

## Márgenes de la Comunicación: Constitución ética de la intersubjetividad

Rebeca Illiana Arévalo Martínez\*  
Universidad Anáhuac México  
Av. Universidad Anáhuac, núm. 46  
Col. Lomas Anáhuac, Huixquilucan 52786  
Huixquilucan, Estado de México

[rebeca.arevalo@anahuac.mx](mailto:rebeca.arevalo@anahuac.mx)  
<https://orcid.org/0000-0003-1163-6752>

Rogelio Del Prado Flores

<https://doi.org/10.36105/stx.2025n14.09>

Editorial Tiran Lo Blanch, México, 2024

*Fecha de recepción: 30 de octubre de 2024*

*Fecha de aceptación: 3 de diciembre de 2024*

En su obra *Márgenes de la Comunicación: constitución ética de la intersubjetividad*, Rogelio Del Prado Flores ofrece una propuesta teórica que busca redefinir el papel de la comunicación en las relaciones humanas y la construcción de la comunidad política. Con un enfoque interdisciplinario y filosófico, el autor trasciende las visiones tradicionales de la comunicación como un medio instrumental y se adentra en su dimensión ética y constitutiva.

\* Directora de investigación de la Universidad Anáhuac México a partir de septiembre de 2024. De enero de 2019 a agosto de 2024 se desempeñó como directora del Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada (CICA) y Coordinadora Académica del Doctorado en Investigación de la Comunicación, programa doctoral adscrito al Sistema Nacional de Posgrados del Consejo Nacional de Humanidades, Ciencia y Tecnología (CONAHCYT), Facultad de Comunicación de la Universidad Anáhuac México. Forma parte del Sistema Nacional de Investigadoras e Investigadores (SNII) Nivel I de CONAHCYT desde 2016. Doctora en Comunicación Aplicada por la Universidad Anáhuac México con un Posdoctorado por la Universidad de Málaga. Maestra en Comunicaciones Corporativas con Diplomado en Branding y un Diplomado en Metodologías Activas por la Universidad Anáhuac México. Licenciada en Ciencias de la Comunicación por el Tecnológico de Monterrey. Vicepresidenta de la Binational Association for Schools of Communication (BINACOM); vicepresidenta para América Latina de la Asociación Visual Modi; Coordinadora del GT2 Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC); así como expresidenta y socia fundadora de la Asociación Mexicana de Investigadores y Profesionales en Comunicación Organizacional (AMIPCO). Ganadora del Gold Quill Merit Award que otorga la International Association of Business Communication (IABC) en 2001, Ganadora del Premio AMCO (Asociación Mexicana de Comunicadores) en 1997 y 1998. Autora y coautora de libros, capítulos de libro, artículos, ponencias nacionales e internacionales, carteles científicos y dirección de tesis en los temas de investigación: comunicación organizacional digital, liderazgo, responsabilidad social organizacional, relaciones públicas, entre otros.

La tesis principal del libro radica en entender la comunicación como una responsabilidad hacia el otro, una herramienta fundamental para la creación de vínculos sociales sólidos. Esta perspectiva se despliega a lo largo de cuatro capítulos que abordan la transformación de la comunicación en el contexto de la modernidad y la posmodernidad, sus límites éticos, sus conexiones con la alteridad y su papel en la búsqueda de justicia. Por ejemplo, en la Introducción el autor señala: “Para que exista una comunidad auténtica es necesario que las personas se comuniquen con las responsabilidad implícita de que no se está engañando” (2024, p. 21).

### COMUNICACIÓN: ENTRE LA MODERNIDAD Y LA POSMODERNIDAD

El primer capítulo examina cómo la modernidad posicionó la autonomía y el individualismo como valores centrales, influyendo directamente en la percepción de la comunicación. Del Prado plantea que, en este contexto, la comunicación fue vista principalmente como un vehículo para el intercambio de información y la expansión del poder personal. Sin embargo, con la llegada de la posmodernidad, surge una crisis de los grandes relatos unificadores y una inclinación hacia lo fragmentario y lo relativo. Esto ha resultado en lo que el autor denomina “posmodernidad comunicativa”, una era caracterizada por la hipermediatización, el cinismo social y el utilitarismo comunicativo. El autor señala que,

La esclavitud tecnológica derivada de la posmodernidad digital se distingue de la relación de objeto con la cual los seres humanos emprendieron el largo caminar de pasar de una vida sometida por los dictados de la naturaleza a una vida culturalizada. (...) El objeto tecnológico devino medio y fin en sí mismo, promesa y cumplimiento en un solo artefacto, simultaneidad y no metafísica (2024, p. 55).

El autor critica la reducción de la comunicación a un simple medio técnico, enfatizando que este paradigma contribuye a perpetuar desigualdades, alienaciones y una desconexión entre los valores éticos y las prácticas comunicativas. Esta crítica a la hibridación entre el discurso del capital con el desarrollo tecnológico y los efectos que produce en las demandas que rodean las relaciones intersubjetivas, las ha venido trabajando junto con Arévalo-Martínez y Ramírez-Beltrán en otro texto:

La magnitud de estas transformaciones es incluso de un mayor alcance al de la invención de la escritura, en virtud de que la convergencia digital puede albergar cualquier forma de lenguaje y mediación entre los procesos humanos de comunicación con el entorno tecnológico creado por los propios seres humanos. El sustento material de los códigos de la comunicación humana y en el caso actual la convergencia digital también entre las máquinas

constituye la base de señales signo que son utilizadas en la generación de sentido” (Arévalo-Martínez; Del-Prado-Flores, y Ramírez-Beltrán, 2016, p. 802).

Del Prado señala que fenómenos como la proliferación de las redes digitales y el consumo masivo de información han transformado la comunicación en un proceso superficial, desvinculado de su potencial para fomentar la comunidad y la justicia. Ahora bien, esta formulación de la reducción de la comunicación a un medio técnico que implica una serie de alienaciones intersubjetivas, en realidad, ya fueron trabajadas por el autor, junto con Arévalo-Martínez en artículo anterior donde se analizan la comunicación, el capitalismo y el trabajo:

consecuencia del discurso del capital, que introyecta la idea de rendimiento como principal valor. El problema que se presenta es que el colaborador busca la gratificación empresarial a toda costa, lo que le lleva a callar o a normalizar los tipos de violencia que vive en la organización. El empleado trata incluso de rendir más allá de lo que la empresa espera de él, se limita al disfrute de sus derechos con tal de ser útil para la compañía. En nuestros tiempos, el empleado se exige demasiado. La autoexigencia significa que sus valores y principios empatan con lo que demanda el mercado laboral, para ello, acepta con resignación mayores sacrificios para cumplir con las expectativas laborales” (Arévalo-Martínez y Del-Prado-Flores, 2023).

## EXPLORAR LOS MÁRGENES DE LA COMUNICACIÓN

En el segundo capítulo, Del Prado introduce el concepto de los “márgenes de la comunicación”, entendidos como los límites donde se entrecruzan disciplinas, teorías y prácticas. En este espacio liminal, la comunicación no solo es un acto de emisión y recepción, sino un fenómeno que antecede y atraviesa las fronteras del conocimiento. Este enfoque permite al autor proponer una “ontocomunicación”, que considera tanto los eventos comunicativos como los vacíos que estos generan. Así, invita a analizar no solo los mensajes que se producen, sino también las ausencias y silencios que configuran el acto comunicativo.

Una idea clave aquí es que la comunicación tiene la capacidad de construir comunidad, pero también de perpetuar estructuras de poder. Del Prado señala que instituciones globales como la ONU, el Banco Mundial y la OCDE utilizan la comunicación para imponer estándares universales que, aunque persiguen el bien común, a menudo pasan por alto las particularidades locales, generando vacíos y desconexiones entre las naciones y sus ciudadanos. Del Prado señala que: “Lo fundamental aquí es la idea de relación, cuando uno se dirige al otro. La presencia del otro y del tercero me interpela a comunicarme. Se comunica la experiencia, el contexto ya cifrado en conocimiento.” (2024, p. 79).

Los diversos fenómenos que marcan el ritmo de vida en las sociedades contemporáneas, como la aceleración, la simultaneidad y la inmediatez, entre otros, que responden a la lógica y al discurso del capital son incorporados de manera natural por las instituciones. Las relaciones intersubjetivas son permeadas y en ocasiones estructuradas por esta demanda de eficacia del rendimiento que marca la necesidad de expansión del capital. Ante esto, Del Prado propone en un su libro que

La ontocomunicación es una propuesta teórica que toma como presupuesto inicial una falta esencial. Esta teoría implica esbozar una estructura universalmente necesaria que no tenga como sustento la trama psicologizada del vaivén de las emociones humanas, sino que suponga la inevitable falta, la necesaria realidad de una ruptura (2024, p. 92).

### ÉTICA, ALTERIDAD Y HOSPITALIDAD

El tercer capítulo aborda la relación entre la comunicación, la ética y la alteridad desde la filosofía de Emmanuel Lévinas. Según Del Prado, la comunicación no debe reducirse a un intercambio de información, sino que debe concebirse como un acto ético que coloca al otro en el centro. En este sentido, la “filosofía del decir” de Lévinas se convierte en un pilar para entender la comunicación como una responsabilidad pre-originaria hacia el prójimo, antes de cualquier discurso o norma establecida.

El autor subraya que la comunicación auténtica requiere una apertura radical hacia la diferencia, un reconocimiento del otro como un ser singular e irreductible, tal como el autor ya había establecido en (Del-Prado-Flores, 2018). Este enfoque tiene implicaciones directas para la justicia y la hospitalidad, dos conceptos que se exploran en profundidad. La hospitalidad, en particular, es presentada como un acto comunicativo que trasciende las barreras culturales y lingüísticas, cuestionando la imposición de normas homogéneas sobre los “extranjeros”.

### COMUNICACIÓN Y JUSTICIA: ¿QUÉ HACER?

El cuarto capítulo plantea una pregunta fundamental: ¿cómo puede la comunicación contribuir a la justicia? Del Prado argumenta que la comunicación, al ser un acto que involucra tanto teoría como praxis, tiene un papel crucial en la construcción de una sociedad más equitativa. Sin embargo, esto requiere superar las estructuras actuales que privilegian el individualismo y las dinámicas de poder. El autor propone repensar la comunicación desde una perspectiva

ética que priorice la solidaridad y la responsabilidad por los más vulnerables. Esta visión se alinea con la filosofía de Jacques Derrida, quien plantea que la justicia no puede ser reducida a normas preestablecidas, sino que debe ser entendida como una apertura constante al otro, un “porvenir” siempre en construcción.

## APORTACIONES Y RELEVANCIA

*Márgenes de la Comunicación* es una obra que desafía las concepciones convencionales sobre la comunicación y sugiere una revalorización de sus dimensiones éticas y filosóficas. Al situar la dignidad humana y el bien común como ejes centrales, Del Prado logra articular una crítica contundente a las prácticas comunicativas dominantes y ofrece una propuesta renovadora para entender la comunicación como un acto profundamente humano y transformador, donde la comunicación es un *gesto* de hospitalidad: “El saludo al otro cuestiona el sentido de la primacía del yo. Es decir, la categoría racionalista del sujeto autónomo se ve seriamente cuestionada por la interpelación del Otro” (2024, p. 162). El libro es especialmente relevante en un mundo hiperconectado pero fragmentado, donde la abundancia de información coexiste con la exclusión, la desigualdad y la falta de escucha auténtica. La obra invita a los lectores, sean académicos, estudiantes o profesionales, a reflexionar sobre su papel en la construcción de una comunicación más ética, inclusiva y comprometida con la justicia social.

En conclusión, *Márgenes de la Comunicación* es un texto imprescindible para quienes buscan entender la comunicación no solo como un medio, sino como un fin en sí mismo, una herramienta para la transformación social y la afirmación de nuestra humanidad compartida.

## REFERENCIAS

- Arévalo-Martínez, R., Del-Prado-Flores, R., y Ramírez-Beltrán, R. (2016). “La formación institucional de investigadores en comunicación y la alfabetización mediática. El caso del Doctorado en Investigación de la Comunicación”. *Revista Latina De Comunicación Social*, (71), 800–817. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2016-1121>
- Arévalo-Martínez, R., Del-Prado-Flores, R. (2023). “Bienestar y temáticas psicosociales *invisibilizadas* en las mejores empresas para trabajar de América Latina: una visión desde su comunicación organizacional digital”. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*. <https://doi.org/10.5783/revrrpp.v13i26.839>

Del-Prado-Flores, R. (2024). *Márgenes de la comunicación. Constitución ética de la intersubjetividad*. México: Editorial Tirant Lo Blanch.

Del-Prado-Flores, R. (2018). *Ética de la Comunicación*, México: Gedisa.

Esta obra está bajo Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0 Internacional.

