to Metaphysics*. M. L. Andison (trad.), Nova York: Philosophical Library.
- BERNET, R. 2016, "The Limits of Conceptual Thinking", en *The Phenomenology of Thinking: Philosophical Investigations into the Character of Cognitive Experiences*, T. BREYER i C. GUTLAND (ed.), Londres: Routledge: 147-64.
- BLOCK, N. 1978, "Troubles with Functionalism", *Minnesota Studies in the Philosophy of Sciences*, 9: 261-325.
- BLOCK, N. 1995, "On a Confusion About a Function of Consciousness", *Brain and Behavioral Sciences*, 18 (2): 227-47.
- BLOCK, N. 1996, "Mental Paint and Mental Latex", en E. VILLANUEVA (ed.), *Perception*, Atascadero, CA: Ridgeview.
- BLOCK, N. 2009, "Comparing the Major Theories of Consciousness", en *The Cognitive Neurosciences IV*, M. GAZZANIGA (ed.), MIT Press: 1111-23.
- BRENTANO, F. (1874/1973), *Psychology from an Empirical Standpoint*, Londres: Routledge.
- BREYER, T.; GUTLAND, C. 2016, *The Phenomenology of Thinking: Philosophical Investigations into the Character of Cognitive Experiences*, Londres: Routledge.
- BROWN, R.; MANDIK, P. 2012, "On Whether the Higher-order Thought Theory of Consciousness Entails Cognitive Phenomenology, or: What is it Like to Think that One Thinks that P?", *Philosophical Topics*, 40 (2): 1-12.
- BYRNE, A. 2011, "Knowing That I Am Thinking", *Self-Knowledge*, A. HATZIMOYSIS (ed.), Oxford: Oxford University Press.
- BYRNE, A. 2001, "Intentionalism Defended", *The Philosophical Review*, 110 (2): 199-240.
- CARRUTHERS, P. 2011, *The Opacity of Mind: An Integrative Theory of Self-Knowledge*, Nueva York: Oxford University Press.

- CARRUTHERS, P.; VEILLET, B. 2011, "The Case Against Cognitive Phenomenology", en *Cognitive Phenomenology*, T. BAYNE i M. MONTAGUE (ed.), Oxford i Nova York: Oxford University Press: 35-56.
- CHALMERS, D. J. 1996, *The Conscious Mind: In Search of a Fundamental Theory*, Oxford: Oxford University Press.
- CHUDNOFF, E. 2011, "The Nature of Intuitive Justification", *Philosophical Studies*, 153 (2): 313-33.
- CHUDNOFF, E. 2013, "Gurwitsch's Phenomenal Holism", *Phenomenology and the Cognitive Sciences*, 12 (3): 559-78.
- CHUDNOFF, E. 2015, *Cognitive Phenomenology*, Londres i Nova York: Routledge.
- CHUDNOFF, E. 2016, "Moral Perception: High Level Perception or Low Level Intuition?", en *The Phenomenology of Thinking: Philosophical Investigations into the Character of Cognitive Experiences*, T. BREYER i C. GUTLAND (ed.), Londres: Routledge: 207-19.
- CRANE, T. 1998, "Intentionality as the Mark of the Mental", *Royal Institute of Philosophy Supplement*, 43: 229-51.
- DIJKSTERHUIS, Ap; NORDGREN, L. F. 2006, "A Theory of Unconscious Thought", *Perspectives on Psychological Science*, 1 (2): 95-109.
- ENGELBERT, M.; CARRUTHERS, P. 2011, "Descriptive Experience Sampling: What Is It Good For?", *Journal of Consciousness Studies*, 18: 130-49.
- FARKAS, K. 2008, "Phenomenal Intentionality Without Compromise", *The Monist*, 91 (2): 273-93.
- FRANKISH, K. 2011, "Dual-Process and Dual-System Theories of Reasoning", *Philosophy Compass*, 10: 914-26.
- GEACH, P. 1957, *Mental Acts: Their Content and Their Objects*, Londres: Routledge and Kegan Paul.
- GOFF, P. 2012, "Does Mary Know I Experience Plus Rather Than Quus? A New Hard Problem", *Philosophical Studies*, 160 (2): 223-35.
- GRAHAM, G.; HORGAN, T.; TIENSON, J. 2007, "Consciousness and Intentionality", en *The Blackwell Companion to Consciousness*, M. VELMANS i S. SCHNEIDER (ed.), Oxford: Blackwell: 468-84.
- GOLDMAN, A. 1993, "The Psychology of Folk Psychology", *Behavioral and Brain Sciences*, 16 (1): 15-28.
- GUNTHER, Y. H. 2004, "The Phenomenology and Intentionality of Emotion", *Philosophical Studies*, 117 (1-2): 43-55.
- HOPP, W. 2016, "Empty Intentions and Phenomenological Character", en *The Phenomenology of Thinking: Philosophical Investigations into the Character of Cognitive Experiences*, T. BREYER i C. GUTLAND (ed.), Londres: Routledge: 44-61.

- HORGAN, T. 2011, "From Agentive Phenomenology to Cognitive Phenomenology: A Guide for the Perplexed", en *Cognitive Phenomenology*, T. BAYNE i M. MONTAGUE (ed.), Oxford i Nova York: Oxford University Press: 57-78.
- HORGAN, T.; TIENSON, J. 2002, "The Intentionality of Phenomenology and the Phenomenology of Intentionality", en *Philosophy of Mind: Classical and Contemporary Readings*, D. CHALMERS (ed.), Oxford: Oxford University Press: 520-33.
- HURLBURT, R. 2011, "Nine Clarifications of Descriptive Experience Sampling", *Journal of Consciousness Studies*, 18 (1): 274-87.
- HURLBURT, R.; AKTHER, S. 2008, "Unsymbolized thinking", *Consciousness and Cognition*, 17, 1364-74.
- HUSSERL, E. 1970, *Logical Investigations*, vol. 2, Londres i Nova York: Routledge.
- HUSSERL, E. 2004, *Wahrnehmung und Aufmerksamkeit. Texte aus dem Nachlass (1893-1912)*, Husserliana 38, T. VONGEHR i R. GIULIANI (ed.), Dordrecht: Springer.
- JORBA, M. 2015, "Thoughts, Processive Character and the Stream of Consciousness", *International Journal of Philosophical Studies*, 23 (5): 730-53.
- JORBA, M. 2016, "Attitudinal Cognitive Phenomenology and the Horizon of Possibilities", en *The Phenomenology of Thinking: Philosophical Investigations into the Character of Cognitive Experiences*, T. BREYER i C. GUTLAND (ed.), Londres: Routledge: 77-96.
- JORBA, M.; VICENTE A. 2014, "Cognitive Phenomenology, Access to Contents, and Inner Speech", *Journal of Consciousness Studies*, 21 (9-10): 74-99.
- KIHLSTROM, J. F. 2013, "Unconscious Processes", en *The Oxford Handbook of Cognitive Psychology*, D. REISBERG (ed.), Oxford: Oxford University Press: 176-86.
- KLAUSEN, S. H. 2008, "The Phenomenology of Propositional Attitudes", *Phenomenology and the Cognitive Sciences*, 7 (4): 445-562.
- KLAUSEN, S. H. 2013, "Losing Belief, while Keeping up the Attitudes—The Case for Cognitive Phenomenology", en *New essays on Belief: Constitution, Content and Structure*, N. NOTTELMAN (ed.), Nova York: Palgrave MacMillan: 188-208.
- KOKSVIK, O. 2015, "Phenomenal Contrast: A Critique", *American Philosophical Quarterly*, 52 (4): 321-34.
- KORIAT, A. 2000, "The Feeling of Knowing: Some Metatheoretical Implications for Consciousness and Control", *Consciousness and Cognition*, 9 (2): 149-71.
- KRIEGEL, U. 2006, "The Phenomenologically Manifest", *Phenomenology and the Cognitive Sciences*, 6: 115-36.
- KRIEGEL, U. 2011, *The Sources of Intentionality*, Oxford: Oxford University Press.
- KRIEGEL, U. (ed.) 2014, *Phenomenal Intentionality*, Oxford: Oxford University Press.

- KRIEGEL, U. 2015, *The Varieties of Consciousness*, Nova York: Oxford University Press.
- KRIEGEL U. 2016, “The Character of Cognitive Phenomenology”, en *The Phenomenology of Thinking: Philosophical Investigations into the Character of Cognitive Experiences*, T. BREYER and C. GUTLAND (ed.), Londres: Routledge: 25-43.
- LAMME, V. 2003, “Why Visual Attention and Awareness are Different”, *Trends in Cognitive Science*, 7: 12-8.
- LEVINE, J. 2011, “On the Phenomenology of Thought”, en *Cognitive Phenomenology*, T. BAYNE i M. MONTAGUE (ed.), Oxford i Nova York: Oxford University Press: 103-20.
- LOAR, B. 2003, “Phenomenal Intentionality As the Basis of Mental Content”, en *Reflections and replies: Essays on the philosophy of Tyler Burge*, M. HAHN i B. RAMBERG (ed.), Cambridge, MA: MIT Press: 229-58.
- LOHMAR, D. 2016, “Non-Linguistic Thinking and Communication—Its Semantics and Some Applications”, en *The Phenomenology of Thinking: Philosophical Investigations into the Character of Cognitive Experiences*, T. BREYER i C. GUTLAND (ed.), Londres: Routledge: 165-82.
- LONERGAN, B. J. F. 1992, *Insight: A Study of Human Understanding*, Collected Works vol. 3, F. E. CROWE i R. M. DORAN (ed.), Toronto: University of Toronto.
- LORMAND, E. 1996, “Nonphenomenal Consciousness”, *Noûs*, 30: 242-61.
- MCCLELLAND, T. 2016, “Gappiness and the Case for Liberalism About Phenomenal Properties”, *Philosophical Quarterly*: NA.
- MONTAGUE, M. 2009, “The Logic, Intentionality and Phenomenology of Emotion”, *Philosophical Studies*, 145: 171-92.
- MONTAGUE, M. 2010, “Recent Work on Intentionality”, *Analysis*, 70 (4): 765-82.
- MONTAGUE, M. 2011, “The Phenomenology of Particularity”, en *Cognitive Phenomenology*, T. BAYNE i M. MONTAGUE (ed.), Oxford i Nova York: Oxford University Press: 121-40.
- NAGEL, T. 1974, “What Is It Like To Be a Bat?”, *Philosophical Review*, 83: 435-50.
- NES, A. 2012, “Thematic Unity in the Phenomenology of Thinking”, *Philosophical Quarterly*, 62 (246): 84-105.
- NES, A. 2016, “The Sense of Natural Meaning in Conscious Inference”, en *The Phenomenology of Thinking: Philosophical Investigations into the Character of Cognitive Experiences*, T. BREYER i C. GUTLAND (ed.), Londres: Routledge: 97-115.
- NICHOLS, S.; STICH, S. P. 2003, *Mindreading: An Integrated Account of Pretence, Self-Awareness, and Understanding of Other Minds*, Oxford: Oxford University Press.

- O'BRIEN, L.; SOTERIOU, M. (ed.) 2009, *Mental Actions*, Oxford: Oxford University Press.
- PAUTZ, A. 2013, "Does Phenomenology Ground Mental Content?", en *Phenomenal Intentionality*, Uriah KRIEGEL (ed.), Oxford: Oxford University Press: 194-234.
- PITT, D. 2004, "The Phenomenology of Cognition or What Is It Like To Think That P?", *Philosophy and Phenomenological Research*, 69: 1-36.
- PITT, D. 2011, "Introspection, Phenomenality, and the Availability of Intentional Content", en *Cognitive Phenomenology*, T. BAYNE i M. MONTAGUE (ed.), Oxford i Nova York: Oxford University Press: 141-73.
- PITT, D. [Manuscript], "Unconscious Intentionality".
- PEACOCKE, C. 1998, "Conscious Attitudes, Attention, and Self-knowledge", en *Knowing Our Own Minds*, C. WRIGHT i C. MACDONALD (ed.), Oxford: Oxford University Press.
- PRINZ, J. 2004, "Embodied Emotions", en *Thinking About Feeling: Contemporary Philosophers on Emotions*, R. C. SOLOMON (ed.), Nova York: Oxford University Press.
- PRINZ, J. 2007, "All Consciousness is Perceptual", en *Contemporary Debates in the Philosophy of Mind*, J. COHEN i Brian P. McLAUGHLIN (ed.), Oxford: Blackwell: 335-57.
- PRINZ, J. 2011, "The Sensory Basis of Cognitive Phenomenology", en *Cognitive Phenomenology*, T. BAYNE i M. MONTAGUE (ed.), Oxford i Nova York: Oxford University Press: 174-96.
- PRINZ, J. 2012, *The Conscious Brain*, Oxford: Oxford University Press.
- PROUST, J. 2013, *Philosophy of Metacognition: mental agency and self-awareness*, Oxford: Oxford University Press.
- ROBINSON, W. 2005, "Thoughts without distinctive non-imagistic phenomenology", *Philosophy and Phenomenological Research*, 70 (3): 534-62.
- ROBINSON, W. 2011, "A Frugal View of Cognitive Phenomenology", en *Cognitive Phenomenology*, T. BAYNE i M. MONTAGUE (ed.), Oxford i Nova York: Oxford University Press, 197-214.
- ROOTH, A. R.; ROWBOTTOM, D. P. 2014, *Intuitions*, Oxford: Oxford University Press.
- SEARLE, J. 1989, "Consciousness, Unconsciousness and Intentionality", *Philosophical Topics*, 12 (1): 193-209.
- SEBASTIÁN, M. A. 2016, "Cognitive Access and Cognitive Phenomenology: conceptual and empirical issues", *Philosophical Explorations*, 19 (2): 188-204.
- SHIELDS, C. 2011, "On Behalf of Cognitive Qualia", en *Cognitive Phenomenology*, T. BAYNE i M. MONTAGUE (ed.), Oxford i Nova York: Oxford University Press: 215-35.



- SIEGEL, S. 2010, *The Contents of Visual Experience*, Oxford: Oxford University Press.
- SIEWERT, C. 1998, *The Significance of Consciousness*, Princeton, New Jersey: Princeton University Press.
- SIEWERT, C. 2011, "Phenomenal Thought", en *Cognitive Phenomenology*, T. BAYNE i M. MONTAGUE (ed.), Oxford i Nova York: Oxford University Press: 236-67.
- SMITH, D. W. 2011, "The Phenomenology of Consciously Thinking", en *Cognitive Phenomenology*, T. Bayne i M. Montague (ed.), Oxford i Nova York: Oxford University Press: 345-72.
- SMITHIES, D. 2013, "The Significance of Cognitive Phenomenology", *Philosophy Compass*, 8 (8): 731-43.
- STOUT, G. F. 1891, "Apperception and the Movement of Attention", *Mind*, 16 (61): 23-53.
- SOLOMON, R. C. (ed.) 2004, *Thinking about Feeling. Contemporary Philosophers of Emotions*, Oxford i Nova York: Oxford University Press.
- SOTERIOU, M. 2007, "Content and the Stream of Consciousness", *Philosophical Perspectives*, 21 (1): 543-68.
- SOTERIOU, M. 2009, "Mental Agency, Conscious Thinking and Phenomenal Character", en *Mental Actions*, L. O'BRIEN i M. SOTERIOU (ed.), Oxford i Nova York: Oxford University Press: 231-53.
- SOTERIOU, M. 2013, *The Mind's Construction. The Ontology of Mind and Mental Action*, Oxford: Oxford University Press.
- STRAWSON, G. (1994) 2010, *Mental Reality*, Cambridge, MA: MIT Press.
- STRAWSON, G. 2006, "Why Physicalism Entails Panpsychism", en *Consciousness and Its Place in Nature: Does Physicalism Entail Panpsychism?*, A. FREEMAN (ed.), Exeter: Imprint Academic: 3-31.
- STRAWSON, G. 2008, *Real Materialism and Other Essays*, Oxford: Oxford University Press.
- TONONI, G. S. 2007, "The Information Integration Theory of Consciousness", en *The Blackwell Companion to Consciousness*, M. VELMANS i S. SCHNEIDER (ed.). Malden: Blackwell Publishing.
- TYE, M. 1995, *Ten Problems of Consciousness: A Representational Theory of the Phenomenal Mind*, MIT Press.
- TYE, M.; BRIGGS W. 2011, "Is There a Phenomenology of Thought?", en *Cognitive Phenomenology*, T. BAYNE i M. MONTAGUE, Oxford i Nova York: Oxford University Press: 326-44.
- VAN GULICK, R. 2014, "Consciousness", en *The Stanford Encyclopedia of Philosophy*, edited by Edward N. Zalta URL = <<http://plato.stanford.edu/archives/spr2014/entries/consciousness/>>.



- VELMANS, M.; SCHNEIDER, S. 2007, *The Blackwell Companion to Consciousness*, Malden: Blackwell Publishing.
- VICENTE, A.; JORBA, M. [en prensa], "The Linguistic Determination of Conscious Thought Content", *Noûs*.
- VICENTE, A.; MARTÍNEZ-MANRIQUE, F. 2016, "The Nature of Unsymbolized Thinking", *Philosophical Explorations*, 19 (2): 173-87.



# *Ressenyés*



ONCINA, F. y ROMERO, J. M. (eds.) 2016, *La historia sedimentada en los conceptos. Estudios sobre historia conceptual y crítica de la ideología*, Granada: Comares. ISBN 978-84-9045-416-9, 228 páginas.

La historia conceptual está ya consolidada como una de las perspectivas más destacadas del panorama filosófico actual. Sin embargo, aún son muchos los interrogantes abiertos por ella en torno a la importancia del pasado para la comprensión del presente, así como en torno al modo y la posibilidad de leer y entender dicho pasado. Siguiendo la estela de otros libros editados por F. Oncina en relación con esta temática, *La historia sedimentada en los conceptos* trata de poder determinar con mayor concreción dichos problemas, apuntando de este modo hacia una posible respuesta a los mismos. Para ello, en esta ocasión, se acude a uno de los frentes abiertos más importantes en el desarrollo mismo de la historia conceptual, a saber, su relación con la “crítica de la ideología” —por la que se entiende las diversas actualizaciones de la teoría marxista, de Althusser a la Escuela de Frankfurt, desde Bloch hasta M. Postone—.

En un sentido general, este libro colectivo trata de apuntalar la tesis de que la contraposición anunciada por la dualidad “historia conceptual” y “crítica a la ideología” es equívoca, pues su relación no es la de la contraposición, sino la de una posible convivencia dentro de un mismo proyecto filosófico. Como ya se anuncia en la presentación al libro por parte de los editores (vii-ix), dicha contraposición es errónea en la medida en que ambas perspectivas pivotan en torno al significado de un mismo concepto, la *crítica*, al objetivo de ésta, el *presente*, y al elemento que la posibilita, la *historia sedimentada en los conceptos*. Desde esta relación común es posible articular una “confrontación fructífera de historia conceptual y crítica de la ideología” (ix).

El desarrollo de dicha tesis pasa por el examen de los términos aludidos. En el capítulo inaugural del libro, F. Oncina se propone articular el sentido de *crítica* y de los conceptos subyacentes a él en R. Koselleck, figura principal de la historia conceptual. En primer lugar, el término “crítica” dirige la mirada directamente a la Ilustración. De hecho, es en la polémica en torno al sentido y la función de la esfera pública en el Siglo de las Luces donde se iniciará el diálogo entre estas dos tradiciones encarnadas en Koselleck y Habermas (7-12). La noción de crítica se sitúa, en segundo lugar, en la cuestión de cómo

leer la historia, a partir de la cual se exponen las objeciones de la escuela de Cambridge a la historia conceptual (12-8). Hay un tercer sentido de la “crítica” enlazado con la pretensión más interesante de la historia conceptual: la que hace que el historiador solo pueda cumplir su función en tanto que crítico de la ideología. Pero esto lleva a plantear el problema del “estatuto epistémico especial del crítico” (22), otro punto de convergencia entre la historia conceptual y la teoría crítica que, además, constituye el nudo gordiano en el que se ubica la propuesta actual de H. Rosa (19-28).

La cuestión del “estatuto epistémico” del crítico lo afronta el siguiente ensayo del libro, de G. Duso. En un primer momento, este artículo se interroga por los límites de la historia conceptual ya trazados anteriormente, para luego desarrollar cómo ésta funge, siguiendo a Koselleck, de “crítica de la ideología” (32-8). Al mismo tiempo, introduce —al trasluz de los desarrollos de Kant, Hegel y Platón (38-46)— el “dualismo” que implica toda crítica y, por tanto, el problema fundamental que ésta lleva consigo: el lugar *neutral* desde donde llevarla a cabo; algo que presupone un conocimiento puro, aséptico, una *fundamentación última* del conocimiento que, sin embargo, parece no poder ser alcanzada. En suma, “la tarea del pensamiento en el presente” podría cifrarse en hallar un sentido de crítica que “no dependa de la pretensión de tener una comprensión finalmente verdadera de la realidad” (46), intento representado por los esfuerzos de la *storia concettuale* de la que Duso es máximo representante.

El intento precedente llevado a cabo por Oncina y Duso de establecer una “confrontación fructífera de historia conceptual y crítica de la ideología” se ve completado por el séptimo capítulo del libro (125-34). Allí se analiza la oposición más obvia entre Koselleck y Marx: las determinaciones de los conceptos sociales son en este último solo indicadores y no factores del proceso histórico, como sí piensa el primero. Ahora bien, el concepto de “ideología” en Marx permite hacer más flexible esta rígida distinción, como intenta demostrar E. Müller con un análisis de *La ideología alemana* (126-8) y de *El Capital* (129-33).

Por tanto, estos tres capítulos abordan directamente la relación entre la historia conceptual y la crítica de la ideología, convirtiéndose en la columna vertebral del libro. En los siguientes hay un mismo hilo conductor: la cuestión de la asepsia de todo prejuicio que *debería* presuponer la acción crítica. Este hilo conductor, enhebrado por los puntos de confluencia entre la historia conceptual y la crítica de la ideología (la *crítica* a partir de la *historia sedimentada en los conceptos*) se bifurca en dos direcciones. Por un lado, surge el interrogante de *cómo entender el pasado* y las ideas contenidas en él. En el capítulo tercero (49-64) R. Rodríguez García aborda magníficamente las diferentes etapas del

entender fenomenológico del pasado franqueado por Heidegger a partir del concepto de “evidencia” de la fenomenología husserliana. Esta cuestión es encarada de manera análoga por J. A. Nicolás Marín y J. M. Romero en el undécimo capítulo (193-223) a través de una incursión en la lectura de la historia de Ellacuría, nacida a partir de la fenomenología de Zubiri y su “aprehensión intelectual”. En esa misma órbita también se mueve el ensayo de Nietzsche, *El nacimiento de la tragedia*, cuyos “claroscuros” y “tensiones” en su comprensión del pasado son puestos de relieve por G. Cano en el capítulo sexto (99-121). Por otro lado, el conjunto de contribuciones restantes afronta el modo de cómo articular *el lugar* desde donde efectuar la crítica. Este tema, en la estela de las relaciones entre historia conceptual y crítica de la ideología, lo examina G. Rametta en Marx, Adorno y Althusser (cap. 8, 135-50). A. Lastra se centra, en el cuarto capítulo, en la filosofía de O. Marquard (65-74), más concretamente, en los conceptos de *Sképsis* y *Hypólepsis*. Siguiendo el rastro de la tradición marxista, destaca el décimo artículo del volumen, de J. C. Lago (165-92), quien profundiza en la polémica entre Postone y Harvey en torno a la dependencia o independencia de los postulados económicos marxistas (basados en un análisis del concepto de “trabajo”) respecto a los históricos (basados en el concepto de “lucha de clases”). Frente al interrogante de cómo entender nuestro presente, J. Seoane Pinilla plantea un estudio de la historia desde *El sobrino de Rameau* de Diderot o *El cosmopolita o el ciudadano del mundo* de Fougeret de Monbron (cap. 5, 75-98). Para finalizar, E. F. Bocardo recuerda el peligro que entraña la “crítica” al deber ser enmarcada en un horizonte de conocimiento y acción absoluto, examinando el discurso teleológico usado por G. W. Bush para legitimar la Guerra de Irak (cap. 9, 151-64).

Son esos dos problemas, desarrollados en el libro desde una perspectiva general pero anclada en uno u otro autor específico (Marquard, Heidegger, Nietzsche, Marx, etc.), los que —como se ha dicho— subyacen al punto en común entre historia conceptual y “crítica de la ideología”, apuntando así (aun oblicuamente) hacia la tesis aludida al inicio del libro, a saber, que ambas solo son soluciones diferentes y no contrapuestas al mismo desafío.

DAVID HEREZA MODREGO  
*Universitat de València*





HONNETH, Axel 2017, *La idea del socialisme. Assaig d'una actualització*, València: Institució Alfons el Magnànim-Centre Valencià d'Estudis i d'Investigació. ISBN 978-84-7822-708-2, 184 pàgines.

El socialisme democràtic pateix hui una crisi d'identitat i de discurs polític que, com sabem, va més enllà de circumstàncies nacionals o imperícies personals. Els nombrosos fracassos electorals que els diferents partits socialdemòcrates han anat recollint en els darrers anys han posat de manifest que la socialdemocràcia clàssica europea no ha estat preparada per gestionar ideològicament la crisi econòmica, política i social que agita Europa. Molts dels antany poderosos partits socialistes s'han vist afectats per una profunda pèrdua de l'hegemonia política i cultural que van obtenir i van mantindre durant llargs períodes del segle xx. Açò darrer no hauria de sorprendre'ns si tenim en compte la seua gradual adaptació a l'ideari neoliberal i la conseqüent renúncia política a la lluita contra la desigualtat, les injustícies de classe i els privilegis que obstrueixen les democràcies occidentals en el moment actual de desfronterització dels Estats-nació.

En la mesura que la socialdemocràcia sembla haver renunciat a la crítica del present, tornar a pensar el socialisme és hui una tasca inajornable. En aquest context de crisi i urgència s'emmarca la proposta de renovació del socialisme presentada per Axel Honneth en el seu llibre *La idea del socialisme. Assaig d'una actualització*, publicat en versió valenciana per la Institució Alfons el Magnànim-Centre Valencià d'Estudis i d'Investigació. A pesar que l'actual director del cèlebre Institut de Recerca Social de Frankfurt adverteix, al començament de la seua obra, que “no s'ha de tractar de la qüestió estratègica de com el socialisme podria avui dia disposar d'influència en els esdeveniments polítics quotidians” (26), allò cert és que el seu llibre esdevé un intent de resuscitar els valors col·lectius en el compromís polític socialista per mitjà d'una reformulació del que fóra el seu objectiu original perquè, d'aquesta manera, pugua convertir-se novament en font d'orientacions polítiques.

És possible renovar el socialisme en el segle XXI? Quines són les raons que han conduït a les idees socialistes a perdre el seu antic potencial? Quins canvis conceptuals han d'efectuar-se, llavors, en tals idees perquè puguen recobrar la influència perduda? Aquestes són algunes de les qüestions a què intenta donar

resposta, en aquesta ocasió, l'autor d'obres tan elogiades com *La lluita pel reconeixement* o *El dret a la llibertat*.

Per a això, el llibre arranca amb una reconstrucció històrica de la idea constitutiva del socialisme atenent, principalment, al marc teòric i social on aquesta s'ha incrustat en el segle XIX, així com a les dificultats i obstacles d'aquest marc. En el primer capítol, "La idea original: superació de la Revolució en la llibertat social", Axel Honneth ofereix una cuidada revisió dels textos clau del socialisme primerenc, la qual comprèn des de l'Anglaterra d'Owen, fins a l'Alemanya de Marx, passant per la França de Proudhon. Després de dedicar unes línies, de forma individualitzada, a aquests i altres destacats pensadors, el distingit representant de la tercera generació de l'Escola de Frankfurt —a la qual van pertànyer grans figures com Horkheimer, Adorno, Marcuse o Habermas—, es pregunta si, en tots aquests paradigmes, hi ha alguna idea unificadora dels mateixos. La resposta és afirmativa. Tots ells, segons el sociòleg alemany, van lluitar per un determinat concepte de llibertat diferent de la restringida noció de llibertat individual provinent de la Revolució francesa: la de llibertat social.

Els socialistes primerencs, afirma Honneth, van acceptar eixa noció moderna de llibertat concretada per la revolució segons la qual "llibertat" significa poder realitzar lliurement accions que no estiguen subjectes a cap altra coacció que no siga la que es deriva del mateix dret a la llibertat que tenen els altres membres de la societat. Ara bé, en la mesura que per a aquests "la coacció ja està present allà on les intencions racionals d'una persona, que anhelen una realització, es topen amb una oposició social en les intencions contràries d'una altra persona" (53), des del seu punt de vista la llibertat només es duria a terme en la realització individual d'una finalitat racional del conjunt social si aquesta es realitza mitjançant el seu quefer complementari. És a dir, per als socialistes, allò que s'entén per llibertat no pot ser aconseguida per una única persona, sinó només a partir de la interacció dels subjectes individuals, implicats en la lluita pels drets dels altres.

Davall aquesta idea de llibertat subjau, per tant, una noció de comunitat intersubjectiva i solidària. La comunitat és la condició necessària per a la llibertat social, en tant que aquesta "vol dir participar en les pràctiques socials d'una comunitat en la qual els membres participen tant mútuament que s'ajuden uns a altres recíprocament en la realització de les seues necessitats fonamentades" (55). En aquest sentit, el socialisme es proposa, des del principi, no sols la tasca de reformar el sistema de distribució perquè siga més just, sinó també la de crear una nova forma de vida comunitària. Una de les tesis fortes d'aquesta obra és que la igualtat no és el principal objecte a aconseguir. Aquesta, ve a dir-nos Honneth, és bona i necessària, però només és una condició prèvia per

al vertader objectiu, la llibertat social. En açò consisteix la idea constitutiva del socialisme, en la determinació normativa de desenvolupar una voluntat socialment practicada.

Ara bé, per a tal propòsit el moviment socialista va incórrer en una sèrie d'errors que Honneth considera defectes congènits del marc teòric del socialisme de l'era industrial, els quals analitza en el segon capítol de l'obra "L'antiquada closca intel·lectual. Relació amb l'esperit i la cultura de l'industrialisme". El primer d'ells és el que s'ha denominat "economicisme", és a dir, la idea que la societat futura serà determinada per l'esfera econòmica. Basant-se en açò la llibertat s'havia lligat únicament a la perspectiva d'una transformació comunitària de l'esfera econòmica per mitjà de la reforma o superació revolucionària del capitalisme. Segons Honneth, aquesta és la raó per la qual els primers socialistes van menyscar, erròniament, l'esfera democràtica i la importància del dret civil. "Perquè els socialistes col·locaren tota llibertat ... d'una manera unilateral només en l'àmbit econòmic d'acció, de sobte i sense adonar-se'n, han perdut l'oportunitat de pensar el nou règim d'una negociació democràtica dels objectius comuns també en categories de llibertat" (67).

Un segon error, a propòsit del qual és destacada la figura de Karl Marx, seria haver instituit la classe obrera com un subjecte col·lectiu potencialment revolucionari i la força anticapitalista per excel·lència. Aquesta "ficció sociològica" (79), que el capitalisme sempre tindrà un enemic intern en una classe obrera constantment disposada a lluitar per la realització dels veritables ideals, ha sigut per a Honneth un problema essencial des del principi. No sols per la seua falta de fonament empíric, sinó també per les seues conseqüències teòriques, a saber, la substancialització del proletariat, el component metafísic més fort de la tradició socialista. No obstant això, açò no és més que un postulat complementari al tercer dels errors: el del supòsit filosòfic del determinisme històric.

El determinisme històric al qual s'adscriu el socialisme primerenc presuposa hegelianament l'existència d'un progrés teleològic en la història de la humanitat en què, d'acord amb lleis necessàries, el socialisme s'institueix com el següent i imminent estadi del procés. Açò, segons Honneth, ha permès als actors individuals no ser conscients de determinades situacions i no implicar-se en el que està per vindre. Perquè, des d'aquesta expectativa sobrecarregada d'un triomf necessari del socialisme, "l'acció dels actors involucrats es considera com una mera expressió de la necessitat històrica que a les seues esquenes, i, per tant, sense la consciència dels actors, serà duta a terme inevitablement" (87).

Els tres supòsits esmentats, que són limitacions i inconsistències conceptuals vinculades intrínsecament amb l'esperit i la societat de la revolució industrial, "formen els pilars en els quals se sosté l'horitzó intel·lectual de la

teoria social, al si del qual els socialistes han arribat a desenvolupar la seua idea comuna de la llibertat social” (66). La tasca actual del socialisme ha de ser canviar i renovar aquest marc social i teòric en què es va emmarcar el socialisme del segle XIX per a, d'aquesta manera, ressuscitar el seu objectiu originari, és a dir, per aconseguir que la força de la producció normativa de la idea de llibertat social pugua desenvolupar el seu potencial. Però, com es pot substituir aquest marc teòric per un altre? Açò és el que tracta de desenrotllar en els capítols tercer i quart, titulats respectivament “Vies de renovació: El socialisme com experimentalisme històric” i “Vies de renovació (2): la idea d'una forma de vida democràtica”.

En el primer, l'actual professor de la Universitat de Columbia de Nova York s'ocupa primordialment d'exposar la qüestió de com hauria de constituir-se la comprensió de la història del socialisme perquè poguera continuar despertant confiança en la viabilitat del projecte socialista. La idea que el guia és que el socialisme és l'expressió d'un projecte en marxa, quelcom que es mou dins de la història, però no en termes de necessitat. Com a alternativa al determinisme històric i basant-se en constants referències al pensament de John Dewey, Honneth llança la proposta de l'experimentalisme històric, una espècie de socialisme pragmàtic i explorador l'objectiu primordial del qual consisteix a pensar, en un nivell més alt d'abstracció, altres maneres de reforma democràtica que no destruïsquen les institucions que han demostrat la seua validesa per a garantir la llibertat social. Per a això, considera necessari que romanga com a central “la idea que dins de l'esfera econòmica allò social ha de ser tan fort com siga possible en el sentit que ací totes les persones participants ... poden satisfer les seues necessitats sense barreres d'influències o de coacció” (119).

Aquest apartat, que examina aquesta idea per mitjà d'un conjunt d'interessants observacions en relació amb la socialització de l'esfera econòmica, acaba insistint en el fet que no s'ha d'estar massa preocupat pel final del procés, la societat sense classes. Els socialistes no tenen per què saber per endavant com de lluny s'ha d'arribar, i “precisament per això no es pot excloure categòricament des del principi que el sistema econòmic que anticipa el socialisme amb el concepte de llibertat social acabe al final en condicions que només poden tenir sentit si són enteses com a socialisme de mercat” (131).

L'últim pas donat en la proposta del més reconegut deixeble de Habermas consisteix a plantejar com hauria de canviar la comprensió de la societat del projecte socialista si es tinguera en compte la diferenciació funcional de les societats modernes com un fet normatiu. La idea de la diferenciació entre les esferes socials —“a la que van renunciar els pares fundadors del socialisme perquè estaven convençuts del fet que en el futur la integració de tots els sectors de la societat es determinaria únicament per les exigències de la produc-

ció industrial” (138)— possibilita, segons Honneth, un camí per a guanyar altres perspectives de futur coherents amb la visió original de la llibertat social i capaç d’il·luminar les relacions familiars i personals. L’error fonamental del socialisme ha sigut no diferenciar entre l’observació empírica segons la qual l’economia estava normativitzant la política en el context del naixement del capitalisme, amb la idea que també en el futur l’economia ho determinarà tot. El socialisme de hui hauria de substituir l’economicisme del passat i treballar per la idea que pensar la societat en termes d’una diferenciació fonamental entre les esferes socials és positiu per a la moralitat de la nostra societat.

Totes eixes qüestions són desenvolupades per Honneth al llarg d’aquest nou llibre, que ha sigut traduït al valencià per Sílvia Vila i Francesc J. Hernández, prologat per Benno Herzog i editat pel Magnànim dins la col·lecció *Novatores*, que dirigeix el professor Anacleto Ferrer. El seu propòsit, com s’ha tractat de mostrar, no és un altre que explicar com el moviment socialista va reaccionar a l’aprimament que la noció de llibertat patia en el capitalisme naixent, no sols per a canviar les relacions econòmiques, sinó sobretot per a poder establir una convivència fraterna. Per a Honneth, ressuscitar i desenrotllar la idea de llibertat social, que es pensa més potentment en la direcció d’una realització intersubjectiva, és necessari per a articular una alternativa consistent enfront del capitalisme salvatge actual, que ha escapat al poder de control social i segueix les seues pròpies lleis de l’oferta i la demanda.

ANA MELÉNDEZ  
*Universitat de València*

Treball realitzat gràcies a una beca d’investigació predoctoral de Formació al Personal Universitari (FPU 2014), en el marc del grup d’investigació “*Historia conceptual i modernitat*”, pertanyent al Departament de Filosofia de la Universitat de València.



CORTINA ORTS, Adela 2017, *Aporofobia, el rechazo al pobre. Un desafío para la democracia*, Barcelona: Paidós. ISBN 978-84-493-3338-5, 200 páginas.

El éxodo de los migrantes económicos y de los refugiados políticos, que abandonan sus países de origen huyendo de la guerra y en busca de una vida mejor, es uno de los mayores desafíos a los que nos enfrentamos en nuestro mundo globalizado. Desafortunadamente, entre los países europeos nos encontramos con una negativa generalizada a acoger a los refugiados según manda el sistema de cuotas de la Comisión Europea. Mientras tanto, los partidos xenófobos ganan cuotas de poder y escaños con un discurso islamófobo y antiinmigración, en países como Francia, Austria, Hungría, Holanda y Alemania —sin olvidar a Donald Trump, que prometió deportar inmigrantes mexicanos y levantar una muralla en la frontera con México—.

En la raíz de esta situación se encuentra una patología social: la aporofobia, que Adela Cortina tematiza y denuncia en su último libro. La aporofobia designa la aversión hacia el pobre, que es excluido de un mundo que funciona de acuerdo con el contrato político, económico y social del “dar y recibir”. Si bien *Aporofobia, el rechazo al pobre* contiene capítulos dedicados a temas tan variados y candentes como “Conciencia y reputación” o “Biomejora moral”, en la presente reseña me propongo destacar y comentar únicamente algunas de las principales ideas que atraviesan el conjunto de la obra, de modo que sirva como invitación a su lectura.

1. *¿Qué es la aporofobia?* Con el objetivo de ejemplificar el problema, Cortina llama la atención sobre las flagrantes diferencias de trato que reciben los migrantes y los refugiados políticos en comparación con los turistas. El turista es recibido con alegría, probablemente porque el turismo, principal fuente de ingresos de España, viene cargado de promesas de recuperación económica. Si por xenofobia entendemos el miedo y rechazo al extranjero, queda claro que respecto de los turistas —que no producen miedo y aversión, sino todo lo contrario— sería más correcto hablar de *xenofilia*, de amor y amistad hacia ese tipo de extranjero. En cambio, los refugiados políticos y los migrantes pobres, que huyen de la guerra, el hambre y la miseria, son otro tipo de extranjeros. Ellos no son recibidos con actitud hospitalaria, sino que les espera una devolución en caliente o el internamiento en un CIE. Son víctimas de aporofobia.

Con el propósito de conceptualizar estas situaciones, Cortina acuñó en 1995 el término “aporofobia”, a partir del griego *áporos*, “pobre”, y *fóbéo*, “espantarse”, para referirse al odio, repugnancia u hostilidad ante la persona pobre y sin recursos. Tal y como expone la catedrática de filosofía moral y política, las sociedades contractualistas, al estar sometidas al Principio del Intercambio, excluyen a los pobres, a aquellos que no se encuentran en posición de reciprocidad. La aporofobia designa el rechazo al desamparado que no puede devolver nada a cambio. Desde entonces, el término ha despertado el interés de personas como el profesor Emilio Martínez Navarro de la Universidad de Murcia, que ha trabajado la aporofobia desde que nació la idea, y de asociaciones comprometidas en el empeño de luchar contra la pobreza, como la Fundación RAIS, que ha impulsado la creación del Observatorio Hatento de Delitos de Odio contra Personas sin Hogar.

Cabe apuntar que en ningún caso pretende la autora negar la existencia de la xenofobia y el racismo, sino que más bien avisa de que “lo más sensible en este caso es que hay muchos racistas y xenófobos, pero aporófobos, casi todos” (21), y precisamente conociendo la amplitud del problema, se torna necesario ponerle nombre para tematizarlo e incorporarlo al mundo humano del diálogo, la conciencia y la reflexión, para que las injusticias no permanezcan en la bruma del anonimato. Por ello, Cortina interpela a la Real Academia Española para que incorpore el término en su Diccionario, porque designa “una realidad tan efectiva en la vida social que esa vida ya no puede entenderse cabalmente sin contar con ella” (25).

2. *Discursos y delitos de odio*. Los delitos de odio son actos criminales —maltrato vejatorio o agresión física— motivados por la intolerancia y el prejuicio del agresor hacia el grupo social al que pertenece la víctima. Ejemplos de delitos de odio contra las personas pobres son las agresiones que sufren las personas sin hogar. Según un estudio del Observatorio Hatento en el que se entrevistaron a 261 personas sin hogar, el 47,1% había sufrido algún incidente o fue víctima de un delito relacionado con la aporofobia. Los discursos de odio, por su parte, tienen como objetivo mantener la ideología, entendida al modo marxiano como visión deformada y deformante de la realidad, que permite al grupo bien situado mantener la desigualdad estructural y perpetuar la identidad subordinada de las víctimas. El discurso del odio estigmatiza a las personas de los colectivos minoritarios, condenándolas a su exclusión mediante la pérdida de la reputación, y destruye toda posibilidad de convivencia justa. Estas relaciones asimétricas constituyen la base de la aporofobia.

Cortina recomienda escepticismo y precaución ante el auge de los partidos que apuestan por el discurso xenófobo y aporófobo como seña de identidad, pues en realidad están utilizando a los refugiados y migrantes como chivo



expiatorio. Quienes desean librarse de los refugiados políticos y los inmigrantes pobres dicen que vienen a quitar el trabajo, a aprovecharse de la seguridad social y, más recientemente, que incluyen entre sus filas a terroristas. Recurriendo a sucesos nefastos como los atentados del Estado Islámico, la estrategia del discurso de odio es extender la sospecha y el rechazo a todo el colectivo de refugiados e inmigrantes que llegan a Europa en condiciones inhumanas. Así, el elemento distintivo de los discursos y delitos de odio es que se dirigen a cada persona no por ser quien es en su individualidad, sino por el colectivo al que pertenece. No se dirigen contra individuos concretos, sino contra “un mendigo, un refugiado, una mujer, una cristiana o una musulmana” (34), que son percibidos como diferentes e inferiores. Cada una de las víctimas de delitos y discursos de odio podría ser intercambiada por otra del grupo que comparte el rasgo hacia el que se dirigen la intolerancia y rechazo del agresor.

Cortina anima a acudir al derecho, que no solo ejerce una función punitiva y rehabilitadora, sino también comunicativa y pedagógica. El derecho legitima y traslada un determinado marco axiológico a la ciudadanía, en la medida en que la tipificación de los delitos de odio deja constancia de que la sociedad no está dispuesta a tolerar determinadas acciones, porque violan los valores que dan sentido a la sociedad. No obstante, el derecho no basta, pues no se puede exigir a los ciudadanos de una sociedad que tomen los principios del derecho como móvil, sino solo que no los violen. Para asegurar que los principios calen, se ha de cultivar la ética a través de la educación formal e informal, en el seno de las escuelas, las familias, los medios de comunicación y la configuración de las organizaciones e instituciones relevantes.

La aporofobia se distingue de otros discursos de odio, como el xenófobo, el misógino o el islamófobo, en la medida en que la pobreza no pertenece a la identidad de una persona ni es una cuestión de opción. Nos dice Cortina que “quienes la padecen pueden resignarse a ella y acabar agradeciendo cualquier pequeñísima mejora de su situación y eligiendo dentro de su marco de posibilidades como si no hubiera otro ... una situación que es preciso denunciar críticamente porque supone mantener en la miseria resignada a quienes ni siquiera tienen conciencia de ella” (43). No se trata de conformarse con la pobreza y la precariedad, sino de eliminarla. Es necesario desmontar el discurso según el cual los pobres son culpables de su situación, y entender, en su lugar, que existen causas naturales, estructurales y sociales que una sociedad justa debe erradicar.

3. *Erradicar la pobreza, reducir la desigualdad.* Con el mismo ojo clínico con el que nos señala la patología, Cortina nos guía asimismo hacia el tratamiento con unas propuestas para el siglo XXI. Y es que se cuenta la tragedia de las personas pobres como irremediable, cuando en realidad no lo es.

Siguiendo la estela de *Neuroética y neuropolítica* (Tecnos, 2011), en este libro juega un papel relevante la perspectiva neuroética y neurocientífica, que viene siendo ampliamente trabajada en los últimos años tanto por la profesora Cortina como por el resto de investigadores de la Escuela de Valencia. Según expone la autora en el cuarto capítulo, nuestro cerebro es aporóforo; existen bases en la naturaleza humana para la aporofobia. Los seres humanos nacieron en relación y sobrevivieron por su solidaridad con los próximos y por su defensa frente a los foráneos. Paulatinamente fueron practicando la cooperación y el intercambio recíproco con aquellos de los que podían obtener algo a cambio, formando el “nosotros” del beneficio mutuo, que excluye a los que no parecen poder aportar ventajas en el juego del intercambio. De este modo, la raíz biológica de la aporofobia radica en tendencias evaluativas como el autointerés, la orientación de control, la disociación, la simpatía selectiva y la xenofobia (71). Son tendencias biológicas que, privilegiando la autoconservación, nos inducen a evitar a los extraños y a rechazar lo que no parece aportar nada positivo. Ahora bien, el conocimiento de las bases cerebrales no ha de traducirse en una legitimación de la aporofobia, pues no es legítimo pasar del “es” cerebral al “deber” moral. Afortunadamente, el cerebro es sumamente plástico, lo cual permite la apertura al otro desde el reconocimiento pasivo que pone los cimientos de una sociedad inclusiva. Hay caminos por los que cada persona puede erradicar esa actitud incompatible con la humanidad más elemental. Teniendo en cuenta que el progreso moral no se hereda, sino que cada uno de nosotros ha de hacer su aprendizaje vital para superar las predisposiciones de su cerebro aporofóbico, es clave asegurar y mantener la construcción de la igualdad desde la educación y las instituciones, mediante una cultura moral y política basada en el respeto a la igual dignidad de las personas y el reconocimiento cordial de dicha dignidad.

Como vemos, la aporofobia es tan antigua como la humanidad, pero en las sociedades actuales de economía financiarizada, sumidas en el neoliberalismo global que reaccionó frente al Estado del Bienestar, la situación de las personas pobres se ve especialmente deteriorada y el rechazo que sufren por parte del resto de la sociedad cobra proporciones inusitadas. Contra esta tendencia, se han de recuperar las medidas del Estado de Bienestar de los años sesenta y setenta del siglo xx, reconfigurado como Estado social de justicia: la subida de salarios, la mejora de los sistemas de educación, el control de los mercados financieros, etc. Todas estas medidas se convierten en deberes de la comunidad política, ya que su objetivo es satisfacer y proteger *el derecho de los pobres a salir de la pobreza*. Ayudar a salir de la trampa de la pobreza corresponde al derecho de las personas a vivir una vida en libertad.

Siguiendo a Amartya Sen, Cortina define la pobreza como falta de libertad, como carencia de las capacidades básicas necesarias para tomar las riendas de su vida (130). Es indudable que la pobreza causa desigualdades a la hora de organizar la propia vida y perseguir la felicidad, pues solo una parte de la humanidad cuenta con los medios para ello. Por ello, y en contraste con los marcos axiológicos que privilegian la libertad por encima de la igualdad, Cortina destaca la necesidad de trabajar por una *libertad igual*, que se conquista desde el diálogo y desde el reconocimiento mutuo de la dignidad: “La construcción de una libertad igual es el gran proyecto de las democracias radicales, de las que van a la raíz, que es la persona” (57).

La autora presenta diversas propuestas para erradicar la pobreza. En primer lugar, reducir las desigualdades, entre ellas las desigualdades de ingresos, mediante medidas de redistribución y de igualdad de oportunidades, también a nivel internacional gracias a ayudas al desarrollo que cuenten con los afectados para asegurar su eficacia y justicia. En segundo lugar, unir el poder de la economía a los ideales universales en un mundo globalizado, reconciliar las fuerzas creadoras de la empresa privada con las necesidades de los menos aventajados y con las exigencias de las generaciones futuras. Una tercera propuesta es la de asumir la Responsabilidad Social Empresarial como cuestión de prudencia y justicia. En cuarto lugar, Cortina propone promover el pluralismo de los modelos de empresa, entre ellos los modelos de “economía social y solidaria” que priorizan la cooperación frente a la competencia, asumen un modelo democrático de toma de decisiones, cuidan del medio ambiente, ponen en primer término la generación de empleo y tratan de orientar éticamente su actividad. En quinto y último lugar, economía y empresa deberían cultivar las distintas motivaciones de la racionalidad económica: no solo el autointerés, sino también la reciprocidad, la cooperación, la simpatía y el compromiso de quien trata de eliminar la pobreza de otros. Como vemos, las propuestas de la autora atienden tanto al nivel local como al global. Se trata de erradicar la pobreza en el mundo y de trabajar por una democracia mundial capaz de distribuir los bienes comunes con justicia.

En definitiva, la obra atiende a un problema que, como muy bien apunta el subtítulo del libro, es *un desafío para la democracia*, ya que la realidad innegable y cotidiana de la aporofobia supone un atentado diario, y casi invisible, contra la dignidad, el bienser y el bienestar de las víctimas. Si las personas no tienen precio, sino dignidad, cada uno de nosotros tiene el deber moral de asegurar que todo el mundo goce del derecho a una vida que no solo esté libre de aporofobia, sino que también sea material y culturalmente digna. Sin duda, el libro es representativo de la ética de Adela Cortina, que, como se puede ver en su abundante y reconocida producción bibliográfica, practica

una filosofía comprometida con la vida y, especialmente, con que todos los seres humanos vivan bien.

MARINA GARCÍA-GRANERO  
*Universitat de València*