

## TRANSPARENCIA E INSUBSTANCIALIDAD DE LA CONFIANZA EN LA ERA DIGITAL

### TRANSPARENCY AND INSUBSTANTIALITY OF TRUST IN THE DIGITAL AGE

Claudia Muñoz Tobar\*

#### Resumen

Según Byung-Chul Han, la principal y más negativa consecuencia de la revolución digital es la transparencia de la comunicación. El uso masivo de los *social media*, así como la aparición del *Big Data*, han extendido a niveles globales y también privilegiado una forma de interacción que reduce la comunicación a mera transmisión de datos o informaciones, con lo cual la confianza se hace superflua. Intentaré mostrar que este enfoque no es aplicable ni a la comunicación cotidiana ni a la comunicación digital en su totalidad.

*Palabras clave:* transparencia, confianza, comunicación, información, sociedad

#### Abstract

According Byung-Chul Han, the main and most negative consequence of the digital revolution is the transparency of the communication. The massive use of social media, and the emergence of Big Data, have spread globally and also favored a kind of interaction that reduces the communication to mere transmission of data or informations, for which the trust becomes superfluous. I will try to show that this approach is applicable neither to the everyday communication nor to the digital communication in its entirety.

*Keywords:* transparency, trust, communications, information, society

*Recibido:* octubre 2015 *Aceptado:* diciembre 2015

\* Departamento de Filosofía, Universidad de Concepción. E-mail: claumuno@udec.cl

## Introducción

La ‘sociedad de la transparencia’ es el modelo mediante el cual Han (2013) construye su diagnóstico de la forma de vida de las sociedades occidentales contemporáneas, determinada por la extensión planetaria del capitalismo neoliberal de la mano del desarrollo digital de la comunicación. Su análisis puede ubicarse en la línea de quienes sostienen que ha fracasado el proyecto emancipador moderno, pensado por la filosofía crítica como una liberación progresiva de la dependencia y el control ejercido sobre el individuo por el sistema político, la economía o la propia sociedad. En efecto, el concepto de ‘sociedad de la transparencia’, cuya expresión más inquietante es, según Han (2013), la transparencia de la comunicación (2013, pp. 73-77), resume las manifestaciones más notables y paradigmáticas del fenómeno de la pérdida de la libertad individual. Han cree que esta pérdida se oculta detrás de la aparente libertad que nos brindan los sistemas digitales de información (cf., Han 2013, pp. 94-95). Una manifestación cotidiana de esta falsa libertad se da en la interacción mediada digitalmente donde los usuarios se exponen libremente a sí mismos, de forma masiva y con gran detalle. En la medida en que la autoexposición voluntaria favorece la creciente disponibilidad de su intimidad y cotidianeidad, el control sobre las personas puede ser ejercido sin obstáculo alguno y alcanzar niveles planetarios. La libertad individual, en consecuencia, ha dejado de ser una barrera para el control social de parte de quienes dominan el capital. Pero el control digital sólo es posible en la medida en que el individuo no perciba y, en consecuencia, no intente superar la contradicción entre su libertad individual y la autoexposición mediática, es decir, en tanto no sea evidente para él que el control social ha sido traspasado por el poder económico a los propios individuos. El análisis de Han hace visible esta contradicción a través del concepto de ‘coacción sistémica de la transparencia’, a la cual la sociedad somete hoy todos sus procesos a fin de operacionalizarlos y acelerarlos (2013, p. 12). La transparencia es una demanda de naturaleza económica, no política, un dispositivo que hace posible la explotación de la libertad. Por otra parte, debido a que la exigencia de transparentarlo todo, incluso la propia intimidad, conduce al aumento acelerado del flujo de la información y a su disponibilidad ilimitada, se hace innecesaria la confianza. En la Sociedad de la Transparencia la insubstancialidad de toda confianza es, por tanto, una consecuencia de la pérdida de la libertad, pues la transparencia no es una elección individual. Tras el concepto de coacción sistémica de la transparencia está la idea de que

las personas que desnudan su intimidad sin presión alguna, al interactuar, por ejemplo, en redes sociales, lo hacen movidas por una suerte de fuerza o impulso que se encuentra fuera de su control voluntario.

Centraré mi atención en dos ideas del análisis de Han (2013), la primera, que la interacción mediada digitalmente reduce la comunicación a mera transmisión de datos o informaciones, y la segunda, que la disponibilidad absoluta de la información, hace superflua toda confianza. Respecto de la primera idea, intentaré mostrar que la interacción digital no se puede identificar, como a primera vista parece hacer Han (2013, p. 13), con la mera transmisión de datos o informaciones, sino que es una expresión de la función informativa del lenguaje. En relación con la segunda idea, si es cierto que la interacción digital no es reductible sin más a la transmisión de datos desnudos, entonces también en ella la confianza debería jugar un papel crucial. La insubstancialidad de la confianza debería entonces quedar limitada a una dimensión más restrictiva de la transparencia.

### **Insubstancialidad de la confianza**

Empezaré por distinguir entre ‘pérdida de la confianza’, es decir, desconfianza, e ‘insubstancialidad de la confianza’. Ambas están relacionadas con la coacción de la transparencia, pero representan perspectivas distintas que Han no diferencia. Perder la confianza (en alguien, en un grupo o en una institución) implica un acto previo que se ha hecho transparente para el afectado y que quiebra la confianza. En este sentido, la sociedad de la transparencia de Han es una ‘sociedad de la sospecha’, que exige transparencia y que compensa la pérdida de la confianza con el control (Han 2013, p 92). La insubstancialidad de la confianza, en cambio, resulta de la absoluta disponibilidad de la información, pues, si todo el saber está disponible de antemano, la confianza ya no es necesaria (Han 2013, p. 91). Debido a que el uso de los medios digitales hace posible que toda la información esté directamente disponible, es decir, que se haga transparente, desaparece ese “ámbito medio entre saber y no saber” que da sentido a la confianza (Han 2013, p. 91). No sin enormes dificultades, la confianza que se ha roto se puede recuperar, o al menos uno puede intentar recomponerla, pero la insubstancialidad de la confianza no representa una pérdida que uno pueda sentir y lamentar y que pueda revertirse. Esto se debe a que la confianza es una condición de la comunicación. Este estatuto de la confianza puede precisarse más si consideramos su cercanía con el concepto de ‘confianza normal’ (*normal trust*)

que Bernard Williams (2002, p. 110) utiliza para referirse al presupuesto básico de las teorías cooperativas de la comunicación, apuntado en particular al modelo de Grice (1975). La confianza normal es una condición que hace posible la comunicación y, en general, toda forma de interacción cooperativa. De ella depende, en efecto, la racionalidad del proceso interpretativo, es decir, la lógica conversacional que Grice reconstruye. La confianza es un presupuesto de la conversación en tanto el proceso interpretativo depende de que los participantes supongan que quien les habla intenta ser cooperativo. Han, casi al pasar, aclara que la confianza sólo es posible en un ámbito medio entre saber y no saber, permitiéndonos actuar a pesar de la falta de saber (Han 2013, p. 91), que si sabemos todo de antemano, es decir, si la disponibilidad de la información es absoluta, la confianza sobra. La confianza con que se identifica el principio cooperativo griceano también sobraría si tuviéramos una información completa e indudable de la intenciones de los demás. Ocurriría esto si, por ejemplo, las personas estuvieran programadas para decir la verdad, así como para ser claras, atingentes y equilibradamente concisas. Cada uno poseería entonces un conocimiento absoluto sobre las intenciones comunicativas de cualquier posible interlocutor, por lo que no sería adecuado decir que sus interacciones se basan en la confianza mutua. El principio cooperativo de Grice no sería sostenible ni cabría hablar de comunicación o de verdadera conversación. Mi propuesta de conectar el concepto de confianza normal con el concepto de confianza implicado en la idea de Han (2013) de que en la Sociedad de la Transparencia, como sociedad de la información, la confianza se hace innecesaria, se debe a que Han caracteriza el “lenguaje transparente”, al que queda rebajado el lenguaje en la era digital, como “una lengua formal, puramente maquinal, operacional, que carece de toda ambivalencia” (2013, p. 13). Tanto Grice como Han coinciden en que la falta de transparencia es inherente al lenguaje humano (o la comunicación en este caso), de no ser así, la comprensión no dependería de ninguna clase de proceso inferencial ni de interpretación. Siendo así, habría que aceptar, con Han, que un mundo que llamara comunicación al flujo ininterrumpido de informaciones no podría ser sino un mundo de máquinas (2013, p. 13). Una máquina no puede cooperar en un sentido genuino, y por tanto tampoco confiar.

### Niveles de transparencia

Voy a distinguir dos dimensiones de la transparencia que no aparecen claramente diferenciadas en el análisis de Han y que complementan

su diagnóstico. Mientras una suerte de ‘transparencia de primer nivel’, se evidencia en distintos grados en la interacción de los usuarios de las plataformas digitales y en el uso que hacen de los aparatos inteligentes, se da también lo que llamaré una ‘transparencia de segundo nivel’, dependiente de la primera, cuando los usuarios quedan, por así decirlo, al descubierto, y de esta manera expuestos como mercancía aprovechable o meros datos. La interacción en redes sociales es paradigmática de la primera dimensión. El *Big Data* lo es de la segunda. Para Han tanto los *social media* como el *Big Data* son formas de la coacción de la transparencia que reducen la comunicación a mera transmisión de informaciones o datos desnudos, pero la distinción que propongo me permitirá mostrar que la comunicación como mera transmisión de datos, característica, según Han, de la era de la información y control digital, es algo distinto del uso informativo del lenguaje que se da en la interacción de los usuarios de las plataformas digitales de comunicación social, es decir, en el primer nivel de la transparencia. Tanto en lingüística como en filosofía del lenguaje, especialmente en sus desarrollos pragmáticos, se reconoce que usar el lenguaje con un fin informativo consiste, en general, en hacer emisiones con la intención de informar algo a alguien, de manera tal que la comprensión de esas emisiones depende de que esa intención sea reconocida como tal, y esto no puede ocurrir sin tener en cuenta el contexto en que son proferidas. A diferencia de los meros datos, que circulan sin contexto y sin interioridad (cf., Han 2014, p. 22) y a los que, según Han, queda reducido el lenguaje en la era del control digital, la información que transmiten los usuarios digitales entre sí supone una intención comunicativa (o ilocutiva) y depende, por ello mismo, de una interioridad. La información también es situada, porque ocurre siempre en un contexto. Lo que anula la interioridad y el carácter situado de la información no tiene que ver tanto con los individuos que interactúan, sino, por un lado, con la difusión a nivel global que permiten los medios digitales y, por otro, con la forma en que la enorme masa de información producida en la interacción digital es almacenada. La difusión ilimitada de la información la separa de quienes la han generado, la despersonaliza y transforma en elemento circulante, mientras que la administración informática la reduce a datos desnudos que permiten almacenarla y clasificarla. Ahora bien, si la interacción en las comunidades digitales (redes sociales por ejemplo) es expresión de uso informativo del lenguaje, aunque no lo sea exclusivamente (pues muchas otras acciones lingüísticas tienen lugar allí), hay que aceptar que no puede reducirse a mera transmisión de datos o informaciones y, más específicamente, que depende también

de la confianza normal. Esto no es tan claro en el análisis de Han. Según él, la transparencia, como dispositivo neoliberal, realiza la reducción a través de los usuarios mismos, que se comunican intensamente entre sí y se desnudan por propia voluntad creyendo que lo hacen libremente (cf., 2014, p. 21-22). De acuerdo con esta descripción, serían los propios miembros de las comunidades digitales quienes ayudan a construir y a reforzar el 'panóptico digital', correspondiente contemporáneo del panóptico de Bentham (Han 2014, p. 21). Pero no sería correcto sostener que la voluntad de comunicarse de los usuarios digitales sea equivalente a la voluntad de ofrecer meras informaciones o datos (cf., Han 2014, p. 22). En realidad, los miembros de la comunidad digital, cuando interactúan, incluso aunque no lo hagan con alguien en particular, se comunican en el sentido ilocutivo, intentan hacerlo y creen que están comunicando algo que, por esto mismo, no puede ser considerado un mero dato, carente de interioridad. Quiero decir que la transformación de la comunicación en información desnuda no ocurre en la interacción digital que se da entre los miembros de la comunidad digital. Por otra parte, de acuerdo con la distinción hecha más arriba, la insubstancialidad de la confianza sólo podría darse en casos patológicos de interacción, o confinarse a comunidades, si es que existieran, donde todos los miembros gocen de una igualdad absoluta, es decir, donde no haya secreto posible entre ellos y ninguna intención esté oculta para nadie. Han cree que esta es la forma de comunidad a la que la era digital está conduciendo de manera acelerada, una comunidad, la sociedad de la transparencia, en la que no tiene sentido la confianza. Pero, si es así, en esta sociedad tampoco tiene sentido la desconfianza. En efecto, contrariamente a lo que piensa Han, la sociedad de la transparencia, como sociedad donde la confianza se hace superflua, no puede ser una sociedad de la sospecha. La incompatibilidad de sentido entre insubstancialidad de la confianza y desconfianza debilitan el análisis de Han, pues, como he señalado, se refiere a la pérdida de la confianza en dos sentidos que no separa, haciendo depender a ambos de la coerción de la transparencia. Tampoco encuentro en la discusión de Han, por lo menos en los textos consultados, una forma de explicar que la sociedad de la transparencia, como sociedad que anula la confianza, sea al mismo tiempo una sociedad de la sospecha, es decir, una sociedad de la desconfianza generalizada. Todavía me parece que la creciente desconfianza que se manifiesta en las sociedades occidentales contemporáneas, especialmente hacia las instituciones políticas y el modelo económico, es una situación que podría contrarrestar la también creciente e invisible coacción de la transparencia.

Por otro lado, el modelo de sociedad de Han no establece distinciones entre modalidades patológicas de comunicación y otras no defectivas basadas en la confianza, que despejen el ámbito donde el control social se sirve de ellas para la extensión y reproducción del dominio económico de unos pocos. La sociedad de la transparencia, así entendida, no admite ninguna posibilidad de conciliar el uso de los medios digitales y la libertad individual. Han no considera que el fenómeno de la transparencia pueda estar supeditado en algunos aspectos a la comunicación cotidiana e incluso que pueda depender de la confianza de los usuarios digitales. Si así fuera, más que de la desaparición de la confianza, cabría hablar de su explotación.

### Comunicación transparente

Han (2013) sostiene que el ‘lema de la transparencia’, que domina hoy en día el discurso público, está determinado por un cambio de paradigma cuyo examen no puede ser reducido a la política o a la economía. Aunque la transparencia se reclame especialmente en nombre de la ‘libertad de información’ (p. 11), esto sería, piensa Han, sólo un aspecto de una forma de “coacción sistémica” de la transparencia, a la cual el sistema social somete hoy todos sus procesos a fin de hacerlos operacionales y acelerarlos (p.12). Me interesa precisar hasta qué punto esto puede aplicar adecuadamente al concepto de comunicación como fenómeno cotidiano, del que serían manifestaciones no sólo la conversación, el diálogo y otros usos que distinguidos tradicionalmente por los estudiosos del lenguaje, sino también la interacción de los usuarios digitales. Según Han, la revolución digital, debido particularmente al impacto de los *social media* (más que de los *mass media*), ha hecho transparente la comunicación, no en el sentido de que ahora más que en otro tiempo se nos aparezca como lo que ella misma es, sino porque la transparencia sería la forma en que la comunicación se da o se manifiesta. Para Han, esto puede ocurrir sólo ‘cuando se elimina de la comunicación toda negatividad’. El examen y la profundización crítica de contenidos, por ejemplo, representan formas de negatividad porque obstaculizan el flujo comunicativo, deteniéndolo y, con ello, demorándolo. La falta de negatividad u oposición, es decir, el exceso de positividad, sería consubstancial al concepto de comunicación transparente, es decir, a la comunicación como mera transmisión de datos o informaciones. Como positiva caracteriza Han el tipo de interacción que se da en las redes sociales, pese a que, aparentemente, estas promuevan nuevas formas de conexión personal

e, incluso, en algunos casos, como el ‘chat’, muy cercanas a la conversación. Su convicción es que la creciente y acelerada globalización del sistema digital, así como el poder ilimitado que ha adquirido el manejo digital de datos (*Big Data*), se debe a las formas positivas de interacción que el mismo desarrollo digital ha hecho posibles.

Como ya señalé, la sociedad de la transparencia es, para Han, una sociedad donde la comunicación ha quedado reducida al mero traspaso de datos, despojados de toda resistencia que desvíe la atención y demore así su lectura. Al usar los medios digitales de información cada acción que realizan los usuarios deja una ‘huella’ que los hace transparentes, en tanto esa huella puede ser seguida, almacenada, organizada y quedar disponible. Además, la cantidad de información que las personas producen diariamente no sólo es inmensa, sino que está en continuo aumento. Piénsese no sólo en los datos que se originan en nuestra cotidiana interacción con los aparatos digitales (búsqueda en la web, compras y pagos de servicios por internet, giros de dinero en cajeros automáticos, transferencias electrónicas, compras con tarjetas bancarias, llamadas telefónicas, uso del GPS de los smartphones, entre otras), sino también cuando hacemos un tweet, posteamos algo en el muro de Facebook, colgamos un video en youtube o chateamos por whatsapp. Como advierte Han, en todos estos casos de comunicación digital no hay ninguna forma de resistencia, particularmente, ninguna resistencia del usuario, con lo cual se hace más fácil y acelerada la transmisión de datos. Así por ejemplo, al interactuar en Facebook las personas comparten mucha información, pero esto no supone ni su profundización ni su cuestionamiento. Un caso paradigmático es el ‘me gusta’. En lugar de detenernos en lo compartido, el ‘me gusta’ deja pasar lo que se muestra, y uno se libera así de reflexionar y de responder, de forma que todo fluye entonces sin oposición alguna. Paralelamente, cada vez que alguien hace clic en ‘me gusta’, va dejando marcas a partir de las cuales es posible generar un catálogo bastante detallado de sus preferencias personales. Por ello, para Han, el ‘me gusta’ de Facebook es la expresión más básica y cotidiana de la coacción de la transparencia. El ‘me gusta’ no paraliza, no invita a pensar y a meditar en eso que se ve o se lee. Es propio de la transparencia este contacto inmediato de la imagen y el ojo o “porno-grafía de la transparencia” (Han 2013, p. 36), que vale igualmente para la relación del texto y su lectura. Uso aquí la palabra ‘lectura’ para distinguirla de ‘comprensión’, porque para Han lo transparente se opone a lo interpretable, no hay nada más allá de lo transparente que descubrir, todo está allí, presente y disponible. Interpretar implica detenerse en lo



interpretado, supone resistencia y demora. De hecho, Han (2013) afirma que la transparencia es el final de la narración, un fenómeno posthermenéutico (p.57).

En 1989, Vattimo (2010) ve con optimismo el avance de la sociedad de la información, pero está pensando principalmente en los *mass media*. Frente a la visión pesimista de Adorno, él percibe en este desarrollo una oportunidad hermenéutica, pues en la medida en que, precisamente por su masificación, los medios digitales muestran y acercan culturas y formas de vida distintas, tenderían a relativizarse y, por tanto, debilitarse los prepotentes prejuicios occidentales, en beneficio de la expresión de lo múltiple, de las diversas minorías, en una forma de universalidad, la ‘pluralidad’, más concreta que la kantiana (2010, pp. 83-86, p. 166). Pero para Han, la aparición de los *social media* (especialmente Facebook) ha conducido la revolución digital a una forma de relacionarse el hombre con las cosas, los otros y consigo mismo, totalmente opuesta a esa relación hermenéutica que Vattimo (2010) veía con optimismo como una esperanza de emancipación (pp. 78, 86). En efecto, mientras el mundo de la comunicación intensificada contribuiría, en opinión de Vattimo, a liberar a la sociedad de la dominación ideológica moderna (cf., 2010, p. 82), para Han estaría determinado por la demanda absoluta de la transparencia, la que sólo puede darse si ella misma se nos oculta y actúa disfrazada de una falsa libertad. Al transparentar voluntariamente sus deseos, preferencias, opiniones y derroteros cotidianos, los usuarios se transforman a sí mismos en mercancía. Más aún, contrariamente a Vattimo, Han ve en la sociedad de la información la realización de una forma de interacción que es en sí misma totalizante, que conduce a un “infierno de lo igual” (Han 2013, p. 12).

Entonces, en la interacción de los miembros de las comunidades digitales, el problema no es tanto el modo en que los datos son administrados y están disponibles, sino la forma ‘positiva’ de interacción cotidiana, sin resistencia, sin negatividad, que los medios digitales de comunicación hacen posible. Como ya señalé más atrás, la positividad es una propiedad de la interacción digital que consiste en la falta de oposición o de resistencia (falta de negatividad), la que se manifiesta en el hecho de que las personas se someten voluntariamente al mismo sistema de administración, exposición y acceso que vale para los datos. Su disponibilidad voluntaria es más evidente en el uso de las redes sociales, donde cada uno expone su intimidad sin cuestionamientos, pero se revela también, menos explícitamente, en el consumo de los aparatos digitales. Las personas no adquieren sino que consumen los aparatos, lo cual quiere decir

que se ven llevados a renovarlos continuamente según vayan apareciendo sus versiones optimizadas, con ampliadas posibilidades de uso y diseños más atractivos. Las innovaciones introducidas en los aparatos facilitan cada vez más la producción de datos a los propios usuarios, y hacen más expedito y preciso el registro de sus derroteros digitales y cotidianos.

### Explotación de la confianza

He identificado dos sentidos de la desaparición de la confianza: uno que ocurre por la traición, su pérdida, y otro por el exceso de información, su insubstancialidad. En esta sección planteo que el segundo nivel de transparencia sólo es posible mediante la ‘explotación’ de la confianza que es la disposición normal que nos lleva a atribuir confiabilidad a los demás, que es, en un sentido restringido, una condición de la comunicación y la interacción cooperativa en general. He puesto en duda que la interacción de los miembros de las comunidades digitales haga superflua la confianza, fundamentalmente porque esta forma de interactuar, no consiste en una mera transmisión de informaciones o datos. Como he señalado más atrás, a diferencia de lo que Han llama “mera transmisión de informaciones”, el uso del lenguaje, que en cierta medida domina el uso de los *mass media*, es el informativo, y en este sentido tiene en la confianza su condición fundamental. También en el contexto de la interacción digital, particularmente la que se da en redes sociales, las personas han de presuponer que quienes postean o comparten información quieren decir algo bajo las mismas máximas de cooperación que Grice distingue: calidad (creen que los contenidos que sus contactos publican representan las ideas con las que ellos se identifican), cantidad (presuponen que la información ofrecida es la suficiente para cumplir el objetivo de la interacción), relación (asumen que existe un contexto social, político o de la vida personal, que da sentido a lo posteo) y modalidad (la manera en que se expone la información es la que corresponde a la situación en que ocurre la interacción). Es cierto también que muchos usuarios asumen una actitud crítica y son capaces de identificar situaciones que quiebran estas condiciones, prueba de ello puede buscarse en los comentarios de reproche por la falta de cuidado de las personas en la verificación de la información que hacen circular. En su análisis, sin embargo, Han pone su atención en la falta de prolijidad del ‘usuario medio’ de redes sociales que no suele interesarse por la verdad de la información publicada que luego comparte. Pienso que esta despreocupación que Han advierte se convierte para él en la forma destaca-

da de interacción en la sociedad de la transparencia debido a que se trata de la realidad que efectivamente más se acerca a una situación donde la confianza sobra. Es cierto también que las personas suelen confiar demasiado y que es difícil discriminar entre el exceso de confianza y la negligencia. Ambas actitudes pueden expresarse como falta de crítica y superficialidad, pero sólo la actitud negligente y la falta de rigurosidad del usuario que no se interesa por el origen de la noticia y la confiabilidad de la fuente, puede llegar a trivializar la confianza. Quien así se comporta no sólo no confía, sino que tampoco puede desconfiar. El usuario medio de redes sociales carecería entonces de confianza y también de desconfianza. Por otra parte, el uso de los aparatos digitales y, a través de ellos, de los diversos sistemas electrónicos, depende también de la confianza de los usuarios, que en este caso es derivada. Quien hace pagos de servicios y compras por internet, o gira dinero de un cajero automático, confía en que la información que entrega (la clave secreta, por ejemplo) será reconocida y que el sistema funcionará, aun cuando a veces falle o pueda ser vulnerado. Confía en que el sistema está hecho para que pueda efectuar con éxito una determinada finalidad. La posibilidad del error y del abuso da sentido a la confianza que depositamos en estos sistemas.

Por lo tanto, volviendo a la distinción propuesta más atrás, la insubstancialidad de la confianza es relativa en la interacción de los miembros en las comunidades digitales. La transformación de la comunicación en meros datos o informaciones sólo puede ocurrir mediante la explotación de la confianza. A través de esta explotación se alcanza un nivel máximo de transparencia, la 'transparencia de segundo nivel'. Se trata de un estado, la sociedad de la información digital, que explota la libertad y también la confianza aún posible en el primer nivel de transparencia, el nivel en el que actúan tanto el usuario de los aparatos digitales y el ingenuo o mal informado de las redes sociales. En este primer nivel, sólo la forma cadente o descuidada de interacción en redes sociales implica una insubstancialidad de la confianza. Descuidada es la autoexposición, que es la forma en que las personas se explotan a sí mismas voluntariamente. El segundo nivel de transparencia es el de la acumulación de datos desnudos generados por la interacción digital, por lo que su existencia depende del todo del primer nivel, es decir, de nuestra actitud. La transparencia de segundo nivel es total, por lo que no tiene sentido la confianza y esto se debe a que los datos son precisamente datos porque han sido separados de la intencionalidad y la interioridad inescrutable de los usuarios que son su fuente. No se trata aquí de una forma 'degra-

dada' de uso del lenguaje, sino de la acumulación de marcas o huellas que adquieren un sentido sólo en la medida en que permiten reproducir la vida de los 'usuarios que importan' (y separar a los que no importan, a los excluidos) para satisfacer intereses privados. Los datos acumulados son mercancía, la transmisión de datos un negocio. No diferenciar estos dos niveles de transparencia resta fuerza al diagnóstico de Han, pues la transparencia entendida solo en el nivel absoluto, conduce a la penosa convicción de que vivimos en una época de la mera 'aparición de comunicación', que los efectos negativos de la revolución digital son irreversibles y que el individuo no puede ya tomar el control de sí mismo. En otra de sus obras (2015) la perspectiva de Han es más optimista que la deja ver en *Sociedad de la transparencia*, pero la recuperación de la temporalidad a través de la meditación que allí propone no representa, por lo menos no claramente, una posibilidad similar para la comunicación cotidiana.

### **La comunicación no es transmisión de datos ni es transparente**

Entendida como mera transmisión de datos, la comunicación en la era digital consistiría básicamente, según parece suponer Han, en la decodificación de signos, que es un proceso formal, directo y literal y, por lo mismo, desconectado. La desconexión de todo contexto es necesaria para alcanzar una lectura tan inmediata como sea posible. En cambio, en la 'comunicación cotidiana' no todo suele ser tan evidente y claro. La falta de claridad y evidencia propia del contacto interpersonal de todos los días nos exige 'confiar'. Dicho en términos más cercanos a Grice, esperamos que lo que nuestro interlocutor nos comunica sea algo en lo que cree, algo que le interesa que sepamos y que quiere que comprendamos, aunque se exprese con metáforas o bien de manera incompleta y ambigua. Algo de hipotético tiene la interpretación. Decimos que alguien es veraz o confiable porque pensamos que lo que dice se corresponde con lo que de verdad piensa o cree, y que, en este sentido, es transparente. En otras palabras, la confianza en la veracidad del otro es la fe depositada en esa transparencia, un presupuesto comunicativo. Al mismo tiempo, la transparencia es un ideal de la interacción, un ideal comunicativo, que quisiéramos ver realizado incondicionalmente, pero que encuentra siempre un obstáculo en nuestra propia humanidad. La cortesía, el respeto de la propia intimidad y de la de los demás, las consecuencias emocionales que puede tener para otros lo que decimos, así como nuestro interés de obtener beneficios y evitar daños, entre otros

muchos ejemplos, ponen límites a nuestra idealizada transparencia. En el modelo griceano los hablantes ideales confían en la transparencia de los demás, en el sentido de que esperan que al decir lo que dicen intentan sinceramente expresar sus intenciones comunicativas, pero que existe una razón para expresarse a veces de forma oscura o ambigua. Grice pensó, en efecto, que esa razón era dar prioridad a otras máximas de cooperación en función del contexto, por ejemplo, la modalidad o la cantidad en lugar de la veracidad. En otras palabras, que transparencia, veracidad y cooperación coincidan en el enfoque de Grice no significa que quien se expresa de forma veraz lo haga también de forma transparente. De hecho, alguien puede estar siendo veraz y expresarse sin embargo de manera oblicua (por ejemplo, responder a la pregunta “¿habrá llegado el diario?” diciendo que “todavía es temprano”). La transparencia como presupuesto comunicativo se refiere no a la expresión sino a la intención.

El de Grice es un modelo de la realidad comunicativa donde, a diferencia del estado de naturaleza de Rousseau, la interioridad del otro es una hipótesis optimista. La realidad social, que tampoco es ese estado naturalmente transparente, nos exige armarnos de estrategias para establecer grados de certeza sobre las intenciones de los demás, y ser prudentes, es decir, saber en quién confiar y en quién no.

Todo el proceso interpretativo que Grice reconstruye se basa precisamente en esta realidad, en tanto su objetivo es hacer transparente una intención. La comunicación consiste, para Grice, en una actividad lingüística de agentes racionales donde uno de ellos, el interlocutor, intenta hacer transparente para sí la intención comunicativa del emisor. Cuando sostengo que veracidad y transparencia coinciden en el modelo de Grice entiendo esta última como una actitud que consiste en decir lo que uno piensa o cree que es verdadero, la coincidencia que el otro espera entre lo que un hablante dice y lo que cree, o entre lo que comunica y su intención ilocutiva, de manera tal que cuando es transparente necesariamente es también veraz o sincero. Veracidad y transparencia son, en este sentido, tanto ideales de conducta como expectativas. Transparencia, veracidad y confiabilidad son ideales éticos que subyacen a las concepciones filosóficas de la comunicación. Quiero decir que tanto en los modelos de Grice (1975) y Searle (1969, 1975), como en los de Habermas (2000, 2008) y Apel (1995), aunque más evidentemente en estos últimos, la transparencia no es sólo un principio formal o a priori, sino que responde también a una idealización que puede tener también una dimensión moral. La tienen, por ejemplo, la comunidad ideal de comu-

nicación (Apel 1985, Habermas 2008), y también el hablante ideal en la pragmática universal (Habermas 1989). La atribución de confiabilidad, el presupuesto de la veracidad de los participantes (cf. Williams 2002, pp. 91-125), que hace posible el cálculo inferencial de sus intenciones ilocutivas, demanda e incluso depende de que la transparencia sea, consciente o inconscientemente, para estos teóricos, un ideal, en el sentido de que aspiremos a ella sin que se tenga nunca por asegurada. Transparencia y veracidad son condiciones estructurales o formales, porque de ellas depende que la comunicación sea una interacción entre agentes racionales o, en un sentido más cercano a Habermas, una forma de interacción emancipadora, liberadora de las exigencias de un sistema que puede sobrepasar la voluntad individual. A diferencia de estas exigencias, la transparencia y la veracidad como puntos de partida formales no se imponen ni se demandan. La confianza en la veracidad o en la transparencia es una disposición de partida que supone un estado epistémico acerca de las intenciones colaborativas de los demás, que funciona como requisito de la interacción comunicativa. Este estado epistémico es un saber sobre la solidaridad de los demás que nunca está plenamente asegurado, es el estado propio de quien se enfrenta a un extraño dentro de la comunidad.

En la interpretación de Han, algo distinto ocurre en la sociedad de la transparencia o de la pura acumulación aditiva y positiva de datos (Han 2013, pp. 77, 91-92). Si, como él afirma, la sociedad de la transparencia es un fenómeno posthermenéutico (2013, p. 57), entonces allí el lenguaje no dice más que lo que significa en sentido literal. La aprehensión de este sentido sería directa, respondería solamente a un proceso formal, de manera que no habría ninguna necesidad de inferir nada. Si lo que se dice significa literalmente, esto es, si no significa más que lo que formalmente significan las palabras usadas entonces confiar, en el sentido Griceano, está de más.

La tradición pragmática de la filosofía del lenguaje explica por qué la mera transmisión de informaciones o datos no puede ser comunicación. Es en este sentido que debemos distinguirla del uso informativo del lenguaje, que sí lo es. Para Grice (1975), dado que la conversación, una de las manifestaciones más cotidianas del uso del lenguaje, es eminentemente inferencial, no puede reducirse a la simple decodificación de las oraciones signo a signo. Más aún, no nos comunicamos con oraciones o meros símbolos, sino con enunciados en contextos, lo cual supone, de parte del interlocutor, una estrategia de cálculo que dista del meramente formal al que se refiere Han. Lo que da sentido y hace posi-

bles las inferencias pragmáticas (o implicaturas) que conducen a las personas a entender lo que el hablante quiere decir con lo que dice es el supuesto compartido de la colaboración mutua (o principio cooperativo). De acuerdo con este supuesto (Grice 1975, p. 45), quienes participan en una conversación intentan ser veraces o transparentes, claros, precisos, ordenados, pertinentes y razonablemente breves, a pesar de expresarse la mayoría de las veces de manera ambigua, indirecta, innecesariamente extensa o descontextualizada. Dado que la conversación cotidiana, comparada con los requisitos colaborativos descritos por Grice, puede parecer poco transparente, el intérprete tiende a ajustarla a esos supuestos colaborativos y racionales, reconociendo en primer término el contexto de emisión. Poner atención al contexto (entendido aquí muy ampliamente, puesto que puede incluir desde la situación comunicativa, hasta el conocimiento previo de la misma y de los interlocutores) representa siempre una demora, por mínima que sea, incluso aunque sólo se verificara en un nivel micro (milisegundos).

Han entiende el lenguaje transparente en dos sentidos, como una lengua formal que sirve para el registro y acumulación de información en los sistemas de administración de datos masivos (por ejemplo, el Big Data), y como medio de interacción de los usuarios digitales, es decir, el medio para la transmisión de información. Esto, sin embargo, lleva a confusión, ya que, como señalé más atrás, el lenguaje informativo como medio de interacción en las plataformas sociales digitales no puede separarse de la confianza normal, que es esencial en la comprensión lingüística, mientras que las informaciones reducidas a la masa de datos formada por el registro de todo lo que las personas *hacen* al interactuar con los medios digitales conforman un lenguaje altamente desconectado, es decir, un lenguaje sin interlocutores y, por tanto, sin cálculo inferencial. Han está pensando, ciertamente, en el *Big Data*, que también registra la información generada por la interacción de las personas en las redes sociales, pero no distingue entre los datos (bajo la forma que estos adquieren al quedar registrados) y la interacción que los origina. Mientras los primeros, efectivamente, son datos desnudos, en tanto han sido aislados del contexto o extraídos del gesto (por ejemplo, del gesto de ‘hacer clic’, ‘postear’ o ‘tweetear’), la interacción de la que surgen (el gesto mismo) no se reduce a ellos, es decir, no debe confundirse con las huellas que los individuos dejan, por ejemplo, al hacer clic en ‘me gusta’ o al publicar y compartir imágenes y vídeos. Es necesario distinguir entre la ‘opción’, el ‘gesto’ y el ‘dato’. La opción, tomemos por caso el ‘me gusta’, es una herramienta del medio, cuya función es permitir una

cierta modalidad de interacción con otros miembros de la comunidad digital, mientras que hacer clic en ‘me gusta’ es un ‘gesto’. Para tener un ‘dato’, finalmente, el clic, por así decirlo, debe ser separado del gesto y, en este sentido, arrancado o extraído de su contexto. En consecuencia, clicar ‘me gusta’ sigue teniendo un sentido que interpretar. En efecto, es posible que con ello las personas quieran transmitir mucho más que sólo su agrado por tal o cual publicación, por ejemplo, expresar acuerdo o coincidencia, emoción o cercanía con la persona o institución que comparte la información. La insuficiencia expresiva del ‘me gusta’ no implica, por lo tanto, una merma de posibilidades interpretativas, menos ahora que Facebook ha implementado ‘medios’ adicionales (cinco emoticones) que amplían el sentido del gesto. Así, la tiranía del ‘me gusta’ no radica en su insuficiencia, sino en la inexistencia de la opción negativa (el ‘no me gusta’), pues con ello se neutraliza la posibilidad de una demora del flujo informativo y se limita la libertad del usuario (cf., Han 2013, pp. 22-23). Hay más razones, por otro lado, para sostener que la interacción en las comunidades digitales no se reduce a mera transmisión de datos. En la medida en que las personas publican y reciben respuestas, sus publicaciones son objeto de interpretación, y pueden, en este sentido, ser motivo de rechazo, aceptación y burla.

Finalmente, en lo que respecta a su voluntad, el usuario no es quien convierte su propia interacción en dato. La conversión del gesto no es su objetivo. El usuario medio probablemente quizás no sepa (o no tenga más que por ciencia ficción) que sus interacciones generan información que puede ser almacenada y organizada, ni que su vida cotidiana puede ser reconstruida a partir de esa información que ha quedado disponible para múltiples propósitos. No sabe, a fin de cuentas, que el uso de los medios digitales lo hace completamente transparente en un nivel que está fuera de su control.

### **Consideraciones finales: comunicación y niveles de transparencia**

Una de las conclusiones que uno extrae del análisis de Han (2013) es que, debido a su transparencia, la interacción en redes sociales queda fuera del ámbito de la comunicación cotidiana genuina, como si la transmisión de información consistiera allí sólo en la decodificación de signos y se hallara también desconectada de algún entramado situacional, lo que, como he intentado mostrar más atrás, no es así. La desconexión de todo contexto es absoluta sólo si la transparencia se da en un segundo nivel que trasciende la interacción. Si, como sostiene Han, la transparencia



reduce la comunicación a mera transmisión de datos, tornando insubstancial toda confianza, entonces, la sociedad que él describe es un mundo donde la transparencia ha dejado de ser un mito y también un ideal. La sociedad de la transparencia es el mito realizado y, por lo mismo, el final de la libertad. Si las personas no pueden decir ni más ni menos que lo que piensan, si están determinadas a expresar lo que su corazón siente, entonces no son libres, como no puede ser libre el buen salvaje de Rousseau. Sin resistencia posible, o más propiamente, sin la 'posibilidad de querer decir no', la libertad no existe. Esta forma de transparencia puede darse en la interacción de los usuarios de los *social media*, pero como una forma patológica de comunicación, y no exclusivamente, pues también en la interacción cotidiana sin mediación digital uno se encuentra con individuos autocentrados, que tienden a monopolizar sobre sí mismos el contenido comunicacional o que no discriminan interlocutores a la hora de exponer su intimidad. Ciertamente los medios digitales han potenciado conductas comunicativas en el límite de lo patológico, y, lo que resulta más grave, han permitido su masificación. Pero la perspectiva de Han, en la medida en que no distingue los mencionados niveles de transparencia, lleva a la conclusión errónea de que la patología se ha totalizado, superando la comunicación cotidiana o genuina, y la impresión también equivocada de que la auto-coacción de la transparencia es una determinación del capitalismo neoliberal, desviando, sin quererlo, la atención del fenómeno, a mi entender primario, de nuestra propia actitud y de las debilidades de nuestra naturaleza que hacen posible la explotación de la intimidad por parte de quienes tienen, o pueden tener, acceso privilegiado a las bases de datos digitales masivos.

Hay dos dimensiones de la transparencia que no han sido nítidamente delimitadas por Han. Por un lado, los usuarios *mass* y *social media* se hacen transparentes autoexponiéndose voluntariamente ante otros usuarios, o incluso ante una 'comunidad de usuarios' (como en Facebook). Se trata de un primer nivel en el que todavía puede hablarse de comunicación (siguiendo la distinción que he hecho más arriba entre mera transmisión de informaciones y uso informativo del lenguaje), aunque, ciertamente, traspase muchas veces el límite con lo patológico. Los medios digitales masivos han potenciado formas compulsivas de comunicación, como la difusión casi completa de la intimidad y la exposición de la propia imagen. Con todo, aún estas acciones pueden comprenderse como manifestaciones de una forma de vida donde las personas transparentan en diversos grados o sólo limitadamente aspectos de su intimidad, como cuando publican sus intereses, sus cruzadas,

eventos y ventas, o bien valoran o rechazan abiertamente la información que se publica, sólo que los medios permiten que llegue a una cantidad insospechada de usuarios. En este caso, entonces, la transparencia debe ser vista más bien como un continuo donde las ubicaciones dependerán de la actitud de las personas ante los medios o incluso de cuán conscientes sean de su actitud. Por otro lado, las personas se hacen transparentes también para un sistema que se vale de la información que el uso de estos medios produce minuto a minuto. Al interactuar digitalmente, los usuarios generan datos a partir de los cuales su intimidad podría ser reconstruida, quedando en este sentido disponible para ser utilizada, vendida o entregada a quienes puedan comprarla o, incluso, exigirla (piénsese no sólo en el rastreo de potenciales consumidores sino, incluso, de eventuales terroristas). Pero en este caso, que corresponde al segundo nivel de transparencia, la exposición del individuo no es exactamente voluntaria, como sí puede serlo en el primer nivel, pues, aunque la compulsión a autoexponerse se extienda cada vez más, no es claro que las personas estén dispuestas a hacerse transparentes y quedar así desnudas y disponibles para el cumplimiento de objetivos incógnitos que trascienden a las comunidades digitales. En realidad, sería correcto decir que al transparentar su intimidad, sea o no de manera compulsiva, las personas contribuyen 'sin quererlo' a intereses que no son los suyos. Cuando Han afirma que hoy en día el control sobre las personas por parte del sistema capitalista neoliberal es más efectivo que si lo ejerciera contra su voluntad, la palabra 'sistema' no debe entenderse como nombre de una entidad real que nos amenaza desde la oscuridad. El capitalismo neoliberal es un modelo, mientras que sus beneficiarios y también sus víctimas, son personas, grupos o instituciones, algunos de los cuales, sus beneficiarios auténticos, siempre unos pocos, pueden aprovechar para su privado beneficio las cada vez más amplias y eficientes posibilidades de control que ofrece el desarrollo de la comunicación digital, gracias, precisamente, a nuestras propias tendencias humanas que a su vez alimentan ese mismo desarrollo. Los medios digitales se han transformado así en la herramienta perfecta de control de unos pocos sobre una mayoría bastante frágil.

Resumiendo entonces, en la sociedad de la información, en el mundo globalizado de los *mass* y *social media*, la comunicación es transparente en dos sentidos: 1) como acumulación aditiva y positiva de datos (Han 2013, pp. 77, 91-92), que se hayan disponibles y accesibles, y 2) como 'exposición', ya sea de la opinión, de la propia intimidad o de la de los otros. En ambos casos está involucrada, además, una exigencia, pues los

datos *han* de estar disponibles y la persona *tiene que* exponerse, tiene que hacerse visible (producirse) para existir. La coacción de la transparencia, en sus dos niveles, no proviene de ningún sistema, modelo o institución, sino de nosotros mismos, lo que se reproduce a nivel planetario. Al mismo tiempo, la falta de obstáculos a la transparencia acelera los procesos de transmisión de datos, con lo cual la cantidad de información disponible alcanza niveles imposibles de abordar. De esta manera el acceso y el procesamiento digital no sólo tiende a ser muy superficial (pues profundizar en los datos implica una demora), sino que resulta ya imposible conectar la información almacenada y darle, por tanto, un sentido universal, o una continuidad narrativa, como dice Han (2013, p. 63). Han también advierte que los datos, si bien pueden facilitar el seguimiento de la ruta digital y cotidiana de un individuo, incluso llevarnos al individuo, no conforman ningún conocimiento más profundo. Conocer a alguien como consumidor de cosas e ideas, lo cual es más o menos equivalente a conocer sus derroteros digitales, no es un conocimiento genuino de su intimidad, a menos que ser consumidores agote nuestro 'ser alguien'. Esto no es válido sólo para el nivel informático (el *Big Data*), sino también para el nivel del uso cotidiano de los medios digitales. De hecho, como he indicado, la autotransparencia que Vattimo esperaba del desarrollo de la sociedad de la información no es posible para Han. Más que una conciencia de nuestra finitud, la exigencia de transparentarlo todo, promovida especialmente por el uso de los *social media*, impide la autoapropiación y el compromiso que supondría profundizar en la información. En realidad, contrariamente a la expectativa de Vattimo, la exigencia absoluta de transparencia conduce a una apropiación muy superficial de la información, a la pérdida de la intimidad, a la adicción y a una incapacidad para autoevaluarse como usuario digital. Asimismo, en un primer nivel de acceso digital, la imposibilidad de abarcar enormes cantidades de información no ha conducido a las personas a una conciencia de su finitud, sino, como advierte reiteradamente Han (2012), a nuevas enfermedades psicológicas, como el IFS (Information Fatigue Syndrome), el estrés laboral, la fatiga crónica (CFS - Chronic Fatigue Syndrome o Síndrome de Burn-out) y la depresión, que se extienden rápidamente en las sociedades contemporáneas. Se trata de los efectos más nefastos del grado más elevado de la transparencia y su coacción. Ahora bien, si consideramos los trabajos clásicos sobre la relación entre confianza y comunicación cooperativa, uno puede sostener que la transparencia extrema y generalizada sólo podría darse como una forma de vida donde la exposición sin filtro de datos fuera el punto de partida

y fin de la interacción, lo que ciertamente anularía la confianza básica propia de los contextos conversacionales cotidianos y haría innecesario el despliegue argumentativo que fundamenta y asegura la verdad. Una imagen de esta forma de vida podría ser la comunidad perfectamente cercada y segura de Heritage Park de Hazeldon, que Bauman (cf., 2015, p. 118) utiliza para graficar el miedo crónico que caracteriza a las ciudades contemporáneas. Quienes viven en esta comunidad perfecta pueden reconocerse completamente como iguales, porque los extraños han sido definitivamente apartados. Su homogeneidad hace posible que los habitantes interactúen sin necesidad de confiar. Si imaginamos ahora una Heritage Park digital, diríamos que en ella la confianza está demás y que sus habitantes no tienen, en términos griceanos, ninguna necesidad de extraer o interpretar intenciones a partir de la información explícita que una persona transmite. Ni la confianza ni el cálculo de intenciones tienen sentido en una comunidad donde nadie es desconocido para nadie y las personas se han liberado del riesgo de hablar o interactuar con extraños. La realización del ideal de transparencia, en tanto implica su desaparición como ideal, conduciría por tanto a una patología de la comunicación. Lo que Han describe como mera transmisión de datos desnudos corresponde, precisamente, a una forma patológica de uso informativo del lenguaje. La Sociedad de la Transparencia es un modelo construido a partir de la generalización de esta patología.

Finalmente, Han sostiene que la demanda absoluta de transparencia no es una exigencia moral (2013, p. 93), sino, fundamentalmente, un imperativo económico (p.93). Han tiene razón, porque si fuera una exigencia moral, tendría que responder a un ideal, a una aspiración a la cual la libertad humana ponga obstáculos. Si nada puede ser un obstáculo para la transparencia como coacción sistémica, si ni siquiera el respeto de la propia privacidad o de la de los demás, ni la cortesía ni la posibilidad de dañar a inocentes, representan límites para el acceso y la producción ilimitada de información, entonces, aunque esa exigencia no sea una exigencia moral, nuestra respuesta a ella no puede ni debe quedar libre de una consideración ética. Han (2013) afirma que la demanda de transparencia indica precisamente que el fundamento moral de la sociedad se ha debilitado en extremo (p. 92). En el mundo de la hipercomunicación este debilitamiento se nos revela como la inquietante pérdida de la sensibilidad moral (cf., Bauman & Donskis 2015).

## Referencias bibliográficas

- Apel, K-O. (1995). *Teoría de la verdad y ética del discurso*. Barcelona: Paidós.
- (1985). *La transformación de la filosofía II*. Madrid: Taurus.
- Bauman, Z. (2015). *Modernidad líquida*. Buenos Aires: FCE.
- Bauman, Z. y Donskis, L. (2015). *Ceguera moral. La pérdida de sensibilidad en la modernidad líquida*. Buenos Aires: Paidós.
- Catalán, M. (2005). *Antropología de la mentira*. Madrid: Taller de Mario Muchnik.
- Grice, P.H. (1975). “Logic and conversation”. En P. Cole y J. Morgan (eds.), *Syntax and semantics 3* (41-58). New York: Academic Press.
- Habermas, J. (2008). *Conciencia moral y acción comunicativa*. Madrid: Trotta.
- (1989). “¿Qué significa pragmática universal?”. En *Teoría de la acción comunicativa: complementos y estudios previos* (299-368). Madrid: Cátedra.
- (2000). *Aclaraciones a la ética del discurso*. Madrid: Trotta.
- Han, B.-Ch. (2012). *La sociedad del cansancio*. Barcelona: Herder.
- (2013). *La sociedad de la transparencia*. Barcelona: Herder.
- (2014). *Psicopolítica*. Barcelona: Herder.
- (2015). *El aroma del tiempo. Un ensayo filosófico sobre el arte de demorarse*. Barcelona: Herder.
- Searle, J. (1975). “Indirect speech acts”. En P. Cole y J. Morgan (eds.), *Syntax and semantics 3* (59- 82). New York: Academic Press.
- (1969). *Speech Acts: An Essay in the Philosophy of Language*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Vattimo, G. (2010). *La sociedad transparente*. Barcelona: Paidós.
- Williams, B. (2002). *Truth and Truthfulness: An Essay in Genealogy*. Princeton, N.J.: Princeton University Press.