

102

3 1758/51

/LINGÜÍSTICA/

/TEORÍA // CRÍTICA/

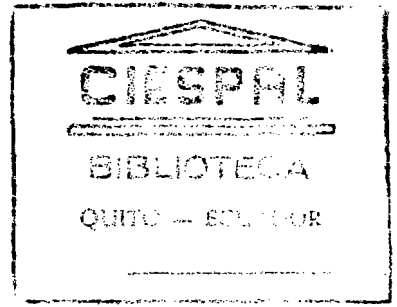
/MÉTODOS // INTERCULTURALES/

/SEMÁNTICA/

/SEMÁNTICA/

/LINGÜÍSTICA/

/ADUCCIONES DE HEIDEGGER/



CD: LISE

Doc. 6575

**COMUNICACION MASIVA:
DISCURSO
Y
PODER**

JESUS MARTIN BARBERO

Título original :

**Comunicación masiva :
Discurso y Poder**

Primera Edición
Febrero de 1978



Derechos reservados, según la ley de Derechos de Autor expedida mediante Decreto Supremo No. 610 de 30 de julio de 1976. La reproducción parcial o total de esta obra no puede hacerse sin autorización de CIESPAL.

Editorial Epoca
QUITO - ECUADOR

A. ELVIRA y ALEJANDRO

Las opiniones del autor no son necesariamente las de CIESPAL o la Fundación Friedrich Ebert.

índice

Lugar de partida	13
PRIMERA PARTE	
EL DEBATE LATINOAMERICANO SOBRE COMUNICACION MASIVA	17
I. Implicaciones de la teoría en el proceso de dominación	18
II. El esbozo de una teoría crítica	24
1. El carácter estructural de los procesos	24
2. La trama mercantil de los Medios	26
3. La dimensión ideológica de los mensajes	29
III. De algunas contradicciones teórico—prácticas	33
1. La persistencia de la teoría negada	34
2. Los impases de un marxismo funcionalista	37
IV. Las nuevas preguntas	39
1. Las rupturas necesarias	40
2. La comunicación masiva como discurso del poder	46

SEGUNDA PARTE

ELEMENTOS PARA UNA TEORIA CRITICA DEL DISCURSO

	49
I. El espacio del signo	51
1. Del símbolo al signo	52
2. La racionalidad estructural	56
3. La "vida social" del signo	65
—Otra lengua, otro signo	
—Del mito a la ideología	
4. Los universos del sentido	74
—Una semántica fundamental	
—La semántica contra la semiótica	
II. Crisis y desplazamientos	86
1. El desplazamiento lingüístico	87
—La lingüística cambia de objeto	
—Generar: formalizar o producir?	
2. El desplazamiento filosófico	99
—El "lenguaje ordinario"	
—De enunciado a la enunciación: los "actos de discurso"	
—De lo implícito a lo presupuesto	
3. El desplazamiento político	112
—Producción mercantil y lógica social	
—Ideo—lógica y discurso	
III. El espacio de las prácticas	121
1. El discurso como trabajo y puesta en escena del poder	125
2. De la articulación del deseo en el discurso	137

TERCERA PARTE

LA MASS-MEDIACION: DISCURSO Y PUESTA EN ESCENA	149
I. Discurso de Prensa :el mito de la información	150
1. La situación como contexto	151
2. La información y el fetiche de la objetividad	156
3. Pero in-formar es dar forma o la forma-mercancía de la información	162
4. De cómo el acontecimiento se convierte suceso, en narración-leyenda	170
5. Un género y dos discursos	178
II. Discurso de Televisión : La sociedad como espectáculo	186
1. El espacio del rito y el tiempo del espectáculo	189
2. Economía de la imagen y sociología del ver	195
3. La publicidad: de las imágenes	203
—El doble juego	204
—De la retórica al discurso	208
4. La tele-visión-emisión-narración	214
—La tele-visión como “anti”-ideología	215
—La tele-emisión y las interferencias de la cultura pobre	218
—La tele-narración y el comercio de lo popular	220
Referencias	227
BIBLIOGRAFIA	241

prólogo

CIESPAL persigue, como propósito fundamental, poner a disposición de los estudiantes y profesionales de la comunicación de la región, la literatura más adecuada y suficiente sobre las nuevas materias que integran ese complejo de conocimientos que, de un modo impropio, se ha dado en denominar “ciencias de la comunicación”.

La vieja tradición, que pretendía fundamentar la comunicación en solamente la praxis del periodismo y que quería convertir a la teoría y al método de las ciencias sociales aplicadas a la comunicación, en recetarios dogmáticos e inviolables, destinados más bien a transmitir una ideología de dominación que un conocimiento crítico, ya no tiene cabida en los círculos de profesionales de las ciencias sociales que dedican sus esfuerzos al esclarecimiento de las situaciones de comunicación. Igualmente, el pensamiento latinoamericano crítico, que ha alcanzado gran desarrollo conceptual y ha cuestionado toda la teoría que provino del centro metropolitano de poder, está ahora irrumpiendo en los ámbitos científicos y culturales y propiciando un análisis mucho más profundo y consciente, de los fenómenos de la comunicación, de los conflictos que generan la producción de contenidos y de los procesos históricos que determinan el comportamiento de los medios y de los emisores.

Es natural que el encuentro entre una teoría meramente racionalista y empiricista y los juicios críticos de una nueva teoría que intenta alcanzar la categoría científica haya provocado una situación de conflicto, a veces de desorientación, que ha contribuido notablemente a la crisis de las ciencias sociales en la región. Una crisis que, sin embargo, amenaza ser esencialmente productiva y altamente beneficiosa para los propósitos del desarrollo de la ciencia y sobre todo para que haya un empate ideológico entre las demandas de la sociedad latinoamericana y la operación de sus sistemas, incluyendo entre éstos los de la comunicación.

Cada sociedad debe definir el sistema de comunicación que conviene a los propósitos y objetivos de la sociedad nacional y dar término a una situación en la que se ha impostado artificialmente un sistema de la comunicación propio de una sociedad industrial, en economías primarias, pretendiendo convertirlas en sociedades de consumo, masificadas y dependientes de la cultura y de la ideología del centro de poder internacional. Para definir esos nuevos sistemas de comunicación que deben operar en las sociedades latinoamericanas, es menester diagnosticar las situaciones de comunicación y, por lo mismo, hacer una investigación profunda de todos los fenómenos y los factores que, estructuralmente, los determinan. Aquí es cuando se plantea un problema y un círculo vicioso, porque para hacer tal diagnóstico y tales investigaciones requerimos de un instrumental de teoría y método adecuados y ajenos a una ciencia ideológicamente comprometida con el centro metropolitano de poder, ese instrumental científico es el que aún no hemos logrado crear o modelar para hacer la aproximación necesaria a la realidad. Los intentos, a más de audaces, tienen que ser rigurosos y altamente científicos. No podemos convertir a los científicos sociales en simples repetidores de slogans o propuestas de cualquier ideario político y menos podemos convertir a la teoría marxista en una escolástica de la izquierda que sustituya al dogmatismo doctrinario. La afirmación gratuita, la elucubración retórica y la actitud pseudo-revolucionaria, de ningún modo van a llenar los vacíos de una teoría, ni pueden sustituir al rigor del análisis.

Vale la pena formular todas estas consideraciones a propósito del libro de Jesús Martín Barbero que ofrecemos a nuestros lectores en este volumen. El autor, brillante catedrático de la Universidad

del Valle, Colombia, escribió este libro "Comunicación Masiva: Discurso y Poder" con el propósito, justamente, de dar a conocer ese nuevo pensamiento sobre la comunicación que, apartándose de los moldes meramente funcionales, bordea los campos del estructuralismo y del análisis semiológico. Este es un libro que provocará efectos trascendentes porque las ideas del autor tienen fuerza y originalidad; porque es una inteligente forma de aproximarse al problema de la comunicación, cumpliendo el requisito que permite mirar al problema de la comunicación inserto en los conflictos de clases y en los conflictos de poder internacional.

Con la seguridad de que el libro será útil y motivador, CIESPAL lo ofrece, sobre todo, a quienes miran con espíritu abierto las nuevas propuestas de teoría y método de las ciencias sociales.

Marco Ordóñez Andrade

el lugar de partida

Este libro está hecho desde la práctica y las contradicciones a partir de las cuales la problemática de la comunicación masiva ha sido percibida, trabajada y enunciada por algunos latinoamericanos que han tenido la audacia de alzarse contra la pseudo—explicación la inercia y el facilismo. Yo venía de la filosofía y de pronto encontré en esa problemática un “espacio” que a la vez la negaba y se ofrecía como un concreto a pensar: la objetivación del sentido de un proceso histórico, esto es la práctica comunicativa como huella del esquema global de dominación. El encuentro fue a la vez con el acontecimiento y su lectura. Mejor dicho, fue la reflexión, la lectura que unos pocos latinoamericanos comenzaban a hacer en los años sesenta de ese proceso, lo que me permitió sentir y comprender el acontecimiento. Una lectura bien particular. Porque cada, la reflexión crítica latinoamericana oponía su provisionalidad y su impureza a la pseudo—madurez, la coherencia lógica y la pureza de la teoría dominante; y su toma de posición a las proclamas de neutralidad. Los textos que trabajan la ruptura son pocos frente a la ingente cantidad de los otros, los que en forma sofisticada o descarada traducen o simplemente cantan las maravillas de la teoría oficial. La ruptura, es decir el rechazo y la búsqueda, da lugar a una escritura diferente: apasionada, fragmentada, reflejo de la situa

ción, la posición y la urgencia. Algo que se hace al andar, mientras se marcha. Porque si la reflexión no abre camino, obstaculiza, si no abre brecha por donde avanzar, paraliza.

Partir de aquí significa empezar por contar, por narrar la lucidez, la de esas pocas ideas—fuerza que han servido de base para agrietar y empezar a desmontar el edificio desde el que se vivía y se miraba, las que han posibilitado romper las anteojerías y comenzar a ver, a extrañarse, a asombrarse, a llamar a las cosas por su nombre. A comprender que las teorías también tienen dueños y que por tanto hablan por y trabajan para su amo. Moraleja: criticar la teoría dominante es enfrentar aquello que racionaliza. Con todas las consecuencias, empezando por esta impureza de que se “carga” el trabajo teórico no como un añadido sino como su entraña. El debate latinoamericano sobre la comunicación masiva ha puesto en eso, no tanto con la claridad de su discurso, cuanto con la fuerza que le da la experiencia histórica de la que emerge y la brutalidad del choque que representa.

La otra cara es la imposibilidad de meter el acontecimiento en la estructura, en los esquemas del modelo oficial. Las preguntas son otras. Y son precisamente esas preguntas, las que horadando el empirismo y la seguridad que da la tautología, han puesto al descubierto las trampas: la falsa autonomía de que se dota a la problemática de la comunicación tanto en la versión “cibernética” como en la culturalista, la falsa eficacia desde la que se intenta explicar el “subdesarrollo” por la falta de comunicación; la ilusión de igualdad, de democracia, con que el esquema oficial envuelve las relaciones emisor—receptor; y el escamoteo de las condiciones de producción, es decir de las condiciones históricas de dominación. En últimas la trampa es sólo una: la que supone el intento de explicar los procesos de comunicación por fuera de los conflictos históricos que los engendran, los dinamizan y los cargan de sentido. Es evidente que la lucidez no ha estado en decir eso sino en la forma como se ha ligado al proceso de liberación, en decirlo desde el cerco y el aplastamiento y desde el proyecto global en que se implica. La originalidad no ha estado en las palabras sino en que hablan. La teoría crítica que se ha ido esbozando no busca competir con el mercado de las originalidades sino algo muy distinto: denunciar y dar armas, despertar y trazar estrategias: que lo importante es no perder de vista el carácter histórico y estructural de los proce-

sos, que la dimensión ideológica de los mensajes es únicamente legible desde éstos, y que tanto esa dimensión como la trama mercantil de los "medios" hay que mirala siempre articulada a las condiciones de producción de una existencia dominada.

Como toda teoría viva, la reflexión crítica latinoamericana sobre la comunicación está atravesada, tensiones por contradicciones múltiples. Al no ser un juego de espejos sino una práctica, su índice de verdad, su fuerza, no reside tanto en su validez lógica como en su capacidad de construir lo real. Y las huellas que ese trabajo de "lo real" deja en la reflexión, dan cuenta, en negativo, del esfuerzo por romper el cerco y de la incidencia de las condiciones de producción sobre el producto. Ello hace necesario indagar, tratar de ver hasta qué punto la ruptura lo ha sido, desde qué espacios y por qué mecanismos la teoría negada sigue trabajando en su crítica, las complicidades que quizá fueron ineludibles en un momento pero cuyo ocultamiento lastra definitivamente el avance. Sin que ello signifique colocarse por fuera o por encima de las tensiones que dinamizan el trabajo, sino el esfuerzo por desbloquear, por desplazar algunos ejes, y por romper con cierto espequematismo — técnica/ideología, base/superestructura etc.- que tuvo su eficacia pero que hoy puede estar convirtiéndose en una forma de eludir el movimiento de la historia, y el esfuerzo también por acallar la gritería de los teóricos de la información y de los mass-mediólogos empiristas y pragmáticos cuyo "ruido" nos está volviendo sordos a la palabra que puja por abrirse camino desde el silencio de los dominados.

Ese es el lugar de partida que traza y marca el sendero a la búsqueda y al estilo de este libro, cuya "introducción" no podía entonces preceder al relato del debate en que se gesta, de ahí que sea entrejiéndose a él como se configura y demarca mi propio esfuerzo cuyo resumen aparece al final del "debate" bajo el nombre de las nuevas preguntas. Sobre el "estilo", desear que ojalá la pasión no emborrone demasiado las páginas en las que estalla pues serviría de excusa fácil a los teóricos puros. Y "defender" el esquema, y el tono pedagógico exigido por las condiciones tanto el producción como de difusión.

Cali, noviembre de 1.977.

PRIMERA PARTE

el debate latinoamericano sobre comunicación masiva

El sistema: la computadora alarma al banquero que alerta al embajador que cena con el general que emplaza al Presidente que intima al ministro que amenaza al director general que humilla al gerente que grita al jefe que prepotea al empleado que desprecia al obrero que maltrata a la mujer que golpea al hijo que patea al perro.

E. Galeano.

La máscara que cubre el rostro, naturalmente, sonrío. Pero tras la fachada de nacionalismo casi histérico de los teledifusores locales —que condimentan con enormes cucharadas de folklore y de patriotismo todos los manjares que preparan— hay en cambio una labor de antinacionalismo sistemático que llena los cuatro

quintos del espacio que media entre el himno nacional de apertura y el himno nacional de clausura de los programas.

A. Pasquali.

La significación—los “lenguajes”, los “mensajes”, la “comunicación” o como se prefiera no puede ser separado del funcionamiento de la sociedad en su conjunto y, más específicamente, de la producción social, del modo de producción. En otras palabras: la significación es el producto de un trabajo social, resulta de una práctica que opera dentro de la sociedad, del mismo modo que ésta produce bienes en el plano económico y produce instituciones en el plano político.

E. Veron.

A través del análisis de la práctica comunicativa se trata de hacer aflorar la huella del esquema global de dominación de hacer emerger la problemática fundamental de las formas de producción, de difusión y de circulación de la cultura.

A. Mattelart.

I. IMPLICACIONES DE LA TEORIA EN EL PROCESO DE DOMINACION

No es posible comprender el alcance de la reflexión latinoamericana sobre las comunicaciones masivas, la lectura que ella realiza sobre la teoría oficial, sus impases, sin ubicar mínimamente esa reflexión en el proceso que la posibilita y la sustenta. La mediación ineludible es la que traza el concepto de dependencia. En su “segunda versión”, la que rompiendo con el carácter mecanicista de ciertas teorías sobre el imperialismo desenmascara no sólo las fala-

cias del desarrollismo sino las del economicismo y sus secuelas. En un ceñido resumen de sus trabajos Vasconi escribe: "La dependencia genera cierto modo de estructuración interna, de modo que la lucha por la modificación de la estructura interna y la lucha por la eliminación de los lazos de dependencia resultan una y la misma cosa. Este nuevo concepto de dependencia no es, como algunos lo suponen, una especie de eufemismo para señalar la dominación imperialista, es una revisión de fondo de la misma teoría del imperialismo" (1). La novedad estriba en que la dependencia deja de ser pensada como un reflejo, como la presión de un elemento o factor externo, lo que sucede cuando es pensada desde las relaciones centroperiferia. Las consecuencias de esa concepción se hacen visibles no sólo en los impases políticos a que conduce sino en el terreno de la investigación. A la luz de la concepción que propone Vasconi "la dependencia no se localiza como una variable o un hecho, la dependencia es una componente estructural de todos los elementos presentes en una determinada sociedad" (2) y ello replantea radicalmente el "lugar" que ocupan las teorías y el papel que juegan en nuestra situación.

La nueva "conciencia" del proceso histórico latinoamericano va a posibilitar la tematización del problema de la dependencia cultural y en particular el de la producción de conocimientos más de una consideración que lo reduce a mero problema de importación pero más allá también de su reducción a mera reproducción. Las raíces de la dependencia cultural están en la propia historia y no fuera, en esa "cultura del silencio y de la sumisión" que los trabajos de P. Freire, D. Ribeiro, de F. Fanon nos han permitido empezar a comprender (3), esto es en la interiorización del colonialismo y su objetivación en las relaciones sociales. Es esa misma conciencia la que ha posibilitado desenmascarar lo que las necesidades tecnológicas de comunicación, significan, más allá de su aspecto económico, como rearticulación, deformación, imposición de una socialidad que sintonice y funcione con los requerimientos del desarrollo. El prestigio y la validez de la teoría oficial se insertan ahí, beneficiándose de la hipoteca histórica que lastra al pensamiento latinoamericano y racionalizando la dominación cultural, esto es convirtiendo el pasado, la "historia" en razón de ser para el presente y el futuro.

De esa mistificación se despega lenta, difícilmente, reescribiendo

do la historia general y las historias regionales de la filosofía (4), de las ciencias sociales (5), mostrando cómo la falta de un pensamiento crítico y la fácil deriva hacia el dogmatismo se corresponden: “El método aparece como un recetario artificial y abstracto acerca de las formas del conocimiento social y los resultados de su aplicación como una dogmática. El liberalismo llegó a América Latina como una dogmática—como un elenco de valores intocables—pero el marxismo también. Así se configuró el fenómeno de la transformación de un pensamiento crítico en una escolástica de izquierda” (6). La dependencia no estriba entonces en la asunción de la teoría como creen aún los defensores de un nacionalismo trasnochado. Lo dependiente es la concepción misma de la ciencia, del trabajo científico, y de su función en la sociedad. Y aún más la dependencia trabaja en la interiorización de la división social del trabajo a nivel internacional según la cual estos países no pueden permitirse el lujo de hacer ciencia, con aplicar la que hacen los otros están cumpliendo su papel en la historia. La “fuga de cerebros” no es explicable por el solo factor de una mejor remuneración económicas o las mejores posibilidades en laboratorios, investigación etc, es necesario incluir la fascinación que ejerce lo científico, la creencia en la ciencia como “valor universal”, la del trabajo científico como desinteresado servicio a la humanidad por encima de cualquier diferencia o conflicto histórico. Atadas por sus privilegios y encandiladas por la mitología de lo científico las élites de poder latinoamericanas no han tenido el menor inconveniente en renunciar a producir la ciencia y la tecnología que sus países necesitaban favoreciendo incluso el éxodo de los científicos hacia las verdaderas “patrias de la ciencia”.

Lo exógeno no son los productos que se consumen sino las estructuras de producción de los conocimientos y de la existencia social toda. Es por esto que la pregunta de base, la que irrita es la que interroga sobre el papel histórico que las ciencias están jugando, y más particularmente las llamadas sociales, en la dinámica ideológico—cultural de la dominación de clase dentro de la región.

Sobre todo cuando ese interrogante es llevado hasta la médula del quehacer científico, al problema de la objetividad para arrancarlo al espacio especular de la lógica que por sí misma produciría lo objetivo. Es necesario afirmar, como lo hace E. Veron, que “el problema intrínsecamente social” (7) ya que como cualquier práctica hu-

mana el trabajo científico se realiza al interior de un complejo sistema de medios y de relaciones de producción, de distribución y de consumo. Pero esto supone un cambio de registro, pasar de la pregunta positivista sobre las "garantías" del conocimiento a la que plantea el materialismo histórico acerca de las condiciones y los mecanismos de la producción de los conocimientos. Si la objetividad es "minada" no lo es por ninguna apelación a la subjetividad es "minada" no lo es por ninguna apelación a la subjetividad de los científicos sino por la desfetichización de aquello que la garantizaba, por el descubrimiento de la presencia de lo social, de la historia y sus conflictos, en el seno mismo del quehacer y del discurso científico. Los críticos latinoamericanos no rechazan la ciencia, entienden de otra manera su objetividad. No es que—como les echan en cara algunos—"científicos"—hayan opuesto la ciencia a la ideología y se queden con ésta. Es que experimentan cada día cómo la ideología trabaja y controla cualquier práctica, cualquier discurso, incluido el científico.

En pocos campos del saber la fascinación de lo científico está tan viva y a la moda como en el de las comunicaciones. Y es mucho lo que tiene que ver con ello la resistencia, la incomprensión y la violencia de los ataques con que fue recibida la crítica. "Al rehusar conformarse con aprehender la comunicación como un mero objeto de observación y al proyectarla en el movimiento de un proceso, el investigador enjuicia la posición que la burguesía le asigna a la práctica científica, y por ende impugna su propio estatus" (8). Porque la proyección en el proceso desmantela la pureza de lo teórico dejando al descubierto el proyecto político — económico que la teoría racionaliza, paradójicamente naturalizándolo y universalizándolo. Lo que los críticos latinoamericanos empezaron a señalar era algo que los empresarios sabían de sobra pero que la teoría, su "efecto de cientificidad" venía a borrar y escamotear: el origen político y comercial de las categorías, de los objetos y de los objetivos de ese saber. El desarrollo tanto tecnológico como "lingüístico" de los mass—media, que se inicia en los Estados Unidos al concluir la primera guerra mundial, está directamente vinculado a la necesidad que tiene el gobierno de homogenizar las masas en torno al consenso que implicaba el proceso bélico. La posterior decepción de esas masas al tener conocimiento de las manipulaciones de que habían sido objeto no restó la menor fuerza a la curiosidad y la fascinación de que se habían cargado los Medios. Y al deseo

de los políticos por conocer la influencia que sobre la población habían tenido sus campañas mass—mediatizadas se incorporó el de los industriales y comerciantes por incrementar la eficacia de la publicidad. La fuente y el destino son el mismo se trate de los candidatos de turno, de fabricantes de automóviles, de planificadores de la defensa o del comercio exterior. La “ciencia” de las comunicaciones nace controlada y orientada a perfeccionar y perpetuar “el estilo norteamericano de democracia”. Los posibles efectos negativos de los Medios como la “degradación de la cultura” no son más que disfunciones que el propio sistema se encargará de funcionalizar.

Qué tipo de sociedad albergó los primeros experimentos científicos sobre la comunicación masiva, se pregunta L.R. Beltran, y responde: “Se trataba de una sociedad infeliz, agobiada por la pobreza, los conflictos sociales y la inestabilidad? En absoluto, se trataba de una sociedad próspera, feliz. Una sociedad en que la individualidad predominaba sobre lo colectivo, la competencia era más determinante que la cooperación y la eficacia económica y la sabiduría tecnológica tenían más importancia que el desenvolvimiento cultural y la justicia social. Era una sociedad a punto de convertirse en el imperio económico más poderoso e influyente del mundo” (9) Los objetivos y las características de esa ciencia no podían ser otros que los que corresponden al proyecto fundador: la continuidad, el orden, el individualismo y la competencia. La impronta de la teoría sociológica matriz sobre los métodos de investigación ha sido lúcidamente descrita por Mattelart en sus críticas a la “Communication Research” (10): desplazamiento del centro de gravedad de la problemática del Medio de comunicación a los sujetos receptores, reducción del criterio de pertinencia de lo investigable al contenido de los mensajes, único contenido detectable empíricamente y analizable estadísticamente, fragmentación por tanto del mensaje en unidades cuya única relación proviene de la sumatoria.

Pero si el método recorta así las posibilidades de lo investigable—las técnicas de encuesta para la medición de los efectos no son sino la contracara de los análisis de contenido—es porque la teoría que lo engendra y alimenta, el empirismo sociológico, responde perfectamente a una concepción de la objetividad científica como neutralización de la operación de conocimiento y a un objetivo

fáctico, el mantenimiento del statu quo exigido por los requerimientos del mercado. Es en la articulación de esos dos “obstáculos” que se encuentra el sustrato epistemológico del método y su carácter terapéutico: “El hecho de que el sistema salga virgen de dudas pone su marca al conjunto de las técnicas empleadas, las cuales se convierten así en instrumentos de ajuste del sistema, y quedan destinadas a suprimir los puntos críticos que ponen en peligro el equilibrio social” (11).

La conclusión tenía que ser radical: cambiar de perspectiva exige no sólo cambiar de método, ya que una aproximación crítica al fenómeno de la comunicación masiva no puede ahorrarse el cuestionamiento de la matriz epistemológico—teórica de esa “ciencia”. Lo metodológico no es autónomo, su coherencia lógica—teórica de esa “ciencia”. Lo metodológico no es autónomo, su coherencia lógica es parte del proyecto teórico, de una particular concepción del objeto a partir de la cual ciertos problemas son formulables y abordables y otros no.

La clave está ahí. Nadie niega que ese método y esas técnicas posean una eficacia. Sólo que el problema no es de eficacia contra ineficacia sino eficacia para qué y para quién? y esas preguntas son las que minan la “objetividad” de la concepción epistemológica que se erige en su defensora. Qué es lo objetivable desde ese método, qué aspectos, qué campos, qué dimensiones o instancias de lo social pueden convertirse en “objetos” de conocimiento, en problemas? . Si a priori lo único investigable es lo que se ve, lo experimentable empíricamente, lo medible cuantitativamente, todo el resto de “lo real” queda automáticamente descartado, por no objetivable, por no asumible como objeto, problema. Y el cambio, el conflicto, lo cuestionable y lo posible—ese “real” que desde Hegel y Marx forma el campo de lo real histórico, de lo inteligible—queda definitivamente fuera del análisis. La “ilusión objetiva” es obstáculo epistemológico, entramamiento del conocer por una opción cuya raíz es política, la que reduce el campo de lo real a la realidad filtrada por una clase que la impone como realidad única, universal absoluta. “Al instalarse en su laboratorio cientifista, el investigador se corta de una realidad marcada por el conflicto social, y a través de la absolutización de su actitud empirista gesta él también un mito que afinaza la legitimidad de un sistema de dominación” (12).

Mattelart insiste, con razón, en las implicaciones que para el investigador entraña la ruptura teórica, la impugnación de su propio estatus, de su quehacer. Ya que la cohartada del cientifismo consiste precisamente en proporcionar al investigador la oportunidad ilusoria de sentirse presente en el proceso social pero sin necesidad de tomar posición, sin asumir opción alguna. Frente a esa ilusión, que sin duda puede funcionar psicológicamente pero que la realidad social tira por tierra, la ruptura teórica implica exigencias concretas a nivel del proyecto político que guía la investigación como proyecto general de transformación de la realidad "investigable". Y eso tiene incidencia sobre los métodos y sobre los objetos.

Pero no es sobre los objetos y los métodos que se opta directa, inmediatamente, sino sobre el proyecto histórico que los mediatiza y dota de sentido y de eficacia. Sin caer en la trampa contraria, la de un politicismo reductor que intenta suplantarse el trabajo teórico con agitación política. La propuesta crítica consiste en asumir que "sólo es científico, elaborador de una verdad, un método que surja de una situación histórica-política determinada y que verifique sus conclusiones en una práctica social acorde con las proposiciones histórico-políticas en las que se pretende inscribirlas" (13).

II. EL ESBOZO DE UNA TEORIA CRITICA

"El rasgo que debe diferenciar el enfoque de la comunicación de las perspectivas originadas en los países centrales es la concepción totalizadora del proceso comunicacional. En otras palabras, se trata de concebir la comunicación en todos sus niveles de funcionamiento como un aspecto del proceso productivo general de la sociedad".

CIESPAL, doc. de la reunión de Costa Rica.

1. El carácter estructural de los procesos

El empirismo sociológico fragmenta lo social. Y cada fragmento se autonomiza, se autoregula, tiene dinámica y eficacia propias. Esa fragmentación, por una parte, fundamenta la creencia en la todopoderosa influencia de los fenómenos de comunicación por fuera de la diferencia de contextos sociales en que se produzcan, y por o-

tra posibilita esa pseudo historia de los Medios en la que las técnicas serían el determinante último de los procesos sociales. El espiritualismo culturalista y el pragmatismo tecnológico se complementan. Para el culturalismo “los hombres actúan por lo que saben” o sea que el fundamento último de la acción humana está en la información que se posee. Aislables del proceso social global los procesos de producción y consumo de información “tienen aspectos sociales”. Lo social sería extrínseco. De ahí la posibilidad de construir un esquema que describa los mecanismos universales de la comunicación. Sólo que esa abstracción es demasiado “concreta”: la racionalización perfecta de los mecanismos que una determinada forma de sociedad le impone a la comunicación, racionalización de la forma de comunicación dominante. Forma de comunicación que corresponde a un modo de producir cultura, a un modo de producción de la vida toda. El esquema de Lasswell (14): quien—dice qué—por qué canal—a quién—con qué efectos (que no es ni tan original como suele presentársele pues el esquema de ese esquema se encuentra ya en Aristóteles a propósito de la comunicación retórica) traduce bien a su pesar, a pesar de sus pretensiones de exhaustividad, la parcialidad absoluta de la perspectiva en que se enmarca la del modelo de comunicación que la realidad histórica que lo alimenta nos impone como único. Y en su mecanicista simplicidad, como escribe Beltrán, nos describe la verticalidad y unidireccionalidad, de la comunicación imperante a través de los medios masivos en los que el emisor manda a través de un canal “neutro” sobre un receptor mudo (15).

La mitificación de la tecnología es la otra cara del esquema, la que torna visible su origen. Desde ella los fenómenos de comunicación, reducidos a su componente técnico, son también “abstraídos”, segregados del proceso socio—histórico. La crítica no le niega a McLuhan las intuiciones ni el aporte que sus observaciones hacen sobre la especificidad de cada Medio (16). Pero aparte de que esa especificidad no es rescatable por aislamiento sino por su articulación a los procesos socio—económicos en que los Medios se producen, lo que la crítica rechaza radicalmente es la pretensión de erigir al componente técnico en determinante histórico: “al trasponer el cambio tecnológico al dominio social se hace una transposición tan falsa y reaccionaria como la que hacían los darwinistas sociales del siglo pasado al aplicar a la historia las leyes de la biología” (17).

Lo que las dos “abstracciones” describen es la fetichización del fenómeno y del Medio que unas determinadas relaciones sociales producen. Versión actualizada de las “fuerzas naturales”, al elevar de manera indiferenciada al rango de causalidad social al Medio, lo que se borra es toda huella de estratificación social y de conflicto. De ahí, qué esa versión exija como correlatos sociológicos los conceptos de “sociedad de masas”, “opinión pública” etc. Y en torno del fetiche se generará la mitología capaz de alimentarlo y sostenerlo, toda una serie de modelos normativos de la cohesión y la estabilidad, una retórica del cambio que impida cualquier transformación real, una participación ilusoria en los acontecimientos a través de la mera información o del consumo de los objetos publicitados. Los sociólogos funcionalistas constatan algo de esto. Pero más allá de los lamentos que esos sociólogos profieren, lo que la crítica desmonta es la incapacidad de esa teoría para explicar los nexos que articulan la retórica y la mitología con la lógica del mercado y ésta con la estructura global de producción. Sólo entonces es posible “explicar”, cuando superando la superficie fragmentada se da cuenta de la compleja red de relaciones que constituyen a los procesos de comunicación. Articulación al “todo social” entendido no como unidad homogénea y equilibrada—idealismo de la estructura a lo Parsons—sino como un proceso desgarrado por las contradicciones y el conflicto de intereses antagónicos.

2. La trama mercantil de los Medios. Hay que reconocerle a Adorno el haber sido el primero en plantear de forma explícita la relación de los Medios masivos con la economía de mercado a través del concepto de “industria cultural”. Con él Adorno hace pedazos el culturalismo, su intento de abstraer los “productos del espíritu” a la lógica de la mercancía. Lejos de funcionar como una forma de escape, al estilo de la noción de “sociedad industrial”, el concepto de industria cultural revela exactamente que lo mercantil no es algo que venga a añadirse a los productos o a las técnicas ya constituídas sino que es la forma misma de su producción: “en la industria cultural los productos del espíritu ya no son también mercancías sino que lo son integralmente” (18).

En esa línea de pensamiento Mattelart y Biedma han desarrollado una reflexión crítica que desglosa la riqueza del concepto de “forma mercancía”. Para Mattelart el punto de partida es el proceso de fetichización del medio de comunicación en cuanto actuante

metamorfoseador de las relaciones sociales en cosas, en naturaleza. Con dos consecuencias fundamentales: ocultar el proceso de producción, de elaboración de los mensajes y dotar al Medio de una fuerza mágica que no es sino el valor que adquiere desde una relación social reificada y traspuesta a él. El proceso de comunicación, en cuanto proceso de intercambio, prolonga y densifica el mecanismo productivo general “así la distancia entre emisor y receptor es una mera reproducción del espacio que media entre productor y consumidor” (19). Y la pasividad asignada e interiorizada por parte del receptor no es sino un aspecto de la enajenación social de la que participan los dos polos del proceso. El producto—mensaje que el receptor consume lleva ya inscrito en su acabamiento la “marca de fábrica”, su carácter mercantil como huella y modelo a la vez del verticalismo y el autoritarismo general que rige las relaciones sociales. Esa marca es la que determina la forma misma de su recepción. Marca que es un lenguaje, represivo, coaccionador pero no en forma explícita sino disimulada, lenguaje hipnotizante que está a la base del discurso ritual y autoritario con el que una clase encierra, claustra, recorta y controla el mundo como un orden, una legitimidad inapelable. La expresión más eficiente y más clara es el lenguaje publicitario, ese lenguaje que transforma sistemáticamente las ideas y las cosas reduciéndolas a su forma mercantil al operativizar todo lo que toca desde el ángulo exacto de la propiedad. Y ello a través de un proceso de lenguaje, de semantización en el que los juegos de las palabras, las hipérboles, los procedimientos de adjetivación, inocente el proceso pero sin poder ocultar del todo la “marca de fábrica” esa ideología que se empeña en zanjar semánticamente las diferencias sociales a la vez que las ensancha.

El otro, el lenguaje de la noticia, el de la “objetividad” del acontecimiento no está menos conformado por la forma mercancía. La forma—diario, al presentarse y ser consumida como el “reflejo fiel de los acontecimientos” está trabajando en la misma línea de lo publicitario. Todo el proceso de elaboración, de selección, de fragmentación es escamoteado por las formas en que está construido. Esa primera “lectura” que la clase propietaria de los diarios y las agencias realiza sobre el acontecer es “olvidada”, descartada. Y lo que el receptor lee es consumido como si esa lectura de clase que es la escritura del diario no existiera. Pero el proceso real actúa, penetra en las conductas de la otra clase en formas concretas de valores, de normas, de intereses. El ejemplo más brutal es

el de la “crónica roja” esa “página social de la clase explotada” como certeramente la llama J.M.Martínez, y que presentada como el espejo de la clase trabajadora convierte la opinión que la burguesía tiene de esa clase en la opinión de toda la sociedad. Es así como “la burguesía se apropia del acontecer diario y le da la forma de sus intereses” (20) no sólo económicos, sino ideológicos. Y que convertidos en lenguaje oficial de la información controlan los intentos de ruptura, los contenidos de la “prensa popular” al controlar tanto la forma de su producción como la de su lectura. Es ahí, y no en el mero control de la propiedad económica de los Medios, que la “libertad de prensa” revela su falacia radical. Biedma la vista claro: si el lenguaje mismo de la prensa es parte del dominio ideológico de la burguesía “la prensa popular no puede usar la lengua establecida, sus palabras le escapan de su control”.

Si la burguesía ha llegado a imponer su lenguaje como el lenguaje de los medios no ha sido por arte de magia sino por otro “arte”, el del control de la propiedad, el del monopolio económico de los Medios. Desde el momento de su nacimiento ha tenido una conciencia muy clara del papel que los Medios iban a jugar, “que la fusión de la fuerza económica y del control de información, fabricación de imágenes, formación de la opinión pública, llámese como se quiera, llegaría a ser la nueva quintaesencia del poder nacional e internacional” (21), que los Medios iban a posibilitar nuevas y sofisticadas, más penetrantes formas de colonización a través de las cuales la dominación dejaría de ser sufrida como una opresión para ser recibida como una alianza que convierte al dominador en libertador. Ahora todo será en la libertad: de palabra, de empresa, de comercio. Como muestra Schiller, las declaraciones de los presidentes norteamericanos de la post-guerra sobre la libertad de palabra y de opinión terminan siempre en declaraciones sobre la libertad de empresa y de circulación de las mercancías. La libertad de las comunicaciones se tradujo así en un “paso de gigante” en la liberación y expansión de los mercados norteamericanos

Es la existencia y el desarrollo de la economía misma de mercado, y sobre todo de la norteamericana la que está en juego en el proceso de expansión y comercialización de los Medios como lo demuestran los estudios sobre la importancia financiera de las comunicaciones masivas en la reconversión de la industria de guerra y sobre la expansión de la publicidad (22). Y es esa presión de la industria y del comercio la que se “objetiva” en las formas y conte-

nidos de los mensajes. Renunciar a anexionar no es renunciar a controlar. América Latina comienza a conocer el espesor del control no sólo ideológico sino económico que los grandes representan. Los datos aportados por Kaplum sobre radio y TV. (23), por Schenkel sobre la concentración de la propiedad de los Medios en Argentina, Chile, Colombia, México y Perú (24) y por Mattelart sobre los satélites educativos (25) hablan mejor que cualquier otra lectura sobre la trama y el poder mercantil de los medios masivos.

3. La dimensión ideológica de los mensajes. El carácter estructural de los procesos de comunicación masiva y el entramado mercantil de los medios van a encontrar en la problemática de lo ideológico un campo estratégico de convergencia y de análisis. Y no hay ninguna pretensión en afirmar que esa problemática, en su inscripción en los procesos de comunicación, va a recibir de la crítica latinoamericana uno de los desarrollos más profundos y sagaces tanto a nivel de su configuración teórica como en sus posibilidades de aplicación a la investigación de problemas particulares. En forma esquemática, como en los anteriores puntos intentaremos ubicar las líneas de fuerza, los ejes fundamentales de ese análisis.

En el año 1967 se realizó en Buenos Aires un simposio sobre "teoría de la comunicación y modelos lingüísticos en ciencias sociales" coordinado por E. Veron y en el que ese autor presentó un texto que constituye el punto de partida de la nueva perspectiva. En ese texto, a la vez teórico y práctico puesto que ofrece la aplicación del modelo elaborado al análisis del discurso de prensa, Veron recoge y explicita una serie de propuestas que en forma menos elaborada aparecen ya en una compilación de textos publicada con el título "Conducta, estructura y comunicación" (26). Desde esos primeros textos lo que se configura es la posibilidad de sacar la problemática ideológica del marco clásico de la sociología del conocimiento—que identificaba lo ideológico con las representaciones y por tanto con la problemática de la conciencia y de los sujetos—para inscribirla en el espacio de la comunicación a través del concepto de significación como dimensión de los hechos sociales. Es todo el campo de la superestructura el que necesita ser repensado a la luz de los nuevos procesos históricos que la comunicación masiva configura así como de la ruptura que la lingüística es



tructural opera en el espacio de las ciencias sociales. Lo que en últimas es necesario abandonar es una concepción mecanicista de lo social que reduce la superestructura a puro reflejo de la base económica, y una concepción idealista—por más materialista que se proclame—que subjetiviza el proceso ideológico en términos de contenidos de conciencia.

Según la nueva perspectiva lo ideológico trabaja en el ámbito de los procesos y sistemas de codificación de la realidad y esos sistemas de codificación “no son meras experiencias de las condiciones materiales sino todo lo contrario: constituyen una dimensión central de las condiciones materiales mismas, puesto que determinan la significación de las conductas sociales y las condiciones materiales no son otra cosa que relaciones sociales” (27). Frente a una tradición pertinaz en la que el positivismo se da la mano con una extendida vulgarización del marxismo, Veron sostiene que la significación no es nada subjetivo y que la distinción infraestructura/superestructura ni coincide, ni corresponde, con la oposición objetivo/sujetivo. Mattéart por su parte desenmascara esa misma tradición que como un obstáculo impide la justa valoración de la problemática de la comunicación por parte de ciertos sectores de izquierda a los que la herencia mecanicista de un marxismo ventrilocuo incapacita para comprender el lugar capital que lo ideológico ocupa en un proceso revolucionario: “quizá sea en esta separación capciosa entre poder material y poder ideológico, infraestructura y factores superestructurales donde radica la piedra de toque de las polémicas que no han dejado y no dejarán de presentarse a propósito de nuestro enfoque sobre el lugar que ocupa la comunicación de masa en la lucha de clases” (28).

La ideología trabaja en el terreno de lo inintencional, es decir ni consciente ni voluntario. El modelo sociologista es tan insuficiente como el psicologista para dar cuenta del funcionamiento de los fenómenos ideológicos. Ni pura manifestación de intereses de grupo ni manifestación de tensiones o frustraciones de la personalidad. Veron: “La ideología es el modo natural de existencia de la dimensión significativa de los sistemas de relaciones sociales” (29). Mattéart: “se trata de un estado que los individuos viven como una naturaleza social y que se impone a ellos por un modo de producción que impregna todas las relaciones sociales” (30).

Si el modo de producción en cuanto sistema de relaciones sociales es lo que determina la forma de operar de lo ideológico, lo que el análisis persigue entonces es su principio organizativo, su organización estructural. Y ese principio organizador o esa estructura es precisamente lo que no aparece, lo que no es manifiesto, lo que no es accesible ni a la conciencia de los individuos, ni a las técnicas del análisis de contenido. Esa estructura se ubica a otro nivel "latente", "segundo", "connotativo". A ese nivel cualquier mensaje, cualquier discurso, cualquier texto está trabajado por lo ideológico y es susceptible por tanto de una lectura ideológica, lo mismo el discurso político, que la revista de modas, el noticiero de TV que el texto científico. Lo ideológico deja de ser un adjetivo atribuible a cierto tipo de discurso —atribución que automáticamente negativizaba ese tipo de discursos peyorizándolos por relación a los científicos según la vieja dicotomía positivista remozada por Althusser— para ser definido como un nivel de organización de lo semántico, un "nivel de significación" presente en cualquier tipo de discurso, y cuyo modo de operar es el de los mecanismos de selección y combinación que la lingüística estructural ha descubierto como las dos operaciones que dan lugar a los dos tipos básicos de relación a través de los cuales se realiza la significación. El modo de operar da la clave para el nuevo modo de análisis: lo que se buscará ya no serán las "categorías" clasificatorias de palabras y las cantidades representativas sino las reglas semánticas que rigen la organización latente de los mensajes, o mejor las reglas semánticas a partir de las cuales se generan las proposiciones, los mensajes.

Ahora bien, si cualquier tipo de mensaje es susceptible de una lectura ideológica, la especificidad y la eficacia de esa lectura depende por entero de su capacidad de vincular las estructuras de significación descubiertas con "los procesos de conflicto a nivel de la sociedad global" (Veron). Este será sin duda el punto más crítico del método. Y no porque teóricamente no sea claro, o porque sea discutido en sí mismo. Su problematicidad proviene, por una parte, de la articulación de este concepto de ideología con la propuesta de Marx sobre la dominación de clase en lo ideológico. Punto que en su forma más fecunda, para el momento y aunque no exenta de dificultades, fue planteado por Mattelart en *La ideología de la dominación en una sociedad dependiente*, cuyo resumen podría ser el siguiente: investigar la red semántica, la estructura significativa en el plano ideológico es investigar el principio de organi-

zación a partir del cual una clase construye su discurso y a través del cual convierte en proyecto común su proyecto particular, enmascarando su dominación al desvincular ese proyecto de las relaciones sociales de producción que los sustentan (31). Por otra parte la problematicidad del método reside en la tentación, en el peligro formalista que subyace al análisis estructural, en su tendencia a encerrar los textos y a hacer del principio de “inmanencia” no un momento táctico del proceso de investigación sino su clave, con la consiguiente dificultad para establecer las relaciones del texto con su “contexto” histórico—social, con lo que la huída del empirismo resultaría en una nueva forma de idealismo.

Es ese punto el que va a convertir el análisis estructural en foco de una polémica—marxismo vs.estructuralismo—cuyas características en América Latina van a ser muy especiales dada la incidencia directa que las luchas políticas, la presión de los acontecimientos y la urgencia de propuestas prácticas van a tener sobre el campo teórico empujándolo hacia las dogmatizaciones, las vulgarizaciones y los oportunismos. Lo que sí es indudable es que la convergencia del análisis estructural con el análisis que, sobre la dependencia se estaba realizando en América Latina, posibilitó no sólo un tipo de denuncia nuevo, cuya respuesta no se hizo esperar de parte de los “amos”, sino que abrió el campo de las comunicaciones masivas a la investigación particular (32). Y a través de esas investigaciones, en muchos casos inconclusas, “cargadas”, deficientes, se fue haciendo inteligible, concreta e impugnable la compleja red de la dominación cultural. No sólo el traspase de los modelos, la imposición de los valores y las pautas de vida sino la deformación radical a que es sometida la existencia social de estos pueblos. Y se empezó a sospechar de los “beneficios” y la democratización que las comunicaciones masivas aportan. Y se empezó a enfrentar el proyecto político que sustenta al desarrollo tecnológico sea a nivel rural o educativo. Y hasta hubo gobiernos que declararon persona no grata al Pato Donald y decretaron movilización general contra la invasión por satélite.

Lo que la lectura ideológica plantea es cómo se objetivan en **discurso** de prensa, o de comics, de radionovelas o seriales de TV, de revistas femeninas o guías de turismo, de vallas publicitarias o

campañas de higiene unas relaciones de dominación. De forma que la explotación económica no es simplemente doblada por la ideológica, sino naturalizada por ella, hecha aceptable como la forma actual y deseable de la existencia social. Mattelart y Dorfman lo han dicho de la manera más lúcida al explicar el trabajo cotidiano que realiza el Pato Donald entre nosotros: "La amenaza no es por ser el portavoz del american way of life, el modo de vida del norteamericano, sino porque representa el american dream of life, el modo en que los EE.UU. se sueña a si mismo, se redime el modo en que la metrópoli nos exige que nos representemos nuestra propia realidad para su propia salvación" (33).

III. DE ALGUNAS CONTRADICCIONES TEORICO—PRACTICAS.

Lo que sigue no es, ni puede ser leído como impugnación de lo anterior. Claro que algunos harán esa lectura. Pero lo que yo intento es otra cosa. Y el riesgo es parte integrante de cualquier escritura. Tanto el riesgo de no llegar a decir lo que se quiere, de sentirse atrapado en las trampas que la escritura tiende al que escribe, como el otro, el de toda lectura en la que aquel que lee proyecta su contexto textual y social. La intertextualidad, de la que se hablará más adelante, antes de ser un concepto para el análisis es un hecho social, el hecho de que cualquier texto está atrapado por punta y punta, escritura y lectura, en una malla de relaciones y condiciones que lo tejen y cargan más allá de las buenas o malas intenciones del que escribe y del que lee. Perdóneseme este preámbulo—necesario—cuya temática es ya una introducción a la trama social de los discursos, tema central de este libro.

Y bien, lo que se intenta en esta parte es una reflexión en negativo de lo que parcialmente, sólo parcialmente, el resto de este libro tratará de plantear en positivo. Su razón es que ha sido a partir de y luchando con las contradicciones que la reflexión crítica latinoamericana vive como llegó a forjarse todo lo demás. Por eso más que una crítica de lo que se trata en verdad es de una autocrítica. De ahí el estilo y la ausencia casi completa de referencias.

1. La persistencia de la teoría negada

En toda lucha el enemigo marca, impone parte de la estrategia. Hegel decía que el vencido sigue viviendo en el vencedor. A su manera. Es parte del proceso que lo negado sobreviva en la negación. Y como toda síntesis es parcial, provisional, para un momento, el momento siguiente la des—hace y revela o puede revelar la parte de derrota que había en la victoria. Y de la dialéctica a la historia del debate latinoamericano sobre las comunicaciones masivas lo que encontramos es que en cierta manera el esquema lasswelliano ha seguido trabajando en muchas de las críticas que se le han hecho. O dicho de otra manera, se sigue trabajando desde él. Primero fue el mensaje contra los efectos. Era en el mensaje que se encontraba la “verdad” de todo el proceso, en él estaban cifrados emisor y receptor. El análisis del mensaje liberaba tanto del empirismo como del subjetivismo de las encuestas y los análisis de contenido. Se rompía con el mecanicismo causalista que recorta y fragmenta lo social y con el psicologismo que lo escamotea. El mensaje era algo objetivo, estructurado en su nivel latente, es decir en el que rescataba el análisis. Y a la vez el mensaje era proceso histórico, es por eso que emisor y receptor luchaban en él, o mejor es a través de él que el emisor dominaba al receptor.

Después fue el receptor contra el mensaje. Que era una forma de volver a los efectos pero ahora en forma “dinámica”. Y el receptor, que poco tiempo antes era mudo y pasivo, fue convertido en el activo, el que efectúa la verdadera lectura ideológica de clase sin necesidad de toda esa retórica que utiliza el análisis. La significación ya no está en el mensaje sino fuera de él, en todo caso donde se realiza es en el receptor. Lo anterior, el análisis del mensaje, en el receptor. Lo anterior, el análisis del mensaje, en su inmensa mayoría no fué sino una trampa a través de la cual los intelectuales de la pequeña burguesía imponen sus esquemas a las masas haciendo así el juego al imperialismo.

Que las etapas existen es un hecho, que lo que está en juego es algo más de fondo que la coherencia lógica también, que es el proceso mismo de estos países el que rompe los esquemas teóricos e impone cada día la búsqueda de aquellos que responden a las necesidades del trabajo y de la lucha, sería ciego negarlo. Pero también es cierto que en muchos casos ese redescubrimiento del receptor o-

bedece a un populismo que ciertas experiencias políticas alimentan cíclicamente y que le sirven de coartada al intelectual y a otros en momentos de desencanto, o todo o nada, o dirigente o lastre. Son pocos los textos que hagan de ese redescubrimiento algo más que una forma de acusación estéril. Y los hay, como el de Hugo Assmann (34) que constatando la “pobreza emotivo—utópica de la mayoría de las propuestas socialistas” abre brecha y muestra la necesidad de investigar en ese campo “de las regiones profundas donde opera la fetichización en el ánimo de las masas” y que está vinculado al fenómeno de la cotidianidad, de lo religioso, de las formas populares de la esperanza humana. Pero en cierto también que en otros casos el economicismo reverdece y su matriz teórico—política, el funcionalismo instrumentalista, queda al desnudo. Vuelta a una concepción de la comunicación como mera “transmisión” de contenidos . . . ideológicos, vuelta a una visión de los Medios como simples instrumentos—neutros—de la clase dominante, vuelta a la concepción del “uso”. Es sintomático que en el texto citado Assmann, criticando el idealismo de las propuestas de Enzensberger (35) se vuelva a plantear esa pregunta que Mattelart repetía cuando hablaba de la “marca de fábrica” que los medios arrastran, ese “proyecto de cultura” que es la tecnología: “no se habrá anexado nada de los objetivos ideológicos que determinaron su aparición a su caracterización técnica?”. Pero algunos parecen haberlo olvidado, volviendo a posiciones de una demagogia simplista que en nada ayuda a comprender y enfrentar la complejidad de los procesos. A través de qué caminos cierta izquierda se encuentra sosteniendo los mismos argumentos que los sociólogos empiristas sobre los Medios como canales neutros de transmisión que sólo el uso vuelve buenos o malos? . Lo que el funcionalismo, que alimenta esas posiciones, impide pensar es precisamente el trabajo social específico que se realiza en los procesos masivos de la comunicación. Ese que tanto la noción corriente de técnica como cierta noción de ideología escamotean. Porque para ambos las herramientas—y tan herramienta resulta siendo, desde esas posiciones, la técnica como la ideología—son inoportunas, lavadas de su complejidad socio—histórica bien sea a través de un idealismo positivista que escinde lo social en compartimentos incontaminados o de un idealismo “dialéctico” que sigue soñando con el valor de uso soterrado bajo el valor de cambio . Como plantea Hernán Valdés, a propósito de la experiencia chilena en la que “la iniciativa del discurso estuvo siempre en manos de la reacción”, la falacia de la instrumentalidad mostró su alcance: “no

hay una técnica en si, utilizable a gusto por la derecha o por la izquierda. Había una técnica burguesa de las comunicaciones y nada más. El pueblo tenía que crear la propia pero no tuvo acceso a esa posibilidad" (36).

La teoría negada persiste en la complicidad que la lingüística estructural mantiene con la teoría cibernética de la comunicación. Este punto será detallado más tarde pero es necesario citarlo aquí ya que el salto de lo interpersonal—la lingüística y su circuito del habla que cubre la lengua—a las máquinas—la teoría cibernética y su circuito codificación—descodificación—deja un gran hueco: lo social. Y ese hueco es el que en la reflexión latinoamericana vino a llenar de una manera explícita el marxismo. La pregunta es esta: hasta qué punto el hueco no moldeó lo que vino a llenarle imprimiéndole su "forma"? En todo caso, y ello tiene que ver sin duda con la presión de los acontecimientos pero también con las seguridades que proporciona el dogmatismo, el materialismo histórico jugó un papel más de aglutinante y amalgamador que de articulador verdaderamente crítico. Lo cual exigía quizá una concepción menos funcionalista e instrumental de lo teórico mismo. Y esto no porque no hubiera punto alguno de convergencia entre la lingüística estructural y el materialismo histórico, como se ha planteado después confundiendo fácilmente todo con la moda estructuralista y negando cualquier aporte de la lingüística o la semiología, sino por algo bien distinto. Porque ni las teorías son utilizables impunemente, ni ciertos interrogantes de fondo que la problemática de los lenguajes y de la significación le plantean al materialismo histórico fueron asumidos verdaderamente por éste. Y esa no asunción, se reflejó en la amalgama y en el ocultamiento de ciertas contradicciones que de todas formas horadan al marxismo lastrándolo en su capacidad "explicativa" de los real. Y como esas contradicciones no son puramente "teóricas" su ocultamiento incide tanto sobre el desarrollo teórico como sobre el papel que éste juega en las luchas políticas.

El instrumentalismo funcionalista, por más que se revista de la terminología marxista, no puede negar al verticalismo, a la unidireccionalidad del proceso comunicativo, pues se alimenta de ellos, como la experiencia chilena lo prueba a través de la concepción consumista de la cultura que sostuvo gran parte de la izquierda. El esquema

ciobnético y lasswelliano no racionalizaba quizá unicamente el proceso de dominación del capital sino determinadas formas de lo político del ejercicio del poder, que subsiste pertinaces en su "negación"

2. Los impases de un marxismo funcionalista.

Lo que los impases muestran es la imbricación profunda de lo teórico y lo político más allá de todo esquematismo causalista. O mejor, de lo que los impases hablan es de lo poco que ayudan a comprender el proceso los catecismos y los dogmatismos. Y esta crítica vale en la medida en que asumimos por entero el espesor y la opacidad de las situaciones reales, las condiciones que la imprevisibilidad de ciertas situaciones imponen y contra las que nada valen los purismos que, amparándose en la "complejidad", no son más que escapatorias que no tienen el coraje de llamarse por su nombre. Pero en alguna parte leí que lo que está por probarse es que el dogmatismo sea la condición indispensable de todo compromiso. Y hay eficacia—pseudosíntesis, amalgamas simplificantes— que el momento siguiente pulveriza. Porque no fueron suficientemente dialécticas, esto es capaces de sostener la tensión de refutar las ideas o valores que se afirmaban en esa acción y de afirmar los que se negaban. Y si esto suena a moral, habrá que recordar que nadie como Mao ha hecho tanto hincapié, después de Marx, en la necesidad de reconocer el valor de aquello que se niega o destruye en la acción, para no ser "subjetivo"? . Los catecismos y las recetas son eficaces, todas las iglesias tienen buena experiencia de ello. Como la tautología. Esas investigaciones que ya saben lo que van a encontrar, y en las que el conocer no avanza un palmo porque las hipótesis no tienen de ello sino la pura forma, son en realidad tesis, y el largo camino recorrido entre los "datos" no es sino un rodeo, una simulación porque nunca se salió de donde se estaba, nunca se asumió el riesgo de la duda que está a la base cualquier avance.

Pero lo que interesa es la concepción de lo político que está a la base de la tautología. Concepción maniquea que posibilita separar cómodamente la acción política de la acción investigativa. Y esto después de haber repetido hasta la saciedad que las teorías son instrumentos de lo político. O de negar radicalmente al aporte de cualquier investigación porque de todas formas va a servir al imperialismo. De todas formas se la separa de la acción política. Y una forma

sutil de separarlas es la que representan esas investigaciones con marcos conceptuales muy marxistas pero en cuyo desarrollo los métodos y las técnicas son enteramente funcionalistas. Como si el materialismo histórico nada tuviera que ver con las "técnicas": Como si fuera posible escindir el proceso de conocimiento. Y lo que estamos planteando no tiene nada que ver con esa otra posición que le niega a esas técnicas cualquier valor de trabajo. Lo que estamos planteando es que esa escisión tiene su razón de ser en otra parte y que el eclecticismo teórico no es sino la incidencia que, sobre el proceso del conocer, tienen determinadas concepciones de lo político en las que paradójicamente convergen ciertas izquierdas y derechas.

El funcionalismo, por más estructural que se problame, escinde, separa, dicotomiza, pero lo que no permite pensar son precisamente las diferencias. Porque la diferencia es una relación. Es por ello que su concepción de la comunicación masiva separa esos procesos de la totalidad social y los fragmenta. Y esa separación y fragmentación es la que a la vez impide pensar lo que son esos procesos, lo que tienen de específico, de diferente. Porque, como apuntamos más atrás, la especificidad no es una esencia atemporal sino todo lo contrario la forma histórica en que se articulan al modo de producción global de lo social. Así la especificidad de lo cinematográfico no es rescatable por pura oposición al resto de los medios o a un pasado aislado, la fotografía o el teatro. La especificidad rescatada por separación, por aislamiento se moverá siempre en el mundo de las esencias. En el plano de lo político—teórico sucede algo parecido. El funcionalismo dicotomiza: lo político es esto y sólo esto, tal tipo de política, tal tipo de acción. Impidiendo pensar tanto la forma como lo político atraviesa cualquier acción, cualquier conducta, cualquier texto, como la diferencia, la especificidad de lo político o de lo teórico—científico. Con la consiguiente dicotomía de base: o la amalgama o la separación tajante. Con un agravante que, en América Latina y en el campo concreto de la investigación sobre comunicación masiva tiene consecuencias bien negativas: la proyección que ciertas lecturas hacen de las dicotomías sobre trabajos que no las padecen, pero que sostienen una concepción diferente de lo político. La "eficacia" que el dogmatismo logra en estos casos está bien a la vista: esterilización de los esfuerzos en un tipo de polémica que oscurece los puntos claves frenando un proceso que otros se encargan de aprovechar.

Hay otro impase que habla de lo mismo, el de la separación forma/contenido. De una práctica dicotomizadora por más que su teoría rechazara la separación. La acción demostró la amalgama. Como constata Valdés sólo un paternalismo reformista pudo sustentar una práctica que se limitó a la “invención de emisores de signo contrario, principalmente revistas, que utilizando las técnicas y los formatos del sistema burgués, llevaran un contenido ideológico distinto. Pero resultó que forma y contenido no eran dissociables para el público y se vió una vez más que contenidos revolucionarios necesitaban también de formas revolucionarias” (37). Y la concepción consumista de la cultura, que estaba en la base, salió a flote, por encima de todas las proclamas “críticas”.

IV. LAS NUEVAS PREGUNTAS

Un cierto agotamiento, una sensación de círculo y de repetición afecta hoy al estudio de las comunicaciones masivas. El aplastamiento de los pueblos del cono sur en los que se gestaba la reflexión más vigorosa, junto con los impases que dividen y gastan a las izquierdas han llevado el estudio o a un academicismo en el que los problemas, reducidos a fórmulas, son vaciados de todo mordiente, sobre la realidad, o a un oportunismo político que está de moda utilizar el tema desde otras fórmulas no menos simplonas. Se hace necesario sacar la problemática tanto de las limitaciones formales que le impone el esquema cibernético—lingüístico como de la estrechez a que le ha conducido cierto análisis político en la teoría y en las posibilidades de intervención sobre el proceso. Porque tanto un esquema como el otro se han vuelto ineficaces para dar cuenta del espesor y la complejidad de los fenómenos. Y para ello es necesario seguir de cerca el acontecimiento pero también el desarrollo actual de las ciencias humanas, de la antropología, y la sociología de la cultura, de la semiología y el psicoanálisis. Necesitamos una revisión crítica de los fundamentos y una ampliación del campo de los “objetos”. Es en esa línea que se orienta nuestra reflexión y en la que las “rupturas” están siempre trabajadas por la continuidad que le da lo logrado, porque en últimas es del proceso dominación vs. liberación de lo que se trata.

1. Las rupturas necesarias.

Ruptura en primer lugar con el modelo cibernético—lingüístico. El de fuente—emisor—señal—canal—mensaje—receptor—destino. Como dijimos a propósito de las encuestas mediadoras de audiencia o de los análisis de contenido, nadie puede negarle su eficacia al modelo. Que da cuenta de la acumulación y transmisión mecánica de la información no hay ninguna duda. La oda a las computadoras tiene esa rima y ese ritmo. Incluso “pedagógicamente” es eficaz. Es tan fácil, tan claro, tan completo. Tiene todo lo que la ciencia positivista pide a un modelo: coherencia, exhaustividad y aplicabilidad, axiomas y reglas de deducción etc. etc. Y es tan difícil no echar mano de él. . . tan operativo, tan de acuerdo con el sentido común.

Lo inaceptable es una sola cosa: su extrapolación a lo social. Pensado para las máquinas sólo funciona en una concepción mecánica de lo social, es decir sin sentido y sin sujetos. O en una concepción en la que el sentido es sólo uno y los sujetos están sujetos a una sola forma de relación, la de amo-esclavo, la vertical, la anónima, la que no tiene rostros, la de las máquinas. Y eso no es una crítica humanística, es la constatación llana y simple de la forma como el modelo racionaliza lo social. Y por eso no valen los arreglos, las complementaciones, los añadidos que intentan rellenar los vacíos del esquema. Porque el esquema no tiene ningún hueco, ninguna fisura. Esa es su fuerza. Y es no sólo inútil sino contradictorio adosar a cada elemento o momento sus aspectos psico—social—históricos porque o son digeridos por el sentido y relación dominante que sustenta al modelo o son expulsados como “ruido” y “redundantes”. Tratar de complejizarle es volverle confuso, inaplicable, es hacerlo perder lo que le da su fuerza, esto es su claridad y su transparencia, su formalidad. Por más que los añadidos tomen también su forma, su juego de flechitas y se enriquezca con rombos, rectángulos y círculos de feed—back como en Moles (38) o se distingan los diferentes planos epistémicos de expresión—percepción, estáticos—dinámicos como en Schaesffer (39) o con más osadía se lo intente dialectizar como Rossi—Landi (40).

Por más que se le quiera completar lo que el modelo rechazará siempre, lo que es imposible pensar desde él será la historia y la dominación, esa que él racionaliza precisamente, esto es: oculta y

justifica. Lacan no se ha dejado engañar: “porque lo que es omitido en la estrechez de la moderna teoría de la información es que no puede hablarse de código sin que éste sea ya el código del Otro: así que es de otra cosa de lo que se trata en el mensaje, ya que es en él que el sujeto se constituye y entonces es del Otro que el sujeto recibe el mensaje mismo que él emite” (41). Lo que no cabe en el modelo es la contradicción, el conflicto, lo que instaura ese Otro de que habla Lacan, la discontinuidad, la heterogeneidad, la ruptura, el sujeto. De manera que la linealidad, la unidireccionalidad y la verticalidad no son efectos sino la matriz misma del modelo, su matriz epistemológica. Y es muy cercana a esa, como vamos a estudiar más adelante, la matriz de la lingüística estructural, la “máquina positivista” de que habla Veron a propósito de la concepción de lenguaje como medio de comunicación y como objeto. La formalización que la lingüística lleva a cabo opera de hecho como un descarte radical de su espesor histórico—social poniendo al descubierto una concepción neutralizante y reductora de la complejidad y la opacidad del lenguaje, expulsando todo aquello que excede y subvierte el tranquilo ir y venir de la información, todo aquello que es poder control o fiesta en la lengua, todo aquello que es huella del sujeto histórico y pulsional, es decir todo aquello que no es mero intercambio sino producción, de lo que se intercambia, de los intercambiantes y del intercambio mismo.

He ahí el concepto que subvierte el esquema: el de producción en su sentido pleno, condiciones y relaciones de producción, esto es sujetos. Y lo subvierte porque la producción no es un “elemento” o un aspecto del sistema o del proceso sino lo que le atraviesa por entero. Producción no es la fuente ni el emisor, hay tanta producción en el código o en el receptor. Lo ocultado es eso: el control, la actividad del código y los “gritos” que la mudez del receptor entraña para quien sabe oírlos.

Mirando desde ese ángulo hay una relación de fondo, una imbricación profunda entre la concepción que el modelo cibernético lingüístico propone de lo social y la defensa de la neutralidad y pasividad de lo técnico. Sin caer en el meluhanismo es necesario sin embargo develar la complicidad histórica entre técnica y código. Es una de las tareas que se propone este trabajo. Porque antes de que un idealismo pragmatista redujera capciosamente la significación de técnica a las herramientas, a lo mecánico, a las máquinas, técni-

ca significó— y sigue significando en el lenguaje cotidiano—un saber práctico, un saber hacer. Por oposición a logos, saber no práctico, especulativo, contemplativo;—y aun esa cointemplación teórica exigía una ascesis sobre el cuerpo para abrir y disponer el alma a la revelación de la verdad, del ser—, la *tekné* es una práctica, un saber que se engendra en la práctica y que revierte a ella transformándola. Es lo que dice el nombre completo inscribiendo el concepto en el movimiento dialéctico que tenía para Platón: *tecnología*, en la que *tecnos* señala el hacer y *logos* el saber. Una contradicción que dinamiza la verdad. Había que remontarse hasta ahí para poder plantear que la técnica no es simplemente aquello que se añade o prolonga la mano o los sentidos sino un “cerebro”. La herramienta es saber y práctica condensados. De manera que el uso no es pensable por fuera de la forma. Hace tiempo que el antropólogo Leori—Gourhan, en un libro que aporta más a la investigación y la comprensión de la problemática de comunicaciones que las mil versiones y reediciones del modelo oficial, demostró etnológicamente la dialéctica a través de la cual el trabajo, mal llamado uso, modela y conforma los objetos inscribiéndose en ellos, cómo el uso es un saber colectivo y la forma un producto que produce sus usos, sus ritos, su ritual operativo, su “programa” (42). Lo simbólico trabaja ahí, se constituye en ese proceso, ya que el símbolo es forma operativa, la que articula la vieja dicotomía de lo sensible y lo inteligible, el hacer y el saber, el útil y el gesto.

La técnica es código pero entendiendo por éste el conjunto de operaciones que trabajan la materia. No tendrá nada que ver esto con lo ideológico, con sus condiciones de producción? No habrá que revisar esa problemática a la luz de la “fusión” saber—herramientas y por tanto de las reglas que regulan la producción y el consumo? No habrá ahí una pista para el desmontaje de la racionalidad técnica? Ya que es en la forma de trabajo, en el modo de producción que se inserta, como su dimensión significativa, su sentido, la racionalidad que codifica objetos y sujetos.

Hemos entrado ya en la otra ruptura necesaria. En los problemas que la reificación de la metáfora base/superestructura impide pensar. Si del lado “positivista” se opera una reducción de los procesos de comunicación a su dimensión pragmático—técnica, del lado “marxista” se opera la reducción de esos procesos a su dimensión ideológico—negativa. Reducción a instrumentos de reproducción

ideológica de la clase dominante, reflejo por tanto de lo económico, herramientas de las que se sirve fatalmente esa clase para manipular a las masas. Otro modelo claro y pedagógico aunque bastante menos eficaz. Otro esquema al que también se le ha añadido su feed-back de la superestructura sobre la base y una infinita gama de complementaciones. Pero quizás el problema sea también el esquema y la imposibilidad de pensar desde él la especificidad y opacidad de las prácticas, el oscuro pero eficaz trabajo de los códigos y la contradictoria intervención de los sujetos. Porque es demasiado fácil y engañosa esa dicotomía que separa lo técnico de lo ideológico. Lo técnico también sería entonces superestructura? . Dónde ubicar la técnica, en el sentido que lo acabamos de dar? Y si no cabe en el esquema habrá que dejarla, como se hace con tanta frecuencia fuera del alcance del análisis? . Como es demasiado fácil y engañosa la adscripción de clase que opone emisor a receptor como lo dominante, ya que aun descompuesto en clases el "público", como ha escrito F. Colombo (43), si bien deja de ser una unidad falsamente homogénea, queda en la oscuridad toda la gama eficaz de relaciones diferentes con el código y el mensaje, Si el proceso es reducido a transmisión es difícil que lo ideológico escape a la batería de la "instrumentalización", de la subjetivación y el reflejo. Y qué difícil dialectizar entonces lo que artificialmente se había separado en causa/efecto. Técnica e ideología se juntarán, se arroparán, pero como exteriores la una a la otra, o funcionalistamente se hará emanar la una de la otra, es decir fatalmente.

Aquí también, paradójicamente, lo que se vuelve impensable es la producción que habita y atraviesa la "reproducción". Lo ideológico como producción y no mera, instrumental manifestación de unos intereses. No porque los intereses no existan sino porque lo que se trata de comprender es la intervención de clase sin moralizar e idealizar a los "sujetos colectivos", tanto los dominantes como los dominados, sin dotarlos kantianamente de una conciencia y una voluntad a las que responderían dócilmente las herramientas que la historia (estímulo) pondría en sus manos. O mirando desde el otro ángulo, comprender que no es la clase dominante la que ha engendrado al capital, sino que es el capital, un modo de producción, una forma histórica de trabajo y por tanto de las relaciones sociales, la que engendra la división en clases. No es la burguesía la que ha inventado el capitalismo, es el capitalismo como forma de existencia que

requiere tanto de la burguesía como el proletariado. Ese modo de producción del sentido, de una racionalidad que no viene a añadirse a posteriori, en su reproducción, si no que lo constituye en cuanto tal. Si lo mercantil no es algo que les pase a las cosas sino que es una forma de relación social, la forma—mercancía de las comunicaciones masivas no es algo que venga a añadirse desde fuera sino el modo en que ellas trabajan las condiciones mismas de producción del todo social. Si el valor de cambio no es algo exterior, posterior. añadido al producto sino la forma misma de su producción entonces “lo que pasa” en las comunicaciones masivas no es el simple reflejo funcional y fatal de lo que pasa en otra parte, porque esa otra parte, como instancia separada y todopoderosa es una entidad tan metafísica como la idea platónica. Lo mercantil es código no tema ni contenido “forma” en el sentido que le daba Marx en *El Capital*: “Si no se retiene sino el momento material, es decir el simple cambio de la mercancía por el oro, se deja escapar lo que había que ver, es decir lo que se produce con la forma. Es necesario considerar el proceso entero del lado de la forma, del cambio de forma que mediatiza el cambio material en la sociedad”

De lo que se trata entonces, al estudiar las comunicaciones, los procesos de producción y consumo de la significación, de la cultura, es de desmontar la lógica social que codifica, da sentido al proceso de producción global. Y resulta curioso, por no decir otra cosa, que en no pocos textos “marxistas” se insista en defender la palabra información, en su acepción instrumentalista, para denominar a los procesos de comunicación masiva. Y con la información es toda la mitología de la “objetividad” con la que se estrellan. Y frente a la cual la manida noción de “manipulación” no hace sino emborronar de psicologismo todo el problema. Pseudoconcepto el de manipulación que los funcionalistas también emplean en sus lamentaciones.

Sólo si la comunicación es pensada como el espacio de un trabajo social cuyas condiciones son ocultadas por ciertas operaciones de ese mismo trabajo, sólo entonces el mito estalla. Ya que entonces lo que queda al descubierto no son las “subjetividades”, las buenas o malas intenciones, las artimañas del emisor sino la racionalidad codificante de un sistema que se objetiva en formas, en estructuras y operaciones que con—forman cualquier mensaje. Y si las informaciones alienan no es porque engañen sino porque están trabajadas

por el mismo código desde el que se producen los misiles o los cosméticos. El "sujeto" no habita en la conciencia sino en ese inconsciente desde el que el código trabaja tanto las necesidades que el mercado impone como los deseos que puján por desbordar, por estallar los márgenes con que el cuerpo social claustra, controla, domestica, codifica la pulsión, la libido. La racionalidad es la misma.

Si la antropología puede aportar no poco a un replanteamiento del concepto de técnica, y el avance en la investigación de la comunicación pasa en gran parte por ahí, el psicoanálisis es fundamental para entender la problemática del sujeto. No cualquier psicoanálisis por supuesto, pero sí aquel que está empezando a articular las dos "economías": la política y la libidinal, o mejor dicho, aquel que hace la crítica de las dos sin separarlas. El que plantea el inconsciente a la vez como una puesta en escena y como un trabajo del deseo en el imaginario, imaginario que deja de ser sinónimo de irreal para ser entendido como lo real elaborado, transformado por lo simbólico y su amenaza de subversión constante. Es toda la problemática del mal llamado "receptor" la que queda replanteada a la luz de esa pregunta que Freud se hiciera de tantas maneras: qué en el dominado trabaja a favor, por su dominación?.. Poniendo en juego qué contradicciones la dominación es también actividad y no pasividad en el dominado, la dominación es "deseada"? . Sólo si la opresión es de alguna manera actividad del oprimido, si se desmonta la complicidad será posible romper con el verticalismo populista y comprender que la liberación es problema, del oprimido, que es en él que se encuentran las claves de su liberación. Y es entonces cuando el espesor y la opacidad de la comunicación revelan su verdad de "mediación" compleja y su articulación profunda con la dominación social más allá del moralismo y el psicologismo de los "intereses del amo y la "resignación del esclavo" Y más allá de cualquier teoría de los efectos cuyo determinismo simplista es incapaz de dar cuenta de la malla de relaciones por las que el Poder actúa, se realiza, no aparte, no por fuera sino a través de las relaciones sociales, económicas, políticas, culturales, sexuales. Los "aparatos" son su parte visible pero su espeso tejido enmalla también otras zonas menos manifiestas. Y es con esas y no sólo con las instituciones que las comunicaciones masivas tienen que ver.

2. La comunicación masiva como discurso del poder.

Las rupturas marcadas conducen a una propuesta básica: hacer pasar el estudio de la comunicación del espacio regido por el concepto de sistema o estructura al espacio que abre el concepto de práctica. Pero entendámonos. Porque este concepto ha sido idealizado y mecanizado en no pocas versiones de la famosa Tesis sobre Feuerbach, especialmente en la althusseriana que limpiándole de la contradicción encierra a cada una de las prácticas— económica, política, ideológica—en una homogeneidad monádica que torna sumamente difícil, por no decir imposible, articularlas, comprender las relaciones que las imbrican, la forma en que cada una penetra las otras. No es esa concepción de la práctica la que puede servirnos. Como tampoco la versión “militante” de los textos de Mao que convierte a la práctica en una especie de varita mágica para poner a prueba la “verdad” de cualquier acción.

Lo que intentamos plantear es que mientras la comunicación siga siendo pensada como algo superestructural no habrá manera de romper con el espacio de la estructura y el sistema y por tanto no será posible concebir su inserción multidimensional y plurideterminada en el modo de producción, ni mucho menos en una formación social concreta. Mientras que un concepto de práctica que entienda éste como el lugar de la contradicción sujeto—objeto, materia—sentido, y cuya tipología no viene dada por los productos sino por los trabajos, por las diferentes producciones, sí posibilita esa inserción.

Mediante ese concepto es posible plantear el trabajo de los Medios como un discurso sin confundir éste con el mensaje o sus estructuras de significación. Discurso como práctica discursiva, no como algo que está ahí y que después hay que ver cómo se lo relaciona con el modo de producción, sino como parte integrante, constitutiva de él. El problema de la comunicación deja de ser un problema de contenidos significativos ya que esa perspectiva en su reducción del discurso a relaciones de significación, de lengua, de estructura descarta su hacer, su movimiento, su trabajo y por tanto la inserción en él del proceso y del sujeto histórico y pulsional. Se hace necesario un replanteo de la perspectiva semiológica. Ella interesa en la medida en que, frente a una concepción de lo ideo-

lógico—reducción a representaciones, a ideas—la concepción saussuriana de la unidad significante—significado obliga a plantarse de alguna manera la “materialidad” significante de los procesos, y su concepto de “valor” rompía con la mecánica positivista introduciendo una nueva conceptualización de la relación. Además la homología, planteada a su manera por Saussure, entre forma—signo y forma—mercancía, y desarrollada después por Baudrillard se ha mostrado fecunda para desmontar la lógica de una sociedad en la que a través del consumo masivo el Poder extiende su dominio, su colonización y su control a razones y actividades de la vida que hasta ahora habían sido “libres”, “improductivas”, como el ocio, el placer, el deseo.

El problema del Poder y su transfusión por los Medios plantea hoy características especiales. Porque lo que tiene que ser legitimado hoy, además de la explotación económica, es la programación, la reglamentación de cualquier tipo de necesidad, acostumbrando a la gente a que entre el sujeto y su deseo haya siempre una mercancía que lo “valore” y domestique, es decir lo cuantifique, lo haga mercantilizable. Y la lógica última de los Medios es la que introduce el control en lo primario y básico: el deseo y la palabra. Como ha escrito Foucault, hoy sabemos más o menos quien explota, a— dónde va el beneficio, entre las manos de quién, pasa y dónde se reinvierte, pero “el poder dónde se ejerce, por medio de qué mecanismos de jerarquía, de control, de supervisión, de prohibiciones, de presiones. Nadie es propiamente su titular y sin embargo se ejerce siempre en cierta dirección, con unos de un lado y otros de otro. (. . .) Y es en el discurso que poder y saber vienen a articularse. El discurso vehicula y procede poder, lo refuerza pero también lo mina, lo expone, lo vuelve frágil y permite oponérsele” (44).

No se trata del discurso que pronuncia el Poder, ni de la semántica oficial de los políticos; hace tiempos que Veron puso en guardia contra la confusión de ideología con propaganda. Sino de ese otro discurso que trabaja cualquier materia significante visual o sonora. Su análisis consistía en detectar ya no unidas que combinadas den una estructura, sino operaciones en cuyo trabajo se realiza el control para así oponer lo que habla en el discurso contra lo que dice. Lo que en él habla, esto es las relaciones sociales, políticas económicas, libidinales desde las que habla. Para descubrir las contradicciones que laboran su materialidad pero no entre dos planos de lengua-

je como denotación/connotación, patente/latente, sino entre su máscara de producto acabado, homogéneo y la producción que lo alimenta y sostiene, Oponer lo que habla en el discurso contra lo que dice es descubrir lo que censura y niega, lo que impide nombrar pero contra lo que no tiene más remedio que actuar. La negación que opera se torna afirmación de lo negado, de este otro, de sus gritos que introducen el "ruido", que lo obligan a excederse, a perder el control y a recurrir a una retórica que lo expone y lo torna vulnerable. Por más que el discurso tiende a ocultar la opresión, lo que en él habla, los códigos desde los que habla acaban traicionándolo.

Nombraremos entonces discurso de los Medios al dispositivo de la mass—mediación en cuanto ritual operativo de producción y consumo, articulación de materias y sentidos, aparatos de base y puesta en escena, códigos de montaje, de percepción y reconocimiento. Ello exige la construcción de una teoría crítica de lo discursivo que nos lleve del espacio del signo al de las prácticas discursivas y ese desplazamiento marca los límites que tanto el materialismo histórico como el psicoanálisis plantean a los semiología y a su pretensión de erigirse en teoría unitaria de la significación, abriendo así el análisis a la pluralidad y diversidad de los discursos sociales.

SEGUNDA PARTE

elementos para una teoría crítica del discurso

Como si el discurso, lejos de ser ese elemento transparente o neutro en que la sexualidad se desarma y la política se pacifica fuese más bien uno de esos lugares en que se ejercen, de manera privilegiada, algunos de sus más terribles poderes. El discurso no es simplemente aquello que traduce las luchas o los sistemas de dominación, sino aquello por lo que y por medio de lo cual se lucha, aquel poder del que quiere uno adueñarse.

M. Foucault.

El escritor tiene que incendiar el lenguaje acabar con las formas coaguladas e ir todavía más allá, poner en duda la posibilidad de que este lenguaje esté todavía en contacto con lo que pretende mentar. No ya las palabras en sí, porque eso importa me-

nos, sino la estructura total de una lengua de un discurso.

J. Cortazar.

Como si hubiera elección entre un análisis por clases sociales y lucha de clases por un lado y un análisis por lenguajes y relatos por otro. La lucha de clases está entretrejada en y por los lenguajes, incluidos los lenguajes duros de la Warensprache, la lengua de las mercancías. La lucha de las narraciones “articula” la lucha de clases.

J.P. Faye.

Hubo un tiempo en que me preguntaba: dónde está el mal? , dónde empezó la infección, en la palabra o en la cosa? Hoy sueño un lenguaje de cuchillos y picos, de ácidos y llamas, Contra el Silencio y el bullicio inventa la palabra, libertad que se inventa y me inventa cada día.

O. Paz.

Una teoría del discurso. . ! No pocos pensarán, aún después de haber leído lo escrito al final de la parte anterior y los textos que preceden, que una vez más se trata de intentar explicar el acontecimiento por palabras, de reducir la comunicación a lenguaje. Pero lo cierto es que se trata de algo bien diferente. No se trata de reducir la historia a discurso sino de leer el discurso como acontecimiento , aproximamos al acontecimiento que es el discurso mismo. Porque sólo desde ahí es posible plantear, con un mínimo de rigor, histórico, el proceso de dominación que viene del monopolio de la palabra la gestación de esa “cultura del silencio” que ya Martí denunciaba en Nuestra América: “El indio mudo nos daba vueltas al rededor, Y se iba al monte, a la cumbre del monte, a bautizar a sus hijos. El negro, oteado, cantaba en la noche la música de su corazón, solo y desconocido, entre las olas y las fieras, El campesino, el creador, se revolvía, ciego de indignación, contra la ciudad desdeñosa, contra su

criatura". Es la misma "cultura" que Paulo Freire, en su Pedagogía del oprimido, articula explícitamente al discurso del Poder: "Poder de los señores de la tierra, de los gobernadores, de los capitanes, de virreyes. De esa manera vivimos nuestro período colonial presionados siempre. Casi siempre impedidos de crecer, impedidos de hablar. La única voz que se podía escuchar en el silencio a que se nos sometió era la del púlpito". Voz que venía casi siempre a reforzar la dominación y nos dejó un regusto por los dogmas y los catecismos, por la retórica del discurso hueco. . . que tan bien aprendieron los "políticos".

La misma cultura de la sumisión y el silencio, la misma opresión es la que, transformada, continúa moldeando la vida y dominando la existencia desde esos modernos "púlpitos" que son los Medios, desde esos nuevos procesos de "comunicación" en los que la palabra sigue estando de un lado y el silencio del otro, en los que mejor que nunca se ha logrado hacernos sentir como liberación lo que nos esclaviza. Es sobre ese discurso que continúa negando la historia, haciendo aceptable la impostura y saqueando los sueños, sobre el que trabaja el análisis que sigue. En el que si se habla de lingüística es para desmontar la lengua y el proceso, las operaciones de ese discurso, para que deje de ser algo extraño, mágico, algo que no sabemos de dónde viene o cómo actúa. Para que comprendamos que si nos moldea y nos oprime es desde dentro, desde la complicidad que mantiene con él nuestro imaginario: esa tupida red de mitos antiguos y modernos de la que estamos hechos, esa trama de "imágenes" desde la que trabajamos y deseamos. Ella, la materia prima con que el Poder fabrica su discurso. Pero ella puede ser también, ya ha comenzado a serlo, la materia prima de otro discurso: el que libera la historia desde el imaginario, el que no se contenta con "criticar" los mitos y romper las imágenes sino que asume lo fantástico como rechazo, y oposición, como escisión de lo "real", y nos reintegra, a través de lo fantástico, lo que es negado por la "realidad".

I. EL ESPACIO DEL SIGNO

"El primero fue Calvino. Calvino descubrió el valor de la riqueza como signo: ser rico no servía sólo para vivir mejor sino que era también signo de predestinación divina. Luego fue

Veblen quien descubrió el valor del consumo como signo: el consumo servía no sólo para la satisfacción de necesidades biológicas sino también para la ostentación del propio poder adquisitivo. Hoy hemos llegado más lejos, hemos descubierto masivamente el sabor de los signos mismos inaugurando así una nueva práctica: el consumo de signos”.

X. Rubert de Ventos.

Los modos de significar también tienen historia, pertenecen y son constitutivos de los diferentes modos de producción. No es posible una tipología de las culturas que no tenga en cuenta, como ha señalado Lotman (45), los diferentes modos históricos de la significación, las diversas maneras como los signos trabajan el espacio y el tiempo, los ritmos y las formas, la opacidad, la inteligibilidad y la transformación de “lo real”. Los modos de significar están directamente articulados a esas topologías discursivas de los problemas y los aberes que Foucault ha llamado epistemes (46), pero no se agotan en ellas, son también ideologemas (47), ese subsuelo en el que los enunciados se entretajan a la materialidad histórica. Los signos no habitan un mundo diferente al nuestro. Y en su estudio no se trata por tanto de “bajarlos” del cielo de las ideas a la tierra de las cosas, sino que penetrar su materialidad, esto es su inmanencia a la historia.

1. Del símbolo al signo.

Al modo de producción mercantil corresponde un modo de significar cuyo “inicio” los historiadores sitúan en los alrededores del siglo XV. Una nueva socialidad comienza a gestarse en Occidente configurada por un ordenamiento diferente del trabajo y del poder. Nueva, diferente por relación a otra que termina, con la que rompe. Pero teniendo en cuenta que esas expresiones, -comenzar, terminar no son más que figuras del análisis y que no corresponden a momentos sino más bien a movimientos no homogéneos, a corrimientos de la tierra histórica cuya dinámica, cuyo ritmo escapa a los esquemas. Sólo un positivismo a ultranza puede creer en “rupturas” tales que lo que se halla después de la ruptura no guarde la menor huella de lo que precedió. Y menos en el terreno del significar. Y sin embargo los quiebres, las rupturas existen, son partes del conflicto.

to en que se hace la historia, y pensarla sin ellas es negarla, sumergirla en la fatal evolución de lo natural.

Lo que “terminaría” en el siglo XV es el modo y el modelo simbólico de significar configurado por una práctica social cosmogónica en la que cada elemento reenvía a una trascendencia universal e irrepresentable a través de conexiones unívocas que separan en dos espacios absolutos el elemento que simboliza de lo simbolizado (48). El mundo entero es signo, huella, marca. Las cosas todas se parecen entre sí porque en últimas lo que las hace ser, lo que las constituye en la existencia visible es la marca del ser trascendente, invisible. Para que lo invisible hable es necesario este tejido inmenso de visibles que es el mundo. Cada cosa es una signatura, una firma del creador. Con esa “red de marcas” (49) el lenguaje entretiene relaciones secretas ya que el verdadero lenguaje es la escritura que conforma el mundo. Y el otro, el de las palabras, es también un tejido de símbolos a descifrar, a medio camino entre las cosas y los grandes enigmas. Herido por la culpa de los hombres-Babel-el lenguaje perdió la transparencia que tuvo en el origen y se cargó de opacidad, se hizo secreto, ambiguo. Ya no puede decir directamente lo que nombra, ya no “designa” claramente al mundo. Pero vive de él y desde él habla, analógicamente. Las lenguas son su imagen y su significar es su capacidad de decir la arquitectura “material”, la red de marcas que compone el mundo. De ahí que la escritura sea más “verdadera” que las palabras, porque está más cercana a la escritura que son las cosas mismas. Hay un materialismo particular, propio de la visión simbólica que la etnología reciente ha venido a aclarar al descubrir la dependencia que el lenguaje oral mantuvo durante largo tiempo con el lenguaje gráfico (50). La grafía, la letra, lo grabado tiene más “peso” que los sonidos, mantiene con el tiempo una relación no sólo más “durable”, sino fundante. En el mundo del símbolo la verdad de la palabra está en el libro.

El pensamiento mítico que se mueve en la órbita del símbolo vive en los libros y relatos sagrados pero también en la epopeya, en las canciones de gesta, en los cuentos populares. En ello lo simbólico trabaja recortando lo real en grandes trozos, en grandes unidades, en bloques de valor y de verdad. Son los “universales” como la Virtud o la Traición, el Bien y el Mal, la Nobleza, el Héroe etc. cuya lógica es la de la dicotomía pura y simple sino más bien la necesidad de escapar a la paradoja, la antiparadoja. El mal y el bien se oponen

como el cielo y la tierra, lo crudo y lo cocido pero la lógica del discurso simbólico es la búsqueda de la anulación de las oposiciones. El discurso simbólico da cuenta a su manera de la contradicción, negándola. Y la forma como la niega es multiplicándola, dispersándola en una red espesa de mediaciones que la adelgazan hasta neutralizarla (51). Porque el discurso simbólico no representa, actúa. Mediación él mismo entre el orden de lo visible y el orden de lo invisible, trabaja estableciendo puentes, acortando distancias, produciendo mediaciones. En el mundo del símbolo el lenguaje es tan mundo que es imposible saber dónde termina el uno y empieza el otro.

La “ruptura.” que el modo mercantil de producción implanta en el trabajo de los hombres, en sus relaciones, va a llegar hasta ahí, hasta las materialidades y las formas del significar: ruptura entre los signos y las cosas, el lenguaje y el mundo, el ojo y el espacio, el gesto y su escenario (52). Y separado, el signo va a iniciar la “conquista” de su autonomía, de su objetividad, al inscribirse en ese espacio nuevo que inicia su trayecto histórico: el del conocer objetivo. Des—simbolizadas, des—sacralizadas las palabras, las cosas, los hombres inician el proceso de su objetivación, su inserción en la racionalidad de la re—presentación, de la abstracción mercantil. El lenguaje va a tener en adelante otra tarea: representar al pensamiento. La representación objetiva, el nuevo saber de la mathesis y las ciencias es el nuevo horizonte del lenguaje: un nuevo tipo de discurso, un nuevo modo de significar.

En 1660 la Gramática general y razonada de Port—Royal va a dar cuenta de la transformación operada en el orden del lenguaje, su funcionalización al orden del pensar. Lo que deviene objeto del análisis es la organización del discurso en cuanto reflejo, expresión, representación de la organización del pensamiento. A la substancia corresponde el nombre, al accidente el atributo y al movimiento el verbo. La clave es el verbo porque es el que “forma” la proposición, la tela de fondo en que se inscriben las figuras (los nombres) y los colores (los adjetivos). “La gramática es el arte de hablar” así comienza el texto de Arnault y Lancelot, y “hablar es explicar los pensamientos por signos que los hombres han inventado para ello”, y unas páginas más adelante escriben” lo que hace la más grande ventaja del hombre sobre los animales es el uso que de él (del discurso) hacemos para significar nuestros pensamientos” (53). Como a-

firma Foucault, en su introducción a la Gramática, lo que se inicia con ella no es la lingüística, ya que la generalidad a la que la Gramática accede no es la de la lengua en general sino de las “razones” que operan en cualquier lengua. De ahí que la teoría del signo que sustenta la Gramática se halle explícita en otra parte, en la Lógica: “el signo encierra dos ideas, una de la cosa representada y su naturaleza consiste en excitar la segunda por medio de la primera”. La relación de la idea con el signo es un desdoblamiento de la relación de la idea con el objeto. Es el objeto representado en el pensamiento el que es representado por el signo ha tenido que alojarse en el mundo de la razón, de una razón histórica, de una racionalidad que va a “marcarlo” intrínsecamente como nos va a mostrar su desarrollo. Y si la Gramática de Port—Royal no es el comienzo de la lingüística sí lo es de nuevo modo tanto de concebir el signo como del estatuto social del concebir, del pensar, del análisis.

Hacia finales del siglo XVIII la economía mercantil, el proceso de producción de mercancías, ha realizado su primera etapa. Y lo que en ese proceso va a cambiar es el estatuto mismo de la representación, del valor: de las riquezas y de los lenguajes. El análisis es comparación, búsqueda de equivalencias, búsqueda de lo que—constante—mide, valora el cambio, el intercambio de los objetos. La medida saldrá de otra “compración”: la del trabajo como actividad productiva con el trabajo como mercancía, esto es comprable—vendible. De esa manera la actividad de los hombres y el valor de las cosas comunican a través de un lenguaje nuevo, el de las mercancías, que va a rearticular el orden de todos los demás lenguajes, el orden todo de significar. Si las palabras siguen representando, la significación en cuanto tal se ha desplazado de ellas a sus relaciones, al sistema de cambios que es la lengua. El universo del lenguaje se espesa replegándose sobre sí mismo, cargándose de una complejidad nueva. Lingüística comparativa, lingüística histórica, neogramática van a desglosar esa tupida red que es el sistema de las combinaciones sonoras, de las flexiones, de las desinencias etc. Por primera vez la materia sonora del lenguaje va a convertirse en lo “objetivo”, en el objeto de estudio, hasta el punto de convertir la Fonética en la ciencia del lenguaje. Al extremo opuesto del modo simbólico la significación va a residir en lo sonoro, lo cambiante y no en una escritura que la fija y reseca. La matriz del lenguaje se desplaza del pensar al vivir, de la naturaleza y la razón a la voluntad y el sentir, de organismo—

según el modelo biológico—a institución—según el modelo de la historia—, de la necesidad, esto es regido por las leyes de lo natural, al arbitrario, regido por las leyes del “contrato social”.

A través de esos desplazamientos lo que el lenguaje adquiere es una objetividad propia. Esa que va a terminar por rescatar y tematizar Saussure contra el acoso permanente de lo simbólico que se esconde y revive en la palabra. El lenguaje es la lengua, ni evocación, ni representación, sino puro valor: un sistema de signos, una forma. La edad de lo simbólico está cerrada, entramos en la edad de lo formal. Mientras al análisis simbólico estaba dominado por el proceso del sentido, por su riqueza, su exuberancia, por la opacidad y el enigma, que le hacían aparecer y desaparecer según un ritmo oscuro, inapresable, el nuevo análisis descubre otra lógica: la de la claridad matemática. A la ambivalencia y la ambigüedad del reconocimiento se opondrá la equivalencia de las formas y los valores: *reconocimiento se opondrá la equivalencia de las formas y los valores: “El sentido ya no es lo dado y cuyo lenguaje oscuro es necesario comprender, es por el contrario lo que se da a la estructura para construir un modelo; el análisis estructural se sitúa sobre el sentido, lo domina, lo construye y lo da” (54).*

2. La racionalidad estructural

Lo que viene a plasmarse y tomar cuerpo en el Curso de lingüística general de F. de Saussure es todo el largo proceso de gestación de la moderna economía del signo. Y digamos de entrada que el “estructuralismo” tiene bastante menos que ver con él que con las leyes del mercado que regulan las modas. Aunque sean sus temas o sus ideas lo que la moda cite, divulgue, manosee. Pues como en otros casos lo que la moda ha hecho es convertir en un montón de clichés, de estereotipos y de frases hechas lo que en el Curso es todo lo contrario: búsqueda y problemas. Pero la moda está pasando y quizá se comienza a comprender un poco mejor el alcance del Curso. De lo que cada día hay menos duda es de que lo planteado en el Curso no se agota en la problemática “lingüística”. Prueba de ello es que su incidencia teórica ha sido tanto o más grande fuera de la lingüística que en la lingüística misma. Y prueba de ello también el hecho de que sus críticos son en no pocos casos gentes que nada tienen que ver con la lingüística. En todo caso lo que me propongo no es hacer una introducción a la lingüística de Saussure—ya sufi-

cientes—sino intentar asir la racionalidad que sustenta su proyecto semiológico.

Plasmación de un proceso, el Curso no es sin embargo el simple resultado de una evolución. Por el contrario, desde el punto de vista lingüístico, Saussure opera una brusca ruptura. De forma que lo que en sus trabajos va a venir a explicitarse es mucho más la concepción que corresponde a los nuevos modos y procesos del significar que la tradición lingüística que le precede. Precisamente el problema de la significación había sido el gran ausente de la reflexión filológica del siglo XIX. Y es una transformación en profundidad de todo el andamiaje filológico y una crítica radical de los presupuestos empiristas de la Fonética, lo que va a conducir a Saussure a inscribir el problema de la significación en el centro de su concepción del lenguaje. Para ello Saussure se da tres ejes, tres “principios” a los que será fiel por encima de las contradicciones que van a plantearle y de las que en más de un momento percibirá el alcance. Pero era el costo de la ruptura y de la “objetividad” que persigue.

Un principio epistemológico: “Otras ciencias operan sobre objetos dados de antemano y que uno puede considerar después desde diferentes puntos de vista; en nuestro dominio nada parecido (. . .) Lejos de que el objeto preceda al punto de vista, diríase que es el punto de vista el que crea el objeto” (55). Es la posibilidad misma de la lingüística en cuanto ciencia lo que ahí se enuncia. Sin conceptos, la lingüística se ha venido extraviando en una descripción de hechos, de datos, de elementos aislados. Frente al empirismo que domina el estudio del lenguaje, Saussure plantea que la objetividad no está en los hechos, que ella no es, no puede ser el punto de partida, sino por el contrario el resultado de un proceso, de unas operaciones. La objetividad no es lo dado sino lo construido. El concepto que va a orientar toda la reflexión está presente ya en el desplazamiento epistemológico que funda la lingüística Saussuriana: el concepto de relación por oposición a la noción positivista de “hecho lingüístico”.

Un segundo principio, metodológico o de pertinencia, conducente a desbrozar el campo, ya que “tomado como un todo el lenguaje es multiforme y heteróclito” a caballo sobre el dominio de lo físico, de lo fisiológico, de lo psíquico, de lo individual y lo social resultando así objeto de un montón de ciencias menos de aquella

que lo haga su objeto. Ese principio va a guiar la escogencia del punto de vista dotando al objeto de homogeneidad: el lenguaje como instrumento de comunicación. La problemática de la comunicación no es tanto un "tema" del Curso ni simplemente el espacio desde el que el Curso ha sido leído por Jakobson o Martinet, sino un eje sobre el que gira y se desarrolla el esfuerzo por rescatar la "especificidad" del lenguaje. La comunicación no es una función entre otras del lenguaje sino lo que hace que el lenguaje sea lenguaje y no otra cosa. Es desde ese primer punto de vista que se hace posible el concepto de "lengua" y que la lingüística saussuriana rompe con lo que de representación subyacía a la lingüística comparativa del siglo XIX. La matriz del lenguaje no es el mundo ni el pensamiento sino la socialidad que religa a los hombres a través del intercambio de palabras. Lejos entonces de que el lenguaje se halle supeditado al pensamiento, es el pensamiento el que sin el lenguaje es una "cosa amorfa", una "nebulosa". La eficacia teórica de ese punto de vista, que se va a convertir después en uno de los puntos cruciales de la crítica, estriba sin duda en la certeza con que Saussure ha visto que mientras el lenguaje estuviera referido a y definido por el pensamiento era imposible hacer de él el objeto de una ciencia. Como afirma Ducrot: "La autonomía de la lengua, que tuvo que ser conquistada paso a paso en una lingüística de la representación, resulta dada de una vez en una lingüística de la comunicación" (56). La que fundándose en Saussure y articulándola a la moderna teoría de la información va a construir explícitamente Jakobson al homologar los conceptos de lengua y habla a los de código y mensaje y el circuito del habla a la transmisión de información. La teoría matemática de la información aparece entonces como "la buena escuela para la lingüística actual" y la funcionalización del lenguaje encuentra así su espacio de despliegue moderno: El de la lógica que rige las funciones correspondientes a los factores en que es desglosado el circuito de comunicación (57). Al destinatario o emisor "corresponde" la función expresiva o emotiva, al destinatario o receptor la función conativa, al código la función metalingüística, al contacto o medio la función fática, al contexto o referente la función referencial y al mensaje la función poética. La transmisión de información, convertida en principio de pertinencia para el análisis, proporcionará tanto a la escuela de Praga como a Martinet las claves para el desarrollo de la fonología y abrirá el camino para una "nueva" concepción instrumental del lenguaje.

El tercer principio que se da Saussure es a la vez epistemológico y metodológico: el principio de inmanencia o de cierre, según el cual “la lengua no se explica sino por ella misma”. Un doble movimiento se realiza en esa operación: Por una parte el concepto de lengua proporciona el punto de vista que permite descartar, poner entre paréntesis todo lo que en el lenguaje es del orden del “hecho” de lo empírico, de la actividad cambiante y pasajera. De otra parte la lengua instituye una demarcación, dota de estatuto “objetivo” a lo que de social hay en el lenguaje. Más adelante indagaremos la concepción de lo social que subyace al Curso, pero nos parece importante señalar que ese segundo movimiento inscribe lo social no como un simple “aspecto” del lenguaje sino como un principio de objetivación.

Y qué es la lengua? “Un sistema de signos y por ello comparable a la escritura, al alfabeto de los sordomudos, a los ritos simbólicos, a las formas de cortesía, a las señales militares etc” (58). Y en las Fuentes Manuscritas se añade: “todas las formas, todos los ritos, todas las costumbres tienen carácter semiológico” (59). No sólo la definición “positiva” de lengua proviene de su inscripción en lo semiológico sino que lo que hace de la lengua un sistema no puede ser aclarado más que a partir de la definición de signo. Si la racionalidad estructural explica la significación por el sistema, éste se despliega a partir de un modelo, el del signo. Es en el estudio de la “naturaleza del signo” que la vieja racionalidad representativa, la que reducía el lenguaje a “nomenclatura”, estalla. El signo no es el nombre que designa la cosa ni la palabra que traduce o expresa la idea. No es ninguna substancia a rescatar entre las otras — la referencia, como la representación son contradictorias al principio de inmanencia—sino una “forma”, la relación entre una imagen acústica, y un concepto, entre un significante y un significado. Relación que funda la significación. No la juntura, la suma de pensamiento más sonido, de la que no podría resultar sino una tercera substancia—y por más que la configuración del signo en los estoicos se le parezca, la diferencia con la concepción saussuriana está precisamente ahí— sino una “entidad relativa”, diferencial. “La lingüística trabaja sobre un terreno limítrofe en el que los elementos de dos órdenes se combinan, esa combinación produce una forma no una substancia” (60).

El arbitrario, la convencionalidad que instituye al signo regulan-

do la relación significante—significado, inscribe la no naturaleza, la no necesidad natural, la socialidad como fundamento de la significación. Con la afirmación de que el signo es arbitrario lo planteado es el carácter radicalmente social de la lengua y la posibilidad de pensar los “cambios” que en ella suceden como provenientes de lo histórico—social. Ya que lo que hace histórico una lengua no es su evolución sino el hecho de que las relaciones que la constituyen sean de carácter contingente, histórico. Resulta incomprensible que este aspecto del “arbitrario” haya sido olvidado por muchos “marxistas” que lo critican, pues, más allá de las contradicciones en que se mueve la concepción saussuriana de lo social, “el arbitrario es la modalidad por la que lo que en el hombre es herencia biológica reencuentra la contingencia histórica. Es la forma bajo la cual naturaleza se hace historia”(61). El término que Saussure se ha visto obligado a deshechar explícitamente es precisamente el de “símbolo” no sólo porque no compagine con el principio de inmanencia y la plena formalización sino porque en él “hay un rudimento de ligamen natural entre significante y significado”. Pero si el signo es arbitrario no es en relación a los sujetos que hablan, que utilizan la lengua, sino en cuanto a la relación que la instituye. La crítica de Benveniste (62) según la cual lo arbitrario no es la relación del significante al significado sino del signo a la cosa, y de la que se han servido no pocos para tachar de idealista a Saussure había sido ya respondida por éste. La relación significante—significado es arbitraria desde la lengua no desde el habla. Para los hablantes de una lengua esa relación es “necesaria”, el significado no existe más que en su significante, de la misma forma que para los hablantes la lengua no está hecha de relaciones, de diferencias, de oposiciones sino de “palabras”, de entidades positivas.

La significación es una relación y la lengua un sistema de relaciones, de valores. Es el concepto de valor el que funda el de forma, y el que explicita la nueva racionalidad desde la que es pensado el lenguaje, la significación. Así como la relación significante—significado constituye al signo, así la relación entre los signos constituye la lengua. Esta segunda relación es el valor que regula la economía de la lengua, y no en sentido figurado. Para explicar el concepto de valor Saussure acude a la economía que conoce: “ Dos factores son necesarios para la existencia de un valor. Así para determinar lo que vale una pieza de cinco francos hay que saber: 1. que se la

puede intercambiar por una cantidad determinada de una cosa diferente por ejemplo pan; 2. que se la puede comparar con un valor similar del mismo sistema, por ejemplo una pieza de un franco o con una pieza de otro sistema (un dólar etc). De la misma manera una palabra” puede ser comparada con otra cosa de su misma naturaleza, otra palabra” (63). El valor de una palabra no proviene pues de su “intercambio” por un concepto sino de su intercambio con todas las demás palabras de una lengua. Ahora podemos entender mejor eso de que la lengua es un sistema, ello quiere decir que en la lengua no hay sino diferencias, que de lo que está hecha es de “puros valores” Y los valores, las diferencias opositivas que entrelazan unos signos a otros, se ligan al arbitrario en cuanto la convencionalidad no puede ser instituída mas que por lo social: “el arbitrario del signo nos hace comprender mejor por qué sólo el hecho social puede crear un sistema lingüístico, la colectividad es necesaria para establecer los valores” (64). En la lengua nada es natural, ningún valor de uso, ninguna substancialidad. Sólo diferencias y oposiciones de sonido y sentido, ya sea en el plano del “sintagma”, de los signos que concurren en la frase, o del “paradigma”, de la relación de esos con todos los otros a los que pueden ser asociados en una lengua. Lo cual quiere decir que es del sistema que hay que partir y entonces es el valor el que determina la significación.

Hay una frase en el Curso que explicita, de la manera más clara, la fusión del modelo del signo con la racionalidad estructural y de ambas con el subsuelo histórico del que extraen su “forma” la forma—mercancía. Es a propósito de la necesidad que padece la ciencia económica de dividir el estudio de su objeto en dos disciplinas, una diacrónica, la historia económica y otra sincrónica, la economía política: “Es una necesidad igual la que nos obliga a escindir la lingüística en dos partes cada una con su propio principio. Es que aquí como en economía política se está frente a la noción de valor; en las dos ciencias se trata de un sistema de equivalencias entre cosas de órdenes diferentes: en la una un trabajo y un salario, en la otra un significado y un significante” (65). El proyecto semiológico, el “estudio de la vida de los signos en el seno de la vida social” es concebido por Saussure como una economía política del Signo, aleriendo así el camino tanto al desarrollo de esa economía como a su crítica. Es desde esa perspectiva que el Curso desborda la lingüística y revela su verdadero interés al posibilitar una conciencia crítica del lugar estratégico que ocupa en nuestra sociedad la problemati-

ca de la significación y señalando la emergencia de un nuevo modo de significar y la racionalidad que lo sustenta. Para el que lo lee desde esa perspectiva el Curso habla tanto a tra- ra las numerosas “dicotomías” que lo pueblan—lengua/habla, sin- cronía/diacronía, forma/substancia etc.— se cargan con la dinámi- ca de la contradicción ya no sólo teórica sino histórica. Y hasta el impase de una lingüística que para realizarse necesita de una se- miología que aún no existe pero a la que paradójicamente prepa- ra, se vuelve revelador de otra situación en la que está implicada: la de una crítica de las ideologías que precedió a su teoría y que apenas hoy comienza a realizarse, no por casualidad, a través de una teoría de la producción discursiva del sentido que es a su vez una crítica de la economía política del signo.

Esta teoría le deberá a Saussure algunos elementos básicos que es necesario rescatar al mismo tiempo que algunos de los impases más importantes a superar.

En primer lugar el concepto de sistema—de estructura, como tra- ducirán los lingüistas de la escuela de Praga y Copenhague pondrá de manifiesto la complejidad de relaciones que constituyen al lengua- je en cuanto objetivación de una cierta dimensión de lo real. El rescate de la “autonomía” del lenguaje, más allá del peligro de idealis- mo y de reificación, plantea un verdadero avance de cara a la supe- ración de una explicación mecanicista de los procesos sociales y abre el camino a una comprensión más justa de la forma como el lengua- je se inserta en la dinámica social. Ya no será tan fácil reducirlo a mero reflejo de mecanismos que se sitúan en otro lugar y será neces- ario prestar atención a las operaciones que lo conforman, a la espe- cificidad del campo de lo social que él despliega. Los trabajos de los formalistas rusos plantearán de una manera explícita la eficacia teó- rica y práctica de la nueva manera de abordar la problemática del lenguaje. Los riesgos forman parte de cualquier trabajo que abre bre- cha y explora nuevas posibilidades de comprensión y construcción de lo real.

En segundo lugar el concepto de sistema en Saussure no es tan estático como sus divulgadores y críticos han querido presentarlo. Con las relaciones sintagmáticas y paradigmáticas lo que se pone de relieve son los dos mecanismos fundamentales que trabajan en

la lengua, los de selección y combinación. Jakobson ha dado cuenta de la fecundidad de esos conceptos y a partir de sus investigaciones sobre las afasias (66) extenderá al campo del discurso la problemática de esas operaciones religando la selección a la metáfora y la combinación a la metonimia. Extensión al campo de lo literario, de lo pictórico, de lo fílmico de conceptos lingüísticos que dará lugar a una Poética (67), que replantea radicalmente la comprensión de lo estético.

En tercer lugar la concepción saussuriana del signo al poner el acento en la unión del significante y el significado ha roto definitivamente con la metafísica de los contenidos. Y si ello ha podido dar pie a una metafísica del significante, no es menos cierto que lo que en el Curso ha sido planteado es la materialidad del sentido. La significación no es algo que preexista y se encarne después en las diferentes materias. Toda la tradición hermenéutica, como lo ha reconocido P. Ricoeur (68) ha quedado replanteada. Ya no hay acceso a un texto primitivo de significados atemporales a los que había que llegar despojando a los signos de su magma material. Ese texto no existe, no es más que una ilusión del idealismo. La "forma" ha dejado de ser el oponenete para convertirse en componente de la materialidad misma del sentido.

El "negativo" de la teoría saussuriana es múltiple pero puede condensarse en un punto crucial: la tendencia a la ontologización y reificación de la estructura. La objetividad que rescata a la "lengua" se produce mediante una reducción del lenguaje a objeto, no sólo a objeto de conocimiento sino a objeto entre los objetos, es decir descartando todo aquello que en el lenguaje no se deja "formalizar", todo lo que proviene del "sujeto". La formalización persigue una transparencia, una claridad que exige poner de lado cuanto venga a empañarla. La estructura se despliega en el espacio de las relaciones lógicas y la "lógica" del discurso científico es— en términos de esa primera semiología—una lucha incesante contra la connotación. Como si el lenguaje fuera reducible a pura, incontaminada, en últimas a—histórica denotación. Dónde está la matriz de ese proyecto científico para el que lo social es reducible a objeto—cosa? En el positivismo. Desde Comté el positivismo se presenta como el discurso que, asumiendo las nuevas condiciones de la sociedad industrial, es capaz de formular las reglas de constitución de lo social

en objeto de conocimiento. Esas reglas propenden a una homogenización de lo real mediante una homogenización de la forma de aproximación, esto es del método. La ciencia es sólo una. El resto es teología o filosofía, ideología. Para Comte, como para Saussure, se trataba de encontrar el punto de vista que pusiera "orden" en el caos de lo social. El intercambio generalizado de las mercancías, la división del trabajo, la especialización muestran cómo el proceso social mismo tiende a producir un orden. Y es de ese orden del que debe dar cuenta la ciencia captando las leyes que rigen el proceso. El único proceso real, el que hace de lo social la coronación del proceso de la naturaleza. Para el positivismo no hay sino una manera de "fundar" el orden de lo social: integrándolo al orden de lo natural, naturalizándolo. Durkheim iniciará la realización de ese proyecto. Y ya que la integración de lo social a la naturaleza es imposible a nivel de los contenidos" se hará a nivel del método: tratar los hechos sociales como "cosas", descubrir en lo social lo que tiene de exterior, de coacción sobre las conductas individuales: "Los hechos sociales son cosas. Nuestra regla no implica ninguna concepción metafísica, ninguna especulación sobre el fondo de los seres. Lo que ella exige es que el sociólogo se ponga en el estado de ánimo en el que se colocan los físicos, los químicos, los fisiólogos cuando se adentran en una región, aun inexplorada, de su dominio científico" (69) El rescate de la objetividad de lo social es a ese precio. No importa si para ello el método debe ser ontologizado convirtiendo a las reglas en propiedades del objeto. Durkheim no cree en la ontología.

Es el problema que afronta Saussure a propósito de la objetividad—autonomía del lenguaje y que soluciona con la introducción del arbitrario en la naturaleza misma del signo. Decir arbitrario es decir inmotivado, no necesario, pero regulado, Una doble ruptura exige pues la autonomía del objeto: ninguna relación "natural" entre significante y significado, pero ninguna decisión individual tampoco. El gesto positivista ha sido claramente desmontado por E. Veron: "arrancado de lo natural por el arbitrario es devuelto a él por el involuntario (. . .) Extraño contrato, el que materializa la lengua: enteramente independiente de la voluntad de los individuos cuyo comportamiento compromete y desprovisto de todo fundamento racional" (70). Paradoja por otra parte de una lengua cuya naturaleza resulta siendo "puramente psíquica", ya que tanto la imagen acústica como el concepto, los dos términos implicados en el signo lingüístico son ambos psíquicos (71). Y el gesto positivista

culmina así su círculo: arrancar el lenguaje a lo natural convirtiendo lo social en psíquico, en mental, la “conciencia colectiva”. Se hace entonces comprensible por qué Saussure inscribe la semiología al interior de la psicología de, “la psicología social y por consiguiente de la psicología general” (72).

Todo el esfuerzo por arrancar el lenguaje al pensamiento resulta en esa paradoja. Que hay que entender. Porque lo psíquico de que habla Saussure hay que ubicarlo más que en la psicología que hacen los psicólogos en la lógica que descubren los sociólogos regulando la conciencia colectiva. Una psicología “puramente formal” como la que ya exigía Durkheim, una lengua sin nada de substancia, “pura forma” como propone Saussure.

La “objetividad tiene ciertamente su precio. El que cobra eso que Veron ha llamado “la máquina positivista”, una extraña máquina que acaba digiriendo en gran parte lo que de antipositivista hay en Saussure. Merced a la complejidad entre el signo y la estructura—tanto en el plano del saber como del ser—, lo social, cosificado, no encontraría su inteligibilidad más que en el logicismo. La racionalidad estructural está presa de él y a su través de la lógica que regula el “orden” de lo social. Pero exponiéndolo al mismo tiempo, tornándolo vulnerable, narrando la aventura de esas dicotomías que se le resisten, de esas paradojas que son a su manera de huella del conflicto, de las contradicciones que horadan y perforan, desde la historia, la coherencia de la estructura.

3. La “vida social” del signo

El proyecto semiológico de Saussure tardó bastantes años en encontrar su “obrero”, pero al fin lo encontró: alguien que al “realizarlo” le ha hecho una de las críticas más hondas, Si los trabajos de R. Barthes “continúan” el trabajo saussuriano es en ellos que se opera también una ruptura de base: la que desmonta la complicidad entre el signo y la estructura introduciendo el espesor y la heterogeneidad de lo social allí donde reinaba la tranquila claridad del valor. No sin una gran carga de ironía—“esa cuestión que el lenguaje le plantea al lenguaje”— y a través de la cual lo puesto en crisis es precisamente la seriedad de la ciencia.

El primer movimiento que realiza Barthes contiene ya en germen todo el alcance de la contradicción a trabajar y de la subversión que hay que llevar a cabo: “Es necesario admitir desde ahora la posibilidad de invertir algún día la proposición de Saussure. La lingüística no es una parte, ni siquiera privilegiada, de la ciencia general de los signos, es la semiología la que es una parte de la lingüística (. . .) De este modo la semiología está quizás destinada a absorberse en una translingüística” (73). Paradójica inversión cuyo por qué es enunciado así: “Es una sociedad como la nuestra, en la que mitos y ritos han tomado la forma de una razón, es decir en definitiva de una palabra el lenguaje humano no es solamente el modelo del sentido sino también su fundamento” (74). En lugar de buscarle su sitio, su autonomía a la semio-lingüística, Barthes por el contrario, la lanza, la dispersa a lo largo y lo ancho de lo social entero. Y en esa dispersión-anticientífica: la lengua se va a ver contaminada y cargada con el peso de la historia, del poder y el deseo: todo lo que no cabía en la estructura y lo que excede al signo, todo lo irreductible a la denotación y a la “comunicación”. Porque en el mismo gesto con que Barthes hace estallar la “lengua” –extrapolándola– lo que hace es sacarla del circuito del habla e introducirla en el universo plural y el trabajo de las escrituras. Y frente a todos los que en nombre de la ciencia y de la lógica, como Buissens o Mounin (75), exigen mantener clara la barrera entre el mundo de la comunicación y el de la significación, Barthes opta por “confundirlos”. Pero no para reducir el lenguaje a comunicación—transmisión sino para destapar lo que allí se encubre. Pocos vieron tan pronto la trampa que la teoría de la información representaba para la investigación semiológica y el riesgo que significaba mantener el lenguaje confinado al esquema de la comunicación. En lugar de pensar la significación, los lenguajes, las escrituras desde la comunicación, lo que Barthes propone es también la inversión: pensar toda esa masa de comunicaciones, de lenguajes, de mitos y de ritos desde la prensa a la publicidad, la novela a lamoda desde la significación. Claro que ese gesto estaba preparado y exigido por una reflexión sobre el lenguaje de un talante bastante diferente al del lingüista. El grado cero de la escritura, su primer libro, había iniciado el proceso de profanación de la literatura sembrando la sospecha sobre cualquier pureza del lenguaje. Allí podía leerse que el lenguaje no es jamás inocente y que toda escritura impone siempre “un más allá del lenguaje que es a la vez la Historia y el partido que se toma”, historia “que trabaja claramente allí donde se la rechaza” (76).

A Barthes se le acusará de muchas cosas, de no saber lingüística, de irrespetar las fronteras establecidas entre las disciplinas, de confundir los medios y los sistemas de comunicación, de haber hecho de la semiología una “sintomatología del sistema burgués” o un psicoanálisis sociológico, en últimas—y ese es el pecado que los científicos no pueden perdonar—de haber introducido la sospecha política en la buena conciencia del lenguaje y la comunicación.

Otra lengua, otro signo.

“Cómo llamar a esa lingüística verdadera que es la lingüística de la connotación?”.

R. Barthes

A primera vista parecería que Barthes hace trampa. Extrapolar es siempre peligroso, y las consecuencias que la extrapolación de los conceptos y las categorías de la lingüística ha tenido en general han sido más negativas que otra cosa. La euforia del “todo es lenguaje” se convirtió bien pronto en una moda, en una fuente de malentendidos, de recetas fáciles, en un “imperialismo lingüístico”. Se multiplicaron las analogías y las divulgaciones. Y los oportunismos de toda laya. Un idealismo del signo enmascarado tras la retórica de las palabras mágicas—estructura, lengua, significante, paradigma, connotación etc—vino a suplantarse la búsqueda de fondo y a dejar sin sentido la inversión privándola del carácter subversivo que tenía en su inicio. Pero si en los trabajos barthianos hay trampa, hay extrapolación, ella formaba parte de la táctica necesaria para atacar la máquina positivista. Y estaba al interior de una estrategia de largo alcance: la de investigar en el modelo del signo las huellas de la sociedad mercantil y el enmascaramiento de esas huellas, o mejor de los mecanismos a través de los cuales una sociedad se imagina y se sueña desde un imaginario comercial. Y ello desde ese primer texto semiológico que son los Elementos y en el que pareciera que lo único que se hace es alargar, trasvasar los conceptos saussurianos a otros campos. Ya en esa reflexión hay algo más que extrapolación. En primer lugar dejando del lado esos códigos de “interés sociológico irrisorio” a los que andaban dedicados con su lupa científica los semiólogos que sí saben lingüística, como las señales de tráfico o los blasones, Barthes enfrenta de una vez la moda, la publicidad el cine. Y encuentra que en esos “lenguajes” la lengua tiene algo de diferente: ella no es elaborada por la “masa hablante” sino por gru-

pos de decisión. Y ese detalle cambia de arriba a abajo el sentido del arbitrario" saussuriano, "puede entonces decirse que en la mayor parte de las lenguas semiológicas el signo es verdaderamente arbitrario puesto que es fundado de manera artificial por una decisión unilateral: se trata en suma de lenguajes fabricados, de logotécnicas" (77). Atención a la palabrita y a la ironía que plantea la inversión: logotécnicas por tecnologías. Pues de lo que se trata en esas "lenguas" ya no es sólo de relaciones entre signos sino de una razón que trabaja como técnica. Y las operaciones de esa razón, las que la constituyen en lengua de lo técnico son: las nuevas "necesidades" en las sociedades industriales y urbanas, los imperativos económicos que determinan la aparición y desaparición de los materiales, y la ideología que determina la invención de las formas someténdola a tabús y reduciendo los márgenes de lo "normal". Lo que habla en esas lenguas que son las logotécnicas, es el imaginario mercantil de nuestra sociedad.

Al dar entrada a la substancia, a la materia, lo que entra a formar parte de la lengua es de una vez la historia y la pulsión. Lo cual exige una rearticulación de la dicotomía lengua/habla a partir de la categoría hjelmsleviana de "uso" que va a servir a Barthes para romper con la concepción pasiva del habla y plantear la actividad que es el consumo. El estallido de la "lengua" se lleva a cabo extrapolando y reorientando la topología introducida en la lingüística por Hjelmslev (78) y según la cual tanto el plano del significante o expresión como el plano del significado o contenido están hechos de substancia y forma. Y mientras la forma es lo que puede ser descrito desde la lingüística, lo plenamente formalizable, la substancia es todo ese conjunto de fenómenos que desbordan lo lingüístico y que en últimas minan y subvierten la forma. Y ambos son el lenguaje. Pero no se introduce la substancia o la materia impunemente. Y lo que en Hjelmslev, en cuanto principio metodológico, servía para aclarar aún mejor la forma, se convierte para Barthes en la veta, en el filón por el que introducirse en la vida social de los signos. Será en el Sistema de la Moda, en el que, poniendo en juego todas las posibilidades del modelo del signo, aparezcan los impases del modelo y las grietas del objeto.

Por qué la Moda? se pregunta Barthes, por qué ese lujo inmenso de palabras interponiéndose entre el sujeto y el objeto? La razón es económica: el cálculo a través del cual una sociedad engendra sus

consumidores, esto es los que no calculan. Y es para eso que es necesario sumergir a los sujetos en un baño de imágenes, de razones de sentidos que, creando el simulacro del objeto “sustituye el tiempo pesado de la usura por un tiempo soberano, libre de destruirse a sí mismo en un acto de potlatch anual (. . .) y lo que hay de notable en ese imaginario es que no es el objeto sino el nombre el que hace desear, no es el sueño sino el sentido el que hace vender” (79). La moda se revela así lenguaje: la razón comercial se hace texto, inscripción de los signos en una práctica. El medio es la revista de modas, compuesta de palabras y de imágenes religadas por la complicitad del leer con el mirar, de la fascinación que produce la imagen con la apropiación que la palabra instaure.

Dos universos y un mediador. De una parte el vestido: las materias, las formas, los colores; y de otra el mundo: las situaciones, las formas, los colores; y de otra el mundo: las situaciones, las ocupaciones, los roles, los talentos. Y en medio el signo: con su significado y su significado, su sistema, sus reglas. Sólo que en la Moda el signo se desdobra del lado del significado, un mismo significante—el vestido—alimenta, sostiene y vive de dos significados: el mundo y la moda. Barthes analiza prolijamente la estructura del uno y de los otros, la lengua de la moda en su compleja red de relaciones, de formas y substancias de la denotación. Y de pronto descubre que la denotación está preñada, que allí mismo en la lengua hay más que lengua, que la denotación está “cargada” de connotación. Connotación que es antes que nada el trabajo de su propia ocultación, de su enmascaramiento, o mejor del enmascaramiento de la significación bajo las apariencias de lo natural. Lo connotado escapa a la lectura, lo connotado o sea las “razones”. la ideología de la moda, su retórica no es leída sino consumida. La falsa transitividad del lenguaje oculta el espectáculo como la función tapa la razón y sus operaciones, su trabajo. Es más, la “lectura” que se queda en el orden de la lengua, de la gramática, confunde la apariencia con el ser dejando escapar lo que allí pasa, el hacer del lenguaje, su trabajo de cálculo y espectacularización: las operaciones que insertan al consumo en el lenguaje transformando los usos en ritos, las imágenes en imaginario, el placer soñado, escondido en la tranquilizante tersura de los signos.

La Moda en su retórica es un inmenso esfuerzo por ocultar al

signo, al valor de cambio, por hacer desaparecer el mediador y presentarse como el lugar de encuentro—funcional, de uso entre el vestido y el mundo. “En el mismo tiempo en que la moda edifica un sistema bien estricto de signos, se dedica a dar a esos signos la apariencia de puras razones, es evidentemente porque la Moda es tiránica y su signo arbitrario que debe convertirle (al signo) en hecho natural o en ley racional. La connotación no es gratuita, en la economía general del sistema ella está encargada de restaurar una cierta razón” (80). Para ello la retórica tiene que desdoblarse siguiendo la pista y racionalizando cada uno de los dos tipos de signos en que trabaja la Moda. Una es la retórica del signo que está hecho de vestido y mundo y otra la que trabaja el signo que está hecho de vestido y moda. En el primer caso la retórica se apoya en el sentido común: los vestidos son para . . . usarlos, abrigarse del frío, hacer frente al calor, ir al trabajo, hacer deporte, nadar etc. Las razones aparecen como obvias: la comodidad, la ligereza, la higiene, el confort etc., pura función, puro valor de uso. Pero nunca hay puramente función. Todo valor de uso está atrapado en el juego de la significación, en un valor de cambio. Y así el ojerol se carga como mínimo de la significación de su función, la de t rabajo. Pasa a significarlo. Todo objeto “humano”, esto es social tiene a la vez una función y un estatuto semántico. El objeto puramente funcional, si es que ha existido, es el que aún no hubiera sido socializado. Desde el momento en que entra en sociedad, en la trama de la producción social es atrapado en la red de las diferencias y las equivalencias, de los valores de cambio, de las funciones—signo. Con un agravante y es que la significación puede separarse de la función y devorarla, anularla por completo. Es lo que ha pasado con el “blue—jean”. Nacido como vestido—para—el trabajo inmediatamente pasó a significarlo, esto es a “hablar” desde el campo semántico del trabajo: de la dureza, la resistencia, la rutina, el cansancio, la necesidad. Pero un día la significación se divorció de la función, se separó y comenzó a vivir por su cuenta trasladándose a otro campo semántico, exactamente a su contrario: al del ocio. Y entonces comenzó a hablar de ligereza, de libertad, de deportividad etc. Y ya completamente libre de la función se convirtió en signo de contestación, de protesta juvenil y desde ese otro campo semántico se puso a hablar de informalidad—contra el vestido ritual, oficial—de espontaneidad de rebeldía, convirtiéndose en gesto de rechazo dirigido contra la formalidad y la mentira de una sociedad de la acumulación y el hastío. Las tres significaciones pueden coexistir pero lo importante es

captar lo que las posibilita, la forma en que el consumo se hace lenguaje, las operaciones en que lo social es semantizado, traopajado por los juegos y efectos del sentido. Eso es lo que manifiesta la retórica de la moda, pero en hueco, tapando con razones, racionalizando e inocentando la significación, naturalizando los valores de cambio con razones empíricas, con valores de uso. Y cuanto más mítica es la función tanto mayor el esfuerzo por escamotear la significación. Así se pudo “justificar” el zapato puntiagudo con razones sanitarias y el almidonado del cuello de las camisas con razones de higiene y de . . . comodidad! Mientras en las sociedades “primitivas”, fuertemente jerarquizadas, el vestido es vivido y proclamado como una forma de distinguir los rangos, los oficios, como un sistema de significación de la diferenciación social, en las sociedades “democráticas” la economía transforma la significación en “razones”.

El otro tipo de signos es aquel que une el significante “vestido” al significado “moda”. Cuando su imposición y su arbitrario no pueden enmarcarse tras ningún tipo de “función”. Entonces la retórica de la moda toma la forma del discurso del hecho o del secreto. La mejor forma de ocultar la debilidad es exagerando la autoridad. Y qué mayor autoridad que la de los hechos! . La retórica se excede tomando el tono enfático de la fatalidad, o del decálogo. O trasladando, imputando a los consumidores la decisión del grupo mismo que la impone: “las faldas este verano serán largas”, “los colores esta temporada son en tonos suaves”, “ellas aman las blusas a rayas”. Otra argucia para inocentar el trabajo de los signos.

Investigada como discurso la Moda nos descubre la actual economía del signo—hecho de diferencias circula produciéndolas racionalizándolas—y la inserción de esa economía en las otras dos, en la política y en la libidinal. Dicho de otra manera, lo que se descubre es cómo el poder y el deseo se hacen lenguaje masivo, dispositivo significante, discurso. Algo fundamental comienza a dibujarse: de trás del intercambio hay un trabajo, lo que posibilita la comunicación, lo que subyace al discurso es una práctica. Es lo que Barthes ha empezado a sospechar, que si la denotación es sistema la connotación es proceso, el de la ideología o el mito como él va a llamarla.

Del mito a la ideología

Adentrarse en la problemática de la significación no es pues salir-

se de la historia, ni negar las determinaciones sino replantear su sentido. Es ligar a la historia no sólo los contenidos sino también las formas. En la semiología que parte de Saussure el concepto a través del que se busca la inserción del lenguaje en la historia, o la travesía de la historia en el lenguaje, es el de connotación. Definido por Hjelmslev como el efecto de sentido que se produce cuando el plano de la expresión o del significante se convierte en lenguaje, por contraposición al metalenguaje que se produce cuando es el plano del contenido el que se convierte en lenguaje (81). La connotación es por tanto un “sentido segundo” cuyo significante es ya un signo de un sistema de significación primero o denotativo. Barthes se sirve de ese esquema para investigar el Mito, no el de los “primitivos” como Levi—Strauss sino el de hoy, el de los pueblos con historia, el de las sociedades democráticas, burguesas (82).

El mito es un lenguaje, un modo de significar que se define no por su objeto, por su contenido sino por la manera como es proferido. Cualquier contenido y cualquier materia son trabajables por el mito. Lo oral como lo escrito o lo gráfico están conformados por un proceso primero de significación, hablan de lo que dicen, es su denotación. Pero todos ellos pueden ser a su vez retrabajados por un proceso segundo de significación, la significación mítica. Este segundo no es algo que se añada desde fuera al primero, no es una superposición sino la realización de una virtualidad inserta en el primero. La connotación vive, se alimenta de la denotación. Ya apuntábamos antes cómo lo connotado se enmascara en la “objetividad”, en la “verdad”, en la “Naturalidad” de la denotación. El articulador de ese doble proceso es el significante. El es el término de llegada del proceso propiamente lingüístico y el de partida del proceso de mitificación. Barthes distingue esos dos “términos” llamando sentido al significante visto desde la lengua y forma al significante visto desde el mito. En el encuentro de sentido con la forma es donde se produce la significación mítica. En cuanto sentido el significante es ya una realidad sensorial, algo ofrecido a los sentidos y no algo puramente psíquico. Es el negro vestido con el uniforme del ejército francés, saludando a la bandera francesa, tal y como se ofrece a la mirada desde la carátula de la revista Paris—Match. Al entrar en la forma, al ser conformado por ella, el sentido queda en suspenso, se vacía para poder dar cabida a la significación mítica: la Francia es un imperio en el que todos sus hijos, blancos o negros se sienten igualmente franceses. Y frente a los que hablan de colo-

nialismo u opresión—diría el mito—ahí está ese soldado negro cuyos ojos expresan el orgullo de servir a su patria francesa.

El sentido vivía de una geografía y de una historia: la de Argelia. Y eso es precisamente lo suspendido por la forma. Lo suspendido no lo suprimido, lo deformado, ya que sin sentido la forma no tendría sobre qué trabajar. “El sentido pierde su valor pero guarda su vida, de la que la forma del mito se alimenta. El sentido es la reserva de historia sumisa y ocultable en que se enraiza la forma, sobre todo ocultable. Es ese juego de escondite entre el sentido y la forma lo que define al mito” (83). Y frente a la riqueza de la historia—del sentido—la forma es pobre, cualitativa y cuantitativamente pobre, unos pocos “conceptos” que se repiten incesantemente, esos estereotipos cognitivos o afectivos que componen el bagaje de la “cultura” escolar o familiar: la Humanidad, la Bondad, la Feleicidad de la Libertad, la Maternidad etc.

Lo que se ve y se lee es el sentido pero lo que se consume es la forma. Y es en ese consumo que se realiza la de—formación: la transformación de la historia en “gesto”. Privado de historia, de movimiento el sentido “se fija” en la significación mítica, El mito es pues no una mentira sino una “inflexión del lenguaje”, un trabajo de los signos: el que trans—forma la historia en naturaleza. Como veíamos a propósito de la Moda el signo se convierte en razón, y esa razón es la que funda, la que fundamenta la naturalidad con que la imagen de Paris—Match habla de la Bondad del imperio francés. Lo naturalizado es la relación del significante a su significado segundo y de esa manera el consumidor ingiere la significación como un sistema de hechos y no de signos.

Es el proceso mismo de la ideología el que Barthes desmonta al des—plegar el juego de los signos en el mito. El de la ideología burguesa, esa “clase social que no quiere ser nombrada”, que puede llenar todo pero a condición de perder su nombre. Porque sólo perdiéndole se torna “universal”, puede imponer su mundo como si fuera el mundo, puede transformar en naturaleza lo que es su historia. Nombrarse sería poner nombre a la clase antagónica y al conflicto entre ellas: “la ideología burguesa, cientista o intuitiva, constatará el hecho, percibirá el valor pero rechazará la explicación, el orden del mundo será suficiente o inefable pero jamás significante” (84). El trabajo del mito nos revela el proceso de des—

politización que realiza el consumo, la cultura masiva, la de prensa y la televisión, pero también la de la cotidianidad de los objetos y las conversaciones, de los juguetes y los deportes, de las revistas de moda y de los textos escolares, ideología “anónima” que le roba a las cosas la memoria de su fabricación y suplanta la compeljidad y conflictividad de la historia por la simplicidad de las esencias. Y las esencias son no sólo antidialécticas, sin contradicciones, sino “evidentes”: se significan a sí misma.

Más que una “teoría” lo que la crítica barthiana inaugura es una nueva práctica, un nuevo modo de aproximarse a los objetos, a las imágenes, a los comportamientos, la posibilidad de leerlos como discurso social, ya que es una determinada socialidad la que les ha transformado en lenguaje, la que les semantiza, la que inocular esa forma al sentido. No son la semiología ni el semiólogo los que operan la semantización de lo social, “existe actualmente una solicitud semiológica proveniente no de la fantasía de algunos investigadores sino de la historia misma del mundo moderno” (85). La lectura semiológica es entonces y ante todo una lucha contra la transparencia, contra esa falsa evidencia con que la ideología inocenta las cosas, los hechos, las relaciones sociales, contra la magia seductora del consumo. Barthes ha operado esa lectura sobre la falsa objetividad de la fotografía, sobre la sonriente máscara de la publicidad, sobre la torpe fabulación de los sucesos, sobre la magia de la imagen fílmica entre otras muchas. Y sobre la sacralidad de las escrituras literarias. En la parte dedicada al discurso de los Medios recogeremos algunas de esas lecturas. Obrero del proyecto de Saussure, Barthes introduce en él no sólo una inversión que lo desreifica, no sólo una ironía subversiva contra la máquina positivista, sino una conciencia clara de los límites de toda semiología: “El semiólogo es el que expresa su muerte futura en los términos mismos con que ha nombrado y comprendido el mundo (86).

4. Los universos del sentido

Una de las paradojas más notables de la lingüística saussuriana es que, habiendo formulado como básico una teoría del signo, dejara enteramente por fuera la cuestión semántica. De las dos caras que componen el signo—sonido y sentido—sólo el sonido aparece realmente tematizado en el Curso. Y el posterior desarrollo de esa lingüística continuó la paradoja: la parte desarrollada, la que explota,

a fondo los conceptos o las intuiciones de Saussure será la Fonología, precisamente la que trabaja con unidades puramente distintivas desprovistas de sentido. Como anota Veron ello revela la contradicción que subyace a todo el Curso, pues si la lengua es un sistema de diferencias la unidad de ese sistema no es el signo (87). De todas formas será la versión fonológica, la de Troubezkoy y Jacobson la que engendrará el estructuralismo y la que recogerán como fecunda Levi—Strauss o Lacan. Y algo bien sintomático: la que se ampara sin mayores problemas de la teoría de la información. Tanto para la Fonología como para la Informática el sentido no es problema, o es algo a poner entre paréntesis o sencillamente no existe. De ahí que para ambas el lenguaje pueda reducirse a vehículo de la transmisión de información. Frente a ese círculo nos interesa la reflexión de A. J. Greimas por su esfuerzo en romper el círculo desde dentro, desde el modelo estructural y fonológico, ya que a pesar de pensar el sentido desde el paralelismo expresión—contenido el lenguaje deja de ser un mero instrumento para adquirir el estatuto de una dimensión constitutiva de lo social inscribiendo la problemática del sentido en la de la praxis cultural. A pesar de los problemas que conlleva, la conceptualización de los “ejes semánticos” dibuja una topología de los universos culturales como universos del sentido.

No es una semántica “universal” lo que persigue Greimas. Sabe de sobra que sólo una concepción del lenguaje como nomenclatura puede creer en los universales del sentido y es con esa concepción positivista del referente absoluto y del lenguaje como doble del mundo con la que se trata precisamente de romper. Lo que se busca es otra cosa: trabajar el lenguaje como lugar de emergencia del sentido, no sólo de manifestación sino de inmanencia, de constitución, de producción del sentido. De ahí que Greimas no tenga miedo a plantear la necesidad previa de una teoría del sentido. Porque quiéralo o no, reconózcalo o no cualquier proyecto de semántica involucra esa teoría. Es quizá ese punto el que ha hecho de la semántica un peligro a evitar por todos aquellos para los que la ciencia nada tiene que ver con la filosofía. . . con la ideología! . Hablar del sentido ha sido, a partir de la Escuela de Viena y su positivismo lógico, o bien hablar de algo reduciéndolo a la sintaxis o de una problemática “mentalista”, de “intenciones”, en todo caso un fenómeno oscuro, entremezclado de subjetividad, no objetivable puesto que no formalizable. No hay más que leer a Carnap o en lingüística a Bloomfield. Lo mejor es no tocar, parecería ser la con-

signa. Aunque, como en el caso de Carnap, después de cuarenta años de negar la necesidad de una semántica se termine abordándola. Y es que de todas formas las ciencias, incluídas las “naturales”, necesitan hacer semántica, definir el estatuto semántico de sus términos de sus vocablos, de sus proposiciones axiomáticas aunque no sea más que para dar cuenta del tipo de intervención de las categorías teóricas en la organización conceptual de lo empírico, para distinguir entre lenguaje—objeto y metalenguaje. Y una sintáxis por más lógica que sea no lo posibilita. Se hace entonces semántica aunque sin reconocerlo.

De qué habla ese miedo, ese recelo a abordar la problemática del sentido, que es una de las marcas más claras del talante positivista? Habla de lo que planteaba Barthes a propósito de la “ideología anónima”, de esa que no quiere ser nombrada. Porque lo que el recelo intuye es que en la problemática del sentido el dogma positivista de la separación entre juicios de hecho y juicios de valor estalla. Que una teoría del sentido involucra opciones epistemológicas poniendo en crisis la neutralidad . . . ideológica. Desde su perspectiva fenomenológica Merleau-Ponty ha dado buena cuenta del impase teórico que esa problemática plantea (88). Y siendo quizá el filósofo que en su momento se dejó interrogar más seriamente por la lingüística estructural no es extraña su huella en los trabajos de Greimas, en su retrotraer la problemática del sentido a la de la percepción. Porque las diferencias de que está hecho el lenguaje no corresponden puntualmente al ser del mundo. Lo que constituye la diferencia es una “relación”, una operación y no una pasiva aprehensión sensorial del mundo. “El problema de las condiciones de la significación, prudentemente situado sobre el plano del significante y del no sentido, retorna y viene a situarse en el corazón mismo de la emergencia del sentido. Porque el problema de la constitución del significante es ya el problema del sentido” (89). Pero entonces el peligro estriba en ponerse a buscar el “origen” del sentido convirtiendo al lingüista en un mal filósofo. Y sin embargo el refugiarse tras el parapeto de una terminología técnica, aséptica, la de los lenguajes formales, no es más que una escapatoria. Se necesitaría una lógica distinta, capaz de dar cuenta de la censura, de la astucia, de la mentira pues como ha escrito Eco “la semiótica, en principio es la disciplina que estudia todo lo que puede ser usado para mentir, si algo no puede ser usado para mentir entonces no puede ser usado para decir la verdad y de hecho no puede ser usado

para nada" (90). Con la diferencia de que Eco sigue pensando la significación desde una concepción instrumental, del servir para, mientras Greimas como Barthes piensa que la mentira es una posibilidad inscrita en el lenguaje y no simplemente un modo de usarlo. No se trata por tanto ni de una filosofía del sentido ni de su reducción a un cuadro de algoritmos, como tampoco a reflejo superestructural. Si lo ideológico es un problema de sentido no lo es de simple manifestación o reproducción sino de producción.

Una semántica fundamental

Apoyándome en Greimas, aunque saliéndome del marco de su reflexión, pienso que una teoría del sentido debe ser más dialéctica que lo que la fenomenología permite. La palabra sentido cubre tres acepciones diferentes. En primer lugar aquella que se refiere a los órganos de los sentidos esto es a lo sensible. Y ya en esta primera acepción el sentido plantea algo más que una simple relación (contacto) por ejemplo entre el ojo y el objeto visto, plantea una interacción sujeto—objeto. Lo sensible no es una "cualidad" o propiedad ni del sujeto ni del objeto sino una operación y un producido. En segundo lugar, sentido se refiere a "dirección" orientación—el sentido de una flecha o de una vida—pero más que la intencionalidad o finalidad, como piensa Greimas, lo que esta aceptación plantea es la regulación, el "programa" de que habla Leroi—Gourhan, el hecho de que todo sentido está conformado por unas reglas, de que en la producción del sentido, como en cualquier otra, el sentido de la producción está inscrito en las operaciones que la regulan. No hay ninguna necesidad de apelar a intenciones, a conciencias. Y en tercer lugar, sentido se refiere a la constitución de la significación en el discurso, sea la significación de una frase, de una novela, de una pintura o de un film.

Las tres acepciones no están simplemente ahí como en un diccionario sino que es posible explicitar la dialéctica que las atraviesa articulándolas. Imaginemos la construcción de una hacha por un grupo "primitivo". El sentido de que da cuenta la palabra "utilidad" no es algo que venga a añadirse al hacha ya existente sino aquello que reguló su producción, la interacción de la piedra y la mano, la operación de friccionar una piedra con otra para sacarle filo, y no una finalidad extrínseca al trabajo mismo, reconocida a posteriori. A posteriori los turistas que visitan un museo etnológico re—cono-

cerán el ingenio o la destreza que el hacha re—presenta pero no el sentido que se produjo al producirla. Y si la piedra—hacha es atada a un palo para facilitar su manejo, el sentido de que da cuenta la palabra “comodidad” tampoco es algo que venga a depositarse en el hacha desde otro mundo sino una nueva producción. Y si, finalmente, contra lo anterior ya que puede hacer menos cómodo el uso el “primitivo” grava en el palo unas muescas, unos dibujos que lo “embellecen”, el sentido de qué da cuenta la palabra “belleza” es también algo inserto en el proceso global de trabajo: regulado por él. Lo que está a la base del sentido, lo que constituye las condiciones de su producción, puede ser atisbado desde esas tres operaciones a que se refieren las tres acepciones: una percepción inserta en el trabajo transformador de “lo real”, una regulación de ese proceso a través de las operaciones que lo constituyen y una emergencia discursiva de esas operaciones que regulan la percepción. Teniendo en cuenta que muy pronto la significación discursiva entrará a formar parte de las condiciones, de las operaciones que regulan el trabajo, la percepción, conformándolo, convirtiéndose en dimensión constitutiva del proceso de producción. La significación sería entonces ese saber que atraviesa la experiencia convirtiéndola en práctica: “Entre praxis y práctica se intercala siempre un mediador que es el esquema conceptual por medio del cual una materia y una forma, desprovistas una y otra de existencia independiente, se realizan como estructuras, es decir como seres a la vez empíricos e inteligibles” (91). Desde una perspectiva que entiende la significación como emergencia discursiva de un saber—hacer, el proceso histórico en cuanto historia de los modos de producción es el único que puede explicar la constitución del sentido y las diferencias en la regulación de lo sensible, su codificación: esas modulaciones de los modos de sentir, del ver, del gustar, del oír, del hablar o del pintar, del trabajar que son las diferentes culturas en cuanto universos de sentido.

Eso es lo que de alguna manera, y no sin contradicciones, intenta plantear el proyecto de Greimas seleccionando como “privilegiado” para el análisis el plano del lenguaje: establecer el universo, las estructuras que modelan las categorías semánticas de las que una Sociedad tiene necesidad para organizar su praxis, su conocer—hacer y su reconocerse en ese mundo. Desde ese punto de vista, el de los procesos de significación, ciencia e ideología se entremezclan irremediabilmente. Todo conocimiento

se inserta en y se alimenta de un cierto reconocimiento, ambos—ciencia e ideología—trabajan desde un saber (92) cuya forma discursiva remite a una práctica: el espacio de disposición de los objetos y de las posiciones que toman los sujetos para hablar de ellos. Lo cual plantea otro problema, especialmente agudo en la investigación sobre el sentido: el de la ubicación del analista en relación al objeto y al proceso del análisis. Problema que rebasa los alcances de esta reflexión pero que es necesario señalar al menos para tener en cuenta los “efectos de sentido” que el instrumento de análisis produce inevitablemente. Reconociendo esa complejidad Greimas se plantea los límites del modelo con que trabaja: “comenzamos a darnos cuenta de lo que hay de ilusorio en el proyecto de una semántica sistemática que articularía, a la manera de una fonología, el plano del significado de una lengua dada” (93). Pero la tarea de una semántica estructural no quedaría por ello completamente inválida, puede aportar no poco al estudio de los modos de existencia del sentido, de sus transformaciones y a la construcción de las tipologías en que esos modos se organizan y operan.

Partiendo de que lo percibido son siempre diferencias, es decir relaciones, y que es a través de ellas que el mundo “toma forma” para nosotros, en el plano del lenguaje esto quiere decir que toda significación surge por relación entre dos términos: términos que deberán tener algo en común que permita relacionarlos y algo en lo que difieren. La relación es conjunción y disyunción a la vez. Así la relación significativa entre pala y bala no se descubre sino a partir de la oposición entre los fonemas p y b, pero esta oposición a su vez sólo tiene sentido desde el eje de la sonoridad, p = sonoro vs. b = no sonoro. Como entre blanco y negro la relación constitutiva de la significación se realiza a partir del color, entre grande y pequeño del tamaño, entre masculino y femenino del sexo. Un eje semántico es pues “este común denominador de los dos términos, este fondo del cual se destaca la articulación de la significación” (94). Siguiendo a Jakobson, Greimas acepta el principio del binarismo y traduce el eje semántico a la articulación entre dos unidades mínimas de significación o semas. La estructura semántica es concebida desde el concepto de semema como conjunto de semas, organizado en núcleo sémico y semas y contextuales. Y así como en el plano de la expresión un pequeño número de fonemas, mediante un conjunto de reglas, genera todas las posibilidades fonológicas de una lengua, así también un número relativamente pequeño de sememas y

sus reglas de ensamble permitiría dar cuenta de la estructura de los universos semánticos que componen una lengua.

Toda esa armazón pertenece al nivel de inmanencia que construye el análisis, pero qué pasa en el plano de la manifestación discursiva?, cómo lo construido ayuda a esclarecer su funcionamiento?. El plano de la manifestación está formado por lexemas, lugar de encuentro histórico de semas provenientes de sistemas sémicos diferentes. Histórico quiere decir aquí que los conjuntos de semas, que en un momento dado realizan la significación de un lexema, pueden cambiar. El lexema es del orden del acontecimiento y por tanto sometido a los cambios, a la historia. En el análisis de la moda pudimos ver cómo la significación de "blue-jeans" se transformaba y esa transformación se hacía manifiesta a nivel de los campos semánticos de los que "extrae" su significación, pasando del campo del trabajo, conformado por los semas dureza-cansancio-necesidad-rutina, al del ocio, conformado por los Semas ligereza libertad-deportividad-espontaneidad. Eco relata el caso de los ciclamatos, una substancia química usada para endulzar los alimentos dietéticos (95). En el año 1969 se descubre que causan el cáncer. La configuración semántica del lexema "ciclamato" cambia por completo. Si hasta entonces ciclamato significaba positivamente flaco—no infarto—vida por oposición a azúcar, que significaba gordo—posible infarto—muerte, a partir de ese momento ciclamato ya no se opondrá a azúcar como antes; los signos se invierten y azúcar pasa a significar positivamente gordo—posible infarto—posible vida, mientras que ciclamato pasa a significar flaco—cáncer seguro—muerte ~~se~~ra.

Claro que introducir la historia para explicar la transformación del contenido semántico de los lexemas nos llevaría más lejos. Y exigiría plantear cómo las diferencias y los conflictos sociales trabajan ahí también. Cómo la configuración sémica de los lexemas cambia de una clase a otra, del universo rural al urbano, de una región a otra en un mismo país. Y desde este punto de vista los conceptos de "eje semántico" y de "semema" pueden constituir una herramienta válida para la descripción de esas "diferencias". En pequeñas investigaciones realizadas con alumnos, hemos podido apreciar su validez tanto en la investigación de universos lingüísticos de base como en la del discurso de los medios masivos, especialmente en los de la publicidad y las radionovelas. Partimos de la hipóte-

sis de que toda significación se engendra en una práctica y de que toda práctica social está atravesada por diferentes ejes de conflicto. Ello nos condujo a “dinamizar” el concepto de eje semántico inscribiendo en él el de *semema*, imbricándolos de forma que el núcleo semántico corresponda al eje y los *semas* que articula no aparezcan como punto de llegada sino de partida de una configuración más compleja, la que permite el desglose de los *semas* contextuales. Así por ejemplo, en el análisis de las radionovelas el universo semántico del sexo, que parte de la oposición masculino/femenino, se complejiza y dinamiza cuando es puesto en relación con el conflicto de clase a través de un nuevo eje, el de trabajo. No se trata simplemente de que el contenido semántico de trabajo—su positividad o negatividad sea configurado diferentemente desde el ángulo de lo masculino o de lo femenino, sino cómo la sexualidad—en un caso concreto el aspecto “machismo”—se configura diferentemente en el lenguaje del trabajo que en el lenguaje del ocio. Y como el trabajo y el ocio significan diferentemente según la clase, lo que en el plano sexual acaba significando liberación para las mujeres de una clase puede significar nuevas formas de dominación para las de otra.

En el análisis del discurso publicitario pudimos observar cómo ese discurso controla, reelabora y transforma ciertas contradicciones sociales. Por ejemplo entre lo rural y lo urbano. En un país como Colombia en el que la “violencia” y la industrialización acelerada—impuesta—empujaron en unos pocos años a masas inmensas de campesinos hacia la ciudad, hoy se trata de frenar ese éxodo. Exodo que, aunque al aumentar la mano de obra en la ciudad abarata los salarios, crea un montón de problemas urbanos de vivienda, de educación, de higiene y aumenta el índice de conflictos sociales, la delincuencia etc. Pues bien, en su retórica la publicidad da cuenta de ese problema. Tan pronto presenta la ciudad como lo positivo: el lugar del desarrollo, de las mil posibilidades, del confort, de la “cultura”, frente al atraso y la incultura del campo, como su revés: la ciudad es lo invivible, el lugar de la contaminación, de la neurosis y la violencia y el campo ese lugar idílico de la paz y el aire puro, de la “naturaleza”. Bajo el eje naturaleza/cultura se juega a la ambigüedad que es la forma retórica de la contradicción que no puede nombrarse, pero que de alguna manera trabaja ese discurso. Y ello se hace más claro cuando esos micro—universos semánticos son puestos en relación con el consumo diferencial de los Medios, sobre todo Radio/Televisión. Una investigación reveló cómo las diferen-

cias de clase se inscribían en los diferentes tipos de semantización que una misma empresa empleaba para el mismo producto según fuera para radio o televisión. Las diferencias del dispositivo técnico se articulan a las diferencias de universo semántico de base de los consumidores, o mejor, éstas son asumidas a nivel del dispositivo técnico mismo: ese “doble discurso burgués” que ha comenzado a estudiar E. Verón y que trabajaremos al estudiar el discurso de Prensa.

No podemos seguir aquí el recorrido que permite a Greimas pasar del estudio de la frase, como contextualización y filtro sémico— a través de ciertos esquemas arquetípicos y del análisis de ciertas operaciones básicas como la expansión, condensación, traslación— al concepto de isotopía (96) como jerarquizador de los niveles de significación y regulador del “corpus”. Retendremos únicamente su aporte al estudio de lo narrativo como forma constitutiva del sentido de los enunciados. Sacándolo de la confusa noción de “género” la narratividad aparece como un tipo específico de despliegue de dos clases de *sememas*: los actantes o unidades discretas y los predicados o unidades integradas. Estos últimos a su vez se subdividen en funciones o predicados que introducen en la organización de la significación la dimensión dinámica, la que da cuenta de los cambios que afectan a los actantes; y en calificaciones o predicados de lo estático, que dan cuenta del universo de la permanencia y la costumbre. Los primeros hablan del hacer, los segundos del ser. Esto permite establecer una tipología básica de los microuniversos discursivos. Al modelo “funcional” corresponden dos microuniversos de sentido: en su manifestación práctica el tecnológico y en su manifestación mítica el ideológico. Al modelo “cualitativo” corresponden otros dos microuniversos: en su manifestación práctica el científico y en su manifestación mítica el axiológico.

En cuanto a los actantes, Greimas propone un modelo que recoge y reorganiza los modelos elaborados por la Sintaxis estructural de Tesnière y la morfología de Propp sobre el cuento popular, así como ciertas proposiciones del psicoanálisis freudiano. El modelo, dice Greimas “está por entero centrado sobre el objeto del deseo perseguido por el sujeto y situado, como objeto de comunicación, entre el destinador y el destinatario, estando el deseo del sujeto por su parte modulado en proyecciones de ayudante y oponente” (97). Traducido narrativamente; alguien (sujeto) desea—busca algo (obje-

to) cuyo dueño (destinador) lo tiene destinado para alguien (destinatario), en esa búsqueda alguien (ayudante) colabora con el sujeto mientras que alguien (oponente) obstaculiza esa búsqueda y por tanto la satisfacción del deseo. El esquema se complica con frecuencia al ser aplicado, no sólo por la dificultad de “encontrar” todos los actantes, por la ausencia de algún—actante—ausencia que a su vez puede ser significativa—sino por la acumulación de funciones en un mismo actante. En el análisis que realicé del film *Chinatown* (98) me ví obligado a rehacer las relaciones de estructura siguiendo estos ejes: sobre el eje del deseo la relación sujeto—objeto; sobre el eje del poder—y no sólo de la comunicación—la relación destinador—sujeto; y sobre un eje de mediación entre poder y de deseo la relación ayudante—oponente. Estos ejes (deseo, poder, mediación) daban la pista para la búsqueda de la isotopía fundamental del discurso fílmico y su despliegue doble, sobre dos planos de significación: el de una topografía descriptiva y el de una topología interpretativa que permita articular las relaciones lógicas de cada microestructura actancial con los conflictos que trata de resolver el relato. De esta forma era posible dialectizar el conflicto deseo vs. poder, sacarlo de un espacio metafísico y proyectarlo sobre el tiempo histórico. De esta forma el relato se revela no sólo como lugar de la manifestación de un sentido construído en otra parte sino como constituyente del sentido, como lugar de “encuentro” de la historia y la ficción.

Greimas ha desarrollado últimamente una tipología de los universos de connotación, una socio—semiótica de la connotación aplicada a la praxis cultural en cuanto “aparecer” social, y una etno—semiótica de los discursos masivos que intenta describir algunos rasgos básicos del universo semántico y las estructuras narrativas que subyacen al discurso de los Medios.

La semántica contra la semiótica

El modelo del signo propuesto por Saussure ha provocado un enjambre de críticas provenientes en su mayoría de posiciones epistemológicas diferentes a aquella en la que el modelo había sido concebido. Algunas de esas críticas serán recogidas más adelante. Pero hay una crítica, doblemente eficaz ya que proviene del espacio mismo del modelo, de su interior, y viene a replantear el estatuto de lo semántico. Nos referimos a la reflexión de Benveniste sobre los dos modos de significación que trabajan el lenguaje, y su crí-

tica a la reducción operada por los que él denomina el “modo semiótico” (99).

Después de indagar en las características tanto externas—modo de operación y campo de validez—como internas—naturaleza de los signos y tipo de funcionamiento—que configuran un sistema semiológico Benveniste se plantea dos preguntas: pueden ser reducidos a “unidades” todos los sistemas semiológicos?, esas unidades, en los sistemas en que existen, son signos? Los resultados de la investigación sobre las artes plásticas y la música le llevan a responder negativamente a las dos preguntas. En las artes plásticas (pintura, dibujo, escultura) es imposible descomponer el todo en “unidades” que con ayuda de unas reglas de combinación den cuenta de su funcionamiento significativo. Ya Eco en su estudio de los códigos visuales había anotado esa imposibilidad: que los fenómenos icónicos se realizan sobre un continuum cromático sin solución de continuidad, y en el que la articulación de los colores y las figuras no funciona como valor de oposición; más que de “unidades” lo icónico está hecho de rasgos suprsegmentales y variantes facultativas. Lo cual no significa que no haya codificación sino que en esos fenómenos ella es diferente a la que configura la lengua (100). En el caso de la música el continuum sonoro sí se divide en unidades discretas pero éstas no son signos. Cada sonido es identificable en la estructura de la escala en que está inscrito pero ninguno significa. La lengua, concluye Benveniste, es el único sistema que sea a la vez analizable en unidades discretas y en el que éstas sean signos. Pero el modo como el lenguaje significa no se agota ahí, en el modo “semiótico”, el lenguaje posee otro modo de significar, el “semántico”. Lo semiótico designa pues el modo de significar que se realiza en la unidad—signo, en el que cada signo entra a operar desde la red de relaciones opositivas que mantiene con los otros signos, en el que las oposiciones que lo delimitan son las que le definen y constituyen. Su valor es entonces genérico y conceptual general, sin posibilidad alguna de significar lo particular. La única cuestión que la unidad—signo plantea es la de su reconocimiento por medio de la descripción de sus rasgos diferenciales. Lo semántico designa el modo de significar propio del discurso de sus rasgos diferenciales, Lo semántico designa el modo de significar propio del discurso, de la frase, y con la frase abandonamos el dominio de las relaciones formales para entrar en el dominio propio del sentido, esto es el de la referencia al mundo y al sujeto. La

frase no es un mero conjunto de signos, no es una adición de palabras la que produce el sentido, es al contrario el sentido el que se realiza en las palabras. La exclusión a la que la problemática de la frase es sometida en el Curso se torna sintomática, si la frase había quedado fuera de la reflexión saussuriana es porque la consideraba perteneciendo al mundo del habla y no al de la lengua. Ya en un texto anterior Benveniste había entrevisto ese problema y marcado esa fractura que el nivel categoriográfico o de la frase introduce con respecto al fonemático. La frase nos sitúa en ese otro universo en el que lo lingüístico desborda sobre las relaciones entre los hombres y su hacer en el mundo: "la frase, creación indefinida, variedad sin límites es la vida misma del lenguaje en acción" (101) y eso convierte a la palabra (mot) en una especie de quicio, de pernio entre la forma y el sentido, porque si mirada desde el nivel "inferior" aparece hecha de fonemas, mirada desde la frase la palabra remite hacia un afuera, hacia el contexto—mundo, hacia la "situación" del discurso. La dicotomía lengua/habla entra en crisis pues, como ha anotado P.Rocoeur, en el lenguaje estructura y acontecimiento se imbrican mutuamente en la instancia del discurso (102).

Lo que lo semiótico, en su formalidad, excluye del lenguaje es lo que lo semántico introduce: la referencia al mundo y al sujeto al tiempo o mejor a la historia, la particularidad y la polisemia. Frente al mundo cerrado y homogéneo—pura equivalencia—del signo no, el mundo del discurso está abierto a la heterogeneidad de "lo real", es mediante el discurso que el mundo se constituye en el lenguaje. Y es esa doble significancia—semiótico—semántica— la que explica el carácter modelante e interpretante que el lenguaje posee con respecto a todos los demás sistemas semiológicos.

Se hace entonces necesario desbloquear el estudio del lenguaje del encerramiento reductor a que le ha conducido el "imperialismo" de lo semiótico. Imperialismo que, por otra parte, es el responsable de la extrapolación no crítica de las categorías lingüísticas al universo de lo trans—lingüístico, ya sea de lo literario o de la plástica, produciendo una homogenización radicalmente deformadora y una incomprensión casi total de las particularidades que introducen las diferentes materias significantes y los diversos ti

pos de discurso social que las trabajan. La atemporalidad de lo formal ha servido ahí también para escamotear la heterogeneidad de las “substancias”. Y esto plantea serios interrogantes como el proyecto de una semántica, como la de Greimas, concebida desde el modelo de lo semiótico. De hecho al exponer ese proyecto nos vimos obligados en varias ocasiones a rebasarle dando así cuenta de la contradicción que lo bloquea. En últimas es la referencia a la historia y al sujeto la que una semántica estructural hace difícil pensar aunque es lo que no puede dejar de pensar. Pero esa paradoja y la ambigüedad que conlleva no pueden ser zanjadas de una vez como quién corta un nudo. Hay allí una tensión que es necesario no romper apresuradamente. No se sale de la metafísica por declararse fuera de ella, y tachar las palabras desde las que se escribe quizá no es más que un juego de palabras, un juego en el que es el jugador el que acaba siendo jugado. De ahí que el antimetafísico Derrida haya acabado reconociendo que “todos los gestos son aquí necesariamente equívocos, y suponiendo, lo que no creo, que se pudiera un día escapar “simplemente” a la metafísica, el concepto de signo habrá marcado en ese sentido a la vez un freno y un progreso” (103). Ello es aun más verdad si saliendo del terreno puramente epistemológico el espacio del signo es estudiado como un tiempo concreto, el de la economía política, o mejor el de la historia de la mercancía. Es desde ahí que intentamos leerlo.

II. CRISIS Y DESPLAZAMIENTOS

El modelo del signo, como marco conceptual del análisis del discurso, entró en crisis bien pronto merced a una serie de desplazamientos teóricos que se iniciaron aun en plena euforia semiológica. Algunos desplazamientos tienen lugar desde el modelo, son críticas directas a ciertas propuestas e incluso a la pretensión de erigirse en teoría. Otros, sucedidos en terrenos más o menos aledaños, van a incidir también por su convergencia con algunos aspectos de la crítica. Al inicio de los años sesenta, en el campo estrictamente lingüístico, la teoría transformacional replantea seriamente la concepción estructural del lenguaje, su apeamiento al corpus y la combinatoria de unidades, su reducción del lenguaje a una espacialidad horizontal, plana. Por los mismos años, en un terreno aledaño pero distanciado tanto epistemológica como metodológicamente, los

trabajos de la escuela analítica inglesa abordan de manera explícita y sistemática el estudio del lenguaje como actividad, como un hacer específico, replanteando una concepción de la significación circunscrita al enunciado, haciendo entrar como básica la problemática del acto de enunciación. Mientras tanto el desarrollo del materialismo histórico y el redescubrimiento del psicoanálisis, que realiza la escuela de Lacán, ponen las bases a una concepción nueva de lo discursivo.

1. El desplazamiento lingüístico

Se habla, se escribe — y hasta sirve de título a más de un libro de la “revolución chomskyana”. Y es indudable que en el campo de la sintáxis lo es. Pero también aquí la moda ha jugado sus bazas. Una lingüística que se proclama de entrada antiestructuralista vió el terreno abonado y los mercados abiertos. El ritmo de las modas es tan rápido, y si además venía de los U.S.A. y rodeada de la nueva magia que el empleo de las computadoras trae consigo. . . Me estoy refiriendo a los “códigos” desde los que esa lingüística ha sido recibida y percibida en América Latina. No a las rupturas que la teoría implica ni a las dificultades que tuvo que afrontar para abrirse camino en un medio teórico plagado de positivismo y behaviorista. Y me estoy refiriendo también a cierta euforia que ha hecho de la teoría transformacional un mito en la medida en que ve en ella el “origen” de la lingüística. Antes la nebulosa, después de la luz, es decir al fin la ciencia. Y en esto está implicada la teoría chomskyana ya que metiendo en la misma bolsa a Blomfield y a Saussure pretende haber acabado con el descriptivismo y ser la primera en “explicar” lo que pasa en el lenguaje. Si a eso se añade el talante que engendra la dependencia no resultará extraño el “éxito” que la teoría transformacional ha tenido en Latinoamérica, incluidos ciertos círculos “marxistas” para los que, paradójicamente, esa teoría representa la posibilidad de hacer lingüística sin mezclarle política. La lingüística estructural, o el estructuralismo si así se prefiere, llegó ideológicamente marcado a Latinoamérica. Se ha podido leer en revistas y libros que el estructuralismo era una “estratagema del marxismo”. Y si eso le ganó adeptos entre ciertas izquierdas también condujo a una temprana decepción y a la necesidad de deslindar claramente los campos. Y si la teoría chomskyana no ha tenido una incidencia directa en el estudio de las comunicaciones masivas

sí ha servido para crear un reflejo de defensa contra las “mezcolanzas” estructuralistas. Pasó la etapa de las denuncias, de la utilización política de la lingüística: he aquí una lingüística que, dejando sin piso a las pretensiones teóricas del estructuralismo lingüístico y semiológico, viene a “aclarar” las cosas: Para unos, los que ya se oían la estratagema, todo ha vuelto a su cauce: cada cosa a su sitio, el lenguaje a la lingüística y la política a lo suyo. Para los otros, para los que piensan que la denuncia y el trabajo teórico son absolutamente ineficaces porque primero hay que cambiarlo “todo”, es decir la infraestructura económica, para ellos la nueva teoría significa que el estudio del discurso nada tiene que aportar al análisis de los Medios. Fue un espejismo del que hay que salir para entender lo político a que se reducen las comunicaciones masivas. Y como los primeros repiten: el lenguaje a la lingüística. Ese es el marco teórico-político que es necesario no dejar de lado para que el desplazamiento lingüístico tenga un mínimo de contexto latinoamericano.

La lingüística cambia de objeto

Chomsky aborda el lenguaje desde un ángulo nuevo u olvidado: no más descripciones del resultado, del producto, es necesario pasar al estudio de la actividad que lo hace posible. Dicho de otra manera, el lenguaje no es un conjunto de frases sino la capacidad de generarlas y comprenderlas incesantemente. Abordar el estudio del lenguaje desde un corpus de enunciados es incapacitarse de raíz para entender la novedad radical, el movimiento creativo que subyace a una lengua. Frente a la minuciosa descripción de los observables, de los “constituyentes inmediatos”, de su expansión y su distribución llevada a cabo por los estructuralistas norteamericanos Chomsky opone la necesidad de una teoría, de un modelo hipotético-deductivo capaz de dar cuenta de lo empírico, de lo que pasa en el plano de la manifestación. Frente al behaviorismo del estímulo-respuesta y el conductismo skineriano, que no ve en el lenguaje sino un comportamiento reflejo, la teoría generativa plantea la asimetría radical entre lo corto y fragmentario de la experiencia lingüística en el niño y la riqueza extraordinaria, la complejidad de reglas que supone el hablar. Frente a la superficie en que se queda la teoría saussuriana estableciendo relaciones, trazando el sistema de valores, segmentando unidades y organizando

combinaciones, el transformacionalismo apela a toda la tradición olvidada para redescubrir con Port—Royal que más allá de su estructura superficial toda frase es operada por una estructura profunda. Y que es sólo a partir de ahí que es explicable la intelegibilidad que se produce en un lenguaje como el humano, lleno de ambigüedades, de homonimias y sinonimias, de redundancias y presuposiciones. Una lengua es algo más que un conjunto de estructuras, es ante todo un dinamismo creativo. Una lengua es algo más que un corpus de enunciados, es una “intuición”, un saber sobre esos enunciados. Y es ese dinamismo y ese saber lo que debe constituir el objeto de la lingüística. Es necesario entonces una concepción nueva del estudio, del análisis lingüístico. Y ante todo es necesario romper con la inducción como punto de partida. Este debe estar constituido por un conjunto de hipótesis con valor explicativo, capaces de dar cuenta del proceso que hace de la configuración de superficie la huella de operaciones subyacentes.

Dado los avatares que el rápido desarrollo de la teoría ha tenido, los cambios de acento y las actualizaciones que la teoría ha sufrido de *Estructuras sintácticas (1957)* a *Aspectos de la Teoría de la sintaxis (1965)* y de la llamada “teoría estándar” al nacimiento y desarrollo de la semántica generativa, nos limitaremos a trabajar los conceptos que nos parecen matrices y que en últimas—aunque hayan sido modificados o incluso superados al interior de la escuela—son los que han constituido el aporte básico a una teoría del discurso.

Con el concepto de competencia lingüística la teoría generativa explicita el nuevo objeto: la facultad de hablar, ese “saber” tácito, intuitivo de su lengua que posee cada hablante y que le capacita para producir y entender mensajes continuamente nuevos. “El hecho central del que debe dar cuenta toda teoría lingüística digna de ese nombre es el siguiente: todo hablante adulto es capaz de producir una frase inédita en su lengua cuando le es necesario y los otros hablantes son capaces de comprenderla inmediatamente, aunque para ellos también sea inédita. La mayor parte de nuestra experiencia lingüística—como hablantes y como oyentes—está hecha de frases inéditas, una vez que estamos en posesión de una lengua la cantidad de frases de las que podemos servirnos con facilidad y sin hesitación es tan grande que podemos prácticamente—y teórica-

mente—considerarla como infinita” (104). Frente a esa ilimitada capacidad que es la competencia, la actuación (performance) es definida como la realización, el ejercicio de la competencia en situaciones concretas, particulares, realización con frecuencia deficiente, llena de “errores”, de construcciones mal hechas. Por eso precisamente la actuación no puede ser el punto de partida del análisis sino esa intuición lingüística del hablante—oyente que entiende lo que queremos decir por encima de lo que realmente decimos en tantas ocasiones. La dicotomía competencia/actuación viene pues a desplazar la saussuriana de lengua/habla inscribiendo en la lengua la facultad individual de hablar, la competencia de producir y comprender las frases. Puede decirse que la teoría generativa es de hecho al menos el inicio de esa “lingüística del habla” que Saussure se había visto obligado a dejar por fuera de la reflexión dado que el principio de inmanencia condenaba el habla al plano del puro hecho circunstancial, de lo meramente empírico e inanalizable. Chomsky ha sabido distinguir lo que en el habla es regulado, la capacidad de hablar, del ejercicio de esa capacidad. Y mediante esa distinción la lingüística se encuentra enfrentada directamente a lo que el Curso había dejado por fuera: el estudio de la frase.

El saber intuitivo, el conocimiento que es la competencia, es al mismo tiempo lo que permite distinguir las frases que pertenecen a una lengua, las “gramaticales”, de las que no lo son. Por medio de la gramaticalidad la competencia se ofrece a la verificación lingüística. Pero ese concepto le ha planteado también a la teoría un fuerte impase: la relación entre una gramaticalidad puramente abstracta y la de las expresiones “bien formadas”. La distinción entre gramaticalidad y aceptabilidad deja sin resolver el problema de cómo, si las transformaciones pueden dar lugar a frases que pertenecen al idioma y a otras que no pertenecen, pueda discriminarse entonces entre las expresiones “bien formadas” y las otras. Dejemos señalado ese problema cuyo interés se verá más adelante. En todo caso de lo que trata la teoría, y lo que constituye sin duda su mayor originalidad, es de representar la competencia del hablante en forma de un sistema finito de reglas explícitas a partir de las cuales se engendra el conjunto infinito de frases que pertenecen a una lengua. El objeto de analizar no tiene pues nada que ver con la idealización de los procesos psíquicos de producción o recepción de los

mensajes. La competencia es algo lógicamente anterior de ellos, y el proyecto de su estudio el equivalente del proyecto kantiano llevado a la lingüística: definir las condiciones de posibilidad del lenguaje a través de la definición de las condiciones de una gramaticalidad a priori. De ahí que la intuición lingüística a examinar no puede ser la de un grupo particular de hablantes sino la del hablante sino la del hablante—oyente ideal, la capacidad generativa en abstracto. Es esa “intuición ideal” la que es necesario explicitar, la que se explicita en una gramática generativa: “sistema abstracto constituido por las leyes que cocurren a determinar la forma y el sentido intrínseco de un número potencialmente infinito de frases” (105). Dicho de otro modo una gramática generativa es el conjunto de reglas cuya aplicación produce los mensajes admisibles en una lengua dada y solo esos. Para que sea “adecuada” esa gramática debe poder responder a dos exigencias básicas: que sea capaz de engendrar efectivamente todas las frases de una lengua sin excepción, y que pueda representar, traducir a mecanismos generativos el saber intuitivo de los hablantes. Se trata por tanto de reproducir objetiva, científicamente la facultad de hablar, de caracterizar matemáticamente de competencia de los hablantes. Y ello es realizable sobre la hipótesis de que el número infinito de frases correctas posibles de una lengua es engendrado a partir de un pequeño número de frases elementales, de frases “nucleares” y de la aplicación de unas reglas precisas en un orden preciso.

Contra todos los malentendidos Chomsky ha insistido en aclarar que las transformaciones que religan las frases—núcleos a las generadas no operan sobre frases concretas sino sobre sus indicadores sintagmáticos abstractos, sobre sus “árboles”. Lo cual lleva implícita otra hipótesis que es la clave de la teoría estándar y que analizaremos más adelante: el eje del análisis no puede ser sino la sintaxis, es ella la que asigna sus propias estructuras tanto al sonido como al sentido. De forma que tanto la configuración fonética de las frases como su configuración semántica no son sino “interpretaciones” de la estructura sintáctica. Desde el primer texto básico de la teoría estaba escrito que la gramática gana al ser definida como una disciplina autónoma, independiente de la semántica: “el hecho de que un enunciado sea gramatical no puede ser asimilado al hecho de que tenga sentido” (106).

El concepto de **estructura profunda**, que no aparece claramente formulado hasta **Aspectos de la teoría de lasintáxis**, viene exigido por el concepto de **transformación**. Con éste Chomsky replantea el concepto saussuriano de sistema o estructura, realiza el paso de un universo complejo pero estático de relaciones al de los dinamis-mos y sus regulaciones. E inscribir la transformación en la constitu-ción misma de la lengua es romper con el imaginario de una espa-cialidad euclidiana en el que tanto la horizontalidad como la verti-calidad se definen sobre el mismo plano. Lo que se hace presente es la existencia de varios planos, o mejor la asimetría entre el plano de la manifestación y el de la producción. J. Katz ha desarrol-lado la validez y la eficacia epistemológica de la asimetría de los planos poniendo en relación la hipótesis chomskyana con la tradi-ción filosófica antiempirista (107). La hipótesis postula que “lo que dice ” una frase, su “significación” no corresponde a la es-tructura manifiesta del enunciado sino—y esto es una forma siste-mática—a una estructura sintáctica subyacente de la cual la estruc-tura manifiesta es una función. Es la única forma de explicar los múltiples casos en que una misma oración dice a la vez dos cosas diferentes, en que dos oraciones con estructura superficial diferen-te significan lo mismo, la redundancia, la falta de sentido, las infe-rencias, las presuposiciones, etc. Para cualquier teoría empirista del lenguaje el único correlato de la significación es la percepción sen-sorial, pero ni aún en el plano puramente fonético “lo que se oye” corresponde a “lo que se pronuncia” realmente, de forma que el oyente entiende muchas veces porque suple y transforma lo oído físicamente en lo que se quiso decir, y mucho menos en el plano sintáctico o semántico. Lo que ninguna teoría conductista puede explicar es cómo el oyente interpreta en términos de ambigüedad o de sinonimia la significación de una frase. Lo cual obliga a abrir la hipótesis de que el “saber” que los hablantes tienen de su lengua va más allá de un mero hábito de organización normalizada de fras-es y hace entrar en ese saber las reglas a partir de las cuales el ha-blante oyente entiende lo que una frase dice más allá de lo que apa-renta decir, de lo que no dice, lo que sobreentiende. Y esto es pro-blema no solo para las teorías conductistas sino también para la lingüística estructural cuyo análisis no desborda la estructura de superficie, de forma que la semántica greimasiana, a su manera, se vió obligada a postular y operar sobre la diferencia de planos. Pero para la teoría transformacional es a nivel de la sintaxis misma que

es necesario postular y explicitar las reglas de estructura profunda. Además de una gramática capaz de desmontar la estructura lineal de una frase en sus posibles estructuras sintagmáticas pero incapaz siquiera de explicar la transformación de la forma activa en pasiva, es necesaria otra, una gramática encargada de explicitar las reglas de transformación. Esas reglas "transforman" los marcadores de frase, mostrando por ejemplo, cómo la semejanza intuita entre la frase en forma activa y la frase en pasiva—que tienen estructuras de superficie diferentes—responde a que ambas frases pueden ser derivadas del mismo marcador de frase subyacente. Claro que las reglas de transformación no son independientes por completo de las reglas sintagmáticas y operan siempre sobre el resultado de estas. Cada enunciado debe ser entonces "transformado" sistemáticamente en tantos cuantos exija su mayor o menor complejidad hasta poder dar cuenta de todos los sentidos que recubre.

Es en la medida en que esa tarea comenzó a realizarse que el sintacticismo chomskyano, la autonomía a ultranza de lo sintáctico, y la subordinación a ello de lo semántico, ha mostrado su fuerte carácter reduccionista y deformador de los procesos del lenguaje. La concepción de la significación que tiene la teoría generativa es claramente insuficiente para explicar—como pretende—todas las formas en que el sentido trabaja los sonidos. J. Searle se atreve a afirmar que "Chomsky ha heredado y conservado de su formación estructuralista el convencimiento de que la sintaxis puede y debe estudiarse independientemente de la semántica, de que la forma debe caracterizarse independientemente del sentido" (108). Convicciones que se apoyan, a pesar de sus críticas al antimentalismo de los distribucionalistas, en un viejo obstáculo epistemológico: el que considera que lo semántico es incompatible con la "pureza" en que se mueve la gramaticalidad, impureza de lo particular y lo sensible incompatible con la universalidad—pretendida—de los modelos sintácticos. La concepción que Chomsky tiene del conocimiento humano le lleva a postular dos estatutos diferentes para la sintaxis y la semántica: las estructuras sintácticas son universales, las semánticas particulares a cada lengua. Y desproporcionando los resultados del análisis lingüístico se embarca en la aventura de una teoría general del conocimiento, según la cual la estructura sintáctica no está determinada sino por la estructura del cerebro. Con lo cual quedaría "probado" que en la relación entre la forma gramati-

cal y el sentido solo la primera es determinante del segundo, haciendo así innecesario el estudio del contexto, no sólo del contexto extralingüístico sino incluso del contexto lingüístico, de la discursividad que entrelaza unas frases a otras. Más allá de la frase estaría ya lo empírico, lo particular, lo concreto, lo no formalizable, lo no investigable lingüísticamente. El discurso no sería más que una suma de frases. Y la crítica de Benveniste al modelo semiótico seguiría siendo pertinente dirigida al modelo generativo, ya que en este modelo la frase sigue pudiendo ser explicada sin “referencia”, sin ese contexto que para Benveniste constituye la verdadera originalidad, la especificidad de lo discursivo que se inicia en la frase. El sintacticismo entrabarará el desarrollo de la teoría deformando y reduciendo el descubrimiento producido ya que el contexto discursivo—y el no discursivo también—es decisivo en la comprensión de cualquier frase. Y si de lo que trataba era precisamente de explicar qué es hablar, la teoría no puede desconocer tan olímpicamente que los hombres hablan no con frases aisladas sino articulando frases en un discurso que a su vez está siempre inscrito en un contexto extralingüístico.

Generar :formalizar o producir?

A pesar de los límites y del rechazo explícito a ir más allá de la frase, una teoría de lo discursivo encuentra en la lingüística transformacional no sólo el planteamiento de algunos problemas básicos sino la formulación de conceptos indispensables y la implementación de una nueva estrategia investigativa.

El concepto de estructura había sacado el estudio del lenguaje de los impases del historicismo evolucionista y de la descripción mecanicista. Pero en la perspectiva trazada por Saussure, y en los trabajos de los fonólogos y los glosemáticos, la estructura tendía irremediablemente a la reificación, a eliminar el movimiento que atraviesa todo acto de lenguaje. La estabilidad con que se marcó el signo volvió estática la lengua. El concepto de transformación introduce el dinamismo en la estructura al desplazar el acento de las unidades y sus relaciones a las reglas que sustentan el proceso mismo de estructuración. La estructura deja de ser mirada desde sí misma para mirarla desde el proceso que la origina. Y eso es lo que explicita el concepto de competencia: más radical que la búsqueda de

las unidades y sus combinaciones es el descubrimiento de las operaciones que subyacen a la organización. Con una diferencia insoslayable en relación al estructuralismo y es que si hay “lenguajes” en los que es imposible segmentar unidades, no hay ningún discurso que no sea engendrado a partir de unas operaciones de sentido. El concepto de operación transforma la concepción de código que pasa de denominar conjuntos de unidades a señalar las reglas por medio de las cuales opera la significación. Y el concepto de estructura profunda viene entonces a señalar otra asimetría, aquella en que se sitúan las “operaciones” con respecto a las “unidades”. Lo que de una manera más intuitiva que otra cosa se intentaba plantear con la “connotación” es conceptualizado sistemáticamente desde la nueva perspectiva: los efectos de sentido se producen en cualquier discurso porque pertenecen a la dinámica misma de la lengua. Lo que radicalmente es puesto en crisis entonces es la oposición denotación/connotación. Porque si para rescatarle un lugar se asignase la denotación a la estructura de superficie, inmediatamente nos encontraríamos con que la teoría postula que ella no es sino el resultado de operaciones subyacentes, que dejan de ser connotativas en la medida en que marcan, dejan su huella, o mejor constituyen a la denotación misma. Un mínimo de coherencia teórica conduce ahí.

Metodológicamente las consecuencias son importantes: si el “objeto” es otro, las formas de aproximación a él deben ser diferentes. Por supuesto que no se trata del “aquí empezó la ciencia”, ni de que los conceptos de corpus o estructura dejen de valer sino de repensarlos a la luz de la nueva problemática. Son otros los parámetros que miden la eficacia, de forma que es necesario replantear el principio mismo de pertinencia a partir del cual se seleccionan y organizan los “datos” para el análisis. E. Veron ha estudiado las implicaciones y las posibilidades que conceptos como el de competencia y estructura profunda pueden tener en el estudio de lo ideológico (109). Frente a una reflexión limitada al estudio de la manifestación ideológica a través de encuestas o de análisis de contenido que, por más marxistas que sean, siguen dejando por fuera el problema de la producción de lo ideológico, o reduciendo éste al cuadro irremediadamente psicologista de los “intereses”, los nuevos conceptos abren la posibilidad de pensar la problemática de la producción de lo ideológico desde el discurso mismo, desde las ope-

raciones y las reglas que lo constituyen en cuanto tal. Y es en la aplicación al terreno de lo ideológico que el equívoco fundamental de la teoría generativa es puesto a flote. Nos referimos a la ambigüedad, a la “trampa” que encierra la permanente analogía que la teoría mantiene entre generar y producir.

Encontramos que una primera caracterización de lo generativo es la que se refiere a la oposición entre la naturaleza finita de las reglas y la naturaleza infinita de los enunciados posibles a partir de esas reglas. Lo generativo se refiere entonces a lo explícito de la gramática y en modo alguno a la producción real de las frases por el hablante. Como lo habíamos anotado anteriormente Chomsky cree que esa caracterización libera a la teoría de los enredos de lo psicológico. Generar, en cuanto sinónimo de “hacer explícito”, se sitúa en el plano de lo formal—matemático. Ahora bien, en cualquier proceso de investigación la abstracción, lo formal, se justifica en la medida en que sirve a la intelección de los procesos reales. Es en la confrontación con lo empírico que el “generar” se ve obligado a referirse al proceso real de producción del lenguaje pasando a significar ese proceso. Chomsky mismo hace esa interpretación al insistir en que la novedad de la teoría está precisamente en rescatar lo que la lingüística estructural olvidaba: la creatividad que se produce en el lenguaje. Y es desde todo punto inválido tratar de escamotear el problema que planteamos diciendo que el objeto de la teoría es la competencia y no la actuación. Como anota Searle (110) la competencia lingüística es competencia de qué sino lo es de los actos en que se realiza el lenguaje, esto es de una actuación?. Esa pregunta no creo que quede respondida, como parece insinuar lo Veron, invocando los límites de todo modelo abstracto. Ciertamente que todo modelo es parcial y que no puede dar cuenta más que del “aspecto” que rescata su objeto. Pero como lo confirman los últimos escritos de Chomsky aquí el problema, además de ese, es otro. Se trata de que la determinación última del proceso de producción del lenguaje se encontraría en la estructura biológica del cerebro, respondiendo así a propiedades innatas de la mente humana. En un texto del año 76 Chomsky escribe: “No me parece descabellado enfocar el estudio del lenguaje como si estuviéramos estudiando algún órgano del cuerpo”, más adelante refiriéndose a los dos tipos de proposiciones de relativo que se dan en inglés anota: “si seguimos la línea de argumentación que acabamos de esbozar resulta

razonable postular que, como propiedad de la gramática universal y por tanto biológicamente ineluctable, las proposiciones del relativo no restrictivo no pueden incrustarse”, y a modo de conclusión afirma: “parece que estos hechos reflejan una condición previa de origen biológico” (111).

Lo formal estaría planteando entonces algo diferente al problema de sus límites, está sirviendo de cohartada a una visión de lo social—histórico como decoración, algo radicalmente exterior al dinamismo, al proceso de producción del lenguaje. La asimetría entre conocimiento y experiencia lingüística se viene a convertir en una forma sofisticadísima de seguir afirmando lo que se negó. Sólo que ahora el “estímulo” no proviene de “fuera” sino de dentro, de la conformación biológica del cerebro, pero en últimas la estructura sintáctica “responde a”, refleja la naturaleza física de la mente. La contradicción entre lo natural y lo social histórico, que tensionaba al menos la solución propuesta por Saussure, es aquí suprimida de plano en favor de una explicación inmensamente más positivista, descaradamente naturalista. En contraposición a lo plural de la “lengua” en Saussure, la “competencia” en Chomsky no admite pluralidad alguna, es postulada de una vez como universal. “A la dialéctica entre naturalidad e historicidad, entre lenguaje y lengua, trazada por Saussure, Chomsky opone la tentativa de reabsorber el mundo de la multiplicidad y la variedad histórica en la inmovilidad—presumida—de la naturaleza y la herencia biológica” (112).

Asumir el problema de la producción del lenguaje exige ubicar ese problema en un terreno más abierto y menos simple. Porque aunque lo biológico esté ahí también está la historia. Y no se puede hablar de producción—a no ser que vaciemos por completo de sentido al término—sin hablar de trabajo y por tanto de lo social—histórico. Sin articulación al trabajo el lenguaje está irremediablemente abocado a su reducción a comportamiento natural o meta-histórico (113). Y no era contra eso que parecía haberse edificado la nueva lingüística? Puede entonces hablarse de que se ha superado el plano de lo “descriptivo”, puede hablarse en verdad de “explicación” sin insertar no solo el uso sino la competencia en los procesos históricos? En todo caso recurrir directamente a la biología es dejar sin explicación la aparición de las reglas. En un plano es

trictamente epistemológico la reflexión de Piaget (114). Demuestra cómo la postulación del innatismo nos devuelve a la substancialización cartesiana de las ideas pasando por alto toda la reflexión epistemológica moderna y especialmente la kantiana a partir de la cual las "ideas" son formas, no esencias ni substancias de la mente. Postular un "esquema fijo" innato conduce inevitablemente a la proclamación de invariantes substanciales, a una substancialización de la subjetividad, al "código" y a los arquetipos universales. La lingüística tendrá entonces que psicologizarse, como muestran los últimos escritos de Chomsky, y para escapar al behaviorismo no tendrá más remedio que acudir a la metafísica. Con la consiguiente imposibilidad de articular sintaxis y semántica.

"No se estará cayendo, una vez más, en un neomecanicismo que escamotea la relación del enunciado a la enunciación? . Se tendrá entonces un lenguaje sin enunciadores, sin situaciones en las que se inserta el acto de enunciación, un lenguaje en el que se separa el sentido de la referencia (...)Satisfaciéndose de un formalismo que se contenta con asociar enunciados entre sí, se continúa enclausrando al lenguaje aunque se haya ampliado la prisión" (115). Y ese encerramiento continúa mientras la problematización de la frontera entre sintaxis y semántica deje intocada la otra, la que separa a éstas de la pragmática. Es el caso de la semántica generativa en que trabajan disidentes como Postal, Fillmore, Lakoff (116). Estos admiten que lo semántico no se reduce a componente interpretativo sino que es también parte de lo estructural y por tanto de lo generativo. Pero se sigue manteniendo el rechazo a considerar el contexto discursivo como algo fundamental para la comprensión de la significación de una frase, y se deja de lado toda referencia al contexto extralingüístico de la producción y reconocimiento de las frases bajo el viejo pretexto de que ello introduciría en la claridad del modelo la confusa complejidad de lo real. Y sin embargo esa confusión se hace presente en la teoría al introducir el componente lexical, el diccionario, cuya estructura y fundamentación quedan inexplicadas. Aunque los elementos lexicales sean vistos como depositarios de relaciones complejas y no de simples amalgamas sémicas, lo semántico sigue siendo pensado desde las relaciones gramaticales, desde un modelo cada vez más "puramente" lógico. La referencia sigue siendo la gran ausente, y es una concepción de lo social la que habla a través de esa ausencia, concepción que empieza

a ser explicitada al desmontar los presupuestos en que se basa (117) Y con la referencia es toda la problemática de la enunciación y el sujeto, de la heterogeneidad y conflictividad de lo real histórico, lo escamoteado. Sólo una teoría que lucha a toda costa por mantenerse “incontaminada” puede sostener la ambición de los “universales” del lenguaje.

2. El desplazamiento filosófico

“Los filósofos no tendrían más que reducir su lenguaje al lenguaje corriente, del que aquel se abstrae, para darse cuenta y reconocer que ni los pensamientos ni el lenguaje forman por sí mismos un reino aparte, sino que son sencillamente expresiones de la vida real”.

K. Marx

Han sido “filósofos” de un talante muy especial, y no precisamente marxista, los que estudiando el “lenguaje ordinario” se han atrevido a sacar el lenguaje del encerramiento de los enunciados y plantear la problemática del acto de enunciación, esto es lo que de hacer hay en el decir, Ello supone un doble desplazamiento: con relación al neopositivismo lógico de una parte, y de otra con relación a la lingüística. En relación al primero J. L. Austin confiesa sin reparos la insatisfacción profunda que el cientismo de la Escuela de Viena acabó produciéndole, esa simplificación exagerada de los fenómenos, ese apresuramiento por demoler y los prejuicios que se habían convertido en una verdadera deformación profesional. Todo ello había conducido el análisis del lenguaje a un empobrecimiento radical amparado y sostenido por la “ilusión descriptiva” que confunde el sentido de una proposición con su forma lógica y rechaza a las tinieblas del sin-sentido toda proposición que no sea constativa de un hecho o de un estado de cosas. Con respecto a la lingüística, Searle critica fundamentalmente el prejuicio que la lleva a creer que es posible dar cuenta de la significación de un enunciado sin tener en cuenta los actos lingüísticos de los que forma parte, y la confusión teórica según la cual todo estudio de los actos lingüísticos implicaría una concesión al behaviorismo. En conjunto, lo que estos “filósofos” proponen es estudiar el lenguaje como una actividad y en cuanto tal “comprometida” con las situaciones y comprometedoras de los sujetos. Como cualquier acción, el len-

guaje modifica la situación. Y ello no es simple efecto, consecuencia del acto de hablar; sino que tiene que ver con la estructura del hablar mismo.

El “lenguaje ordinario”

Para el positivismo lógico el lenguaje es un doble del mundo: entre lenguaje y realidad paralelismo completo y correspondencia adecuada. Como el mundo está compuesto de objetos y de hechos o estados de cosas, así el lenguaje está compuesto de nombres y de proposiciones. Pero entendámonos, porque esto es verdad del lenguaje—lenguaje, es decir del lenguaje lógico, del de la ciencia. Sólo ese lenguaje representa al mundo. Y así como el mundo es el conjunto de lo que acaece, la totalidad de los hechos, así el lenguaje es la totalidad de las proposiciones. Pero qué es lo que posibilita esa correspondencia? qué es lo que el lenguaje tiene en común con el mundo? , qué le hace capaz de representarle? . La forma: “La configuración de los objetos forma el hecho (...) Lo que cada figura debe tener en común con la realidad para poder figurarla por completo—justa o falsamente—es la forma lógica, esto es la forma de la realidad (...) En la proposición está contenida la forma de su sentido pero no su contenido” (118). Porque las proposiciones hablan únicamente de cómo son las cosas, jamás de qué son. Por no haber sabido distinguir eso los filósofos han construido tantas proposiciones no falsas sino sin sentido. Una proposición lógica, esto es con sentido, es aquella que es verificable. De manera que en últimas el sentido de una proposición se identifica con el método de su verificación, con las reglas de la sintaxis lógica. Esa sintaxis que para Carnap es la estructura misma del sistema de representación pero que no coincide en modo alguno con la sintaxis del lenguaje de la comunicación. Se trata de una sintaxis “pura” que define—sin necesidad de semántica alguna—el estatuto de sus propios términos y el de las proposiciones, tanto de las que enuncian relaciones formales como de las que enuncian los estados de cosas.

Para los positivistas lógicos el lenguaje se ha tornado un problema central, clave para la construcción de la ciencia. Y de ese problema y sólo de ese es que debe encargarse la filosofía. Su tarea no puede seguir siendo hablar de lo que no se puede hablar, esto es del “ser”. Su tarea es el lenguaje, esclarecerlo, fijar las condiciones de la significación, las reglas de su empleo. En pocas palabras, la ta-

rea de la filosofía es hacer la terapia del lenguaje... para que sirva a la ciencia. De ello resulta una concepción "limpia" del lenguaje que homologa significación a designación, que separa por completo la significación de la comunicación y por tanto "prescinde" de cualquier aspecto social, que lo reduce a problema lógico.

Contra esa reducción es contra la que el mismo Wittgenstein construye la teoría del "lenguaje ordinario" (119), ese otro lenguaje en el que se condensa la ambigüedad y la riqueza de la experiencia humana, frente al lenguaje lógico éste es un "laberinto de senderos". En él la significación nace del uso, de los diversos empleos que los hombres dan a las palabras y de los diferentes juegos de lenguaje en que las palabras están insertas. Ciertamente que existe un lenguaje científico, pero también un lenguaje poético y un lenguaje religioso y otros muchos. Cada "juego" corresponde a un acto: describir, narrar pero también contar chistes o blasfemar, Las voces son función de los juegos y cada uno de ellos viene a expresar una forma de vida. Porque los modos de hablar están entretejidos a los del vivir, a los del actuar, y es por eso que hablar de una manera, conforme a un "juego", equivale a actuar de una manera. Para estudiar el lenguaje ordinario hay que tener en cuenta lo que se dice pero también o más quién y cómo, cuándo y dónde se dice. Todo acto de lenguaje implica una situación y unas reglas. "comunes", que responden a una manera social de comportarse y que hacen de la significación la expresión no de una experiencia particular y privada del hablante sino de una forma de vida colectiva. Rossi-Landi ha hecho una "lectura marxista" del segundo Wittgenstein poniendo de relieve la ruptura implicada en una concepción que arranca el lenguaje al realismo ontológico y al logicismo para insertarlo en la comunicación y en la acción: "descendió del cielo de las estructuras inmóviles del *Tractatus* a la tierra de los comportamientos significativos siempre cambiantes, y buscó el origen de la alienación metafísica en el campo terrenal del habla. El materialismo de Wittgenstein es aún marcadamente empírico y biológico pero se refiere ya a hombres en comunidades sociales" (120).

Sin duda el aporte mayor de la teoría del "lenguaje ordinario" es el empeño en liberar el estudio de las lenguas de la tentación logicista, de su equiparación a los lenguajes técnicos, artificiales. Lenguaje ordinario se opone fundamentalmente a lenguaje artificial. De manera que lo que en éste aparece como negativo resulta siendo

lo positivo en aquel. Así la polisemia, ambigüedad a eliminar de un lenguaje científico o técnico, se torna en el lenguaje ordinario riqueza semántica. Lo mismo con la sensibilidad al contexto y a la implicación de los sujetos.

Del enunciado a la enunciación :los actos de discurso

El estudio del “lenguaje ordinario”, de sus juegos, de su riqueza, su ambigüedad y su complejidad había conducido a descubrir una nueva manera de abordar el lenguaje: en cuanto acto de discurso, como un hacer específico. Ese descubrimiento va a encontrar su primera sistematización en las investigaciones de Austin sobre ciertos tipos de enunciación que va a denominar performativos (121). La caracterización de esos enunciados exige romper con el postulado logicista que identificaba el sentido con la designación reduciendo los enunciados significativos a los descriptivos a constatativos. “Te tomo por esposa”, “Yo bautizo este barco Libertad”, “Te prometo venir”: he aquí un tipo de enunciado que ni afirma ni niega ni describe ni constata y que por tanto no es ni verdadero ni falso, sino eficaz o ineficaz, logrado o fracasado. Es decir un tipo de enunciado que se caracteriza porque su enunciación, en circunstancias determinadas, realiza el acontecimiento que enuncia. Enunciar esas frases no es describir lo que estoy haciendo— y menos lo que hice o lo que haré—ni afirmar que lo hago sino hacerlo: “producir la enunciación es ejecutar una acción” (122). Su especificidad aparece al confrontar, por ejemplo, la frase que pronuncia el novio o la novia en la ceremonia matrimonial con la narración que de esa ceremonia pueda hacer un reportero. Mientras en el caso del reportero—“Fulano de tal tomó por esposa a la señorita tal”—no hay sino descripción, constatación del hecho; la enunciación por el novio, de la frase “Te tomo por esposa” en determinadas circunstancias efectúa el matrimonio modificando radicalmente la situación del enunciadador.

Austin reconoce que la cosa puede parecer extraña: “Puede suceder que decir una cosa sea hacerla? . Es en verdad lícito afirmar que casarse es pronunciar unas palabras, que apostar es decir algo? ” (13). Ciertamente que uno puede contraer matrimonio por simple cohabitación o apostar introduciendo unas monedas en una máquina. Pero el problema es otro. Estamos tan convencidos de que el lenguaje es un instrumento que no nos damos cuenta del aconteci-

miento que es en sí el hablar, del papel capital que el discurso juega en nuestra vida, en nuestro hacer. Y es evidente que el discurso por sí solo no constituye el único elemento del acto ejecutado sino que son necesarias ciertas "circunstancias" apropiadas. Pero en todo caso lo que realizan los performativos no es un puro efecto o consecuencia que se produzca con ocasión del discurso sino una acción efectuada por el acto del discurso.

Cuáles son entonces las condiciones de la performatividad? . Una primera es de tipo gramatical: la simetría entre las personas y los tiempos de los verbos, primera persona del presente como en los ejemplos anotados. Pero también es posible una enunciación performativa en segunda o tercera persona con el verbo en pasiva: "ustedes están autorizados a entrar". Y otras formas son también posibles, como aquellas en que la simetría se hace implícita vg. "excúseme". Pero en todo caso las condiciones de gramaticalidad no solo no llegan a ser por completo claras sino que aunque lo fueran serían siempre insuficientes. Es necesaria la realización de ese otro tipo de condiciones que son las "contextuales": las circunstancias que deben producirse para que el discurso sea eficaz. Ellas tienen que ver fundamentalmente con los sujetos de la enunciación—no cualquier persona—y con los tiempos y espacios sociales: no en cualquier momento ni lugar. Con que alguna de ellas no se cumpla la performatividad fracasa. No cualquiera puede pronunciar la sentencia del juicio, pero el juez tampoco puede—o puede pero ineficazmente—pronunciar la sentencia en cualquier parte, etc. Benveniste plantea otra condición que puede subsumirse en la anterior: la enunciación es performativa si es autenticada como acto, autenticación que proviene del tener autoridad, del aquí y el ahora. El performativo es acontecimiento en la medida en que produce acontecimiento, su mera reproducción lo transforma en constatación. Lo cual implica que el performativo es "auto-referencia" (124): se refiere a una realidad que él constituye por el hecho de ser enunciado en las condiciones que lo hacen acto. El acto se identifica con su enunciación y el significado con el referente.

Es importante anotar que en la investigación sobre las condiciones de la performatividad Austin se ve obligado permanentemente a "mezclar" lo lingüístico y lo sociológico. Se hace difícil separarlos netamente ya que el logro o el fracaso de la performatividad pasa siempre por el acto de discurso pero ese acto es en todo mo-

mento situado y referido, penetrado por unas convenciones sociales que regulan su significación esto es su realización. Y en el curso de esa investigación llega un momento en que la oposición constataativo/performativo se diluye, no en favor del constataativo como en el logicismo, sino por el contrario del performativo: aparece una nueva manera de entender el hacer que es el decir. La performatividad deja de ser la propiedad de un tipo particular de enunciados para ser vista como una dimensión fundamental de toda enunciación, dimensión que se desglosa en tres haceres o actos diferentes. Primero el acto locutivo :el acto de decir, la producción de unos sonidos, organizados en vocablos, dotados de un cierto sentido, ello ya es una acción, particular, precisa. Segundo, el acto ilocutivo :lo que se hace al decir algo: interrogar, ordenar, advertir, prometer, insultar, informar etc. Son las diversas funciones que se cumplen en el discurso y que hacen variar por completo su significación, son los diferentes "valores" que pueden invertir un enunciado. Un enunciado tan simple como "vendré" puede significar una información, pero también una promesa o una amenaza. Tercero el acto perlocutivo :lo que se hace por el hecho de decir algo, esto es los efectos, las consecuencias que se producen en los que escuchan: aprobación, rechazo, sorpresa, miedo. Los tres actos se imbrican pero jerarquizadamente. Para que los efectos perlocutivos puedan tener lugar es indispensable que el discurso tenga valor o fuerza ilocutiva y para que pueda existir esa fuerza es necesario el acto locutivo. Ahora bien, de los tres solo en uno reside lo que Austin venía buscando, el hacer verdaderamente específico que es el decir: en el ilocutivo. El acto locutivo, la locución se confunde con el enunciado y es por tanto el objeto tradicional de la lingüística. Mientras que la perlocución se mueve en el campo propio de la psicología. Lo descubierto es el acto, el valor, la fuerza ilocutiva. Ella permite comprender cómo la enunciación no es la mera utilización del enunciado sino algo que le penetra, le "carga", a todo enunciado incluidos los constataativos—la constatación no es sino uno de los valores de ilocución—, cómo es imposible plantearse verdaderamente el problema de la significación por fuerza del acto que realiza el discurso. La ilocución no es un algo exterior que venga a añadirse desde fuera a algo que ya existe sino la presencia en el enunciado de la regulación que el contexto social ejerce esa actividad haciéndolo posible, constituyendo su sentido.

La teoría del acto ilocutivo es uno de los primeros pasos hacia

una teoría de la enunciación. Ella replantea mucho más profundamente que la teoría generativa la dicotomía saussuriana lengua/habla y según la cual el habla quedaba librada a la actividad individual y portanto al concreto inanalizable. Si lo que Saussure quiso decir es que son los individuos los que hablan, lo obvio de la afirmación es tan aplastante que no se ve en que pueda residir su interés. Pero ello mismo hace entonces pensar—y la concepción que Saussure tenía de lo social, como anotamos, da pie a ello—que la separación lengua/habla plantea otra cosa: la posibilidad de pensar lo individual como algo “opuesto” a lo social, el habla dependería entonces de la iniciativa individual, únicamente de ella. Lo que equivale a decir que mientras la significación del enunciado es fijada por la institución social que es la lengua, el valor de su enunciación dependería únicamente de la “intención”, de la psicología individual. Es algo que hasta ahora la lingüística no había puesto jamás en duda. Y es precisamente en ese punto que la investigación de Austin aparece como capital para la construcción de una teoría del discurso. La enunciación en cuanto actividad ilocutiva no pertenece ni al terreno de lo físico—producción de sonidos—ni de lo psicológico—los efectos—. Los efectos, las consecuencias psicológicas en el oyente pueden producirse o no, pueden corresponder o no a lo que el hablante intentó, pueden incluso ser contrarias a lo que se buscaba, ese no es el problema de lo ilocutivo. El valor ilocutivo está determinado por reglas específicas del discurso, reglas que provienen de convenciones sociales. Reglas a partir de las cuales una cosa es prometer y otra preguntar, ejercer un poder o afirmar. Reglas que no se confunden con las del contenido. Puedo preguntar sin que la palabra pregunta entre en el enunciado y aun sin el tono de la interrogación, puedo mandar sin que la palabra mando u orden aparezca en la frase, puedo prometer diciendo “llegaré”. Son reglas diferentes tanto de las que rigen la organización sintagmática del enunciado como de las que marcan las transformaciones. Pero son también reglas: las que hacen emerger la “situación” en que el discurso coloca a los interlocutores. Reglas semánticas que atraviesan la organización sintáctica del enunciado—diferentes no quiere decir independientes—haciendo emerger en el discurso la heterogeneidad de lo pragmático, de los contextos extralingüísticos. La problemática de la enunciación obliga a plantear de un modo nuevo la problemática de la comunicación. Es el mismo proyecto teórico el que reduce los enunciados significativos a los enunciados lógicos, esto es a los constatativos, descriptivos o “in-

formativos”, y el que reduce la comunicación a transmisión de información. Y lo que la ilocución descubre es que la enunciación—el acto de discurso—no es un mero intercambio de palabras sino una común acción, una inter—acción en la que tanto el “mundo” como los “sujetos” están implicados.

Searle ha desarrollado la reflexión de Austin en dos direcciones. De una parte desglosando los diferentes actos implicados en la locución y analizando la estructura de la ilocución. De otra, caracterizando la especificidad de las reglas que rigen los actos de discurso. Nos concentraremos en esta última por parecerme que es ahí donde se marca el verdadero avance de la teoría.

La hipótesis de base es que hablar es realizar actos de lenguaje como poner afirmaciones, hacer preguntas, dar órdenes hacer promesas etc. La unidad de análisis no puede ser entonces ni los vocablos ni las frases sino la producción de frases en un contexto determinado, los “Speech Acts”, los actos de lenguaje. “Se podría reprochar a esta concepción de no tener en cuenta sino el punto de inserción de una teoría del lenguaje en una teoría de la acción. Yo respondería a eso que si mi concepción del lenguaje es justa, una teoría del lenguaje hace parte de una teoría de la acción sencillamente porque hablar es una forma de comportamiento regido por reglas. Si está regido por reglas quiere decir que posee rasgos formales susceptibles de un estudio independiente. Sin embargo contentarse con estudiar esos rasgos formales sin tener en cuenta su rol en los actos de lenguaje equivaldría a estudiar desde un punto de vista formal la moneda y los sistemas de crédito en la economía de diversos países sin tener en cuenta el rol que ellos juegan en las transacciones económicas. O a estudiar el fútbol como un sistema formal y no como un juego” (125). La cita es larga pero preciosa porque deja explícita cual es la “filosofía” que subyace a esta concepción. No se trata de cambiar de campo y pasar del estudio de la lengua al estudio del habla, sino de concebir al habla formando parte de la lengua y a la lengua no solo utilizada sino constituida por el habla. La lengua deja entonces de ser un poco sistema formal para convertirse en un entramado de actos. No existen dos semánticas: una del enunciado y otra de la enunciación, sino una sola que deberá ser capaz algún día de dar cuenta de la forma como se imbrican esas dos dimensiones constitutivas ambas del discurso y hasta ahora separadas. Hacia esa semántica es que trabaja el pro-

yecto de Searle.

Un aporte fundamental a la constitución de esa nueva semántica es la diferenciación, trazada por Searle (126), entre reglas normativas y reglas constitutivas. Las normativas se caracterizan por venir a regular comportamientos que las preexisten, que existen independientemente de ellas. Así las reglas de cortesía regulan relaciones interpersonales cuya existencia no depende de esas reglas. Las constitutivas por el contrario no se limitan a regular algo que ya existe sino que forman parte integrante del comportamiento regulado, o mejor engendra nuevas formas de comportamiento, fundan una actividad cuya existencia misma depende de ellas. Así las reglas del ajedrez no se limitan a decir cómo se juega sino que constituyen la posibilidad misma de jugar, son reglas del juego. La diferencia se hace aún más clara en las formas como se manifiestan. La forma típica en que se manifiestan las normativas es el imperativo: “a la cena los oficiales llevarán corbata”, o una paráfrasis que equivalga a lo mismo. Las constitutivas por el contrario toman la forma “inocente” de la constatación, de la descripción: “un rey es jaque mate cuando se encuentra atacado de tal manera que no puede defenderse ni huir”, no tienen la forma de regla, parecen simplemente formar parte de la definición de algo. Y ahí está la clave: la aparente tautología es precisamente la señal de las constitutivas. Mientras la forma característica de las normativas es del tipo “Haga X” o “Si X entonces haga Y”, las constitutivas pueden tomar la forma imperativa o inferencial pero normalmente son del tipo “X equivale a Y en la situación S”. Cuando la regla es normativa yo puedo describir la actividad sin necesidad de referirme a la regla pero cuando es constitutiva, en la actividad que ella regula hay aspectos que es imposible describir, especificar sin apelar a la regla. Tomemos el ejemplo del fútbol, E imaginemos un espectador que asistiera por primera vez a un partido sin que tuviera la menor idea del juego, de sus reglas. Y si al salir de partido le preguntáramos por lo que ha visto seguro que nos describiría montes de movimientos, cantidades de gestos... sin sentido. Nos contaría algo que tendría muy poco que ver con el juego. Y le sería completamente imposible distinguir lo “normativo”, esto es las técnicas, el bien o mal jugar, el jugar a la defensiva o al ataque de lo que constituye el juego mismo: tal número de jugadores, tales dimensiones del campo, líneas de demarcación, el portero es el único que puede tocar el balón con la mano, cuando el balón sale por la línea de portería

no es sacado de la misma forma que si sale por los laterales etc. La demostración de que esas descripciones expresan reglas constitutivas está en que su cumplimiento da lugar a sanciones, a penalizaciones inmediatas. Lo que no sucede en el caso de que un jugador no respete la táctica diseñada por el entrenador, no en función de las reglas de juego. Las normativas regulan el bien o mal jugar, el jugar de un modo u otro. Las constitutivas regulan el jugar.

Volviendo al lenguaje y retomando la hipótesis de base encontramos que el funcionamiento semántico de una lengua está regido por conjuntos de reglas constitutivas a las que el análisis no tiene acceso más que a través del análisis de los actos de enunciación. Searle pone un ejemplo que ayuda a comprender la especificidad de las reglas del lenguaje (127). Cuál es la diferencia entre prometer y pescar?, qué hace que lo primero solo pueda realizarse porque existen reglas constitutivas que regulan la lengua mientras que en lo segundo no son necesarias? . En el caso de la pesca la relación de los medios al fin, la que permite realizar el objetivo—atrapar peces—está a nivel de simples hechos físicos. Claro está que existen técnicas—normas—para pescar mejor, con más facilidad o comodidad, que el tipo de anzuelo influye, que un anzuelo con gusano es más eficaz que sin él. Pero se puede pescar sin ninguna de esas técnicas, y en todo caso atrapar un pez nada tiene que ver con tipo alguno de convención, Mientras que sólo por convención enunciar una frase en determinadas circunstancias hace de ello una promesa. Convención que regula constitutivamente el hablar.

La problemática de la enunciación nos descubre la imposibilidad de estudiar al lenguaje “como un órgano del cuerpo” y la cohartada que supone apelar a la claridad y la coherencia formal del modelo para dejar por fuera eso que Searle llama discretamente “convención” y que es el contexto, la trama social del lenguaje, la regulación social del habla. Desde la estructura neurológica del cerebro queda bastante difícil explicar los diferentes valores ilocutivos de que se carga el hablar humano, queda imposible comprender que el lenguaje sea realmente un hacer.

De lo implícito a lo presupuesto

En la investigación de ese hacer, y articulado teóricamente al campo abierto por los conceptos de “acto ilocutivo” y “reglas cons-

titutivas”, se halla la problemática de la presuposición, fundamental en el estudio de lo ideológico. El origen moderno de esa problemática está en los trabajos de Frege sobre el sentido y la referencia (128). Los presupuestos de un enunciado son, para Frege, las condiciones de su empleo, es decir un cierto contenido exterior a la significación del enunciado y que es función de las condiciones de enunciación. Desde el punto de vista lógico los presupuestos comportan una cierta carga semántica confusa que es necesario separar claramente del sentido del enunciado sobre el que los presupuestos inciden oscureciendo los valores de verdad o falsedad. Posteriormente los trabajos de la escuela analítica inglesa, especialmente los de Austin y Strawson, van a desarrollar y generalizar esa problemática sacándola del cuadro logicista. Una buena sistematización de lo planteado hasta ahora a ese propósito y de las posibilidades que abre el concepto de presuposición se encuentra en los trabajos de O. Ducrot (129).

La concepción que reduce el lenguaje a un proceso de codificación—descodificación de información parte de la base de que todo lo que pasa por el código pasa al mismo nivel de manifestación, que lo dicho explícitamente es todo lo dicho. Del concepto de connotación al de ilocución se ha ido haciendo cada vez más insostenible una concepción del lenguaje que lo que pone fuera del análisis es precisamente lo que el lenguaje tiene de específico. Y en esa línea es que permite profundizar el concepto de presuposición. Partamos de algo bien conocido del problema de los implícitos. En toda sociedad, por más democrática y liberal que sea, los hombres necesitan decir cosas que o no se pueden decir o sobre las que en un determinado momento no quiere asumirse el riesgo que supone decirlas. No se trata de problemas o dificultades psicológicas ni de censuras explícitas sino de esos tabús—religiosos, políticos etc—que cubren inmensos territorios de lo decible. Castilla del Pino ha esbozado una sociología de la incomunicación que subyace a una sociedad del “entendimiento”, una sociología de la distancia entre lo que se desearía y necesitaría decir y lo que en verdad es posible decir (130). Lo que nos interesa aquí es cómo esa distancia y ese “entendimiento” se convierte, se objetiva en unos procedimientos, en unas formas de decir, cómo el implícito se inscribe en la lengua.

Ducrot analiza dos de esas formas: el implícito del enunciado y

el implícito del acto de enunciación . El primero se produce básicamente mediante “huecos” o lagunas en el enunciado que remiten , por “ausencia”, a elementos que el interlocutor debe poner por su parte para dar coherencia a lo dicho en el enunciado. Esa “ausencia” puede tomar la forma de la presentación de un hecho en lugar de otro. Así, preguntar la hora para decir que es tiempo de que se marchen. O esa extendida fórmula publicitaria que consiste en inferir la calidad a partir del interés que los compradores manifiestan por la marca. La premisa implícita está presente en la medida en que el contenido del enunciado al exige para que éste tenga sentido. El otro tipo de implícito es el que se apoya no en los contenidos sino en el acto mismo de enunciación: se trata de legitimar o garantizar el derecho a hablar, de un implícito por tanto que se sitúa a nivel de las condiciones de posibilidad y de existencia del acto mismo de hablar. Por ejemplo, dado que la posibilidad de mandar, de dar órdenes, exige una relación jerárquica, una autoridad, se pueden dar órdenes con el único objetivo, de afirmar—implícitamente—que se posee la autoridad. En el enunciado los contenidos pueden no hablar en absoluto de autoridad, es la enunciación misma la que implica el derecho. Lo mismo con la interrogación. Como cualquiera no puede hacer cualquier tipo de preguntas, preguntar sobre determinadas cuestiones significa no un interés por la respuesta sino la afirmación implícita del derecho a interrogar. Se ordenan cosas o se hacen preguntas con el solo objetivo de que no se olvide que se posee ese derecho. “El problema general del implícito es de saber cómo uno puede decir ciertas cosas sin tener que aceptar la responsabilidad de hacerlas dicho, lo que conlleva beneficiarse a la vez de la eficacia de la palabra y de la inocencia del silencio” (131). El que habla se responsabiliza únicamente de lo dicho explícita, literalmente, de la significación imputable y deja la implícita a cargo del interlocutor, de su “interpretación”. Si después lo dicho ocasionara problemas queda fácil atribuir a la interpretación del interlocutor lo “problemático”, En esa línea se ubican lo que Ducrot denomina “maniobras estilísticas” mediante las cuales un hablante, partiendo de la experiencia que él tiene de la actividad del lenguaje y sus “efectos”, los prevee escogiendo las palabras y las formas que producirán las consecuencias buscadas. Esas maniobras, que no son en muchos casos conscientes, permiten suscitar en el oyente opiniones que el que habla no podrá ser acusado de formular. Los interrogatorios policiales son expertos en ese tipo de maniobra. Y lo importante es que esa “astucia” tiende a institucionalizarse

dando lugar a una retórica, a un código de “segundo grado” que imbricándose al de la lengua opera como él, ya no intencional sino inconscientemente. Más cerca de la lengua que de la retórica o quizá dando cuenta de la retórica que trabaja la misma lengua se halla la presuposición.

Tomemos el enunciado “El que ha venido es Pedro”. Analizado semánticamente ese enunciado implica tres afirmaciones diferentes: a/que alguien ha venido, b/que una sola persona ha venido, c/que Pedro ha venido. Es claro que las tres afirmaciones implicadas no tienen el mismo estatuto discursivo. Para ello no hay sino que confrontarlas a la negación, a la réplica posible de un interlocutor: “no es Pedro el que ha venido”. Lo afectado por la réplica es únicamente c/, mientras a/ y b/ siguen siendo ciertas, aceptadas. Dicho de otra manera: lo afirmado en a/ y b/ son **presupuestos**, sólo lo afirmado en c/ es **puesto**. La diferencia de estatuto se hace más clara si la réplica, la negación recayera no sobre lo puesto sino sobre lo presupuesto afirmado por ejemplo “Nadie vino”. La negación de lo puesto o de lo presupuesto implica actitudes completamente diferentes. Mientras en el primer caso—negación de lo puesto la réplica permanece al interior del diálogo, se rechaza lo dicho pero no el derecho a decir, en el segundo caso el negar lo presupuesto equivale a descalificar al que habló rompiendo las reglas del diálogo. Lo cual nos descubre la íntima relación entre la trama significativa del enunciado y las reglas de la enunciación como reglas del diálogo, es en la estrategia del diálogo que el enunciado se realiza semánticamente. Ya que afirmar “El que ha venido es Pedro” implica, plantea como fuera de duda, como supuesto que una persona y sólo una vino. Ello se ubica en el espacio que Austin descubre y denomina como “fuerza ilocutiva”. Al introducir ciertos presupuestos en mi discurso coloco a mi audiencia—y a mi mismo—en una situación “conflictiva”, de alternativa. No se trata de la reacción de mis interlocutores a lo que digo, que sería lo perlocutivo, sino de la alternativa planteada radicalmente por el acto mismo de hablar. Lo cual plantea que el hablar es hacer, que el hablar conlleva obligaciones, impone situaciones. Las que implica el diálogo efectivo o posible ya que los presupuestos son constitutivos permanentes del diálogo, son su condición de posibilidad, sus reglas de juego. La presuposición marca la presencia insoslayable en la significación del contexto discursivo y a su través del otro, del extradiscurs-

sivo. Y si el marco en que se ha producido ese avance tiene sus lastres y sus limitaciones me parece que en este caso los "límites" son una clara invitación, una exigencia a superarlos, a ir más lejos.

3. El desplazamiento político

A lo largo del recorrido que llevamos hecho, una pregunta, formulada de diversas maneras, ha estado cohesionando toda la reflexión: cuales son las condiciones de producción, de existencia y operación de lo discursivo? Saussure nos dio una pista al tomar como modelo de análisis a la economía política, al hacer del "valor" el concepto que torna inteligible la estructura de la lengua. Barthes nos ubica ya en una perspectiva crítica, la del signo—razón la de la racionalización que implica la significación en la sociedad mercantil. La semántica greimasiana plantea el problema de las condiciones de posibilidad del sentido al interior del proceso discursivo. La lingüística generativa posibilita el análisis, el desglose formal de los procesos de transformación que subyace a las estructuras lingüísticas. La filosofía anítica inglesa al plantear el lenguaje como actividad está descubriendo los modos como lo social regula esa actividad. Pero a todo lo largo de la reflexión que llevamos la pregunta de fondo ha sido un negativo, un punto de contraste, de confrontación. Se hace necesario abordarla de frente, y ello introduce un desplazamiento nuevo, político, en la medida en que ese desplazamiento tiene como eje fundamental el cuestionamiento de lo social, del sentido mismo de lo social, mediante la "posición" de una socialidad escindida, no homogénea sino constituida por el conflicto o mejor por los conflictos, una socialidad ininteligible por fuera de las relaciones de dominio y de lucha ya sea por o contra la dominación. En esa perspectiva no se trata ya de articular la significación o el discurso a lo social sino de esbozar cómo en la producción del sentido, de los discursos, se inscribe el conflicto y la dominación, cómo la lógica de lo discursivo es parte integrante de la lógica productiva de nuestra sociedad. El espacio de esa reflexión es el materialismo histórico pero teniendo en cuenta que la problemática de la producción discursiva del sentido exige de aquél una serie de desplazamientos internos nada accidentales. Para dar entrada, para asumir esa problemática es necesario algo más que un alargamiento de las categorías. Es necesario la ruptura con no pocos dogmas y el replanteamiento de no pocos conceptos. Sin ello seguiremos moviéndonos en el ámbito de las analogías, de los mecani-

cismos, de los funcionalismos de otro estilo pero igualmente reductores. Si la puesta a prueba de la validez de una teoría está en las posibilidades que abre a incidir sobre los procesos reales, el economicismo ha demostrado suficientemente su esterilidad. Y la problemática de la producción de los discursos sigue siendo un enigma mientras sea abordada como un problema de mera reproducción, de uso, como un hecho superestructural. Afortunadamente los desplazamientos se están produciendo y los dogmas están siendo reemplazados por una reflexión que se atreve a abordar los problemas sin pensar que la solución estaba ya prevista en los libros "sagrados" que admite que hay problemas nuevos. Y que encararlos exige abandonar viejas certezas, incluso seguridades costosamente logradas

Producción mercantil y lógica social

"Lo que percibimos en la mercancía es la opacidad de las relaciones sociales de producción y la realidad de la división del trabajo. Lo que percibimos en el objeto—signo es la opacidad, la coacción total del código que rige el valor social, es el peso específico de los signos que rige la lógica social del intercambio" (132). Como modo de producción el mercantil es ante todo un modo de relación social y la mercancía la lógica dominante de esa relación. En la relación social que fundaba el símbolo—y cuya herencia es aún hoy el regalo—el objeto, el material intercambiado, es indisociable de la relación concreta, su valor por tanto no es de uso ni de cambio sino simbólico. Es decir lo significado y explicitado por el objeto es la relación entre los hombres. Una relación, que como plantea M. Mauss, es una relación ambigua, hecha de amor y de agresión de gratitud y obligación. En el *Ensayo sobre los dones* Mauss llama al don "hecho social total" señalando la lógica social que ese modo de relación entraña, ya que es a través de él que toman forma todas las instituciones tanto las morales como las estéticas, las económicas como las políticas, esa "red inestricable de ritos, prestaciones jurídicas y económicas, de fijación de rangos políticos en la sociedad de los hombres y en las confederaciones de tribus" (133). Porque desde siempre los hombres intercambian pero no de la misma manera: la producción no tiene el mismo sentido. En la relación mercantil el material de intercambio se inmediateiza, se autonomiza con respecto a la relación humana, se reifica en signo que remite ya no al gesto o al acto humano sino a la lógica que cohesiona los signos entre sí. La mercancía domina, y así como ella es fuerza

de trabajo reificada, así el objeto—signo es relación reificada también. Aolida la relación concreta es suplantada por el código. Siguiéndole el hilo a la reflexión saussuriana la crítica de Baudrillard es radical: el signo es diferencia codificada, que extrae su sentido no de la relación concreta entre los hombres sino de su relación diferencial con otros signos. La lógica del consumo forma así parte de la lógica de la producción señalando un estadio nuevo de la lógica del mercado, aquel en que el signo entra de lleno al campo del “valor” integrándose a la economía, formando parte de una producción del valor de cambio y de su fetichismo semiológico en el que no hay dimensión objetiva o subjetiva que escape a la explotación de una economía generalizada y en el que toda relación social hasta la más subjetiva e íntima deviene productiva, Baudrillard se ha arriesgado a pensar la forma y el sentido de esa nueva lógica social que se realiza en el valor signo y que hace del consumo algo más que la simple contraparte de la producción, una de sus dimensiones fundamentales: “Así como no hay lenguaje porque haya necesidad individual de hablar (...) así tampoco hay consumo porque haya una necesidad objetiva de consumir: lo que hay es una producción social, en un sistema de intercambio, de un material de diferencias, de un código de significaciones y de valores de status sobre el que bienes y necesidades individuales vienen a ajustarse racionalizando y al mismo tiempo ocultando los mecanismos estructurales fundamentales” (134). Mientras la economía política habla de “necesidades objetivas”, y presenta el consumo como ese campo autónomo en el se originan las necesidades a las que el mercado no haría sino responder, la crítica de esa economía muestra que es una sola y la misma lógica de la producción la que produce tanto los objetos como las necesidades.

Baudrillard hace trizas ese pseudo—concepto de “necesidad” rastreando su génesis ideológica, analizando su parentesco con el valor de uso y los impases que ello sigue causándole al marxismo. Y es que no hay por una parte “necesidades primarias”, respecto a las cuales el individuo se determinaría a si mismo, y más allá sólo más allá de las cuales comenzaría la zona de lo social. Lo que la antropología encuentra permanentemente es que el mínimo vital incluso en las sociedades más primitivas, está siempre determinado residualmente a partir de un excedente social fundamental: “la parte de Dios, del sacrificio, del gasto suntuario, del lucro económico”. Cómo entender sino que los más pobres sean los que gastan

más “irracionalmente”? . Ahora bien si las necesidades individuales han sido siempre función de lo social lo que aparece como nuevo es la forma en que la lógica mercantil domina hoy ese proceso, la forma sistemática y racionalizada de su producción. Lejos de ser una fuerza “liberada” por la sociedad de la abundancia las necesidades y el consumo son convertidos en fuerzas productivas del sistema social: “el capital—necesidades invertido por cada consumidor es hoy tan esencial al orden de la producción como los capitalista o el capital—fuerza de trabajo invertido por el trabajador asalariado” (135). Lo que en el plano del consumo la libertad es tanta como en el campo del trabajo. Y la racionalidad que alimentan la ilusión exactamente la misma. Producción y consumo dejan de ser entonces dos “instancias” a pensar por separado o en términos de causalidad—idealista o materialista—. Así como la producción es consumo de materias, de fuerzas, de trabajo, así el consumo es producción, producción social de diferencias, generalización del valor de cambio y de la productividad a la totalidad de la existencia. Pero ello no puede realizarse sin dominación y sin conflictos. Como el trabajo no se convirtió en “fuerza productiva” sino cuando un determinado orden social, una estructura de dominación, lo exigió, así el consumo y las necesidades adquieren ese estatus en función de la supervivencia de ese orden y de esa estructura. Durante siglos muchas necesidades fueron reprimidas hoy esas necesidades son producidas como medios de represión. Es en el momento en que el trabajo es racionalizado como fuerza productiva y explotado como tal que se producen las contradicciones que generan la lucha de clases. La explotación productiva del consumo—de los signos, de la cultura—ya ha comenzado a producir contradicciones que se articulan a la misma lucha puesto que tienen la misma matriz aunque sin confundirse y reducirse a ella.

Analizar “políticamente” la problemática de los discursos, de los signos, de la cultura, es de una forma u otra enfrentar el problema de lo ideológico. Pero es también replantear la concepción tradicional y su marco de análisis. Porque es el proceso mismo de lo ideológico el que está siendo transformado, su “exterioridad” eliminada, y lo que en un momento fue formación legítima y ocultante de las relaciones de producción se ha convertido en parte constitutiva de esa misma relación: “ideología no indica ya un conjunto más o menos sistemático de significaciones existentes y después investidas (...) La fuerza material de la ideología es ahora su

fuerza productiva, no como algo añadido sino como la marca de un trabajo social y de una elaboración psíquica” (136). Si la producción mercantil de las necesidades ello comporta la identidad sujeto objeto sobre la base de la objetivación, de la materialización de lo ideológico. La ideología no existe antes o por fuera de un discurso que vendría después a investir, y menos en la cabeza—conciencia—de los ideólogos. Eso sí es idealismo. Lo ideológico se constituye en el proceso de producción de los discursos sociales, en la materialización de un sentido que es inabordable por fuera de ellos. Lo ideológico no es un producto a consumir sino la forma misma del consumo. No un objeto interiorizado por un sujeto sino el sentido que ha venido a tomar la constitución misma del sujeto—objeto. La entrada del psicoanálisis en la comprensión de ese proceso es todo lo contrario de una psicologización del problema, es la posibilidad de entender la extensión y globalización de lo “económico”, o como la economía libidinal trabaja y es trabajada por el orden de la dominación. Y su aporte fundamental está justamente en la eliminación de la pretendida exterioridad de lo imaginario por relación a “lo real”, la ruptura con un imaginario—ilusión que lo real vendría a disipar, con el fetichismo de una esencia alienada, de una “conciencia falasa”. La ideología no es truco inventado por malabaristas al servicio del sistema sino el trabajo de una lógica social, la de la mercancía y su abstracción, su negación de las contradicciones y el trabajo, su cambio de sentido y la codificación de ese cambio.

El proceso ideológico es un proceso de fetichización, pero a condición de que fetiche deje de ser entendido como una fuerza o propiedad del objeto. Y una teoría de lo social que siga hablando de “necesidades objetivas” del sujeto no puede liberarse de la creencia en el valor de uso de los objetos, y su capacidad de “satisfacer” por sí mismo esas necesidades. Para Freud el “fetichismo” es ininteligible por fuera de la estructuración” (137). El análisis revela la paradoja de que vive el objeto del deseo perverso: banal en apariencia—cualquier objeto puede ser investido por el deseo desde un zapato hasta el brillo de una nariz—el objeto-fetiche es marcado cargado por la pulsión y transformado su “valor” por ella hasta llegar a desencadenar la excitación sexual, el orgasmo. Marca y valoración que consiste en la sustitución transformadora de la realidad del objeto por su valor de signo. El objeto-fetiche es un objeto que ha sufrido un proceso de abstracción, de codificación signi-

ficante. Su significación para el sujeto deja de estar ligada a su utilidad práctica para remitir al sistema de significación erótica desde el que cobra valor, desde el que “habla”. Rastreando la etimología de la palabra “fetiche”, Baudrillard halla que ésta habla siempre de artefacto y por tanto de fabricación: “facticius” está e la raíz tanto del portugués “feitico” (artificial), que el español “ficticio” e incluso de “afeitar”. Y de otro lado “hecho” (lo fabricado) tiene que ver con “hechizo”. Fetiche es algo hecho, un trabajo de “apariencias”, una producción de seducción. Un trabajo de signos y su fascinación. Como en el fetichismo del dinero, la clave de la fascinación—que es la de su “valor”—reside en condensar la abstracción significativa, la global sustitución, mediante la cual remite no a los objetos concretos sino al código desde el que estos socialmente valen.

Un buen ejemplo de ese nuevo trabajo ideológico, del proceso de fetichización, es lo que el consumo está haciendo con el cuerpo humano. Nada más aparentemente “objetivo”, nada más “natural” que el cuerpo y sin embargo nada más “cultural”. Ya que toda cultura es primordialmente una forma de vivir el cuerpo, de “hacerlo”, de sentirlo, de producirlo inscribiendo en él las relaciones sociales que conforman esa cultura en cuanto ta. Y bien, hoy lo consumo es una gran medida la producción de cuerpo, de un tipo especial de cuerpo: el cuerpo—signo, el cuerpo codificado y valorado a partir de la abstracción que sustituye, que escamotea el cuerpo del trabajo, el del dolor, el de la fatiga, el del conflicto, el que se gasta y envejece. Doble trabajo de los signos. Por una parte despedazamiento de la unidad del cuerpo en órganos-objeto, fetichismo de los senos o las piernas, del cabello o de las “partes íntimas”. Como pudimos comprobar en una investigación sobre publicidad una de las claves de la fascinación de lo publicitario está en saber “cortar” el cuerpo. Como si el cuerpo del deseo, el cuerpo erógeno no pudiera ser vendido-comprado más que si es roto, y con esa rotura controlado, amordazado. El despedazamiento es ya una forma de control, de codificación y de dominación de ese otro cuerpo que es el de la pulsión y su derroche. Por otra parte reconstrucción de la unidad perdida al transformar al cuerpo -ya no el alma- en el emblema de la individualidad, de un sujeto homogéneo sin conflictos, sujeto de rechos y ante todo “propiedad privada”. Es decir un cuerpo-capital de inversión tanto en el sentido de la economía política como en el de la libidinal. Se invierte en el cuerpo porque el cuerpo renta des-

de la doble productividad: la que proviene de su explotación como fuerza de consumo. Y de esa forma hasta el desnudo se convierte en vestido de prestigio. Y por tanto en campo abierto a la administración y lagerencia. No estamos hablando de la prostitución sino de la gestión generalizada del cuerpo en el consumo. Y del chantaje que impone la “inversión”: la obsesión por cuidarlo exige una permanente inversión de consumo en él, y esa inversión exige a su vez la obsesión por su rendimiento. La mercantilización se traduce en un trabajo ideológico que es a la vez un proceso de funcionalización y de ritualización narcisista. Su expresión más concentrada es el cuerpo de la “modelo”: puro objeto funcional y escenario narciso de un ritual permanente y obsesivo, “modelo”, esto es arquetipo y medida del valor de los cuerpos en el espacio del consumo. Lo que hay de verdaderamente nuevo en el “descubrimiento” actual del cuerpo es el trabajo de articulación que el código efectúa del cuerpo-objeto -del cuerpo cuya “verdad” reside en los objetos- con el cuerpo-signo y su erotismo banalizado y codificado. Articulación que marca la inscripción en el cuerpo de la lógica general de lo social -soporte económico, garantía de integración psíquica, estrategia de control político- y de la lógica de los discursos en que viene a cifrarse y decirse su sentido. Como sagazmente ha visto Foucault, la producción-consumo del cuerpo que emerge con la burguesía no es tanto una represión cuanto una “puesta en discurso del sexo”, “no prohibición sino regulación a través de discursos útiles y públicos”, discursos que racionalizan “la administración de de una sexualidad económicamente útil y políticamente conservadora” (138). En la tercera parte será estudiada esa particular y eficaz puesta en discurso del cuerpo que es la publicidad. Pero digamos ya que ese discurso no muestra su sentido sino leído desde las relaciones de poder y los conflictos que ese poder genera.

Ideología y discurso

“El discurso: mediación entre el espacio social y el tiempo histórico”

J. Franklim.

Si los dos desplazamientos anteriores marcaban el paso del espacio de la lengua al del proceso y la acción, el que estamos estudiando marca la reubicación de esa problemática en el espacio de la práctica. Pero antes de entrar al estudio de ese nuevo espacio es ne-

cesario poner en limpio, trazar las grandes líneas de las implicaciones teóricas y metodológicas que resultan de la convergencia y la crítica de los tres desplazamientos.

1. El estudio del discurso y de la ideología plantea la imposibilidad de seguir manteniendo las fronteras que trazan las disciplinas bien sea entre ellas o bien en su interior. Esas fronteras responden a una división del trabajo teórico, de la producción social del conocimiento que en este momento se torna obstáculo para el desarrollo de la investigación. Por una parte se trata de la rearticulación de las ciencias humanas y sociales en función de las transformaciones que las nuevas problemáticas plantean a los "objetos" tradicionales de esas ciencias. Por otra, se trata de las fronteras entre sintaxis, semántica y pragmática cuya eficacia ideológica ya ha sido explicitada, así como de la separación entre frase y discurso que metodológicamente alimentaba a las anteriores y tenía como base un sintacticismo hoy insostenible. La disolución de las fronteras que delimitaban y organizaban las disciplinas plantea sin duda una serie de riesgos que van más allá de la pérdida de la claridad o seguridad para incidir sobre la justeza y la pertinencia de los métodos. Pero el riesgo de las extrapolaciones y las analogías fáciles era igual o mayor cuando el objeto era pensado desde cada disciplina como desde una frontera y con el estatuto de una propiedad privada.

2. El concepto de discurso que estamos trabajando no puede ser confundido con el "todo es el lenguaje". Y ello no solo por razones de método sino por la trampa idealista en que se convirtió el principio de la pertinencia semiológica y la confusión epistemológica que conllevó el intento de defender la reducción. Una concepción del discurso que intente dar cuenta del trabajo ideológico que opera en la constitución de los discursos, como producción de sentido, tiene que superar tanto las simplificaciones globalizadoras de lo lingüístico como la heterogeneidad inmediata de ese pseudoconcreto que son las materias significantes. El eje de pertinencia no puede ser entonces sino "el que se refiere a los discursos sociales donde una materia significativa (y con frecuencia varias) ha sido trabajada por conjuntos de operaciones mediante las cuales el sentido es investido en las materias" (139). La problemática de lo discursivo se sitúa así en el terreno de los códigos sociales y de los códigos son producidos.

Entendiendo por código no un repertorio de unidades o signos sino un conjunto de operaciones específicas: lugar de mediación material de la producción y el consumo, lugar de regulación, de control y de dominación.

3. El problema de lo ideológico tenderá en una forma u otra -materialista o idealista- a tornarse metafísica siempre que se lo ubique por fuera de su articulación al modo de producción en cuanto tal, y de los “discursos” en que se constituye. Ello exige una nueva concepción del problema de las determinaciones sociales liberada del economicismo que mecaniza los procesos y de la creencia en una determinación económica “ciega”, vacía de sentido. Las articulaciones no son nunca reducibles a la relación causa-efecto y la complejidad que implican remite a la complejidad del todo social y a la de las operaciones que trabajan los discursos. Complejidad que remite en últimas al espesor de las contradicciones que atraviesan y movilizan cualquier proceso social. Lo cual hace imposible seguir pensando el sistema ideológico como una unidad de sentido y obliga a plantearse como algo fragmentario e inestable. Y esto tiene incidencia sobre la forma en que es pensada la articulación de lo ideológico a la lucha de clases: superación de la óptica funcionalista y psicologista de la “transparencia del sentido a la conciencia” y la motivación por “intereses”, que dejan sin explicación la relación de lo ideológico al modo de producción, al hecho de que la ideología trabaja como una de las dimensiones que lo constituyen en cuanto tal.

4. Las problemáticas de los diferentes modos de existencia del sentido y de la pluralidad de formas en que opera lo ideológico encuentran en lo discursivo un punto de referencia no homogenizador sino organizador de los ejes del análisis. Esta perspectiva está dificultada por la no resolución de ciertos problemas, pero ha mostrado ya su fecundidad al posibilitar pensar unificadamente la lógica que regula tanto las operaciones discursivas como las operaciones constitutivas de la inteligibilidad social. Esa fecundidad es explícita en haber logrado ubicar lo ideológico por fuera de la problemática de las propiedades o cualidades de los discursos y por fuera de la dicotomía forma/contenido, definiéndolo como un sistema de relaciones entre lo discursivo y lo extradiscursivo, entre texto y contexto, y haciendo visible la especificidad del análisis ideológico que no puede ser otra que la del estudio de las relaciones del discurso a

sus condiciones de producción. Y esa especificidad traducida metodológicamente significa la imposibilidad de leer ideológicamente un texto aislado ya que toda caracterización pasa por el establecimiento de diferencias y esas diferencias, así como la intertextualidad que permite formularlas, con parte de las condiciones sociales de la producción de los discursos. Por otra parte ello significa también que no hay diferencias absolutas y que por lo tanto no hay lectura exhaustiva o absoluta, que toda "diferencia" es establecida a partir de una cierta "posición", del punto de vista desde el que son leídos los textos y ese punto de vista no remite tanto a la subjetividad del "lector" cuanto a criterios que tienen que ver con la producción y la circulación social de los discursos. Sin referencia a las condiciones de producción y consumo de los discursos es imposible darse un criterio seleccionador y organizador del corpus que supere la trampa formalista.

5. Analizar el proceso de producción y consumo de los discursos es abordar no sólo el estudio de las operaciones y las reglas que rigen el trabajo de producción social de la significación, sino también el estudio de los sujetos productores. Sujetos que, como veremos, no se definen por algún tipo de intencionalidad sino por el "lugar" que ocupan en el espacio social y por la forma como inscriben su presencia en el discurso.

III. EL ESPACIO DE LAS PRACTICAS

"Se sabe desde Platón que la política es lo que prescribe una medida común, y que de tal modo hace existir una comunidad. Ahora bien, la medida común de base es el lenguaje. Luego el animal es político en la medida en que habla".

J. Kristeva.

Lo que el último desplazamiento indica es la imposibilidad de reducir el lenguaje a lo "lingüístico". Pero no es contra la lingüística que el nuevo espacio hace emerger lo que en el lenguaje no se deja apresar, enclaustrar, formalizar. No es contra sino desde, porque lo que excede y desborda es asequible sólo en referencia al "borde", al límite, a la forma. El nuevo espacio es el que abre el

lenguaje-trabajo, el de la negatividad, en sentido hegeliano, el lugar de la contradicción. El lenguaje-trabajo es productividad pero también gasto, gasto y desgaste, inversión y derroche, lugar del goce y del placer. Y del Poder. Que es dominación pero también conflicto, máscara y desgarramiento, censura, represión pero también pulsión y vulnerabilidad. Lo que el trabajo niega es el simplismo, la transparencia y la neutralidad. Y al negarlo, al poner en crisis la pasividad del instrumento y la mudez tranquila del canal, afirma la actividad de la materia y la fuerza del “ruido”. El nuevo espacio es el del discurso-práctica del poder y del deseo, lugar de su “articulación”, esto es en el que hablan, no solamente están, el sexo y la política. Frente al idealismo -discurso sin objeto-, frente al materialismo -discurso sin sujeto-, frente a tanto marxismo corriendo tras una ideología sin discurso, plantemos el lenguaje-trabajo y el discurso-práctica: lugar en que la lengua se carga y es cargada de historia y de pulsión.

El planteamiento tiene como base una doble sospecha bien antigua: la de que el lenguaje no dice exactamente lo que dice, y la de que el decir no se limita al habla, que hay muchas cosas que hablan aunque no sean lenguaje y que el lenguaje dice más, mucho más de lo que cree decir. Modernamente los “maestros” (140) han llevado más lejos la sospecha, han hecho de ella un modo de lectura de la profundidad, o mejor de los “bajos fondos” del lenguaje y los discursos. Marx a propósito de la moneda y de la mercancía, Freud de los síntomas histéricos, los lapsus y los sueños, Nietzsche de las máscaras de la civilización y la moral. En últimas es la lectura del trabajo ocultado, de la interpretación velada que es -que justificada signo, de la interpretación que imponen las palabras, de la violencia que hacen a las cosas encubriéndose bajo el manto inocente de la designación o de la referencia, de la significación. En ese mismo tono de lectura Barthes, se ha atrevido a escribir hace poco: “No vemos el poder que hay en la lengua porque olvidamos que toda lengua es una clasificación y que toda clasificación es opresiva, todo ‘orden’ quiere decir repartición y conminación, oprime menos por lo que no permite decir que por lo que obliga a decir” (141). Si el discurso es Poder es por su enraizamiento en la lengua y si la lengua es poder lo es porque produce, porque en ella hay materia y hay trabajo: los bordes de lo lingüístico, desde los que desborda su formalización, por donde es minada la paz de la estruc-

tura, descentrándola hacia un “exterior” en el que se “libera” su poder.

Hablar de la materia del lenguaje es hablar de su “cuerpo” y de su inserción en los cuerpos. Los estoicos trazaron ya la pauta de la separación, de la división que vació al lenguaje de espesor material. Al dividir al signo en tres partes y colocar el “lekton”, el sentido, como entidad espiritual que mediatiza la relación entre las dos materialidades que son el objeto significante y el objeto significado. La significación acabó siendo, homologándose a lo espiritual y las materias su pretexto, la ocasión de su manifestación. La reacción de los estoicos contra la “idea” platónica interioriza ciertamente el logos en el cuerpo, le dota de corporeidad, pero esa interiorización termina por espiritualizar el cuerpo, que se torna representación del concepto, del sentido. “La representación es un resto traducido en discurso y el discurso es el residuo representativo de una práctica ocultada. El sentido viene a abolir el gesto sustituyéndole por el sonido” (142). Y como el sonido no se ve, apenas se siente, como es una materia inmaterial, tan tenue, tan delgada, tan transparente que se pierde, se olvida, desaparece. El espacio se torna invisible, la práctica olvidada y el sentido substancializado. La palabra se agota en su sentido. La palabra acaba por no ser más que significación y ella lo es por antonomasia. Lekton venía de legein, de logos, y retornó a él. La división se convierte así en círculo y en suplantación: el sentido suplanta al cuerpo, al gesto, a la materia y al trabajo. La significación opera por vaciado. Se trata en últimas de la sustitución que engendra al signo. Nos encontramos frente a la misma operación que para Freud realiza el fetichismo. O sea que el fetiche, la operación de vaciado y sustitución, no es algo que se añada a los signos por una operación segunda, “perversa”, sino que la “perversión” fetichista sería la clave de la operación en que el signo es engendrado. El “homo significans” inicia la suplantación del “homo faber” y del “homo ludens”, la suplantación del vivir desde cuerpo por un vivir sin cuerpo, el inicio de toda la larga y ancha aventura de los “representantes”, el inicio de una práctica que consiste en abolirse como tal.

Desde esa perspectiva tiene razón Derrida al develar el “bajo fondo” metafísico que arrastran el signo y las lingüísticas. Tiene razón al denunciar la persistencia del logocentrismo, el valor de verdad atemporal de que han vivido los significados por oposición a la ma-

terialidad, a la caducidad y temporalidad de los significantes. Y al criticar la reducción fonocentrista, la suplantación y la represión de que se alimenta: “la escritura, la letra, la inscripción sensible siempre fueron considerados por la tradición occidental como el cuerpo y la materia exteriores al espíritu, al aliento, al verbo, al logos” (143). Porque ciertamente la concepción representativa del lenguaje se inicia en el mismo momento histórico y en el mismo espacio social en que se produce la configuración representativa de lo económico -la moneda- y de lo político -la democracia-. Hablan el mismo idioma. Pero el intento derridiano de desconstrucción de la metafísica parece resolverse sin necesidad de la historia, de sus conflictos, esto es desde otra metafísica: la del significante y la escritura elevados a categorías originarias. Lo que estaba en el espejo, el significado y la palabra, absorbe en su juego a lo que estaba detrás: el significante y la escritura. No de otra cosa siguen hablando ese “sentido anterior al sentido”, esa “huella a pensar antes que el ente” y esa “archiescritura” origen de toda “diferencia” (144). Antisemiótico el pensar de Derrida y sus compañeros de Tel-Quel, se resuelve con demasiada frecuencia en un parsemiologismo que por pretender ser su revés no deja de jugar el mismo juego con las mismas “reglas”.

La desconstrucción derridiana de la metafísica engendra una mitología de la escritura, y a la vieja sacralización ideológica de la literatura le viene a suceder otra sacralización no menos ideológica aunque de signo político contrario. A la dictadura del significado la del significante. Seguimos atrapados en la lógica, la misma lógica del poder porque, como ha escrito Deleuze, es en la escritura que se halla paradigma de la moneda, y el despotismo del significante es del mismo cuño que el de su pretendido opuesto: “Nunca agua alguna lavará al significante de su origen imperial, al señor significante y al significante señor. Y por más que se le someta a los paradigmas de un capitalismo activo nada impedirá que el significante introduzca su trascendencia y declare en favor de un déspota desaparecido que todavía funciona en el imperialismo moderno” (145)

Al alejarse del espacio de la contradicción, la “diferencia” es incapaz de dar cuenta de la articulación histórica que imbrica a la palabra y la escritura. Y ubicando el trabajo sólo del lado de la escritura se sigue anclados en la misma trampa: la palabra, el lenguaje, los discursos, la comunicación, condenados a mera, pasiva transmi-

sión de información; el discurso masivo inocentado, relegado a los infiernos de lo "intrascendente" y el "texto" literario sacralizado . . . porque sólo en éste habría trabajo. Sólo los "escritores" de literatura, la de verdad, son verdaderos trabajadores y por ende revolucionarios; la literatura de los Medios es subliteratura, es decir basura. Pero de esa trampa hablaremos más despacio en otra parte. Únicamente queríamos anotar la persistencia de la cohartada que consiste en inocentar el discurso, el lenguaje de la comunicación, ahora ya no desde la mitología positivista de la neutralidad sino desde su aparente contrario. En todo caso nuestra propuesta es que al "hundir" al discurso, todo discurso, en el espesor de las materias y los cuerpos, y al hacer emerger sus bajos fondos con lo que nos topamos verdaderamente es con la historia, la historia hecha discurso del poder y el deseo.

1. Del discurso como trabajo y puesta en escena del Poder.

Las ciencias del lenguaje -como todas las ciencias- parcelan y dividen. Y esa parcelación, que es exigencia de la objetividad, es ya una forma de control, de domesticación, de neutralización. No es un lamento sino simple constatación. Parcelado en "objetos" lo real es homogenizado. Convertidas en diferencias, las contradicciones son sistematizadas y los conflictos funcionalizados. A propósito del lenguaje y los discursos esto se traduce en la incapacidad "científica" de abordar el problema del poder, el problema de la relación del discurso al Poder. Porque el poder es algo oscuro, inatrapable, eso precisamente que escapa a los esquemas. Sólo los filósofos y los poetas han hablado del poder del lenguaje. Cada cual a su manera "sabe" de esa relación, de lo que ella tiene de fundamental, de fundamento para el discurso y la palabra. Para los filósofos poder y discurso se imbrican en el problema de la verdad, ese problema-nudo que disfraza y traduce, desde los presocráticos, el otro, el de la relación del saber con la ciudad, con la Polis. Para los poetas el poder del discurso es el que emerge de la materia misma del lenguaje, es el lenguaje como potencia, trabajo, transformación, cuerpo, placer y . . . magia: hacer poesía es liberar esos poderes, esa capacidad de acción que tienen las palabras. Nadie como los poetas -poiesis es un hacer- sabe de la practicidad del lenguaje. Pero la división histórico-social de los trabajos se ha encargado de mantener

distantes, bien separadas y alejadas –otra vez el control por medio de la separación– la política de la poética. Cada cosa en su sitio: es la consigna que permanentemente nos dirige el Orden, no mezclar. Y las “mentes claras” nos pondrán en guardia contra todo aquello que amenace los lindes, las fronteras, incluidas las del hacer y el saber. Las fronteras han sido y siguen siendo claves de la “seguridad”. Es la repartición burguesa de las ciencias que proyecta sobre los saberes el paradigma de la propiedad privada. Esa exasperación de las “mentes claras” cuando algún texto abate las fronteras y le revuelve economía a la lingüística o psicoanálisis a la economía. Ese rechazo altivo y visceral a expresiones como “lenguaje de las mercancías”, “producción deseante” o “terrorismo del código”. Cierto que las analogías son fáciles, cierto que en la medida de su facilidad son campo fértil para las modas, y los oportunismos. Pero cierto también que su rechazo a priori no es más que miedo disfrazado, seguridad amenazada, transparencia y claridad disueltas. Porque ver en el lenguaje una práctica exige un cambio de “política”. Cambio que no significa en absoluto la reducción de la poética a política ni su contrario. Sino la posibilidad de plantearse su “articulación”: cómo la una habla desde la otra. Se trata entonces de indagar el discurso como lugar estratégico en el que habla el orden, la común medida. Y de sacar a flote los mecanismos por medio de los cuales ese orden y esa común medida –históricos– se hacen pasar, se dan por “naturaleza”. Indagar el trabajo que oscurece y oculta al trabajo, que transforma en orden y claridad el espesor oscuro de los conflictos y las luchas. Porque no hay “elección entre un análisis por clases sociales y lucha de clases por un lado y un análisis por lenguajes y relatos por otra. La lucha de clases está entretejida en y por los lenguajes, incluidos los lenguajes duros de la warena sprache, la lengua de las mercancías” (146).

La posibilidad de una concepción del discurso–práctica pasa en primer lugar por la ruptura con el discurso–signo. Ya que si por más vueltas que se les dé los signos son algo que está en lugar de, por otra cosa, la problemática de lo discursivo se escapa, está condenada a ser simple pretexto, un reflejo, una ocasión para hablar de otra cosa. Y en ese sentido la perspectiva semiológica puede convertirse en el mayor obstáculo para abordar el problema que es el discurso mismo. Ha sido Foucault el que de manera más lúcida y obstinada se ha dado a la tarea de sospechar y denunciar no sólo lo que la semiología tiene de moda sino lo que puede entrañar de re-

ducción radical. Reducción que por apoyarse en la evidencia -todo lenguaje está hecho de signos- no es nada fácil de quebrar.

“Quisiera mostrar que los discursos tales como pueden oirse, tales como pueden leerse en su forma de textos, no son, como podría esperarse un puro y simple entrecruzamiento de cosas y palabras, que el discurso no es una delgada superficie de contacto entre una realidad y una lengua” (147). Ni un problema de signos tras cuya red se hallaría silenciosa y tranquila la esencia, la “realidad”; ni tampoco un problema de intenciones, de expresión de una conciencia muda que habla a través de ellos, que se sirve de ellos para hablar, bien sea la conciencia de un sujeto trascendental o la “participada” de los individuos. El discurso es acontecimiento y práctica. Acontecimiento, esto es lo no completamente previsible ni traducible a términos de código, espacio de una cierta regulación pero también de azar, de discontinuidad y de transformación, de una materialidad que no es la de las cosas sino la de la historia. Y entonces no evolución, cuya lectura nos devuelve al origen, a lo que disfrazado de diferentes formas no hizo sino desarrollarse, sino proceso desnivelado, quebrado y conflictivo, aquel desde el que es posible pensar las especialidades y las prácticas.

Pensando como práctica el discurso se carga de volumen histórico: ya no sería algo que está ahí y que después, artificiosamente, en lucha con su inercia, hay que tratar de insertar en la historia. Las prácticas, y entre ellas las discursivas, son aquello en que la historia se hace y se deshace, avanza o se detiene, incluso retrocede. A través del análisis de las prácticas es posible pensar cómo la historia se produce. La batalla a la metafísica pasa ante todo por lo que señala la primera Tesis sobre Feurbach: pensar concretamente la materia y abstractamente la realidad, “concebir las cosas, la realidad, el mundo sensible en forma de objetos de observación y no como actividad sensorial humana, no como actividad práctica, no subjetivamente” (148). Entonces la relación del discurso a la historia no lo es a un exterior, estímulo del que el discurso sería la respuesta, ni a un interior, problema de cualidades o propiedades ontológicas, sino a la actividad que lo posibilita y alimenta, a su práctica. Lo cual implica liberarse también de esa otra metafísica moderna que es el funcionalismo, la que reduce la práctica a uso. Cier to que los discursos funcionan, tienen funciones. Pero esos usos y esas funciones de dónde vienen?, quién las determina?, o seguir

remos pensando con Parsons que los “patterns” son propiedades objetivas del sistema que se traduce subjetivamente en estatus y roles? Es de otra subjetividad de la que habla Marx al hablar de las prácticas, no del ajuste y la engañosa coherencia sino de lo que éstas tapan, de las contradicciones. Es desde las prácticas que se entienden los usos, rompiendo el espejismo del “funcionamiento” y descubriendo cómo los discursos luchan, son el lugar de una lucha específica por el Poder. Y esa lucha forma parte de sus condiciones de producción y circulación. De manera que estudiar las relaciones y las reglas de engendramiento de lo discursivo es estudiar reglas y relaciones de poder. El poder deja de ser ese exterior, o ese sujeto que utiliza el discurso, para ser esa trama de violencia y conflicto, de control y de reglas que lo constituyen como práctica en un determinado espacio social y en un tiempo histórico. “El discurso no es simplemente aquello que traduce las luchas o los sistemas de dominación, sino aquello por lo que y por medio de lo cual se lucha, aquel poder del que quiere uno adueñarse” (149).

Y puesto que el discurso es poder, el Poder ha reclamado su control desde que los hombres empezaron a serlo: a juntarse y hablar. No hay sociedad por pequeña que sea que no reglamente la producción y la distribución de los discursos. No sólo el uso, la circulación, sino sobre todo las “fábricas”. El qué, el quién, el cómo y el con qué, todo el dispositivo del hablar es objeto de una cuidadosa y constante regulación social. Los sofistas se atrevieron a ironizar sobre ello, a contar las reglas del juego que ellos mismos practicaban, y más de uno fue condenado a muerte y todos acusados de corruptores de la juventud, de violadores de lo sagrado, de antidemocráticos. Y todo por afirmar, en la democrática república de Atenas, que las verdades están hechas de lenguaje, de sus juegos y reglas, y que el que posee las reglas. . . Pero no sólo los filósofos, los antropólogos de Morgan a Levi-Strauss han mostrado hasta qué punto de producción y circulación de los lenguajes es uno de los campos de regulación más estricta, una de las claves de la organización y el equilibrio de las sociedades. Para los sociólogos la problemática del lenguaje ha tardado bastante más en adquirir el estatuto de un objeto de estudio. El lenguaje pertenece a lo “simbólico” y ello o es superestructura o está en el campo de los antropólogos. Es cierto que Durkheim escribió sobre el totemismo pero es que aún las fronteras sociología/antropología no habían adquirido valor profesional. Los análisis de contenido o la sociolingüística represen-

tan un interés por el problema, pero en la mayoría de esos trabajos el verdadero problema siguen siendo el uso, y las relaciones lenguaje-sociedad pensadas como exteriores, desde el simplismo y linealidad de la relación causa-efecto.

Y sin embargo el poder del lenguaje está bien fuertemente marcado en las fuentes de eso que se suele llamar Occidente. Tanto en las hebreas como en las griegas. Del Verbo creador al discurso profético la Biblia elabora una concepción del discurso como poder social, incluso como productor de historia. El discurso profético no se limita a enunciar-anunciar sino que es eficaz en el plano de los acontecimientos, porque él mismo es acontecimiento, es lenguaje-acción que se define por su "preformatividad", aún más, por su eficacia histórica. El "descubrimiento" actual del acontecimiento y del discurso-acontecimiento tiene en los textos bíblicos mucho camino andado. Y es bien significativo que el término hebreo "Davar" diga a la vez la palabra y la acción (150). Discurso en el que la palabra forma parte del gesto, en el que la voz no se ha separado del cuerpo, de la pasión y la pulsión. Y es en esa medida que es historia. Con la filosofía griega, como queda racionalizado en los estoicos, el poder del lenguaje se desplaza del acto de enunciación al enunciado, al valor de verdad, a esa otra eficacia del saber-pensar. Pero en ambos casos el discurso aparece como un espacio social en cuya posesión se asienta, se fundamenta toda una serie de jerarquizaciones, de organización de la autoridad. No cualquiera tiene derecho a hablar, no todos pueden hablar de todo. Una organización del poder hecha de restricciones, de controles, de exclusiones.

En el orden del discurso Foucault ha analizado los diversos y sofisticados sistemas de control del discurso. El de las prohibiciones: los tabús del objeto, del sujeto y de las circunstancias, sistema que trabaja en forma especial las regiones de la sexualidad y la política. El que establece la oposición entre razón y locura: desvalorización absoluta o valorización mágica del discurso del loco y entramado institucional de prácticas, lugares y saberes para su "tratamiento", para amordazarlo y explotarlo (151). Y el otro, el que establece la oposición entre lo verdadero y lo falso, oposición reelaborada permanentemente y sostenida por otro entramado de instituciones que la imponen no sin coerción y sin violencia. Otro conjunto de procedimientos "enraredores" del discurso tiene que ver con la organización de su interior, el control ejercido desde el discurso.

Foucault anota tres. El comentario, limitación de azar del discurso, el juego de sometimiento que impone la repetición, que impone "lo mismo". El principio de autor: ese límite complementario que se instituye como principio de "agrupación del discurso", como unidad y origen de sus significaciones, como foco de su coherencia. Y el de las disciplinas, opuesto a los dos anteriores, pero igualmente enrarecedor, con su imposición de lo decible bien sea a través del principio de coherencia o de sistematicidad, el juego de las demarcaciones policiales de que hablábamos más atrás. Un tercer tipo de procedimientos es el que tiene que ver con la evaluación y utilización del discurso. Ritual del quien habla, de las cualidades y gestos y del "ambiente que debe acompañar al discurso. Ritual de los ejercicios de su apropiación: aprendizaje-iniciación, memorización, recitación. Las doctrinas -religiosas, filosóficas o políticas- con sus diversas y modernizadas formas de hortodoxia y por tanto de condenación de herejías, su juego de denuncias y traiciones, su imposición de determinados tipos de enunciados y sobre todo de enunciaciones -las consignas, la jerga, los slogans- mediante los cuales los individuos son vinculados a las "sectas". De forma que la pertenencia a un grupo, es signo de adhesión entre los miembros y a la "causa". Sumisión de los hombres al discurso y desde éste a los que en el grupo tienen derecho a hablar (152).

Todos esos procedimientos de control, de exclusión y ritualización trabajan la comunicación masiva, atraviesan de parte a parte los dispositivos de la mass-mediación y serán estudiados en la tercera parte. Apuntaremos sin embargo, a forma de ejemplo, el juego de poderes y dominación en dos discursos de incidencia cotidiana: el de la educación y el de la historia.

No se trata de criticar la "escuela" sino de examinar el discurso que allí se instituye, de las operaciones de separación, de homogenización y adecuación entre saber y poder que él realiza. La ocultación del trabajo y la práctica se ejerce a través del discurso que pretende dar cuenta del funcionamiento de lo pedagógico, presentándolo como puro proceso de transmisión de saberes de "comunicación", reforzando así con su inocentación y funcionalización el otro discurso, aquel en que se constituye la relación pedagógica: el lenguaje magistral, no menos magistral porque varíen y se democratizen sus formas rituales. Del autoritarismo a la democratización pedagógica el paso es sólo un cambio de ritual no su supresión. Y

es que el mecanismo de base es el mismo. Al hacer de la "transmisión" del saber una profesión y un espacio social de iniciación a los saberes se produce una arbitraria adecuación entre lo que puede ser dicho (sabido), los que pueden decirlo (saberlo) y las formas de enunciación con los derechos de recepción. De esta manera el derecho a transmitir y el derecho a recibir información funcionan desde un código que en nuestros días tiende a ocultar aún mejor la imposición de la que se alimenta, las operaciones que lo sostienen. La más visible de esas operaciones consiste en la "distancia" que el discurso magistral engendra. Distancia que no es el mero resultado del ritual exterior al discurso sino la asimilación que éste hace del ritual, de su interiorización en el proceso de enunciación. Y del desplazamiento mediante el cual se traslada al plano de lo psicológico y las cualidades lo que en verdad es asunto del código: abstracción e institucionalización de unas determinadas relaciones sociales. El mejor profesor es aquel cuyo discurso ha digerido más completamente el código, paradójicamente aquel en el que el código parecería haber desaparecido por completo. Quizá no haya espontaneidad más elaborada que aquella, en que abolida la forma autoritaria, se presenta a través del puro valor del discurso.

Otra operación: el control de lo decible. Durante siglos los contenidos de la educación, a cualquiera de sus múltiples niveles, fueron objeto de una cuidadosa reglamentación. Y no es que hoy no existan temas tabús pero el control sobre lo enunciable se ha relajado enormemente. Y ello sin duda porque el control de los mecanismos de enunciación producen una homogenización y banalización del discurso tal que hasta los temas más hirientes o subversivos quedan neutralizados. El discurso académico digiere cada día mejor lo que hace pocos años hubiera hecho estallar el "entendimiento" pedagógico. La capacidad de recuperación del código se ha vuelto en ese terreno, como en otros, casi infinita. Las formas y figuras de esa retórica son fundamentalmente la simplificación, la descontextualización y la reinterpretación. La disimulación de la doctrina en las nuevas figuras del "comentario". Por otra parte está el amordazamiento de los problemas que implica la división y la dispersión de las disciplinas. Mas es otra forma complementaria de neutralización que es la especialización profesional, con el agravante del prestigio con que ella carga al discurso. La imbricación de la parcelación disciplinaria en un estilo doctrinal, realizado desde las pretensiones de exactitud que proporciona la especialización, hacen del discurso a-

cadémico una verdadera “lengua ritual” (153) frente a la que los no iniciados se encontrarán radicalmente excluidos. Convirtiéndose de hecho en una cohartada para los mismos alumnos que obligados a entender -por el privilegio que significa haber sido aceptados como dignos de participar en el juego de iniciación-enunciación- deberán sostener el malentendido . . . así no entiendan nada.

El discurso pedagógico viene a confirmar una particular “relación al lenguaje” (154) tanto por parte de los que lo pronuncian como de los que escuchan. A través de esa relación se hace abordable la relación específica de ese discurso al Poder. La lengua ritual inscribe en el discurso pedagógico la presencia de las condiciones sociales de adquisición y utilización del lenguaje. Se trata de una determinada forma social de acceso a la “cultura” que traiciona la desigual distribución social del “capital lingüístico”, constituyendo a su vez una forma de valoración social de los individuos según los diferentes códigos lingüísticos desde los que hablan. B. Bernstein ha mostrado la eficacia social del desfase producido entre el código lingüístico de la clase obrera y las exigencias que plantea el código lingüístico de la escuela (155). El proceso no es en modo alguno mecánico. Pero la complejidad de mediaciones que en él trabajan no es obstáculo para la comprensión de los conflictos que lo dinamizan. Porque lo que resulta claro es que los códigos lingüísticos trabajan como materia prima la experiencia y la práctica de unas determinadas relaciones sociales. La diferencia propuesta por Bernstein entre códigos “elaborados” o “amplios” y “restringidos” nos enfrenta de nuevo a la “solución” chomskyana: o la razón de esas diferencias es de tipo genético o hay que recurrir a lo social-histórico, a una sociabilidad escindida y conflictiva a la que no escapa el lenguaje. Como lo demuestra precisamente el poder de diferenciación y discriminación que hay en el lenguaje. En el código “restringido” la rigidez sintáctica, la pobreza léxica, la torpeza en el manejo de expresiones complejas, la inconexión, no son explicables sino es en relación a las condiciones sociales de elaboración y circulación de ese código. Sólo desde ellas es posible acceder a lo que habla en él, a la forma en que el Poder lo inviste. “El valor sobre el mercado escolar del capital lingüístico del que dispone cada individuo es función de la distancia entre el tipo de dominio (maitrise) simbólico exigido por la escuela y el dominio práctico del lenguaje que él debe a su primera educación de clase (..) En materia de cultura la manera de adquirir se perpetúa en

ese acto es relatado y narrado. No existe una historia de las hormigas o de las abejas” (157). Digamos desde ya –para los que ese tipo de afirmación cae inmediatamente en pecado de idealismo– que no se trata de “explicar” los acontecimientos por las palabras sino de plantearse los relatos, ese tipo de práctica discursiva, como una dimensión constitutiva del hacer histórico, de asumir su materialidad para ver cómo en ellos se elabora y construye una economía: un modo de producción y de distribución. Quizá la tentación idealista esté mucho más presente en una consideración de la historia “abstraída” de la materialidad discursiva. Pues el empirismo del “referente objetivo” no es más que un juego de espejos en el que lo que se toma por “realidad” no es más que una proyección sobre el pasado de un presente que es imposible de borrar. Positivismo de la denotación que confunde “lo real” con los hechos y el lenguaje con un calco de éstos. Sin tener en cuenta que eso que llaman “fuentes” los historiadores no son nunca los hechos sino los documentos y las crónicas, los monumentos y los archivos, un entramado de discursos, de escrituras de diversos tipos. Que el historiador no es el “testigo” sino un compilador de testimonios –*syn-graphhein* decían los griegos– que ya eran relato de un vivir o de un ver, y un intérprete y como tal atrapado en la máquina ideológica de los juegos del saber y la escritura. Que no tenemos más acceso a la historia que a través del teatro y la trama de las narraciones. Es esa trama la que hay que examinar para ver en qué forma contar la historia es un modo de hacerla. Como mínimo de hacerla aceptable.

El relato, el discurso histórico actúa en primer lugar transformando el hecho en acontecimiento. Y eso implica una selección. Quién selecciona, por qué ciertos hechos y no otros? El relato se empeña en aparecer sin sujeto y por tanto sin artificio, pura transcripción. Y sin embargo narrar viene de *gnarus*, “el que sabe” contar, esto es medir, establecer relaciones, relatar. La paradoja no tiene explicación por fuera del proceso que señala cómo las formas narrativas son en sí mismas parte del proceso, transformaciones cuyo efecto rebasa lo lingüístico para incidir sobre el campo de las “acciones”. El relato es ese tipo de lenguaje que reenvía sin cesar el discurso a la acción sea histórica o de ficción. O mejor de historia y de ficción ya que desde el punto de vista de las transformaciones que opera el lenguaje no es tan fácil oponerlas. A menudo se olvida que el discurso de la historia nace sobre la pauta trazada por el relato del mito y la epopeya. Y ni el empleo de las modernas técnicas de com-

lo adquirido bajo una cierta forma de utilizarlo”(156). No puede decirse en menos palabras lo que hemos estado llamando código y la forma en que la práctica determina el uso. Entre el intelectualismo, la tendencia a la abstracción y el formalismo de la lengua “cultura” y la expresividad, la tendencia a la espontaneidad y el subjetivismo de la lengua “popular” las diferencias sintáctico-semánticas traicionan un conflicto, una violencia y una enmascarada forma de exclusión social cuya sanción es legitimada por la asimilación que el discurso escolar hace de la primera.

Del discurso pedagógico al de la historia la distancia no es quizá tan grande como pueda aparecer a primera vista. No sólo por aquello de lo que habla el viejo refrán -la historia “maestra” de la vida- sino porque de hecho el discurso histórico realiza un objetivo pedagógico que le es inherente al estar encargado de “transmitir” o mejor de transformar el pasado en legado cultural. Pero lo que nos interesa en él es otra cosa. Y la pista se la abre al análisis la “confusión” entre la dominación de la disciplina y la del objeto de que se ocupa. El hecho de llamar con la misma palabra al conjunto de los acontecimientos y al conjunto de los discursos. Confusión que el “sentido común” anula tomando al relato por reflejo del acontecimiento, haciendo del discurso un puro transmisor cuya transparencia y neutralidad funcionan borrándolo. A través del relato el lector se “encontraría” con el acontecimiento tal cual. Y en esa borradura del relato la historia se alza con un poder de verdad irrefragable: la verdad de los hechos.

La eficacia pedagógica de la “historia” no tiene sus raíces únicamente en el pragmatismo del sentido común sino en un cúmulo de operaciones cuyo funcionamiento desborda por completo lo planteado por la crítica empirista al denunciar al historiador como “escritor de Palacio”. Y es que la confusión de las denominaciones puede ser leída desde otro ángulo que en lugar de disolver la tensión que proclama, -y se la disuelve igual desde el sentido común que desde la reducción a manipulación- la sostenga y convierta en espacio de una interrogación. Interrogada, la “confusión” indica que no es por equivocación que al discurso también se le llama historia, que quizá a su manera él también es acontecimiento, historia.

“La historia es el acto por el que los hombres producen sus medios de existencia, pero sólo a partir del momento en que

putación será capaz de arrancar ese discurso a los juegos de lenguaje en que se apoya para "narrar". Jakobson se ha planteado el problema de ese proceso que no es otro que el que articula el enunciado al proceso de enunciación, articulación del "narrated event" al acto de discurso. Se trata de los diferentes tipos de shifter, de embargues, a través de los que se apoya, se encabalga a los otros discursos: un código a otro código, un discurso a su código, o un código al discurso que sustenta (158). Se trata de las operaciones de desplazamiento de los enunciados por medio de la "citación", del discurso indirecto, de la circularidad semántica de los nombres propios, la autodesignación del código, e incluso de las formas más elementales de designación, de conexión, de calificación y cuantificación.

Además de seleccionar, todo discurso histórico organiza, dota de un mínimo de coherencia lo narrado, traza unas coordenadas tanto especiales como temporales; se construye sobre un montaje merced a operaciones de condensación y de desplazamiento. Hay un especial manejo "histórico" de los tiempos verbales (159)-el aoristo o pretérito perfecto, el imperfecto y el pluscuamperfecto-con los que la narración, materialmente lineal, elabora discontinuidades, traza desniveles, ubica las acciones en diferentes profundidades de campo. La diferencia "real entre tiempo histórico y tiempo del discurso obliga permanentemente al relato a elaborar "figuras" cuyo efecto transforma también "lo real". Y esas figuras, como los embargues, traicionan un sujeto y una acción. Por más que el narrador trate de ausentarse siempre estará presente. Es más, todo el esfuerzo por ausentarse de la narración, por borrar toda huella del sujeto pasional, tras la neutralidad -ilusoria- del "sujeto objetivo", no es más que una forma particular, bien conocida de los novelistas, de elaboración de imaginario, de producción imaginaria. De todas formas el relato traiciona su presencia a través de la nominación y sobre todo de la adjetivación, de las formas de calificar, de las series léxicas y de sus reglas de sustitución. Todo lo cual hace posible "leer" desde el relato las diversas matrices ideológicas que subyacen a los diferentes modos de contar la historia: códigos de la guerra, del derecho o de la economía. Y puesto que relato, todo discurso histórico segmenta y rearticula las acciones sobre un esquema a predominancia funcional o metafórica o a predominancia indicial o metonímica y en cualquier caso el relato cataliza o desplaza, tiene nudos y alternativas.

Es mediante todo ese trabajo que se produce el efecto de realidad (160) que no es sino un “efecto de sentido”. Como en cualquier discurso, “científico” o no, la objetividad es resultado de una construcción, de una elaboración. Y qué tiene que ver ese trabajo con el Poder? En primer lugar ese trabajo como cualquier otro se inscribe en y dibuja el espacio de una economía: proceso de transformación de una materia, circulación y cambio, intercambio de narraciones y cambios de “forma”. Transformaciones que por un lado generan el poder que da el “saber” y por otro, si la narración es “crítica”, generará un conflicto entre saberes. Hay una sociología de las “historias” que es el relato del control que pesa sobre las narraciones, de la vigilia del poder sobre esa acción de narrar que amenaza, desde la vulnerable territorialidad de la escritura, la pragmática de los hechos del Poder.

En segundo lugar, el discurso histórico se entreteteje a la historia haciéndola aceptable. Cuando la puesta en escena que realiza el discurso gira sobre un espacio y un tiempo de “crisis”, los lenguajes participan masivamente en esa forma de control profundo que consiste en que los pueblos, las muchedumbres, acepten como respirable lo que les asfixia y como libertad lo que les esclaviza. J.P. Faye ha rastreado la transformación de los relatos en tiempos de Musoline y Hitler. Y ha sacado a flote las formas en que la corrupción de los discursos penetró los acontecimientos haciendo aceptable la impostura para millones de hombres. Como en el juego de la circulación de los relatos se fue construyendo ese “cambio de forma”, reelaboración de la historia que converge, mediante un trabajo de condensaciones y desplazamientos semánticos, en dos “inofensivos” sintagmas: nacional-socialismo, estado-totalitario. Y como esa transformación, que hizo aceptable la impostura, se efectuó desde todos los tipos de discurso tirando así por tierra las artificiales diferencias entre las disciplinas, entre los saberes, entre la historia y la ficción: Discursos filosóficos o literarios, jurídicos o biológicos, ficciones o historias, todos participaron en la producción y circulación del “mensaje”, porque todos trabajaron desde el mismo código: el del poder nazi. La frase con que Faye cierra la parte “teórica” de su investigación marca la pauta sobre lo que verdaderamente importa al indagar en los discursos: “que el relato que da cuenta de la manera cómo se hizo aceptable la opresión inicia la liberación” (161).

La selección de los discursos que hemos tematizado no fue hecha al azar. Pensamos que en ellos se encuentra el paradigma de los otros dos discursos mass-mediatisados que vamos a estudiar en la tercera parte: televisión y prensa. La televisión es por muchos aspectos la “escuela” en casa, el discurso fundamental de la “cultura masiva” hoy. Y la prensa, su discurso, es “en barato” la traducción de las pretensiones objetivas del discurso de la historia. Y en esa rápida ojeada a dos discursos creemos que ha podido aclararse lo que plantea el concepto de “práctica discursiva”. Tanto la relación del discurso a la lengua como su desborde, esto es su movimiento en el espacio de lo translingüístico y en el entramado intertextual. Dos conceptos fundamentales para no confundir el rescate de la materialidad, del volumen y la eficacia de lo discursivo con la defensa de una ilusoria autonomía del lenguaje, para poner en claro que los discursos están hechos, amasados de algo más que sonidos, letras o íconos, de otras materias y otras formas que religan el discurso a lo que se practica a través de él: a todo ese ‘ exterior’ que sin embargo no puede ser pensado sino desde él. Para no olvidar que un discurso no es jamás una mónada sino el lugar de inscripción de una práctica cuya materialidad está siempre atravesada por las de otros discursos y otras prácticas. Intertextualidad dice entonces no sólo las diferentes dimensiones que en un discurso hacen visible, analizable la presencia y el trabajo de otros textos, la codeterminación de unos discursos por otros, sino la materialización en el discurso de una sociedad y de una historia (162). Todo discurso es “situado” no sólo porque su existencia está ubicada y fechada sino porque en su hacer se hace y se deshace una determinada socialidad. Translingüístico, dice lo que sabía la “sospecha”: la transgresión que el discurso opera en la lengua, la desterritorialización del habla y su emergencia a través de cualquier materia (163).

Colocar el concepto de práctica discursiva como principio teórico es romper de raíz con la tentación empirista a homogenizar discurso con un conjunto de textos. Discurso no pertenece entonces al orden de los hechos sino al plano de las lecturas, que enmascaran u horadan, que refuerzan o minan el Poder.

2. De la articulación del deseo en el discurso.

Así como plantear la cuestión del Poder desde el discurso no es “politizarlo” sino descubrir cómo las prácticas discursivas atravie-

san la producción y la circulación del poder, de la misma manera plantear la cuestión del Deseo en el discurso no es “psicologizarlos” ni ceder a una moda sino algo bien distinto: descubrir cómo el trabajo de la pulsión, cómo la economía de la libido, cómo el dispositivo de la sexualidad, se inscriben en el discurso formando parte de sus condiciones de producción, atraviesan su práctica cargándolo, horadando su máscara de objeto pleno. Si la cuestión del poder mina la falsa neutralidad del discurso –la que resulta de un tratamiento lógico-formal– la cuestión del deseo lleva más lejos al mirar la base misma de ese tratamiento, la mascarada de la objetividad, la de un lenguaje sin sujeto. Curiosamente la tesis sobre Feuerbach que citamos más atrás reprocha al viejo materialismo por haberse enredado en el objeto dejando que sea el idealismo el que desarrolle la cuestión del sujeto, el aspecto activo y subjetivo de lo real, reforzando así la dicotomía sujeto/objeto con la de actividad/pasividad. Y hay que reconocer que el marxismo vulgar e incluso otros menos vulgares, bastante modernos e intelectuales, han reproducido la vieja dicotomía al plantear unas prácticas sin sujeto, una historia sin acontecimientos y una ideología sin proceso, libidinalmente muda, aséptica. Esa dicotomía dio y seguirá dando lugar a las más variadas y sofisticadas formas de mecanicismo, incluidas ciertas formas “dialécticas”. Como alguien ha dicho, hay gentes para las que la dialéctica en lugar de ser un método se ha convertido en una especie de justificación profesional: separan lo inseparable para después pasarse la vida inventando relaciones, uniendo “dialécticamente” lo que jamás estuvo separado. Y en ese mecanicismo convergen paradójicamente el intelectualismo y el militantismo. Para ambos el problema son las “malditas mediaciones”: o perderse en ellas o descartarlas de plano. Pero el problema quizás es otro, ya que no es la lógica hegeliana precisamente la que nos posibilita plantear la carga de deseo que moviliza la producción y la circulación de los discursos, esa articulación de poder y saber que pone en juego la pulsión al mismo tiempo que la amenaza. La lógica hegeliana es una pista en la medida en que ha tematizado la racionalidad occidental, en la medida en que racionaliza la conversión de la antigua “voluntad de verdad” en el proyecto de constitución del saber en discurso objetivo, científico. Pero han sido Marx y Freud los que nos hacen pensable –y practicable– la cuestión del sujeto: su doble “sujeción” al trabajo y al deseo. Sin necesidad de ningún freudo-marxismo que lime aristas y concilie las contradicciones con analogías, sino al revés manteniendo los límites y explotando

las diferencias. Pues el descubrimiento, sin duda importante, de que alienación del trabajo y la represión social de la libido están insertos en el mismo proceso (Reich) no explica ni es explicable desde un mero alargamiento de las categorías marxistas que dé entrada a lo psíquico, o añadiéndole la “cuestión social” al psicoanálisis. (164).

La búsqueda de una comprensión no reductora -del sexo a la política o a la economía o de éstas al sexo- pasa por la cuestión del discurso en la medida en que, desde Grecia, el eros estuvo ligado al logos, convirtiendo el problema del deseo en un objeto de saber y por tanto en discurso: una puesta en discurso inseparable de la puesta en escena del poder. Porque el sexo es un poder oscuro y polimorfo y su puesta en discurso la forma quizá más eficaz de control. Búsqueda y codificación de su “verdad”, el discurso va a enreterarse al sexo de múltiples maneras: como obligación de hablar, palabra exigida, confesión -religiosa, política, médica-; como discurso de la simulación: retórica del chiste o la literatura; como cuestionario analítico, “científico” en la práctica psiquiátrica. Enfermedad o palabra oscura, el sexo se ha visto sometido progresivamente a un proceso masivo de verificación, que es un proceso de constitución y despliegue de “discursos de verdad” que sanan o descifran: “la sociedad (burguesa, capitalista o industrial) no ha rechazado al sexo sino puesto en obra todo un aparato para producir sobre él discursos verdaderos. Como si le fuera esencial que el sexo esté inscrito no solamente en una economía del placer sino en un régimen ordenado del saber (165).

Es la cuestión de la ideología entonces la que es necesario replantear al ser pensada desde la articulación del deseo en el discurso y por tanto al quebrar la dicotomía que mantenía como opuestos información-objetividad-conocimiento a significación-subjetividad-deseo. La articulación del deseo en el discurso pone a flote un espacio específico de contradicciones no reducibles a reflejo de la infraestructura. Empezando por esa contradicción decisiva, aunque oscura, entre la reificación de la identidad individual -el llamado sujeto ideológico- y la amenaza permaneten que sobre ella hace pesar el deseo, la vulnerabilidad de la máscara a los embates de la pulsión. Si el “yo” no es más que re-conocimiento (desconocimiento), si el “yo” es la base de la ideología se impone entonces averiguar por esa matriz del yo que es el imaginario, ese lugar de emergencia y

trabajo del deseo. Se impone repensar su relación a lo real no ya como a un exterior, a una ilusión que se disiparía al contacto de "lo real" o algo que le resiste, sino como parte integrante de lo real puesto que constitutivo de la materia misma del sentido y amenaza constante de sus formas. Se impone analizar entonces no ya la presencia del imaginario en el discurso a manera de huésped, de tema o contenido, no como aquello de que trata el discurso sino como de lo que está hecho, no como lo que dice sino de lo que habla, lo que excede a la forma y agujerea el enunciado desde la enunciación, desde la relación al otro. Si la ideología habita el lenguaje es porque el proceso de simbolización, en cuanto codificador originario, es ya un proceso de fetichización (166) que labora constitutivamente el imaginario antes de que haya "lengua". Antes de que sea codificado en signos-palabras lo simbólico -la prohibición, la ley, la cultura, el super yo- ya ha moldeado el deseo inscribiendo sus formas en el fantasma. No es necesario politizar al deseo como si el espacio que pone en movimiento la pulsión fuera un espacio aparte asocial. Desde Freud sabemos que el deseo es social y antisocial, nunca asocial. La pulsión no es instinto sino trabajo del cuerpo, de un cuerpo moldeado por la historia. Y digamos ya que el inconsciente para Freud no es la propiedad privada que el burgués va a exhibir ante el psiquiatra sino la huella en el "cuerpo" del desplazamiento, de la escisión, de la dislocación que para el sujeto entraña la organización, la presión y el control que toda sociedad impone al deseo. Con el inconsciente, Freud descubre el papel del deseo como generador metafórico, como generador de "discurso" por medio del cual la pulsión se arranca a la substancialidad de lo biológico. Lo que el deseo "niega" no es la historia sino las pretensiones de la Razón, lo que pone en tela de juicio no es la contradicción como motor sino la cultura como progreso.

"El inconsciente está estructurado como un lenguaje. El inconsciente es el discurso del Otro".

J. Lacan

En su paradójica complementación las dos afirmaciones lacanianas nos permiten ubicar la reflexión. Puesto que más allá de la polémica que su obra ha suscitado, más allá de su concepción estructuralista del significante, los escritos de Lacan han liberado el espacio en que pensar la articulación deseo-discurso, han posibilitado

formular el problema. Y de eso es que se trata justamente, pues que eso es lo escamoteado tanto por la lingüística como por la psicología y la funcionalización del psicoanálisis.

El “hallazgo” es de Freud, pero había sido deformado hasta la náusea. Freud había escrito que el síntoma y el sueño son lenguajes cifrados, sobredeterminados. Y que el único acceso a su sentido-fuerza era el que permitía el discurso del analizado. Un discurso liberado de la presión-censura gramatical, como el del lapsus, el del equívoco, el del chiste, en los que no hay error sino deslizamiento; agujero del sentido, deslizamiento y agujero que hablan desde una estructura profunda diferentes a la de la sintaxis, desde la estructura pulsional de la carencia. El síntoma y el sueño hablan con un decir que escapa al que lo dice, son un “saber” que escapa a la memoria del individuo porque no son un saber de la conciencia sino del cuerpo. Son un discurso de compromiso entre la presión salvaje de la pulsión y la represión codificante de la cultura, compromiso que habla a su manera de las contradicciones de las que vive, y que amenazan permanentemente el inestable equilibrio que representa el “yo”, sostenido desde la enunciación por la máscara y el teatro social de la “persona”, efecto de lenguaje, tarjeta y papel de identidad. La pulsión conmociona, desorienta el lenguaje, obstaculiza su verbalización, su nominación. Y esa desorientación es para Freud la pista que lo lleva a postular la coincidencia primero de la fuerza que genera al síntoma con lo que hace resistencia al recuerdo, a la nominación, y después la coincidencia estructural del síntoma y la imagen, esto es de la cifra escrita en la carne con la cifra hecha de palabras. Con el concepto de sobredeterminación Freud da cuenta de la manera cómo la contradicción apuntada antes deviene activa, pone en marcha el trabajo de lenguaje, de elaboración simbólica, el trabajo de condensación y desplazamiento (167). Lacan retoma esa pista para indagar en el núcleo inicial del inconsciente, en el proceso de constitución del sujeto: la travesía de lo que él denomina “estadio del espejo” al estadio del Edipo, la constitución de lo simbólico, del lenguaje, y la persistencia del imaginario en lo simbólico (168).

Lo que se plantea en el llamado estadio del espejo es un análisis del hecho de que el niño, aún infans y superado desde el punto de vista de inteligencia instrumental por un chimpancé de la misma edad, sea sinembargo capaz de reconocer su imagen en el espejo, de

reconocerse y sonreír. Para llegar a ello el niño ha debido “superar” una serie de etapas marcadas por el tipo de relación con la madre en que lo coloca la inmadurez, el inacabamiento en que ha nacido. Inacabamiento que lo “funde” a la madre en una completa indistinción, en una falta absoluta de identidad. Será primero la conquista de la unidad del cuerpo, la relación de los diversos miembros entre sí como miembros de “su cuerpo”. Será después la proyección de esa precaria unidad sobre los otros cuerpos y los otros objetos que lo rodean, proyección que es ya una primera forma de imagen, pero que confrontada al espejo es aún incapaz de “doblarle”. Y será al fin el reconocimiento y el júbilo de ver-se. El proceso de conquista de su imagen –esa primera garantía de la diferencia que lo identifica– es por inversión el proceso de despegue, de ruptura de la madre. Que es el proceso de entrada en posesión del cuerpo, de su forma unificada. El niño logra tener un cuerpo en la medida en que abandona –definitivamente– el de la madre. El cuerpo propio, su cuerpo es la imagen y la matriz simbólica en la que el “yo” va a “precipitarse”, a fundirse. Y en la medida en que esa primordial identidad es ya una forma de simbolización elemental es ya la entrada en el segundo estadio, el del Edipo: el viraje del “yo” especular al “yo” social.

El “estadio del Edipo” denomina fundamentalmente la “aparición del Padre” y el ingreso al orden simbólico, al orden del lenguaje. No está demás anotar que la lectura que Lacan ha realizado sobre la concepción freudiana del Edipo no sólo ayuda en la comprensión del proceso que la engendra, sino que conlleva una desreificación de los conceptos claves de Freud biologizados y reificados por la lectura funcionalista y conductista. Y sigamos. Frente a la imagen y la seguridad que el niño ha logrado para ese momento, frente a la situación de compromiso que el imaginario sustenta en la relación con la madre, la aparición del padre es el desbarajuste y la crisis: el enfrentamiento con el primer Otro irreductible, con la Ley primordial, con la prohibición del “incesto” en que vive el niño. El “no te acostarás con tu madre” es traducido por Lacan: no eres tú el objeto de deseo de tu madre sino otro. Frente a una relación con la madre en la que la pulsión domina, el “nombre del padre” es el ineludible choque con el Otro que es el más allá de la naturaleza, su negación: la ley y la cultura. Es el viraje y la entrada en el orden del símbolo: “Es en el nombre del padre donde reconocemos el fundamento de la función simbólica que, desde los confi-

nes de los tiempos, identifica su persona con la figura de la Ley". Castración simbólica que lo introduce en la primaria socialidad de la familia, que lo obliga a asumir una identidad, a hablar. A pesar del gesto -lenguaje sin lengua, relación libidinal primaria- a la palabra, a la lengua y al código que posibilita y controla, que sustenta y censura de ahora en adelante toda comunicación. El sujeto es así constituido por lo simbólico y el Otro, por el deseo que es deseo del Otro, de su deseo. Sujeto entonces escindido, ya que el código desde el que el deseo habla es ya del Otro. Es la aceptación de lo simbólico, del Otro, lo que posibilita al niño ser sujeto de deseo, quebrar la red de la necesidad, el mundo imaginario del objeto, para acceder al deseo, a la relación "humana", entre sujetos. Es en el mismo movimiento que el niño nace al lenguaje y que su deseo se humaniza.

Porque no hay deseo sin demanda. Porque todo deseo tendrá que ser de alguna forma expuesto, manifiesto, dicho. Porque para llegar al otro deseo no tendrá más remedio que arriesgarse por el "desfiladero de las palabras". Porque en últimas el deseo se alimenta de la prohibición, de la interdicción que es lo interdicho, lo dicho entre palabras: el discurso como lugar de la demanda y la respuesta, del juego de la ausencia y la presencia, de una carencia que sólo el otro puede llenar. Lo que se desea es que el otro lo desee, ser lo que le falta al otro. Desear es entonces asumir la grieta que destroza toda pretensión de mismidad, de que el sujeto se constituya así mismo, y aceptar que lo que constituye a mi deseo está fuera de mí, que es desde el otro que mi deseo vive. Y sin embargo el narcisismo acecha, nunca se rompe de una vez con él, continúa entretejiéndose al deseo. El imaginario, ese "trocito de placenta" robado y ocultado, perpetúa en la relación deseante la marca del estadio primero sobre el sujeto, la imbricación tenaz del imaginario en lo simbólico. Es lo que ya Freud había denominado "fantasma" indicando la mediación imaginaria sin la cual el deseo no puede subsistir, la máscara a través de la cual avanza y habla. El deseo no puede presentarse, no puede darse tal cual, tiene que disfrazarse, que cifrarse y ese ciframiento constituye el lugar de trabajo de lo simbólico y del agazapamiento del imaginario. Al hacerse demanda el deseo se implica en el fantasma que forma el discurso del sujeto; ese "yo" que cree hablar cuando es hablado, esa identificación a la imagen social, ese conocimiento que es reconocimiento, esa conciencia que es desconocimiento. Vulnerabilidad del sujeto a caballo entre el esfuerzo de aparecer, por llegar a fundirse con la imagen de

lo que cree ser, y la amenaza constante del lapsus, que traiciona el discurso tan pacientemente elaborado dejando al descubierto al otro, al que el discurso enmascaraba.

Ahora resulta que las “etapas” no eran más que artificio del análisis, desglose de elementos, de dimensiones, de instancias como las llamó Freud. Aquí no se “supera” nada. La lógica del inconsciente no es dialéctica, es otra. Lo negado subsiste porque la negación misma es elaboración y construcción del imaginario. La única negatividad radical es aquí la de la carencia que sustenta al deseo dando lugar al entramado discursivo, a la demanda. Frente a la positividad del deseo planteada por Deleuze y Guattari (169) es necesario rescatar, mantener la negatividad en el deseo, la negatividad de la carencia. Tiene razón al acentuar que el deseo es producción, y que la producción deseante es ya social, pero cómo entender una producción que no alimenta nada, que viene de sí misma y va a sí misma? Que quede claro que lo que estamos preguntando no es quién puso en marcha la máquina deseante sino cómo funciona. Y si esa pregunta no tiene sentido, quién hace metafísica? Porque postular el sin sentido como única negatividad radical es una solución demasiado fácil, tan fácil y engañosa como su correlato: el hacer del deseo una instancia en sí misma y por sí misma subversiva del orden social, y el repartir a los hombres esquizofrénicos-revolucionarios y neuróticos-reaccionarios. Postular que hay una carencia radical en la dinámica del deseo no es arrancarlo a la historia, también esa carencia tiene una materialidad históricamente determinada, también el cuerpo es parte de la historia. Y entonces el entramado simbólico del Edipo no es cómplice de la vieja concepción representativa del lenguaje sino dislocación del sujeto y disolución de la ilusión del cuerpo como “substancia”. Postular que “la producción social es tan sólo la producción deseante en condiciones determinadas”, postular “que la libido no necesita ninguna mediación ni sublimación, ninguna operación psíquica, ninguna transformación para cargar las fuerzas productivas y las relaciones de producción” (170) es la nueva manera de volver la historia transparente, translúcida ahora ya no a la conciencia sino al deseo. Las malditas mediaciones no pueden ser escamoteadas tan fácilmente. Pero quizá la clave está en la oposición tajante que el **Antiedipo** establece entre teatro y fábrica, lo que equivale a postular una economía pura, maciza, sin ideología, y a relegar la ideología y la puesta en escena del Poder al espacio tradicional de la re-

presentación como simple expresión. El teatro no tendría nada de trabajo y las fábricas no tendrían nada de teatro. La plenitud del ser jamás fue afirmada más positiva o mejor más positivista. No deja de resultar por lo menos extraño que la crítica a una concepción bastante superada de la ideología necesite acabar del todo con ella arrojando al niño con la bañera. A no ser que esto sea otra forma de proclamar el fin de las ideologías . . . Viejo y permanente empeño del positivismo, ahora bandera de ciertas izquierdas.

Estando de acuerdo con muchas de las críticas que Deleuze y Guattari le hacen al psicoanálisis, y sobre todo a la ritualización de clase en que ha caído su práctica amordazando lo que en él hay de cuestionador, es imposible sin embargo aceptar que se carguen a la cuenta de Freud los impases, los bloqueos, a que se enfrentan determinadas posiciones políticas, proyectando hacia atrás, hacia los textos del “maestro”, los problemas teóricos que plantea el hoy. Me parece que tirar por la borda la producción de imaginario, de fantasma, el entramado discursivo del deseo, el proceso de fetichización, de ideologización, es incapacitarse de raíz para comprender el funcionamiento social de los mecanismos no sólo de represión sino de gestación del poder y por lo tanto de la explotación. La respuesta a preguntas como “por qué soportan los hombres desde siglos la explotación, la humillación, la esclavitud, hasta el punto de ‘quererla’ no sólo para los demás sino para sí mismos”? (171), no puede ser en términos de puro deseo sin convertir a este -por mediación de una paráfrasis mágica: “el deseo de las masas”, que sintonizaría automáticamente ese deseo con la lucha de clases- en una nueva hipóstasis del motor de la historia. Con lo que la válida crítica a la familia, a los partidos y las organizaciones, se convertiría en una vaga utopía sin mordiente en la cotidianidad de las luchas. Lo que sí han demostrado los trabajos de Deleuze y Guattari (172) es que la cuestión del deseo es hoy sin duda un lugar estratégico para pensar e incidir sobre los bloqueos en que se encuentra nuestra sociedad y sobre las prácticas con que se intenta enfrentarlos. Pero sin su articulación a la problemática de los discursos la cuestión del deseo vuelve a colocar el problema de las comunicaciones masivas en un terreno neutro, exterior a los circuitos de producción y relegado a la vieja retórica de las manipulaciones, concepción incapaz tanto de explicar el papel de las comunicaciones masivas en los bloqueos de nuestra sociedad como de generar la más mínima alternativa práctica. Es con el imaginario colectivo co-

mo materia prima que los Medios trabajan, es desde su codificación en lo simbólico que el deseo de las masas es allí amordazado, explotado y vuelto contra ellas.

Recojamos las líneas de nuestro planteamiento. Nos parece que el aporte innegable de Lacan está en haber tematizado e insistido, contra todo el naturalismo y biologismo reinante en psicología y sociología, que “lo real” no es reductible a naturaleza física ni a substancialidad biológica, que lo real humano es lo real histórico, y que de ello es parte constitutiva el trabajo del deseo, su producción de imaginario y su codificación en lo simbólico. El símbolo es impensable sin el deseo tanto como el deseo es impensable sin el símbolo. El proceso de que se trata entonces no tiene nada que ver con una supuesta “interiorización psicológica” de lo social, según una concepción para la cual individuo y sociedad son entidades constituidas independientemente, pensables por tanto cada una por fuera de la otra y que hay que ver cómo relacionar después estudiando las “influencias” de la una en el otro y viceversa. Si el psicoanálisis aporta a la construcción de una teoría del discurso, y del discurso “masivo” en particular, es por haber descubierto en la constitución misma del sujeto humano –en su capacidad de asumirse y nombrarse como “yo”– la trama conflictual de lo social, por haber afirmado que el deseo es impensable por fuera de su relación a la ley de lo simbólico, al discurso de la cultura: que esa relación no es algo que venga a añadirse a un sujeto ya constituido sino que forma parte de su constitución, de sus condiciones de existencia, que son sus condiciones de producción. Entonces la constitución del sujeto en el deseo no es exterior a su constitución en el trabajo, es de la tensión entre ambos, de su contradicción y sus conflictos que está hecho el sujeto. No es desde fuera que lo social reprime, domestica, explota los deseos. Es que el fantasma, el imaginario es ya social. Sino, cómo explicar entonces que siendo el deseo anti-valor sea valorizable, por qué siendo salvaje es programable, por qué siendo anticálculo es comercializable, transformable en necesidad de cosas y en voluntad de aparecer? . No es la teoría freudiana del Edipo y del fantasma la que “aplasta” al deseo –como afirma el Antiedipo– sino la complicidad histórica a la que el deseo ha debido prestarse para subsistir. De esa complicidad, y de sus estallidos, hablan los síntomas histéricos, los sueños, los chistes, el arte . . . la publicidad, y también la explotación social y la lucha de clases. La producción de imaginario es parte de la producción de lo real.

La demanda -punto de anclaje de las dos economías, la política y la libidinal- es parte del deseo: la brecha que en él abre lo simbólico, ese orden del lenguaje desde el que habla y en el que se “aliena”, porque el código de ese habla es ya del Otro, del orden de la dominación. Demanda siempre insatisfecha, habla de la pulsión salvaje, pero al fin “demanda” sobre la que la economía política puede inscribir, inscribe su cálculo, su lógica, su programa y el Poder su control.

La inscripción del deseo en la lógica de los signos es, como ya vimos (171), su inscripción en la lógica de las mercancías y su trabajo de fetichización, de sustitución metonímica en el sistema de los objetos y los valores. Qué es el valor sino una fantasmática, un colosal imaginario en el que los hombres “alienan” su trabajo y mediante el cual los sujetos son convertidos en objetos y el ser en tener? . El orden de los “vares” es el de los objetos-signos, el de las relaciones entre objetos, el de la conversión del deseo en necesidades, el de la imposible relación entre sujetos. Para que exista el sujeto, el Otro capaz de poner en movimiento el fondo salvaje del deseo, hay que quebrar el orden de lo calculable, de lo vendible y comprable: “La carencia es siempre aquello por lo que uno hace falta a los demás y por lo que los demás nos hacen falta. En el proceso del valor nadie hace falta a nadie puesto que todo equivale a algo y cada cual está asegurado de equivaler al menos a si mismo” (173).

Es la carencia, esa exigencia radical del deseo, la que a través de la demanda se encuentra a la vez dicha y negada, escamoteada por cuanto sometida al régimen de la productividad mercantil. Lo que se hace imposible es el goce, el derroche, el exceso, todo ese otro espacio en el que la lógica no es la de la rentabilidad sino la del gasto y el desgaste, la del amor, la de la fiesta y el regalo, la de la no equivalencia, la de la ambivalencia. “Se nos incita a creer, y lo creemos, que no tenemos sino una cantidad determinada de amor y que si damos a alguien nuestro amor ya no nos queda para darle a los otros. Y con esta ingenua álgebra se llega a sentir todo acto de amor como la disminución de un capital interior” (174). He ahí la censura que materializa el consumo y en la que se realiza el discurso del Poder. Desde ese código ya todo puede ser dicho, nombrado, hasta llegar a la desfachatez de la publicidad que se atreve a decir

“Tenga el valor de sus deseos”, porque se tiene la seguridad de que nombrarlo es convertirlo en objeto de cálculo, de una gestión económico-política.

Y sin embargo el código no es más que un límite, una frontera que la pulsión puede hacer estallar poniendo en movimiento todo lo que en el goce hay de irrepresentable y en el trabajo de incapitalizable. Como en el lapsus y en el sueño, en la poesía y en el arte las fuerzas subversivas del deseo descargan energías, trazan figuras que hacen saltar los márgenes trastornando los ejes, las estructuras, todo el dispositivo de control. Y si el fetiche y la “recuperación” son siempre posibles ello no hace sino señalar que la complicidad del deseo con el discurso forma parte de las condiciones de cualquier proceso de transformación.

TERCERA PARTE

la mass-mediación: discurso y puesta en escena

Todo paso a los Medios es a la vez una puesta en discurso y una puesta en escena indisolubles. Al dispositivo que alimenta e imbrica ambas operaciones es a lo que llamamos “mass-mediación”. Pero como la materialidad histórica en que se originan los Medios da lugar a discursos diferentes es necesario rescatar esa “originalidad” sin confundir (léase reducir a) la materialidad con la técnica ni la historia con el sentido. Ni el discurso-escena con el “Medio”. El dispositivo de mass-mediación desborda cada día más el ámbito de los llamados Medios, opera desde otros muchos espacios, desde otras materias, sin ir más lejos, desde la masa de objetos que nos rodean, que nos ostigan, que mediatizan inexorablemente cualquier relación, incluida la del alma al cuerpo. Pero si las materias son otras, las formas de la massmediación tienen no poco en común. No que no sean relevantes las diferencias, claro que lo son. Lo que propongo es que hay que leer las diferencias -lo particular, lo específico- desde una cierta equivalencia general. De esa equivalencia, ya en parte reseñada, habla la massmediación. Y en ese marco es que me propongo analizar dos discursos, esto es, no sólo dos “lenguajes” sino dos prácticas: Prensa y Televisión, el discurso más viejo de la moderna mass-mediación y el más nuevo.

Análisis que en ningún momento va a ser “aplicación” de los elementos vistos anteriormente al modo como se aplica una receta, sino aproximación a cada discurso, y en cierta manera su “perforación”, a través de la veta que abre, que pone al descubierto lo anterior. Sólo espero no haberme equivocado demasiado y que la veta sea rica a la hora de pesar el mineral.

Para el análisis de Prensa propongo como eje particular el de la información. No sólo porque ese sea el ángulo desde el que la prensa se autodefine, se autodelimita, sino porque es desde ahí que se determina socio-históricamente. Me propongo indagar qué es eso de informar, los fetiches de que la prensa se rodea para seguir homologando libertad con empresa privada y verdad con opinión pública; y las operaciones con que el discurso encubre su marca de fábrica, la “forma” en que el poder del mito –informativo– trabaja para el mito del Poder. Para el análisis de Televisión propongo el eje de la publicidad ya que, al menos en nuestro continente, la publicidad hace la televisión que hace la cultura que ritualiza cotidianamente el consumo. La indagación se centrará entonces sobre la puesta en escena, sobre la forma en que discurso-show fabrica sin descanso el imaginario de que necesita la mercancía, ese con que el Poder traduce los conflictos de los sujetos a diferencias entre objetos.

I. DISCURSO DE PRENSA: EL MITO DE LA INFORMACION

El público puede creer que hay varios periódicos, pero en definitiva sólo hay un periódico. Cada cual tiene en blanco, en rojo o en azul la noticia que le envía Mr. Havas.

Balzac.

Confieso que la distinción entre información y propaganda es difícil de hacer. No sólo hay dificultades teóricas en hacerla sino dificultades prácticas en trazar la línea de demarcación.

Senador J.W. Fulbright.

El capital constata que las gentes tienen curiosidad en saber lo que pasa, y encuentra en esa curiosidad, como en todo otro deseo o necesidad, la ocasión de desarrollar un mercado.

N. Will.

Y si compramos cada día nuestro diario no es sólo para estar informados, es también porque el orden del diario (el mito) se hace cargo del desorden del mundo.

O. Burgelin.

Muy pronto la prensa comenzó a sentir que las noticias no sólo había que darlas sino también reunir-las, y a decir verdad hacerlas. Así pues al igual que "hacer el bien", hacer noticias implica un mundo de acciones y ficciones. Las noticias verdaderas son malas noticias. Los anuncios publicitarios son las buenas noticias. Para equilibrar el efecto y para vender noticias buenas se hace necesario contar con un monton de noticias malas.

M. McLuhan.

1. La situación como con-texto

Comencemos poniéndole un mínimo de situación al discurso, trazando algunas líneas del contexto, nombrándole: América Latina. Muchos dirán: y qué más da aquí que en otra parte?, es que acaso no sigue siendo verdad lo que decía Balzac con sólo cambiar a Mr. Havas por las cuatro siglas que sabemos? Y eso es cierto, pero también lo es que los rostros que taponan esa mano son distintos. Y la presión que ejercen contra ella también. Cada cual se defiende o se rinde a su manera. En todo caso y aunque los telex hablen la misma voz es necesaria siempre la traducción, y esa ya no es igual en Chicago que en Lima, ni en México que en Chile. Las voces que

traducen pueden ser más plurales que uniformes y éstas “uniformadas” o no. Las “diferencias” en este terreno de las voces son preciosas en la medida en que de un pueblo a otro puede correr la voz, y hay tantos pueblos forzosamente mudos, amordazados en este continente. La pregunta es entonces quién habla en los 1.036 diarios, en los 1.997 periódicos no diarios y en las 4.887 revistas (175). En lo que respecta a la traducción es poco, demasiado poco lo que sabemos aún, el “ruido” de los telex entorpece sistemáticamente la comunicación de los países latinoamericanos entre sí. Empezamos a conocer algunas cifras, algunos datos. Que Argentina es el país con el mayor número de diarios –y de periodistas encarcelados o “desaparecidos”– y que de un total de 214 diarios, 146, o sea el 68 por ciento, se hacen en Buenos Aires, y que los “grandes”, los que dominan la opinión nacional, están en manos de los Mitre, los Gainza Paz y los Noble (176). Que en Colombia seis familias y seis ciudades absorben el 75 por ciento de la circulación total y sólo tres ciudades (Bogotá, Cali y Medellín) el 56 por ciento; la totalidad de las áreas rurales donde vive el 40 por ciento de la población “se contenta” con el 3 por ciento. Que en México una sola “cadena”, la de García Valseca, con sus 34 diarios domina el 28 por ciento de la circulación total y otras tres cadenas más el 38 por ciento; pero que en México hay dos agencias de información nacionales y que el diario más importante del país es una cooperativa. Que en Perú la “gran reforma” no ha podido romper el cerco que supone el hecho de que el 68 por ciento de la circulación total de los diarios se concentre en la capital, de forma que mientras en Lima se dispone de 300 diarios por mil habitantes, en provincia, para casi la mitad de la población total del país, hay sólo 50 diarios por mil habitantes. Que en Chile el “clan” Edward era y sigue siendo dueño de tres grandes diarios de la capital y siete de provincias, controlando el 40 por ciento de la circulación de Santiago y el 30 por ciento de todo el país, ya que el 65 por ciento de la circulación total de diarios en Chile se concentra en Santiago. Que “de la prensa venezolana (52o/o de publicidad, 10o/o de fotografías y 21o/o de textos, de los cuales la mitad está dedicada al deporte) han desaparecido definitivamente los editoriales, los corresponsales extranjeros propios, las notas de opinión política de la redacción y hasta la crítica cinematográfica” (177).

Empezamos a saber quién traduce: la aristocracia ganadera de los

Mitre en Argentina, la banca y la gran industria de los Edwards en Chile, o esa mezcla de ambas que son los Santos y los Ospina Pérez en Colombia, donde dos presidentes de los últimos años habían sido directores del periódico "El tiempo", y donde cinco presidentes de los últimos cuarenta años llevan el apellido de alguna de las seis familias dueñas de la prensa en el país. En cuanto al texto a traducir las cifras son redondas. En lo internacional la UPI pone el 49.5 por ciento, AP el 29.8 y AFP el 13.4 por ciento de ese texto (178). En Argentina la UPI además de copar en grandísima parte lo internacional suministra "gratis" a su clientela un servicio nacional para el exterior. En Colombia las dos grandes agencias norteamericanas suministran más del 75 por ciento de lo internacional y al no haber ninguna agencia nacional -este año de 1977 se inicia "Periodistas Asociados"- ellas dominan no sólo el flujo de noticias nacionales hacia el exterior sino una buena parte de ellas hacia el interior. México es quizá de los pocos países cuyas noticias nacionales provengan de agencias propias (Notimex o Informex), pero en lo internacional el 90 por ciento proviene de las mismas tres grandes. En cuanto al intertexto, éste lo ponen en cantidades gigantescas las agencias internacionales de publicidad entre las que sobresalen con mucho Walter Thompson y McCann Ericsson y cuya clientela principal son, al vivo o con diversos disfraces nacionales, las grandes empresas transnacionales (179).

El texto producido fue analizado por un grupo de investigadores dirigidos por E. Díaz Rangel sobre 14 grandes diarios de América Latina, y de las 500 informaciones por cable ese día: "según las agencias internacionales de noticias no ocurrió nada de interés. La lucha de los pueblos, la actividad del movimiento obrero, las jornadas estudiantiles, el movimiento cultural y científico, la represión policial, los presos políticos, los problemas de desempleo en las ciudades, el hambre en el campo, el desarrollo de la revolución cubana, ninguno de esos hechos fue tratado por esas agencias. Más interesaron una sentencia de divorcio o la reclamación de una herencia de un corregidor peruano" (180). F. Reyes Mata siguió de cerca a la UPI durante los tres días -junio, 1972- en que se celebró en México la reunión de cancilleres de América Latina con Henry Kissinger, y pudo constatar cómo esa agencia difundía haciendo pasar por texto final de esa reunión un borrador norteamericano no aceptado por los cancilleres latinoamericanos, cómo se hacían

pasar por propuestas de latinoamericanos algunas hechas por Kissinger y rechazadas, y cómo se ignoraban sistemáticamente todos los planteamientos que sobre coerción económica, balanza de pagos y rol de las empresas multinacionales habían hecho los latinoamericanos (181). Está visto que las grandes agencias han logrado un estilo que, en lo que respecta a latinoamérica, se ha convertido en modelo de trabajo. El acontecimiento es “cortado” a la medida del productor de la noticia. Se deshecha el resto. Y en el viaje del continente a Nueva York se le “ajusta” para que no quede la menor arruga, esa que pudo hacerse porque los periodistas nativos, del lugar. . . ya se sabe. Se juega con los malentendidos pero el lenguaje es frío, tan objetivo como lo permite la exactitud de las tijeras. El modelo sale siempre intacto y sigue su carrera amordazando toda diferencia, aislando unos países de otros y reforzando de mil maneras la dependencia.

Lo curioso -valga como eufemismo para no romper el tono- es que cuando algunos latinoamericanos han comenzado a plantearse esa situación como problema, la reacción de los dueños, a través de esos dos voceros que son las SIP (Sociedad Interamericana de Prensa) y la AIR (Asociación Interamericana de Radiodifusión), no ha podido ser más desconcertada ni desconcertante. Desde 1972, la UNESCO había venido patrocinando una serie de consultas a expertos que convergieron en la Reunión de Quito, junio de 1975, sobre promoción e intercambio de noticias, preparatoria de la conferencia intergubernamental sobre políticas de comunicación en América Latina, a realizarse en 1976. En el análisis que en esa reunión se hizo de la situación se constató, aparte del condicionamiento que las agencias norteamericanas ejercen sobre la visión que tiene la región de los acontecimientos mundiales, el que “la imagen de la región que se proyecta en los Estados Unidos y en otras partes del mundo tiene muy poco que ver con las realidades fundamentales de estos países”, ya que “se destacan las catástrofes naturales y la inestabilidad política mientras que importantes acontecimientos económicos y culturales reciben poca atención. Fenómenos pintorescos y grotescos tienen prelación sobre sucesos que reflejan la lucha para lograr el cambio social. Estos son con frecuencia relegados, soslayados o distorsionados burdamente”. Y se concluye resaltando “la necesidad de crear una agencia noticiosa latinoamericana y del caribe”, y recomendando a los gobiernos el apoyo a esa agencia así

como “el establecimiento de agencias de noticias nacionales más que todo públicas, las que unidas podrían constituir la agencia de orden regional que se añora” (182). En abril de 1976 CIESPAL propicia en San José de Costa Rica un seminario al que L.R. Beltrán envía una ponencia en la que se analiza detalladamente y se denuncia la oposición sistemática que la SIP y la AIR están llevando a cabo contra el proyecto de una agencia latinoamericana de noticias. Nadie puede extrañarse de esa oposición ya que esas dos sociedades son en verdad federaciones de gerentes, directores y propietarios de los Medios y “operan de consumo en virtud de un acuerdo de defensa mutua”. Pero lo interesante es que esa oposición se haga en nombre de la sacrosanta “libertad de expresión” y atacando a los expertos reunidos en Bogotá y en Quito de “pretender imponer un contenido ideológico específico a lá comunicación sirviendo a las aspiraciones de fascistas y marxistas”. Definitivamente, como ha dicho E. Galeano, el sistema habla un lenguaje surrealista.

Lo puesto al descubierto en el debate con la SIP y demás adláteres es sumamente importante, aclara no poco la situación de la prensa en el subcontinente, y posibilita que el contexto empiece a hacerse antitexto, discurso y práctica que cuestiona una “libertad” que sirve de negocio a unos pocos, cada vez más pocos; el sofisma según el cual los dueños del negocio privado son a la vez los representantes espontáneos y legítimos de los intereses públicos, de la comunidad nacional e internacional; y el sistema de comunicación “que permite que grupos vinculados estrechamente con los centros de decisión económica y política administren la comunicación para obtener rentabilidad en sus inversiones, reforzar la ideología de dominación e inducir a los grupos sociales a una práctica consumista, convirtiéndolos en simples masas con capacidad para comprar la producción industrial que ellos auspician” (183). Y al fondo de esa lucha lo que hay que percibir, junto a la cantidad de voces de latinoamericanos que en los últimos años han sido estranguladas, es la inmensa mudez de un continente en el que casi la mitad de sus hombres y mujeres son de hecho analfabetos aunque aprendieran a leer alguna vez. Y lo que eso entraña como refuerzo de la opresión ya que una inmensa mayoría de los que leen lo hacen desde el encantamiento que produce la letra imprenta. Y ese contexto le traza un cierto camino al análisis, le marca al menos ciertas prioridades que

tienen que ver con el fetiche de la objetividad, problema vinculado a lo que se planteó en la primera parte acerca del papel que el mito de la ciencia juega en la dependencia. Tienen que ver con el problema de la forma y su importancia capital a la hora de plantearse la práctica de una prensa no populista sino popular. Tienen que ver en últimas con el problema de la narración que hace aceptable la opresión. Se trata entonces de plantearse el problema de la prensa de una manera no exterior, mecanicista o moralista. No que no existan los problemas éticos, de familia o de tribu, de casta o de clase, la moral es una dimensión insoslayable de la práctica humana. Ni de olvidar que la violencia existe, la brutal: la tortura, el exilio, la que controla la palabra asesinando al que habla. Pero se trata de ir sacando a flote esa otra violencia, ese control que se ejerce desde el discurso mismo de la prensa, de la dominación que nos trabaja desde el discurso de la libertad. De la mentira no como problema del individuo periodista sino como entramado discursivo, como universo semántico, como lógica de un lenguaje, como jerga de una escritura, como estilo. Lo cual, repito, no es negar que la “conciencia” juegue su papel como alertador o justificador de la impostura, sino afirmar que la represión, que la fuerza y el sentido del Poder, se engendran en las prácticas y entre otras en ese cotidiano trabajo del discurso que cada mañana, como dice Burguelin, se hace cargo en su mítico orden del desorden del mundo, y nos lo hace aceptable, visible, hasta “excitante”.

2. La información y el fetiche de la objetividad

De alguna manera la inmensa mayoría de los discursos masivos, incluida la publicidad, pretenden ubicarse en el espacio mágico que despliega la palabra información. Y digo mágico porque la información parecería jugar en nuestros días el papel de esos viejos remedios que servían para todo, que lo curaban todo. La información se ha vuelto capital en todos los sentidos de la palabra, y en nombre de ella no sólo se organizan oficinas en cualquier empresa que se respete, -oficina que la publicidad no duda en llamar el “corazón de su negocio”- sino hasta ministerios en los gobiernos. Con la informática, la técnica se convirtió en teoría y en un nuevo humanismo, en una especie de “visión del mundo”. De la genética a los medios

de comunicación pasando por el espionaje industrial o político, la información despliega su poder, dibuja un mundo lleno de secretos dispensa democracia y salvación, y organiza una red o mejor una élite de genios que la ejercen como llave maestra cada cual en su campo.

De dónde esa valoración nueva, esa inflación de la información en nuestra sociedad? “Mientras que en las sociedades primitivas fue la baja frecuencia de los contactos informativos (debida a la dispersión geográfica, la fragmentación cultural, la carestía de medios) la que hacía de la información el máspreciado bien, en las sociedades modernas es la alta frecuencia de las informaciones (debida al apiñamiento urbano, la competencia comercial, la escala internacional de las redes de comunicación) lo que vuelve a transformar la información en un bien de primera necesidad” (184). En el plano de la producción, la información es ya un auténtico bien de equipo, y disponer de ella es algo tan importante como disponer de capital. Las empresas la compran y la venden a un costo superior al de cualquier otro producto. En el plano de la venta, la batalla de las marcas es proyectada hacia el mercado como información sobre las “diferencias” que no existen pero que es necesario hacer imaginar porque lo que hace vender es menos el producto que su imagen. Y lo que se consume es también eso: no el objeto sino otro tipo de información: la virilidad, el status, la seducción, la intimidad, etc. Hasta las formas de pago se están volviendo pura circulación de información: la tarjeta de crédito ya no es dinero-bien sino dinero-información. Y en la artificialidad de su “diseñado” el medio urbano parece responder arquitectónicamente a lo mismo: bien sea la valla con forma de botella o de hamburguesa, casas privadas, edificios “públicos” o barrios enteros.

Cualitativo, pletórico de signos, de sentidos, de imágenes, ese mundo es sin embargo “pensado” y diseñado desde su revés, el de la fría y austera máquina de las señales y los logaritmos: la computadora. Para la cibernética (185) la información es “liberada” de todo ese entramado de sentidos y reducida a puro “valor”, a cantidad desnuda, a probabilidad. Su definición de información se agota en su medida, su contenido es la cantidad de formas y de energía independientemente de cualquier significación. En teoría de la información lo que reina es el código, él es el verdadero mensaje, ya que la

única diferencia entre mensajes es el grado de su probabilidad según una frecuencia que es ordenable matemáticamente. Es la conquista del grado máximo de objetividad y su extensión al máximo de contenidos posibles . . . sin contaminación alguna de lo subjetivo. Espacio de una nueva “economía”, más puritana y ascética que la calvinista, la informática vive de dos conceptos: código y energía, esa otra palabrita mágica de nuestro siglo. Y su ley –cuanto más probable tanto menos informante– se centra en lograr operaciones puramente operativas: el máximo de rendimiento codificador al menor costo. La “ciencia del control y la comunicación en el animal y en la máquina” no necesita distinguir dimensiones ni instancias: todo es homogéneo en cuanto valorable desde su cantidad de información. Es claro que estoy haciendo caricatura pero ella no es más que alargamiento de ciertos rasgos. Porque es claro también que el discurso informático es el discurso logotécnico por excelencia, pragmático por antonomasia. Sin él, se ufanan los “gerentes”, y tienen toda la razón, hubiera sido imposible el progreso y hasta el funcionamiento de nuestra sociedad. No es con la técnica, no es con las máquinas ni con el saber que los hombres han acumulado en ellas, que juega mi ironía sino con esa concepción del universo y ese nuevo sentido común que está gestando la informática; ese nuevo discurso en el que la matemática de los ingenieros (Shannon) y la sociología de los antropólogos (Bateson) se encontró con la filosofía de la ciencia (Wener). Quién da más? “Vivir de manera efectiva significa poseer la información adecuada. Así pues la comunicación y la regulación constituyen la esencia de la vida interior del hombre tanto como de su vida social” (186). La nueva visión es también una mística. Los únicos problemas que el modelo informático admite son el ruido y la redundancia. Aún en el sistema de la codificación pura, los materiales hacen resistencia, introducen el “ruido” en cuanto escape. pérdida de información por perturbación en el circuito. La redundancia es el sobrante, el exceso que en vez de añadir, resta información por pérdida de exactitud, por falta de improbabilidad. Cada señal, cada forma, con su carga, ni más ni menos. La objetividad es la medida justa: estamos en la ética.

Irónico, lo anterior tiene también su “operatividad”, ya que la teoría de la información, en su extrapolación a lo social, ha dotado de estatuto teórico a la “objetividad” periodística. La logotecnia se ha transformado en racionalización de la “neutralidad”democrá-

tica y en estilo. "Si ahora es la computadora la que selecciona y codifica las noticias en las grandes agencias" oye uno decir, y ello significa: mayor objetividad? . Opuesta a la significación -cómo resulta de lúcida la resistencia de Barthes a esa separación- la información despliega una epistemología y una economía: el código frente al discurso, la forma frente al sentido, lo técnico frente a lo socio-histórico, la función y el efecto frente al trabajo y la mercancía. Que traducido a términos más tradicionales, es la racionalidad cognitiva de la información frente a la emotividad imaginativa de la literatura. Pero en verdad la jerga de la objetividad que Adorno criticara en el humanismo existencialista y que ahora domina desde su extremo opuesto, el "humanismo" cibernético: "la jerga de la autenticidad era bienvenida por razones de narcisismo colectivo, y no sólo para aquellos que la hablan sino para el espífitu objetivo. . . la nada disminuída irracionalidad de la sociedad racional" (187). Hablo de jerga porque es la forma en que la teoría llega a los "prácticos". Y el esquema de esa jerga es el siguiente: objetividad = imparcialidad = neutralidad, que se resuelve en: la prensa es objetiva porque es neutra, equidistante luego democrática. Pero atención, porque no estamos impugnando el fetiche de la objetividad desde el de la subjetividad. Afirmar que el género informativo no es objetivo, no es afirmar que éste sea un producto subjetivo de los periodistas. "Tan absurdo es sostener que la noticia es el suceso como negar que efectivamente éste último expresa su valor social bajo la forma de la primera. La falsificación de noticias como la falsificación de dinero no prueba sino su determinación social" (188).

Si en lugar de mito preferimos el concepto de fetiche para analizar el problema de la objetividad en este caso es porque, como vimos, el proceso fetichista explicita más claramente las operaciones de vaciado y de sustitución. Qué es lo vaciado y sustituido aquí? Por parte de la jerga lo vaciado es el proceso de gestación histórica, y por tanto el carácter histórico de esa visión o concepción "objetiva" del mundo; y por parte del discurso de prensa lo vaciado es su propio proceso, las condiciones del proceso de producción de ese discurso. La "visión objetiva" de las cosas y los hechos es una de las maneras en que los hombres se apropian y re-presentan "lo real", precisamente la que emerge históricamente al ritmo del proceso de gestación de la sociedad burguesa, sociedad que consagra esa visión como la visión natural (universal) del mundo. Hay pues fetiche en

la medida en que se toma por propiedad o cualidad de las cosas, de los textos, lo que es un producido social. Es la sociedad la que define qué es objetivo y qué no lo es. Ya que toda objetividad pasa por algún tipo de discurso, y si un tipo de discurso aparece como objetivo frente a otro es porque las reglas que define su producción y su consumo social están conformes a la definición social de la objetividad. Y en una sociedad no homogénea, dividida en clases, la definición social dominante no puede ser otra que la dictada por la racionalidad dominante. De esa manera “la prensa burguesa, se constituye en el modelo de la objetividad que debe ser el patrón de cualquier otra prensa” (189). Lo cual significa que cambiar realmente de prensa implicaría cambiar de objetividad, de visión o de punto de vista. A cada “objetivo” su objetividad. Es decir que en la prensa que tenemos se objetiva indudablemente no sólo una particular y determinada visión colectiva del acontecer sino las relaciones sociales desde las que se produce ese acontecer.

Lo que se planteó a propósito de la práctica discursiva en el discurso histórico “vale” para el análisis del discurso de prensa. Nos referimos a las operaciones de neutralización del discurso y del lector, al escamoteo del proceso de producción y de consumo a través del “cortocircuito semántico” que funde, identifica significado con referente y lector con público-masa. Mirada desde la escritura de prensa, la “objetividad” se presenta como la ausencia de “sujeto”. La escritura sería transcripción del hecho y la más objetiva es aquella en que -pero aquí el lenguaje empieza paradójicamente a mezclarle subjetividad- la “fidelidad” a los hechos es total. Traducido políticamente a eso se le llama ser imparcial, o sea lo que no está con nadie para estar con todos. La negación del sujeto no puede ser más real. Ello equivale a creer que la verdad de un hecho es su existencia tal cual. Conclusión: sólo hay presencia del sujeto cuando se falsifica, se miente, se engaña como hacen esos malos e indignos periodistas que son parciales. . . Con lo que la toma de partido queda automáticamente identificada con falseamiento, es más, la toma de partido y sus “nefastos efectos” son la prueba de que la objetividad exige neutralidad. El deslizamiento, de una concepción del conocer a una concepción (homóloga) de lo político, pone a flote el carácter político de esa concepción del conocer. Según la cual puesto que no hay sujeto que produzca, lo que hay es naturaleza: sólo ella es neutra y universal -para todos-. He ahí el modelo

de la noticia objetiva.

Mirada desde la lectura que impone esa escritura, o mejor desde la complicitad de que ambas se alimentan, la "objetividad" se presenta en primer lugar como la borradura del significante que conlleva la identificación del significado con el referente. En otras palabras: a través del texto periodístico los que hablan son los hechos mismos; el lector comunica con ellos y el "medio" sólo cuenta cuando hace ruido como en el teléfono. En la escritura de noticias, en la transmisión de información, el estilo del periodista es "ruido", el estilo debe quedar circunscrito a las páginas de opinión. Sólo que esa demarcación de las páginas, tan de sentido común, es nada menos que la operación ideológica mediante la cual lo dado a las páginas de información; y lo escamoteado en esa forma es simplemente al discurso, dando por sentado que existe un lenguaje puro-código: conjunto de señales -sin sentido- que traduce los hechos, un lenguaje en el que las palabras no significan sino que designan mecánicamente las cosas. Sólo mediante esa reducción del lenguaje a código -correspondiente a la reducción de la comunicación a transmisión de información- es posible creer, con un idealismo positivista revés del realismo ingenuo, que lo significado es el objeto-acontecimiento. Lo borrado es nada menos que el significar, la producción de sentido que efectúa el lenguaje en cualquier tipo de discurso. Y si cualquier discurso es producción de sentido, entonces lo significado no son "simplemente" las cosas: las cosas y los hechos significan desde el lenguaje, desde esos universos semánticos en los que trabaja la lógica social y una determinada lógica social. El discurso de prensa no refleja, no transcribe un sentido o verdad que estaría en los hechos sino que es él el que adscribe a los hechos un sentido. El discurso no crea, no inventa el hecho, sino que lo pone a significar. Lo que plantea problema no es entonces el texto que se inventa los hechos, sino todo texto, cualquier texto: el de la noticia como el del reportaje, el que opina como el que testimonia. Porque en todos y cada uno -diferentemente- el lenguaje trabaja y fetichiza la relación de los significantes a los significados vaciando las formas de sentido, naturalizando la historia. En eso es que reside el poder del mito que mantiene y sostiene la prensa: en atribuir la verdad, el poder -el poder de verdad- a las cosas, a los hechos, ocultando, sustituyendo con ello, el proceso de producción de esa verdad, de ese poder.

En segundo lugar, mirada desde la lectura-cómplice, la “objetividad” consiste en hablar para todos, es decir para el “público”, para la “masa”, o sea para una homogeneidad indiferenciada. La objetividad de la noticia exige -supone- una lectura tan neutra, tan neutral, como la escritura. Lo borrado por la magia de esa operación es lo que produce en la vida, en el trabajo, esto es los conflictos, las luchas y la dominación. El consumo como práctica pseudo-democratizadora adquiere en el caso de la prensa uno de sus perfiles más nítidos: allí donde los hechos no alcanzarían a hablar, hablaría entonces esa otra naturaleza que es la “opinión pública”: juez implacable que está más allá de toda diferencia, de todo conflicto y por encima de toda política; la opinión pública sería la otra depositaria natural de la verdad. Cómo distinguir ahí, se pregunta Habermas, entre comunicación y conformismo? , entre lo que el público opina y lo que el Poder dicta? (190). Y en ese “dictado”, en las operaciones y formas que adopta el discurso del poder, la prensa ocupa un lugar estratégico: el que dibuja la estratagema política según la cual empresa privada igual a independencia, a libertad de expresión. Atrapada en la disyuntiva: o prensa propaganda del estado o prensa libre, la opinión pública se torna irremediabilmente cómplice de la “objetividad”, ahorrándose todo análisis que pueda conducir a conectar los mecanismos en que se produce el poder con los del discurso en que se produce la “libertad”. Escribí más atrás que no se trata de subvalorar las diferencias entre una prensa y otra, pero ello no puede ahorrarnos la tarea de desmontar los mecanismos a través de los cuales el poder del mito conecta con el mito del poder, con la imposición de un verosímil que estrangula cualquier posible, con un discurso en que la mercancía pone la forma y el sentido.

3. Pero in-formar es dar forma o la forma-mercancía de la información.

La forma que el diario impone al mundo es la forma que nos lo hace consumible: esa “marca de fábrica” con que la racionalidad, el sentido, la lógica mercantil marca la producción y la circulación de las noticias. Desde su origen el dispositivo moderno de la información estuvo conformado por la expansión del mercado, de tal

manera que el proceso de producción de la noticia -la transformación de la noticia en producto industrial- es insoluble de la transformación en "noticia" del proceso industrial de producción. Y sobre todo de circulación. Es en ese proceso que la necesidad que tiene la producción de información toma la forma de "prensa", de periódico. Puesto que es en el proceso de circulación que el valor se realiza, y que el intercambio es tanto más rentable cuanto más ágil, pues el tiempo es oro. El capital tuvo muy pronto necesidad de información permanente sobre todos aquellos fenómenos o aspectos de la vida social que incidieran o pudieran incidir sobre los flujos del mercado, sobre su ritmo. Desde los primeros periódicos (semanarios) de Amberes (1620), de Londres (1621), de París (1631) o de Boston (1690), sobre el tema militar o político el comercio imprime su marca, inicia la imposición de su forma. Y de otro lado, la información misma comienza muy pronto a convertirse en objeto de cálculo económico, en actividad económica "autónoma". Los historiadores tienden con frecuencia a separar tajantemente la información-auxiliar de la economía de la que es considerada "información social". Y sin embargo las dicotomías son en este caso aún más engañosas. No sólo porque, como veremos, el proyecto político liberal de la organización económica de la prensa es inseparable de la organización económica del libre cambio (191), sino porque es al ritmo del desarrollo de las relaciones de mercado y de sus exigencias -división especializada del trabajo, organización de la temporalidad social, organización periódica de los correos- que la prensa va adquiriendo su forma. Que durante los años de gestación de la "gran prensa" será primordialmente política. En los grandes debates políticos del siglo XVIII y XIX la prensa se forja como elemento fundamental de consolidación y avance de la ideología liberal y progresista, hasta hacer de la prensa uno de los enclaves más preciados de la democracia. (192). Portadora del racionalismo de las luces, de la liberación religioso-política, la gran prensa jugó un papel sin duda fundamental en la lucha contra los rezagos institucionales del feudalismo, a la vez que proclamaba, desde su propia hechura, las ventajas del nuevo orden social, del nuevo modo de convivir regido por la libertad y la tolerancia del libre cambio y del *laissez faire*.

Rousoniana, la doctrina liberal sobre la prensa parte de que la buena información tiende naturalmente a derrotar a la mala, siem-

pre y cuando sea posible el libre juego de la competencia, esto es que cada cual publique lo que quiera y cada cual compre la información que desee. Como en el plano económico, aquí también la salvación proviene de la libertad que representa la iniciativa privada frente a la coacción e imposición que representa la autoridad-estado. En manos de la autoridad la información se transforma automáticamente en propaganda. Sólo dejada en manos de los particulares la información es libre y por tanto veraz. Como anota Burgelin (193), desde el punto de vista de la oferta la doctrina liberal es una teoría crítica: sin libertad la verdad no es posible. Pero desde el punto de vista de la demanda la teoría es pragmática: para que la buena información supere la mala es necesario que la demanda la trate mejor que a la mala. Se cree en la tendencia natural del hombre hacia lo bueno pero esa bondad debe ser "ayudada" haciendo que la buena información -McLuhan verá después en la publicidad la más "buena" de las informaciones- disfrute de algunas ventajas en el mercado. La traducción actual de la vieja doctrina liberal, que aparece sistematizada y sustentada por primera vez en *El Aeropagista*, (Para la libertad de imprimir sin autorización ni censura) -el folleto con que en 1644 John Milton se enfrenta al parlamento inglés por haber suprimido la libertad de imprenta- ha perdido la ingenuidad pero sigue defendiendo una libertad de circulación de bienes y noticias pretendidamente al margen de las leyes de la producción y por encima de las contradicciones y los conflictos sociales. La relación vendedor-comprador disfrazada de relación intersubjetiva entre emisor y receptor, enmascara las relaciones sociales de producción que marcan al discurso de prensa. En la "neutralidad" del proceso informativo tal y como la plantea el modelo liberal "el mercado aparece como una realidad indeterminada, como condición de la sociedad y no como producto de relaciones económicas precisas. De igual manera la comunicación de noticias, el mercado de la información se describe como necesidad consustancial de un hombre ahistórico" (194). Es la forma del mito suplantando la historia e imponiendo un sentido. Es la forma-mercancía vaciando lo real de su substancia de trabajo y abstrayéndolo, cifrándolo como valor para el mercado. Es toda esa operación la que desaparece tras la mampara de la libre competencia como único lugar en que los hechos hablan, dicen su verdad objetiva y universal. . . verdad sin "ruido", verdad sin contexto, exactamente la del mito.

Los hechos! , he ahí el gran disfraz con que la prensa -esa reli-

gión del hecho— disimula la forma-mercancía de su discurso. Pero he ahí también su punto más vulnerable. La competencia informativa, cuando es algo más que una simple mascarada, prueba bien claramente que el sentido de los hechos es aquel de que se “cargan” en los diferentes relatos, que los hechos no hablan sino puestos en discurso. En todo caso la prensa demuestra cada día que el sentido no existe sin la forma y que toda forma es una imposición de sentido. No hay formas neutras ni universales fuera de la universalidad de la mercancía. Que es de la que está hecho el espectáculo de libertad, esa pluralidad aparente, esa heterogeneidad imaginaria tras de la que el valor impone su sentido y su imponente redundancia. Y en ese “sentido” es que puede afirmarse que hoy la ideología es no sólo la forma sino la materia prima de la información, ya que de prensa política en su gestación, la que hoy tenemos es ante todo prensa publicitaria. El proceso de concentración (195), de monopolización de la palabra de prensa, comenzó ya hace años y parece incontenible. Las grandes corporaciones publicitarias concentran ya en sus manos, tanto a nivel nacional como internacional, más de la mitad de los periódicos y revistas que circulan en Occidente. Bajo los efectos de una verdadera aplanadora que se sirve del bloqueo a las fuentes de financiamiento y hasta del sabotaje directo, han ido siendo destruídas o absorbidas montones de pequeñas empresas de prensa e incluso empresas nada pequeñas. Tanto la voz que emite desde las agencias internacionales como la que traduce en cada diario es cada día más monótona. Ya a partir de los años treinta el número de diarios y revistas fue reducido en casi un 35 por ciento. Francia pasó de 415 diarios en 1892 a 203 en 1946. En Suecia desde 1947 ha desaparecido un periódico de cada tres. En Italia del 46 al 73 el número de periódicos había bajado de 140 a 87. El proceso es aún más claro en los Estados Unidos donde el número de diarios pasó entre 1914 y 1967 de 2580 a 1710, mientras el tiraje global aumentaba de 22 millones y medio a 60 millones en ese mismo período. En sólo Nueva York se pasa de 25 diarios a principios de siglo a 4 en 1967. Y el número de diarios dominados por cadenas pasa —de 1909 a 1960— de 62 a 560. Y los diarios y revistas desaparecidos no son todos “pequeños”, han desaparecido en los últimos años diarios como el “Chicago Times” y el “World Telegram”, y revistas como “Colliers”, “Look” y “Life”. Y en ese proceso de acaparamiento y enmudecimiento de la prensa el “progreso técnico” ha servido en más de una ocasión de justificación, de cohartada. Ya la introducción del linotipo trajo consigo no sólo

un ahorro de tiempo -se pasaba de 1500 letras por hora a 7000- sino una economía de funciones que posibilitó una "administración" más ágil y eficaz. Ha sido sobre todo la introducción del tele-tipo y la computadora la que ha venido a cambiar no sólo las posibilidades cuantitativas y cualitativas de la composición sino la forma entera de la producción. Con la computadora no sólo se producen un millón de letras por hora, es la organización de la empresa a nivel mundial la que se uniforma y adecúa a las nuevas exigencias de la lógica mercantil.

Concentración de empresas, extinción de diarios, uniformación de contenidos, todo ello es regulado por el imperio de la publicidad de la que la inmensa mayoría de los diarios dependen para subsistir en una medida que oscila entre el 50 y el 70 por ciento. Pero la dependencia de la prensa con relación a la publicidad no es sólo problema cuantitativo, financiación y número de páginas o cantidad de espacio ocupado en permanente desplazamiento de la información, sino cualitativo ya que la prensa va tomando cada día más su forma.

La publicidad pone el modelo, frente al cual la diferencia entre información y propaganda, entre noticia y opinión, va convirtiéndose en mera retórica. Si la publicidad compra (vende, hace vender) la prensa, no es para dejar a los políticos que la hagan sino para que cubran la voz que viene de los grandes monopolios económicos. Nos guste o no, nos parezca exagerado o exasperante, las multinacionales son las que escriben la inmensa mayoría de las noticias, tanto de las buenas como de las malas en la acepción mcluhiana. La información publicitaria se convierte, con el papel, en la materia prima de una prensa cada día más directamente dominada por el discurso de la mercancía. "Los publicistas tienen razón al decir que ellos hacen información ya que la publicidad es la verdad revelada de la información, el discurso de la mercancía" (196). Es él el que desde el diario asume el desorden del mundo, nos lo explica, le pone coherencia, lo transforma en orden . . . lo simboliza. Los "hechos" son lo que el discurso de prensa, de lo que habla es distinto. Porque lo que en él habla es el mito, ya que en últimas "la escritura de prensa es el trabajo que consiste en hacer concordar la noticia con el mito" (197). Y no sólo concordar, ya que es el orden, la forma del mito la que el "público" consume. Y eso no es el recuadro publicitario, el espacio físicamente dedicado a la publicidad, sino

su discurso: esa amalgama, o mejor esa equivalencia entre la historia y el suceso, entre el acontecimiento y el espectáculo, entre la información y la propaganda. Contra la que nada pueden las diferencias de tono entre la austeridad del lenguaje noticioso y el colorido del lenguaje publicitario. Las diferencias de tono forman parte de la misma estrategia discursiva.

Marcuse ha realizado un análisis básico del proceso de “funcionalización” del lenguaje, en el que se describen no pocos rasgos del discurso de prensa, por ejemplo sobre el argot, el cliché, en el que “la tensión entre apariencia y realidad, entre hecho y agente, entre sustancia y atributo tiende a desaparecer (. . .) El lenguaje tiende a expresar y auspiciar la inmediata identificación entre razón y hecho, verdad y verdad establecida, esencia y existencia, la cosa y su función” (198). A cuál de los dos tonos caracteriza lo afirmado por Marcuse? O es que acaso los dos no forman parte de ese discurso de la “administración total” que es el que nos “ordena” e induce a aceptar, a actuar, a comprar? , ese en que la sitaxis comprime la frase evitando cualquier tensión, en el que el análisis funciona bajo fórmulas mágicas, y en el que reina la tautología como un rito que inmuniza contra las contradicciones. De poco sirve que la gente diga no “creer” en ese discurso si es desde el que actúa y ve el mundo, si es a su través que el mundo significa y que esa significación es consumida. La conversación del lenguaje de la política en el de la publicidad expresa “el grado en que la dominación y la administración han dejado de ser funciones separadas e independientes en la sociedad tecnológica” (199). Como parte de ese discurso la jerga proporciona una cierta base al estilo informativo, me refiero a esas “fórmulas” mediante las cuales las palabras se ponen a significar independientemente tanto del contexto como del contenido. Los contenidos, como los contextos, son siempre particulares, parciales, temporales; son las formas, o mejor las fórmulas de la jerga, las que introducen la pretensión de la universalidad, de lo que está por encima del espacio y el tiempo. Las fórmulas son “limpias” con la pureza que proporciona esa nueva religión secularizada de la objetividad. La conversación de la forma en fórmula es la operación mediante la cual se plasma, se hace lenguaje la exigencia que el consumo plantea en términos de público-masa: la operación de conformización, de banalización, de despolitización.

Informar es dar forma. Y esa forma está sin duda marcada por

la tecnología y el “formato” (McLuhan) pero sobre todo por el modelo histórico que rige la organización de la comunicación, que regula el espacio real de la información. Frente a las diferencias culturales, frente a la persistencia de modos de producción “atrasados”, frente al nacionalismo con que los diarios tienen sus páginas, hay un modelo que se ha ido imponiendo, dominando. Es el modelo que F. Colombo denomina horizontal y que se caracteriza por la contención del poder del estado de parte de la sociedad civil y la expansión de la esfera pública por su identificación con los intereses de la producción y del intercambio. La noticia, convertida en producto y mercancía, adquiere el carácter sagrado de ésta, quedando así dotada del derecho a invadir cualquier esfera desde el estado a la familia, “ampliando progresivamente la definición de público, absorbiendo y atenuando en ella las diferencias y contradicciones de clase y deteniéndose tan sólo en el límite extremo de la tolerancia media del público más amplio posible” (200). Es el mismo modelo al que corresponde la expansión y el consumo del espacio urbano, es el “espacio mental urbano”: el de las grandes concentraciones sometidas a un incesante bombardeo de información. A ese tipo “horizontal” de comunicación, cuyo paradigma es la sociedad norteamericana, corresponde también un tipo especial de discurso construido sobre dos grandes equivalencias: la de la palabra con la cosa y la de lo común con lo público. En la primera Marcuse ve la huella clara de la exigencia comercial, la operativización que unidimensionaliza y funcionaliza el lenguaje popular, coloquial. En la segunda, lo que se realiza es la supresión de los lenguajes diferenciales (de clase o de oficio). El lenguaje público no puede ser sino el “common”, el de todos, ese que representa, en una sociedad de libre cambio, la defensa contra el que viene de arriba, el de la imposición autoritaria. Y en esa tupida red de comunicación, de información, de lenguaje común, hay algo que se torna cada día más difícil, casi imposible: es el mantenimiento o la recuperación de la identidad cultural de cada grupo o el reconocimiento de la clase. Y ese discurso “common” es el discurso de los Medios, el que la “comunicación” impone a los consumidores como su Lenguaje. Esto es mucho más eficaz desde la radio o la televisión, pero empezó con la prensa y no ha dejado de trabajar en ello.

Existe otro modelo de información que corresponde a un modo de socialidad en rápida descomposición, modo aun existente en los pueblos latinos y sobre todo entre el campesinado. Por oposición

al anterior Colombo lo llama vertical, y se caracteriza por una conformación polarizada entre Estado y familia, las dos instancias que el modelo horizontal descarta como "autoridades" en función de la única que aquel modelo reconoce como fuente válida de información: el "libre cambio". En el segundo modelo se trata de una sociedad mucho menos homogénea, más fuertemente fragmentada, y sometida a poderosas presiones tanto políticas como religiosas. En este tipo de sociedad el espacio real de la información es el que emerge entre las presiones del estado y la familia, doble censura de la información, doble limitación de la capacidad y la libertad de información: la institucional de "arriba" y la de la esfera de la "intimidación". No se trata de la familia en cuanto célula de producción (organizada en torno a la propiedad y que es de donde extrae su valor en el modelo opuesto), sino de la familia en cuanto instancia moral, garantizadora del mantenimiento de unos valores espirituales, de la familia en cuanto espacio de ejercicio de la autoridad paterna. Se trata entonces de una sociedad en la que aún prevalece lo político sobre lo económico, en la que el espacio de la producción y el intercambio no ha invadido aún la totalidad de lo social y en la que, frente al espacio público (el de la información que es el de la producción), se alza con sus valores y sus ritos exorcizantes el de lo familiar. Es este espacio el que elevado a rango de lo general sustenta el valor-símbolo de la Patria, del Padre autoridad de autoridades y garantía de toda identidad. En este modelo la noticia política es aún la que vertebra el flujo y la organización de la información. Prototipo del discurso autoritario, cerrado y asertivo, afirmación de principios y defensa de valores, exactamente el discurso contrario al de la comunicación mercantil, al del intercambio y la tolerancia. Discurso que al identificar Estado y Patria reduce al mínimo el espacio de lo público en cuanto espacio de libre juego político. Y junto al discurso político autoritario se ubica el discurso familiar que representa lo apolítico, lo no público, la zona de lo privado-neutral y del abstencionismo, es decir el discurso en que el control moral se transforma en control político.

Conformada aún en no poca medida según el modelo vertical, la sociedad y la comunicación latinoamericana se ve sin embargo sometida a una presión brutal de parte del modelo "horizontal" de la productividad y el intercambio. Y esquizofrénica, como su sociedad, la prensa latinoamericana refleja, como ningún otro Medio, las tensiones y los bandazos que le impone un proceso en el que la

presión de la estructura mercantil deja de lado con frecuencia la “forma” horizontal del intercambio y la información para tomar la forma vertical de la dictadura. Ambigüedad y paradoja permanente de una prensa fascinada en general por el modelo norteamericano, pero enfrentada cotidianamente, de un lado al modelo de sociedad al que pertenece y se ve obligada a traicionar, y de otro a los vaivenes de la política colonial que la obliga – “a pasar” de las lamentaciones de la SIP – a servir a los amos del norte servilmente. No deja de haber gritos en contra y no faltan los hombres que se arriesgan a alzar su voz siempre que pueden y por cualquier resquicio, pero a nivel de la “forma” las diferencias de tono no alcanzan a afectar más que a la jerga.

4.- DE COMO EL ACONTECIMIENTO SE CONVIERTE EN SUCESO, EN NARRACION-LEYENDA.

La noticia es la clave del discurso informativo, esto es del discurso que se define por la función referencial. Cuál es entonces el referente-tipo de ese discurso? . La respuesta de los manuales no admite dudas: el acontecimiento. Planteémonos pues la problemática del acontecimiento ya que es sobre él que se levanta el mito. Tratemos de indagar en el proceso, en la práctica social, qué operaciones están a la base del “realismo mítico de esas narraciones donde el acontecimiento es a la vez respetado punto por punto y construido de cabo a rabo” (201), de ese discurso en el que historia se convierte en suceso.

Durante siglos, y aún hoy para ciertas sociedades “tradicionales” como las campesinas, los acontecimientos son escasos. En realidad los únicos acontecimientos verdaderos suelen ser aquellos que introducen brutalmente el desequilibrio rompiendo la inercia de la vida: catástrofes, calamidades climáticas, avatares demográficos. La fuente primordial de acontecimientos es entonces la naturaleza y más bien poco la historia. Y en la medida en que el acontecimiento viene a subvertir el orden, a introducir lo nuevo, lo desconocido, será objeto de conjuros, de ritos que lo controlen, que eliminen su poder corrosivo de la estabilidad y el equilibrio. En nuestro mundo tecnificado y urbano por el contrario el acontecimiento se inscribe en una gigantesca paradoja: multiplicado al infinito por el dispositivo de la massmediación es a la vez exorcizado, amordazado, digerido, neutralizado al ser integrado en el sistema de la in-

formación, al ser apresado en la red de las “equivalencias”. Mientras las ciencias, incluidas las sociales, niegan el acontecimiento –el estructuralismo lo expulsa de la ciencia y el historicismo lo asimila como un elemento desintegrándolo–, los Medios lo exaltan, lo recogen, lo potencian, sino es que lo fabrican en cantidades directamente proporcionales a la demanda que han sabido inocular sobre el mercado. Parecería que uno de los derechos fundamentales de todo ciudadano, en las sociedades “democráticas”, es el de poder consumir acontecimientos como consume agua o electricidad, lo cual implica que éste sea producido en cantidades industriales.

Qué entender por acontecimiento?, qué lo caracteriza hoy? (202). En primer lugar, tal y como lo exige la Teoría, la imprevisibilidad, que es su grado, su tasa de valor informativo. Tanto más acontecimiento cuanto más raro, cuanto más extraño. Ahora bien, como esa “rareza”, esa infrecuencia, es una variable dependiente resulta que las coordenadas en que se inscribe lo acontecible-noticiable no son las absolutas de la naturaleza sino las relativas de la cultura. La presencia de un televisor en una perdida aldea de indígenas africanos es tan acontecimiento como su ausencia en un hogar de clase media americana. Y lo mismo sucede con los acontecimientos “naturales”: un temblor de tierra es acontecimiento en ciertos países, en muchos de Latinoamérica su frecuencia anula su valor informativo. Tanto la probabilidad como la improbabilidad absolutas sólo existen en la abstracción matemática. De resto las alternativas desde las que se “mide” el acontecimiento son siempre sociales, culturales, forman parte del universo de lo verosímil (203), relativo tanto espacial como temporalmente. Es más, la ampliación moderna de lo verosímil juega un papel tan grande en la inflación del acontecimiento que las líneas de demarcación real/ficción son cada día más tenues. Y la noticia se alimenta precisamente de eso, del verosímil, que es a la vez “peor que falso” y más real que lo real. Lo noticiable –lo decible en prensa– se recorta sobre lo verosímil del género, sobre el juego de tolerancia y de censura no en cuanto instancia de hecho –“noticia es lo que un director decide que salga en su periódico” (204)– sino en cuanto estructura lógica en un determinado momento, en cuanto la “forma” que hace que la prensa sea prensa y no otra cosa. Lo verosímil es tanto la fuente primordial de lo noticioso como su más recóndita censura. Más allá de un cierto umbral la prensa creería perder su identidad. Pero sin olvidar lo que dijimos a propósito de lo implícito y la presu-

posición: la censura funciona más y mejor sobre el acto de enunciación, sobre sus formas, que sobre el enunciado. La improbabilidad sobre la que se gesta el acontecimiento es un problema de convención y de discurso. El cine no trabaja el mismo verosímil que la prensa, ni el diario que la revista femenina, no juegan con las mismas reglas. Que son las reglas desde las que el espectador o el lector mira o lee. La probabilidad o improbabilidad de algo no reside en la naturaleza intrínseca del hecho, no es problema de esencia sino de existencia, de código y de práctica social.

Una segunda característica es la implicación, el grado de implicación que es el número y el tipo, la cantidad y la calidad de personas concernidas por el acontecimiento. Y aquí también la noticia es eficaz en cuanto capaz de ampliar hasta los límites de lo verosímil la tasa de implicación. Bien sea directa o indirectamente, de una vez o por etapas. Bien sea estableciendo relaciones, concatenaciones de "persona a persona", o de persona a hecho y de un hecho a otro hecho. La investigación periodística posibilita un tipo de suspenso que es fundamental para el discurso informativo. Al no entregar de una vez la inteligibilidad, el sentido del acontecimiento, abre la puerta al entrecruzamiento de cadenas de causalidades entre tipos de hechos y de agentes que potencia el acontecimiento, haciéndole concernir a gentes que no el hecho sino la noticia es la que viene a implicar. Así el circuito del mercado informativo revela su circularidad especular: es acontecimiento no aquello que pasó a tales personas sino aquello en que pueden participar, desde la noticia, el máximo de lectores. Y para eso se necesita no un "gran hecho" sino algo simplemente interesante, esto es capaz de interesar, de poner en movimiento todas aquellas virtualidades -radicalmente imaginarias- de participación, que posibilitan al ciudadano medio sentirse afectado, trastocando en su rutina, asistiendo a la emergencia de lo nuevo. Y como la implicación es concatenación, hay personas -precisamente los personajes- que cualquier cosa que les acontezca puede convertirse en acontecimiento: la caída del caballo de una artista, el resfriado del señor presidente o el divorcio del deportista. Una vez convertido en personaje la implicación funciona automáticamente y en todas sus direcciones.

La tercera característica no es nombrable directamente ya que es la que nos señala el revés del acontecimiento moderno, su paradoja: el acontecimiento tal y como es percibido por el hombre de

hoy es el acontecimiento que vive en y de la noticia. Ahora bien, transformado en noticia, el acontecimiento sale de la historia para entrar en la "banalidad" para insertarse en el ciclo del consumo, para integrarse en el ritmo y el valor de la cultura de masa. La noticia del acontecimiento se separa de él, como el signo de la función, hasta oponérsele, hasta negarlo vaciándolo de lo que tenía de acontecer, de novedad, desamordazándolo en su capacidad de subversión, sustituyéndolo. La sola cantidad es ya una forma de neutralización. Claro que como alguien dijo el olvido es necesario a la vida, pero con las noticias lo que se produce no es olvido sino otra cosa: el desgaste en la capacidad de ver lo nuevo, de percibirlo, de admirarse, de dejarse realmente afectar, y el reforzamiento en la creencia de que este orden, el de los acontecimientos programados y maquillados, es el único mundo posible. Empezamos a comprender el sentido que tiene, la lógica a que responde, la inmensa redundancia en que se basa la industria y el mercado de la información: los Medios no son independientes del acontecimiento sino su condición. La redundancia intrínseca al sistema tiende por si misma a producir lo sensacional y a alimentar la necesidad de acontecimientos. No es que los Medios los inventen -el fantasma del moralismo es correlato del fetiche de la objetividad-, sino que los detectan y los dramatizan: los producen. Y como cualquier otra industria necesita asegurar el ritmo de la producción, lo que implica controlar tanto la oferta como la demanda y una buena reserva de "materia prima". Las mismas industrias de la información crean las celebridades tautológicas según el principio del best-seller o del hit: libros, objetos o personas que son conocidos por lo conocidos que son. Los media transforman así en noticia su propia acción de dar a conocer, creando celebridades basadas en su... notoriedad, gente famosa por su fama" (205).

La industria sabe que los dispositivos técnicos forman parte del discurso, son parte de su forma, tanto o más que de su materia, con la consiguiente especialización de los diversos medios en diversos tipos de información. No puede producir lo mismo la radio que la prensa, ni la prensa que la televisión y esto no sólo por la diversidad de los públicos sino de las materias significantes, y sobre todo por la diferente temporalidad social desde la que trabaja cada uno. Y esa temporalidad tiene que ver con el ritmo de lo verosímil en cada tipo de discurso y con el ritmo de su consumo comercial.

Mientras la radio vive de la instantánea, transformando en gesto esa palabra que sin ella no sería más que un poco de aire; mientras la T. V. inserta -en vivo y en directo- la historia en el tiempo de la fábula y en el espacio del espectáculo, la prensa inserta el acontecimiento en el tiempo y el espacio de una cierta reflexión, de la "crítica", de la confrontación de testimonios, del lento descubrir de los secretos, y de la apelación a ese saber -cultura de grupo- desde el que su escritura diaria o semanal, significa, se hace realmente inteligible. Se trate de Watergate o del secuestro político de un avión, el relato de prensa moviliza los grandes principios, la dicotomía de buenos y malos, alimenta el suspenso con documentos "dudosos" con confidencias, con interrogantes a la opinión pública, expande la "implicación" hasta que saturada estalle o se disuelva.

La especialización informativa de los Medios no significa en modo alguno aislamiento. Ya hace mucho tiempo que la prensa abandonó sus celos de la radio o la televisión. La especialización es cooperación, una repartición de tareas, de funciones. De tal manera que, desde su forma, el discurso de prensa "traduce" los logros de otros Medios así como los otros han aprovechado la experiencia secular de la prensa. De la radio, la prensa aprendió pronto a extender la gama de tonos, tanto en el plano "material" de los tipos de letra, de la composición, de la titulación y subtitulación etc., como en el de la "textura" de la prosa: desde ese tono serio con el que trata de diferenciarse de los demás medios, y sus modalidades: grave, respetuoso, moralista; a esos otros más "agresivos": el dramático, el paternal, el ceremonioso y hasta el festivo y seductor. Del cine la prensa tradujo no pocos secretos: la necesidad de dar "movimiento" a la página, es decir, cargar o desplazar el peso de una noticia a otra, utilizar los tiempos -los espacios- muertos, encuadrar "saltando" de una página a otra y encuadrar por planos; organizar la página de forma que la composición sitúe ciertas noticias en "primer plano" y otras en un plano tan general que se confundan con el fondo del papel periódico. Con la T. V. la prensa mantiene una relación bien particular. De un lado el desafío de lo icónico: más fotos, mejor técnica, tanto en la toma como en la impresión, el convencimiento de que "una imagen vale más que mil palabras" y por tanto a más imagen más información y mayor objetividad. Pero paradójicamente a más imagen también más imaginario, más espectáculo, menos seriedad. De ahí que los "serios" como "Le Monde" sigan a pura letra, sin una foto. Pero la presen-

cia de imagen no está sólo en la fotografía o el dibujo, sino en ese tipo de relato que para hacer vivo y vivible el acontecimiento, para dotarlo de autenticidad, lo vierte al “lenguaje de los hechos”... que es el del drama, o la novela policiaca. “Si el telégrafo acortó la frase, la radio acortó el boletín de noticias y la televisión inyectó en el periodismo el modo interrogativo” (206) que economiza espacio dramatizando el tiempo. Y los esfuerzos por hacer más gráfico el mensaje son en parte una forma de hacer frente al “ruido”, pero por otra revelan la contaminación o la respuesta -desde donde se mire- al desafío de lo icónico, a la “liberación” de imagen que ha realizado la televisión, es decir la publicidad.

Volviendo al paradójico papel que en el diario juega la fotografía, quisiera reseñar las diversas maneras como la foto se inserta en el relato periodístico, ya que ello afecta indudablemente al diseño industrial del acontecimiento. Hay que partir de que tanto el realismo ingenuo como el positivismo teórico ven en la foto la máxima posibilidad de objetividad, puesto que para ellos la fotografía es una “reproducción mecánica de lo real”. Desde ese ángulo la foto está en la prensa como el pez en el agua. Ningún complemento mejor al discurso referencia que el “referente visto”. La definición social de la fotografía racionaliza esa correspondencia. Las diferentes formas de inserción -que no son otra cosa que las maneras como la foto se hace discurso, como es construido el discurso fotográfico- vienen dadas, o mejor exigidas, por las diferentes temporalidades de la noticia a que antes aludíamos, y básicamente por la del diario y la del semanario (207). La del diario es la instantánea, la foto-choque, la que transmite en su rudeza técnica “toda la fuerza y la verdad” del acontecimiento. Y algo más, la dramaticidad que implica el que en el mismo instante y en el mismo lugar en que se producía el hecho estuviera el fotógrafo... la cámara. A la imprevisibilidad que constituye el acontecimiento se le añade la otra, aun más excepcional, del encuentro del acontecimiento con la cámara! Su inserción en el relato es entonces directa, aún más, es desde ella que el relato es leído. Ella convierte al relato en su “leyenda”, ya que ella aporta la imagen de la acción misma. En la instantánea lo que cuenta es la capacidad con que la destreza técnica “refleje” lo imprevisto, la rapidez, el movimiento. La foto borrosa, no por su descuido o impericia sino por técnica, es aún más y mejor testimonio de la veracidad del discurso y del poder del mito. La del semanario por el contrario es la foto-símbolo, cuyo ob-

jetivo no es tanto la veracidad cuanto la síntesis, cuya función primordial no es la referencial sino la metalingüística. Puesto que el acontecimiento se juzga ya conocido no se trata de reflejarlo sino de potenciarlo simbolizando su trama: “el lado humano de la actualidad”. De ahí la tendencia a mostrar más los actores y el decorado que la acción misma. Simbolizar es la operación clave de ese discurso: remitir no al referente sino a su transfondo, a la memoria, al acervo cultural del lector. No es que en la foto del diario no haya puesta en escena –qué es la angulación y la distancia, la profundidad de campo y la iluminación que exige cualquier foto? –, sino que en la del semanario ésta no es disimulada, es más bien entregada como garantía de investigación y profundidad. La inserción de la foto en el relato del semanario da cuenta precisamente de la cantidad de mediaciones discursivas y no discursivas desde las que trabaja. De ahí la densidad de su lenguaje, su metalinguaje.

Llegamos así a ubicarnos en el centro de la problemática que plantea la noticia: la transformación del acontecimiento en “suceso”, su vaciado de espesor histórico y su llenado, su “carga” de sensacionalidad y espectacularidad. La realidad propone –quien va a dudarle? – pero el imaginario dispone. El imaginario colectivo del que hablamos en otra parte y cuya dominante es el imaginario comercial. Lo que estamos planteando es la “confusión” entre acontecimiento y suceso, del uno con el otro, mediante la cual “toda la información, histórica, política, cultural es recibida bajo la misma forma, a la vez anodina y milagrosa del suceso (fiat divers) toda la información es actualizada, es decir dramatizada sobre el modo espectacular. El suceso no es pues una categoría entre otras, sino la categoría cardinal de nuestro pensamiento mágico, de nuestra mitología” (208). Aparentemente, académicamente, la distinción sería neta: el acontecimiento es lo que pertenece por naturaleza a una de las categorías bien claramente delimitadas por la razón histórica –lo político, lo social, lo científico, lo literario, lo internacional, lo nacional, lo local, etc.– y por tanto inscrito en alguna de las rúbricas del diario; el suceso sería lo contrario: lo inclasificable, lo banal desde el punto de vista de la historia, aquello en que el azar, la casualidad se confunde con la causalidad. Lo que quiero plantear, con Baudrillard, no es que no hay diferencias sino que la “forma” en que el acontecimiento es producido por la noticia y consumido por los lectores, es la del suceso. Que para hacer

vendible y consumible el acontecimiento el diario inculca en el relato todo un imaginario de masa que es precisamente la sustancia del suceso: “su drama, su magia, su misterio, su extrañeza, su poesía, su carácter tragicómico, su poder de compensación y de identificación, el sentimiento de fatalidad que lo habita, su lujo y su gratuidad” (209), y su apoliticidad. Inclasificable luego incontextualizable. Indaguemos un poco en ese aspecto. Todo acontecimiento, en el sentido que le dan las disciplinas históricas, está siempre remitiendo a otros, su inteligibilidad no proviene de sí mismo sino de su inserción en una red de relaciones; por más subversivo que sea, por más ruptura que introduzca todo acontecimiento “habla” desde un contexto y sólo puede ser comprendido desde un cierto saber de ese contexto. El suceso por el contrario “es una información total, o más exactamente inmanente, contiene en sí todo su saber: no es preciso saber nada del mundo para consumir un suceso, no remite a nada fuera de sí mismo” (210). Su contenido es el mundo –desastres, asesinatos, robos, accidentes, etc.– pero su forma es mito: sin relación al exterior, construido desde una particular articulación interior entre forma y sentido como ya vimos.

En una cotidianidad tan rutinaria y anodina como a la que nos fuerza la equivalencia mercantil lo que el suceso aporta es lo que tiene de aberrante y eso es lo que tiene de asombroso y de apetecible. En la medida en que es inexplicable, misterioso, el suceso nos arranca a la superficialidad plana de la racionalidad ambiente. Es como un agujero por el que conectar con otro mundo: maravilloso, mundo de los enigmas, de los por qué sin respuesta –como de niños–, no porque no las tengan, sino porque ya estamos hartos de falsas preguntas, de preguntas puramente “formales”, porque estamos saturados de respuestas. Y entonces el suceso es como un juego, lleno de sorpresas, de causalidades desquiciadas y de sadismos, y en esa medida nos permite jugar, actuar, participar... El suceso es lo maravilloso, el cuento maravilloso de nuestras industrializadas y democráticas sociedades. Mientras tanto, los que hacen la política de la información y los que la teorizan siguen “obsesionados” con la objetividad, con la autenticidad, con la verdad. Como si al suceso le faltara verdad o autenticidad, como si fuera menos cierto que el acontecimiento... como si no fuera la massmediación la que los ha tornado inseparables. Reportajes, documentos, testimonios, fotos-choc: la noticia se ha tornado más verdadera que la verdad misma, la imagen más real que lo real. Como en las leyendas. Sólo

que ahora “lo maravilloso” se ha secularizado. Se fue la religión pero nos quedó el rito: la ciencia y la técnica convertidas en fuente inagotable de maravillas, de nueva fantasía y de nuevos “fantasmas”. Que se parecen mucho a los antiguos. La única diferencia de fondo es que hoy más que soñar lo que hacemos es consumir los sueños que nos fabrican los comerciantes, los directores de ese inmenso show que llaman información. Show sí, o digamos mejor espectáculo, el caso es que no hay acontecimiento sino dramatización sobre una escena pública. Es quizá en un mundo cada día más agrio y serio la única fiesta permitida, la gran fiesta de la masa, tan llena de ilusión como de frustración, tan programada y artificial como todo el resto de vida consumida.

5.- UN GENERO Y DOS DISCURSOS

Los manuales suelen usar el término “género” para denominar los diferentes tipos de escritura que exigen los diferentes “niveles” de información: párrafo noticioso, crónica, reportaje, entrevista, comentario, editorial. No se trata de negar esas diferencias, que además corresponden en lo fundamental a estilos bien definidos en la retórica tradicional, sino de plantear los ejes desde los que todos ellos se mueven, cierto engranaje que es a la vez un cierto modo de ser y de hacer, rasgos-operaciones, un cierto tipo de discurso, de trabajo.

Desde el punto de vista de una tipología discursiva básica el género informativo tradicional se ubica junto al género histórico y se define, se caracteriza, por dos rasgos: la predominancia de la función referencial sobre cualquier otra y el ser un discurso hecho explícitamente con otros discursos. La paradoja que ello presenta a primera vista indica ya un cierto tipo de contradicción desde la que se moviliza lo informativo. En cuanto a lo primero creo haber planteado ya los límites y las ilusiones que engendra la confusión entre significado y referente como entre referente y realidad. La función referencial define indudablemente al género informativo, siempre que con ella no se intente validar una objetividad-fetichismo sino delimitar un modo de construcción específica de lo real, uno de los tipos de producción discursiva del sentido. Respecto a lo segundo, además de ser una característica clara desde el comienzo, la actual práctica periodística lo hace cada día más relevante. Podríamos afirmar que en cuanto género el discurso informativo es

aquel cuyo valor no es otro que el que proviene de la garantía que le da el discurso a través del cual le llega el discurso que narra. Y esto no es ningún juego de palabras sino la trama intertextual y el esquema mínimo del circuito que la industria de prensa impone ya no como característica sino como marca y control de calidad. Si el historiador es el hombre del archivo, el periodista medio es el hombre de las tijeras y el papel de pegar, del teléfono y de los infinitos despachos que llegan de las agencias. Frente al viejo redactor-escritor, el nuevo, el de la era de los teletipos y las computadoras, es ante todo el hombre-hacedor de colages. Su escribir, su narrar, es una forma directa o indirecta de hacer eso. Los "escritores" son hoy precisamente los no periodistas, excepciones aparte.

J. C. Indart propone un tercer rasgo consistente en que el género informativo, aún siendo solamente una entre otras muchas modalidades de discurso que se dan en la comunicación masiva, se ha arrogado y mantiene "el monopolio del proceso de socialización de todo discurso posible a través de los medios masivos" (211). A lo que este rasgo apunta es a algo fundamental si se está de acuerdo en que los Medios no son simples transmisores o transportadores sino que engendran una circulación que marca a los productos. La pregunta es entonces: por qué la prensa institucionalizó el género informativo, y no otro género, como pasó en el cine? Y esa pregunta nos remite a lo dicho sobre la forma en que la gestación misma de lo "noticioso" y la producción de las noticias se articuló y sigue integrada a la producción general de mercancía en nuestra sociedad. Articulación que durante mucho tiempo pudo quedar oculta por una serie de mediaciones que tiene que ver con el papel que la prensa ha jugado en el terreno de la defensa de las libertades formales, y con la creencia masiva en una objetividad informativa claramente separable de las opiniones desde las que esa información se producía. El hecho de que el género informativo fuera investido de un prestigio tal, que lo convirtió en el discurso oficial de la comunicación social, es una de las pruebas más palpables de la forma como él encarna la racionalidad que domina la producción y circulación social de los discursos. Y ese hecho obliga a plantearse como modalidades condificadoras de lo social no tanto las diferentes escrituras correspondientes a los "niveles" de información, cuanto el sistema de clasificación de los acontecimientos: esa red que divide y separa los hechos en "políticos", "económicos", "culturales", "policiales", "deportivos", etc. Es a partir de

ese sistema que las escrituras y los estilos se tornan social, históricamente significantes, productores de significación. La operación mediante la cual los acontecimientos son clasificados en categorías y excluidos unos de otros escamotea e impide precisamente el establecimiento de relaciones de unos acontecimientos con otros, la percepción de la multiplicidad de dimensiones, de la complejidad de lo real. Operación ideológica por excelencia puesto que codifica la percepción, la captación, la inteligibilidad de lo real. En ella reside la verdadera censura, la que trabaja desde lo verosímil como código más que como contenido. Es mil veces más eficaz ideológicamente “ubicar” un hecho político en la categoría de lo delictivo, darle el sentido de lo delictivo, que censurarlo sin más. Y el hecho de que diferentes medios informativos operen con sistemas diferentes de clasificación, en cuanto al tipo de categorías o a su ordenamiento, o simplemente que se ubiquen diferentemente los hechos por relación a las categorías, no hace sino plantear la imposibilidad de separar la información de la interpretación, entendiéndolo por esta no la del periodista sino la de la clase o del grupo político que habla, o mejor que se “produce” -tanto en el sentido económico como teatral- en el periódico.

Si desde el plano de lo discursivo queremos indagar en el “prestigio social” del género informativo se hace necesario plantear esas dos operaciones que trabajan la lectura del diario, que lo hacen consumible, no a la manera del texto literario sino del documental esas que, según Violette Morin, hacen que los diarios “den la verdad como si no la hubieran tocado, como si no la hubieran escrito” (212). En primer lugar la operación de totalización, esto es la ilusión, la obsesión y la promesa de decirlo todo. La información se quiere exhaustiva, completa, mediante una escritura que acumulando sature, produzca esa sensación. Que es la sensación de que nada quedó por fuera, de que no se podría decir más, y de su equivalente: de que no se podría decir de otra manera. Con lo que la totalización pone al descubierto su entramado mítico: la paradoja de un discurso cuyo afán de objetividad -si algo fuera callado ya no sería verdadero- le obliga a postular del lector no una actitud de análisis activo sino de fe, de creencia y sumisión. El relato noticioso aspira y trata a toda costa de hacernos olvidar que toda decisión de decir algo implica siempre la de excluir otras cosas, todo lo demás. Es la aspiración del discurso de prensa a anularse a sí mismo, a excluirse, a hacer de la lectura un “encuentro con la reali-

dad”, que es lo total. Eso es lo “presupuesto” por el diario, la complicidad que el consumidor mantiene con el diario y en la que se apoya la autoridad de éste a hablar. Y todo lo no dicho y lo entredicho queda como borrado, lo mismo que el discurso en que se cuece el mito.

La otra operación clave es la actualización: el hacer que el lector se sienta viviendo lo narrado, transportado a la escena de los acontecimientos, o los acontecimientos transportados al tiempo y al espacio, a la vida del lector. Es lo que los expertos llaman “presentación en caliente”, y que ahora el desafío de la información televisada hace más necesaria. “Como las noticias filmadas, la prensa moderna se esfuerza cada día en dar al lector la ilusión de que descubre el acontecimiento en el mismo momento en que se produce; demuestra cada día una tal voluntad en el arte de transformar en instantánea la duración narrativa de un acontecimiento que es posible preguntarse con razón si no crea una cierta forma de expresión” (213). Desglosemos la cita. Como anotamos más atrás la noticia intenta cada día ser más fotográfica. Lo que por una parte significa instantaneidad, esto es copresencia del acontecimiento y la cámara, o de lo relatado y del relato. Por otra parte se trata de la mayor densidad en el menor espacio -de la página- y en el menor tiempo -del lector-. La operación de actualización sólo es comprensible desde esa intertextualidad relato-foto, en la que la foto (fija) pone la imagen y el relato pone el movimiento. Y en su remitirse mutuo, o mejor en su asimilarse, es donde se produce el efecto de espectacularización en el doble sentido: el de sentirse viviendo lo narrado y el de estar participando en algo inmenso y extraño, espectacular. Efecto... de sentido, producido por acción del discurso que transforma cualquier hecho en acontecimiento y cualquier acontecimiento en suceso. Efecto de sentido que es engendrado por el “juego” de los verbos y los adverbios en su capacidad de alejamiento y acercamiento, de enchufe y sincronización de los tiempos: presente “activos”, pasado “imperfectos”, y esos “ahora”, “en el momento”, etc.

Si miramos una operación desde la otra nos encontramos con que el género informativo, sin tratar de “reducirle” o de hacerle perder su especificidad, se acerca a lo literario. El “todo ahí” o el “instante de la verdad” son tan ficción y tan procuradoras de pla-

cer especular como un relato de ficción. Es que eso de narrar no deja de ser “contar historias”, y como informar es narrar... Entonces será posible descifrar el ritual informativo desde una perspectiva no reductora del discurso informativo al literario, sino crítica de las complicidades y las imposturas que supone tanto la seriedad de la “gran” prensa como la vocinglería de la prensa amarilla (214). Crítica que introduce el sobresalto en la pasiva lectura comunista, y que desgarrar la pseudoneutralidad del discurso de los hechos para dejar al descubierto los bajos fondos, las “pasiones” y las luchas que sostienen los relatos-noticias y su acento, o mejor sus dialectos de clase.

En esa línea las investigaciones de E. Verón han abierto algunas pistas fundamentales. Ya en la investigación sobre la “semantización de la violencia política” Verón había llamado al atención sobre las operaciones que atraviesan los universos semánticos: organización del periódico en secciones activas desde los títulos o subtítulos; contextualización, temporalización, descripción, etc. Semantizando desde el universo de la mitología policial, el acontecimiento narrado -asesinato del líder sindical Rosendo García- da lugar a una narración en la que “el resultado de la conjunción de lo político y lo policial es provocar una disyunción entre la acción social y su sentido” (215). La irrupción de la violencia criminal en el campo político genera un “desconcierto” al que el relato responde en términos de lo incomprensible, lo misterioso, lo enigmático. Y a través de ese desconcierto, esa disociación de la acción y del sentido, lo que el relato periodístico cuenta es la imposibilidad en que se encuentra de categorizar ese hecho con su lógica, en la que el mundo de lo político -universo de la ley y del orden- y el mundo de lo policíaco -universo de la violencia y el caos- son dos mundos separados. Separación que permite al diario vaciar de significación política cualquier hecho que amenace el “orden” ubicándolo en la sección del desorden, de la delincuencia.

En su segunda investigación sobre prensa (216), Verón analiza la forma en que la diferencia de clase de los consumidores se inscribe, como una de las condiciones de producción, en la constitución del discurso burgués, en su desdoblamiento en dos discursos: el de circulación predominante en los estratos medios y la gran burguesía, y el de circulación predominante en la clase obrera. Se trata de un análisis de prensa semanal y del relato sobre otro asesinato,

el del líder sindical Augusto Vandor. La operación escogida como guía del análisis es la que opera el encuadre del acontecimiento desde el encuadre del discurso que ejercen los titulares o títulos de los textos en el género informativo. Dicho encuadre se produce mediante la combinación de dos dimensiones presentes en todo título: la metalingüística a través de la cual el título “ nombra ” el texto que le sigue; y la referencial, a través de la que el título habla de “ algo ”, informa sobre algo, como el texto que él nombra. Leídas como encuadre las frases de los títulos revelan -junto a una característica común de estructura formal: en todos los casos se trata de frases incompletas- una serie de diferencias significantes de la clase a la que el discurso va dirigido. Mientras en los titulares de la prensa de tipo popular -como “ El asesinato de Augusto Vandor ”- el personaje central del acontecimiento y su acción son nombrados, explicitados, identificados, en los titulares de la prensa de tipo burgués -como “ Argentina: la hora del miedo ”- las frases no permiten en modo alguno saber ni siquiera a qué acontecimiento se refieren. Lo que traducido en términos de las operaciones de encuadre plantea la predominancia de la función referencial en los semanarios de tipo popular y la dominancia de la metalingüística en los de tipo burgués. Ambos tipos de títulos ubican el acontecimiento; pero mientras en los de tipo popular esa ubicación es directa, descarada, sin posibilidad de escape -“ referencia única con identificación - en los de tipo burgués la ubicación está mediatizada, remitida a un otro universo de discurso -anafórico- en el que el asesinato de Augusto Vandor no habla ni de asesinato ni de Vandor sino del miedo que se cierne en esos momentos sobre ciertos grupos que no dudan en identificarse con Argentina entera. Es claro que el título del semanario burgués está construido sobre la base tanto del conocimiento del hecho, que supone el semanario, como ante todo sobre la base de una denominación preexistente -el título de una película-, y que habla sólo desde la posibilidad de reconocimiento que entraña la pertinencia a ese universo, a ese “ espacio cultural ” que es la clase social. La intertextualidad que aquí aflora deja de ser un mero indicio formalista para convertirse en indicador del efecto ideológico de reconocimiento : bien sea de inclusión, de participación, de “ complicidad ” con ese universo cultural, o de exclusión de cuantos no posean ese conocimiento previo. “ El reenvío intertextual del que aquí se trata pone en juego mecanismos sumamente importantes de unificación ideológica: son los reenvíos intertextuales que constituyen la red cognitiva de un cierto

espacio cultural, (...) reenvíos que producen una cierta cultura de clase como universo relativamente cerrado e integrado” (217). Montado sobre el mismo tipo de operación, la relación texto-imagen que trabaja en la tapa, en la carátula de cada semanario, revela dos efectos de sentido profundamente diferentes también. Todos los semanarios analizados reprodujeron en sus tapas una foto de Augusto Vandor muerto, pero mientras en el semanario popular la relación texto-imagen se agota en la mera redundancia, las palabras no hacen más que describir lo que se ve en la imagen; en los semanarios de tipo burgués esa relación es una identificación argumentativa, una especie de legitimación de lo que dice el título: es la hora del miedo en Argentina, he ahí la prueba.

Otra diferencia fundamental aparece al poner en relación la operación de las tapas con el conjunto de cada semanario. En los semanarios de tipo burgués al proceder por denominación sin identificación (ni de la acción ni del sujeto), por “flechaje anafórico”, el efecto de sentido que se produce es el de proyectarse, el de abrir el encuadre a una pluralidad de acontecimientos de entre los cuales la foto en la tapa y el texto en el interior del semanario señalan el principal. La operación produce entonces no sólo una pluralización de los hechos concernidos –efecto de implicación ya señalado más atrás– sino también y sobre todo un orden, un ordenamiento de esos hechos según su importancia relativa en el conjunto. Nada parecido en los semanarios populares, en los que el procedimiento de “referencia única con identificación” clausura toda pluralidad y por tanto cualquier tipo de ordenamiento. La importancia de esto aparece al analizar el papel que juega el “tema” de la tapa –imagen y texto– con relación al resto del semanario. En los de tipo burgués, el acontecimiento seleccionado en la tapa juega un papel de “acontecimiento dominante”, de acontecimiento–guía de la lectura del semanario todo, esto es un papel estructurante. Y esta pista se confirma en la estructura de secciones y subsecciones que ordena de unamaneira bastante fija el semanario de tipo burgués. Esa estructura responde y construye una lógica particular ligada a una particular percepción de la temporalidad social. “El trabajo de esta construcción opera en todos los niveles de las materias significantes que constituyen el medio masivo. Dicho trabajo constructivo consiste en proporcionar los principios para identificar los hechos, colocarlos en el tiempo histórico, definir sus relaciones recíprocas, explicarlos”.

Nada de eso en el semanario popular, ni acontecimiento dominante ni secciones o subsecciones. La ausencia de estructura interna será reemplazada por la acumulación -lo importante es lo que ocupa más espacio- y por la marcada predominancia de la imagen, del espacio dedicado a las fotos, sobre los textos. De lo que esas operaciones hablan es de ese otro tiempo en que los hombres viven, viven su división en mundos, en temporalidades diferentes: semana burguesa articulada y centrada, ordenada, jerarquizada por un ritmo "interior"; semana popular atomizada, elástica, esto es a la merced de impulsos exteriores que la carguen y acumulen en torno a algo, de lo contrario caótica, sin ritmo propio. Si esto es una metáfora ella dice a su manera la articulación del discurso con la vida.

Si las operaciones discursivas señaladas dibujan, configuran, el espacio de una práctica de diferenciación social, ellas remiten entonces a la pregunta sobre el sujeto: quien habla ahí, en cada semanario? . Sabemos que es el mismo sujeto el que habla en los dos, que es la misma clase la que produce ambos semanarios. Pero entonces, por qué ese desdoblamiento en el discurso, sino porque la enunciación, todo acto de enunciación -como se planteó a propósito de la presuposición- es función de la estrategia del "diálogo" o de la trama escritura-lectura? . Sí, es en la medida en que el proceso de enunciación-producción del semanario está atravesado por el proceso de lectura-consumo que las modalidades de enunciación están obligados a ser diferentes. Producen una clase pero consumen dos. Y ese consumo debe marcar al producto de manera que no sólo refleje la división social sino que su manera la constituya, la sustente y la proclame. De esa forma las operaciones discursivas dan cuenta de un trabajo que desborda el espacio formal de la lectura para insertarse en las otras prácticas, y con ellas en el modo de producción que dinamizan, y en el imaginario desde el que la burguesía se ve y se sueña-pesadilla-inapelablemente confrontada a su otro. Verón encontró que en el semanario popular casi siempre se sabe quien es el que habla, es un enunciador con rostro, con nombre, lo mismo cuando dice él mismo que cuando cita a otros: la enunciación es clara, el enunciador está expuesto. En el semanario burgués por el contrario reina esa ideología que Barthes llamaba "anónima": nunca se sabe quien es el que habla, el vínculo del enunciador a la enunciación es casi siempre ambiguo, sin rostro. Pero a través de ese escamoteo, de ese lenguaje indirecto, la voz no

engaña. La cara que se esconde no es más que el revés de la que se muestra. Lo importante es no dejarse fascinar por el juego sino saber leer, en la diferencia de los discursos, la huella de las contradicciones que ellos no sólo indican sino mobilizan.

II . DISCURSO DE TELEVISION : LA SOCIEDAD COMO ESPECTACULO

El espectáculo no es un conjunto de imágenes sino una relación social entre personas mediadas por imágenes.

G. Debord

Tranquiliza el hecho (la sensación) de verlo todo. La visión sugiere el control. El control distribuye una sensación de orden en el desorden, de presencia en la ausencia, de lleno en el vacío, de razón en el desastre y en la locura. La televisión recompone un mundo lacerado por contradicciones y heridas.

F. Colombo

Los anuncios publicitarios son exasperantes pero también irresistibles. A veces son incluso mejores que los programas que interrumpen. Corresponden a una forma de arte americano que representa el producto más elevado de la fusión por los medios de la vista, el sonido y el arte de vender.

Revista Time

La televisión media como lo hace y no como tecnológicamente podría hacerlo, porque quien impone la forma la mediación es la sociedad con sus valores y no el televisor con sus tubos catódicos. El mensaje no es el medio sino ese código.

Martín Serrano.

Los iconos publicitarios con sus comerciales y su prosa ingenua entrarán un día en los museos y serán pasto de los coleccionistas. De

momento poetizan la sinrazón de los políticos y la ambición de las multinacionales.

A. Orensanz

La situación de la TV en América Latina es más fácil de “contar” que la de la prensa, la cercanía y la convivencia obligatoria con el mayor centro mundial de producción de televisión definen esa situación tanto a lo largo como a lo ancho. En este caso la satelización funciona plenamente: “una única y precisa fuente de contaminación y de control ideológico, una periferia subdesarrollada que sufre sus efectos sin ser su causa ni poseer los mismos mecanismos de defensa de la metrópoli, casi inexistente en esta periferia de una conciencia colectiva y autónoma del problema” (218). Y proceso de agravación acelerado: en los últimos siete años la cantidad de receptores de TV aumentó en un 76 por ciento. Alcance? en 1975 América Latina “disfrutada” de 20 millones de televisores para 290 millones de habitantes, lo que según los expertos significa que más de 100 millones, es decir más de un tercio de la población está expuesto a la contaminación. Comparada a los otros grandes medios, mientras la radio rebasa el 60 por ciento de población por ella “comunicada” y la prensa apenas llega al 20 por ciento, la TV ya ronda el 35 por ciento (219). Claro que en todo esto las cifras globales no dicen mucho, dicen más las diferencias por países. En cuanto a televisores: mientras Argentina tiene 191 por cada mil habitantes—Puerto Rico tiene 218 pero en ésto se sale de la periferia por absorción del centro y Uruguay 107, Paraguay y Guatemala tienen 20, Bolivia y Haití 2. En cuanto a canales las cifras se complican porque en cada país también hay los que emiten, es decir producen y los que sólo reproducen o sea retrasmiten. A grandes rasgos encontramos que Latinoamérica disponía en 1975 de 222 canales y en esto el que gana es Brasil con 59, seguido de Argentina con 35; a la otra punta se encuentran Bolivia, Paraguay y Haití con 1. No deja de llamar la atención, por aquello de la satelización, que mientras países como Italia o Francia tienen sólo dos o tres canales, ciudades como Montevideo con un millón de habitantes, y aún Tegucigalpa o Managua con cuatrocientos mil, tengan hasta cuatro canales. De los 222 canales: 228 están financiados exclusivamente por publicidad, tanto los 166 privados como los 42 estatales.

De los 14 restantes: 8 son estatales no comerciales y 6 estatales—

universitarios parcialmente financiados por publicidad. Ello significa que el 94 por ciento de la TV en Latinoamérica es televisión-publicidad, que mientras su centro, o sea Estados Unidos, tiene casi 200 canales de TV no comercial—algunos tan importantes como la Nacional Education Televisión, Ann Arbor, Hagerstown—e innumerables circuitos didácticos culturales, toda Latinoamérica tiene sólo 8 canales de ese tipo. Si por otro lado sabemos que la mayoría de la publicidad televisada es hecha por empresas norteamericanas para empresas norteamericanas o al menos mayoritariamente extranjeras y que en promedio el 50 por ciento de la programación total de TV proviene del extranjero . . . Claro que en esto último también hay diferencias considerables, pues mientras en 1971 Ecuador importaba el 75 por ciento de su programación Argentina importaba en ese momento sólo el 25 y México el 20 por ciento (220). Un caso típico a este respecto puede ser Venezuela con el 52.24 por ciento de programación importada y el 27.45 por ciento de publicidad, esto es con sólo el 20 por ciento de producido en el país. Y mirando un poco más de cerca algunos países encontramos que la concentración y el monopolio interior de la TV es aún mayor que el de la Prensa. Argentina (221), que es el país con mayor desconcentración televisiva a nivel geográfico—21 capitales de provincia disponen de un canal de circuito abierto—, tiene casi toda su televisión en manos de sólo tres magnates dueños de 28 canales, o sea que controlan el 92 por ciento de todos los canales de circuito abierto además de ser productores de muchos de los programas de los circuitos cerrados. En México, la TV cubre solamente el 15 por ciento del territorio nacional y el sólo distrito federal acumula el 54 por ciento de los televisores; en Ciudad México hay 6 canales, 4 en Guadalajara y 3 en Monterrey; sólo “Telesistema” (Azacarraga—O ‘Farrel) controlaba 40 estaciones de TV y la más importante empresa productora de programas; de un total de 51 estaciones tres cadenas monopolizaban el 95 por ciento (222). En el Perú, Lima cuenta con 6 canales pero el 90 por ciento del territorio nacional, con el 75 por ciento de la población, está prácticamente excluido de la televisión: pero también en el Perú se está llevando a cabo un programa de producción de televisión con campesinos, en el que la calidad del trabajo supera con mucho la escasa cantidad. Muestras todas ellas de una situación en la que los árboles difícilmente tapan el bosque, ya que éste se recorta en el horizonte de la dependencia latinoamericana con una nitidez especial. Aquí si que la diferencia, la pluralidad de voces es aún más engañosa y el proceso de homogenización cultural el más

potente con mucho de todo los Medios. La TV en América Latina es la imagen más clara del monopolio de la palabra, de la negación de la historia y del saqueo de los sueños.

1. Es espacio del rito y el tiempo del espectáculo

“Los cuerpos se mueven todos al mismo vaivén, los rostros llevan todos la misma máscara y las voces producen el mismo grito. Al ver en todas las caras la imagen del deseo y al oír de todas las bocas la prueba de su certeza, cada uno se siente unido, sin resistencia posible, a la convicción común”

M. Mauss

Para entrar en el discurso de la TV propuse la veta que dibuja la publicidad, empecemos entonces por plantearnos el sentido de la imbricación especial que anuda la televisión a la publicidad; para ello pienso que el contexto teórico no puede ser otro que el de la antropología del rito tal y como señala la cita. En ella Mauss se refiere a un rito de las tribus de Nueva Guinea que tiene lugar durante la noche mientras los hombres cazan o guerrean. Lo que interesa al antropólogo es el circuito, el espacio particular que el rito produce. Y que encuentra con rasgos semejantes en los lugares más diferentes y apartados. Como en ese otro rito de Madagascar en el que las mujeres al danzar mantienen en alto los sables participando así en la guerra que hacen los maridos. Esa creencia no es exterior al rito, hay una relación circular entre creencia y rito: “la creencia se impone porque la sociedad gesticula y ésta gesticula debido a la creencia mágica” (223), que no es la mera suma de las creencias individuales sino la magia que el grupo entero cree como suya. Para la antropología el rito es un acto dotado de un tipo de eficacia específica, ligado fuertemente a la “vida doméstica”, a lo cotidiano, y en cuanto fuente y receptáculo de magia estrechamente vinculado al fenómeno de la representación: a la capacidad que tienen los gestos y los objetos de ponerse en relación con las “ideas” y con las otras personas, de trabar relaciones entre éstas, relaciones que viven y se expresan en imágenes de paz, de amor, de seducción, de temor, propiedad etc. Las imágenes funcionan obedeciendo leyes como la de contigüidad o de contagio,

según la cual una parte vale por el todo: “los dientes, el sudor, las uñas, los cabellos representan íntegramente a la persona de tal manera que por medio de éstos se puede actuar directamente sobre ella (224). O en el otro sentido: todo lo que está en contacto inmediato con la persona, como los vestidos, la huella de su cuerpo, los objetos de que hace uso, quedan asimilados a partes del cuerpo y transmiten su fuerza. Paralela hay otra ley, la de similitud, según la cual lo semejante evoca y actúa sobre lo semejante. La imagen es en este caso a la cosa lo que la parte al todo. La relación abstracta se hace concreta en su función. Lo que hace que con frecuencia la imagen se transforme en símbolo y actúe hasta hacer “ver y sentir el viento realmente encerrado en la botella o anudado en los nudos”.

Otro rasgo fundamental de todo rito, de todo ritual, es la repetición :regulación del tiempo y marca sobre la acción. La repetición tiene su fuerza en remitir por ambos lados, en anudar el pasado y el futuro, en evocar a la vez que anticipa. Pero desde una inercia que carga la acción, estereotipándola. Los gestos rituales tienen la “forma” de la relación que los engendra: concretos y a la vez abstractos, gestos—modelo, gestos de modelo, al mismo tiempo individuales y genéricos. La inercia del rito es algo de lo que éste vive y contra lo que lucha a su manera, el milagro del ciclo en que lo nuevo es viejo pero lo viejo es nuevo; transformación del tiempo lineal, irreversible, en espacio, bien sea como ilusión de lo inmóvil vivida realmente, o como creencia en la perenne restauración de todo lo gastado, de todo desgaste. De ahí su diferencia radical con la costumbre. El rito es una acción que no se agota en sí mismo, en su inmediatez, en su utilidad inmediata: “la costumbre de llevar tal o cual vestimenta no podría ser calificada de ritual más que cuando asume un significado que va más allá de la sola necesidad de vestirse (...) El rito es un acto cuya eficacia real o presunta no se agota en el encadenamiento empírico de causas y efectos” (225). Y de ahí entonces su parentesco con el teatro, además de que todo rito es en sí mismo una puesta en escena, Y toda puesta en escena es un “dar a ver” en el fuerte sentido que tiene en castellano “dar a luz”, esto es hacer ver, y eso es lo que nombra la palabra espectáculo. Porque el espectáculo no lo definen, no lo configuran sus contenidos sino esa voluntad recíproca de ver, que es voluntad de dramatización, necesidad de exteriorización, de representación que forma parte de la sustancia misma de lo social: la teatralización constante de la vi-

da colectiva. "Es como si no pudiéramos captar el sentido de los comportamientos más que en el momento en que se teatralizan. La sexualidad, la muerte, el intercambio económico o estético, el trabajo, todo es manifestado, todo es jugado. El hombre es la única especie dramática" (226). Esto es, que se sienta mirada y que se dé a ver, que sea capaz de desdoblar la vida y de doblarla, de vivir de imágenes. La teoría de la magia es en la obra de Mauss la otra cara de su teoría sobre el don. Si el intercambio entre las personas y los grupos es el hecho fundador, el "hecho social total", la representación del intercambio en la fiesta o el potlach es su objetivación significativa, allí donde se hace ver su sentido. Ese es el verdadero espacio del rito, un espacio que el tiempo de la historia y de la mercancía han transformado en un singular tipo de espectáculo: el espectáculo—consumo.

El tiempo en que el intercambio se autonomiza, se separa del resto y se convierte en economía, es el mismo en que el trabajo es separado de sí mismo y representado por el capital. Y el capital desarrollándose por sí mismo, como una esfera autónoma de "vida", engendra la mercancía como "valor" abstraído, separado del trabajo, de la relación humana que fundaba el intercambio. Separada, la economía representa al resto, a todo lo demás, de la misma "forma" que la mercancía valoriza a todo. O mejor veámoslo del revés la mercancía convierte todo en espectáculo de sí misma, de un sí misma que al no poder ser nombrado deja en suspenso el movimiento la imagen se autonomiza no remitiendo más que a su propia danza... a su ritual, a su espectáculo. Pero atención, "el espectáculo no es un conjunto de imágenes sino una relación social mediatizada por imágenes" (227), como la mercancía es una relación social mediatizada por objetos. Y de esa doble mediación es que la massmediación saca su fuerza y su poder: no mera técnica de difusión de imágenes sino materialización significativa de un determinado modo de intercambio, o mejor de un determinado modo de producir el intercambio y la socialidad, aquel en que la economía separada y la mercancía se convierten en la fuente de la forma y del valor. La proposición de Will adquiere ahora toda su fuerza: la verdad más secreta de la información se encuentra en la publicidad y ésta no es sino el discurso de la mercancía, discurso cuya puesta en escena más lograda hasta hoy es la televisión. Y así como el espectáculo no se define por sus contenidos sino por su eficacia ritual, así lo que en esta sociedad la TV tiene la publicidad no son:

spots, unos pocos contenidos salteando otros contenidos, sino el secreto de su eficacia, la verdad de su forma... de su información.

Releamos ahora lo dicho sobre el rito, releámoslo desde el discurso en que se funden el ritual publicitario y el espectáculo televisivo. Y encontraremos que como en la fiesta de Nueva Guinea también el mismo vaivén mueve los "cuerpos" y la misma máscara homogeniza los diferentes rostros, países, culturas. Un sólo ejemplo cercano y eficaz: "Plaza Sésamo" con sus "monstruos" indiferenciables, sus niños universales, su música latina pero tan estilizada que ya no sabe a nada, su "plaza" maravillosa, irreconocible. Y su orgullo bien ganado de ser el programa más "universal" del universo. Vena cómo resume la revista "Visión" cómo le viene de bien ese nombre—lo que intentamos plantear: "Dos lecciones principales no se han aprendido. La primera, que el talento pedagógico en la TV se encuentra en las técnicas desarrolladas para las producciones publicitarias. La segunda, que con la aparición de la TV es la escuela la que debe cambiar ya que en las cuatro horas promedio de presencia en las aulas ningún niño asimila sino una pequeña fracción de la información que le transmite diariamente su receptor de televisión" (228). Conclusión que es lícita sacar: si donde dice pedagógico ponen informativo obtendrán la solución al enigma de la massmediación televisiva en su totalidad. Habría otros muchos ejemplos bien a mano, pero sigamos releando lo dicho sobre el rito. Aquí también lo que se deja ver no es el deseo sino su imagen, que unifica las voces y convoca los cuerpos en torno a la creencia, a la certeza común, esa que se alimenta de la gesticulación. Para hacerlo más verdadero quiten el sonoro y revivan los miles de publicidades vistas en la TV pero eso, sólo vistas. Como ningún otro la TV es el espacio de la gesticulación en que viene a abreviar y renovarse de su desgaste, a restaurarse cíclicamente, nuestra creencia mágica en el valor de la mercancía y la salvación por lo objetos. . . la certeza de que en la botella está "la chispa de la vida" Como ningún otro gesto la publicidad opera por repetición, tiene en ésta la clave de su eficacia y de su montaje de imágenes. El slogans de base tiene toda la razón "una imagen vale más que mil palabras", hace ver más, indudablemente más. Y sentirse mucho mejor. Ya sea por contigüidad: de la parte del cuerpo—sudar—con la idea—inseguridad—que a través del objeto—desodorante—queda exorcizada, poniendo a salvo "toda la persona". O por continuidad de los "pro-

ductos" (publicitados) para niños con los programas de niños, o productos para señoras con programas de señoras o aún más sencillamente productos de guerra con noticias de guerra. O por similitud como en la imagen del sexo que nos "excita" desde el refrigerador—simbólicamente—, la batería para carros o el paquete de cigarrillos.

Por otra parte en el espectáculo televisivo se alimenta y refuerza como en ningún otro lugar la "creencia mágica" en la objetividad. Los expertos dicen que es el realismo especial de la "toma directa"—ese que la visión en directo de la muerte de Harvey Oswald puso al descubierto revelando así lo que la TV tiene de "experiencia profunda" según McLuhan (229), pero es el "realismo" de cualquier toma. Es el hecho de que la realidad surja del espectáculo. Y ¿quién se atrevería entonces a negarle al espectáculo mismo realidad? Pero entonces es la realidad misma la que es espectáculo! . Y bien sí, eso es lo que no deja de repetirnos la TV, y en esa operación está su "forma", la forma en que ella objetiva las relaciones sociales que a la vez es la forma como la TV habla—contra lo que dice—de la contradicción en que se funda nuestra sociedad. Contra lo que dice, o sea el discurso objetivo: del objeto y sobre el objeto, la TV habla de los sujetos, de las relaciones entre los hombres y de las relaciones entre las clases. El espectáculo es, no lo olvidemos, una relación no entre imágenes sino entre personas mediatizadas por imágenes, por máscaras. Actor se dice en griego "hypocrita" o sea el que hace un papel, el personaje. Así por más que las que las imágenes se autonomicen y hagan bien su papel lo que nos dejan ver, o mejor entrever, es aquello que en una forma u otra sustituyen: la relación humana, no en su equivalencia objetiva y mercantil, sino en su ambivalencia, en su ambigüedad, en su conflictividad. Puede decirse entonces que en la sociedad del espectáculo el ver, "el sentido más abstracto y más mistificable, el que mejor corresponde a la abstracción generalizada de la sociedad actual" (230), ha sustituido al tocar, pero convirtiendo al ver en otra manera de tocar. Ello no es nuevo, como cree McLuhan, ya que la pintura el óleo, la gran pintura de la naciente burguesía, configuraba un ver radicalmente táctil, claro que un sentido distinto al que él le da, incluso opuesto. Pero aún así la intuición de McLuhan es certera esta vez: "la televisión es, por encima de todo, una prolongación del sentido del tacto que implica la máxima acción recíproca de todos los sentidos" (231). Más tarde veremos por qué esa in-

tuición es tan certera. Pero digamos ya, que no es la TV en cuanto complejo técnico sino la sociedad la que, en su mediación, opera produciendo esa transformación de la percepción.

El espectáculo no es pues mero resultado sino la forma del discurso de televisión: la equivalencia en imágenes (signos) de la historia del mundo—sean noticieros, telenovelas, o deportivos—y de la figuración de los objetos, o sea de la publicidad. Es esa equivalencia la que el espectador consume. Sobre la tela de fondo de la publicidad, sobre ese permanente ritual en el que las tensiones y los conflictos se adelgazan y desaparecen—“la misma máscara, el mismo grito”—, sobre esa danza incesante del objeto, las vicisitudes de nuestro mundo, los acontecimientos por más fuertes, desconcertantes y subversivos que sean, quedan neutralizados todo, igual la guerra que la miseria, el dolor o la muerte, todo es “objetivado” sí, codificado y valorado según el ritmo y el valor de los objetos. Y entonces consumible. Aún más, presos en la red de las equivalencias, que el montaje global de la jornada televisiva traza, el dolor o la muerte pasan a convertirse en ocasión, en pretexto para que el objeto dance ante nuestros ojos. Condensado: un detergente nos “regala” la imagen de la masacre de negros en Sudáfrica, el detergente abre y cierra la escena. Esa es la percepción del mundo que impone el espectáculo consumo y del que vive toda la mass—mediación pero de una manera mucho más acabada la TV., ya que en ella como en ninguna otra, la imagen garantiza la realidad. Puesto que nos la hace ver... qué más real? Un ver—tocar que es un ver—consumir, no sólo como dosificación sino articulación constitutiva. Es desde la imagen, figura y perspectiva publicitaria que la televisión ve y nos hace ver el mundo. Y ello es ya tan connaturalmente su forma que hasta pudiera prescindir de la publicidad—contenido. Ya que lo que el dispositivo, el discurso de la TV, realiza, es la puesta en escena de un mundo recortable y legible, mirable en espectáculo: un mundo hecho a la imagen de la mercancía. “Es la sustancia de un mundo filtrado y reinterpretado según ese código a la vez técnico y legendario, la que consumimos” (232).

Mientras tanto muchos investigadores de la TV siguen obsesionados con el problema de los “efectos” benéficos o dañinos, sobre si aumenta o hace bajar la tasa de violencia, de agresividad, de obscenidad etc. Y tanto las teorías como las estadísticas han demostrado la razón que tiene cada posición con tanta certeza como la contraria.

Behavioristas empedernidos la inmensa mayoría de esos investigadores siguen empeñados en buscar efectos directos y coherentes sobre el comportamiento, sin comprender que la eficacia del ritual y el espectáculo no es atrapable ni mediable según el esquema de causa/efecto o de estímulo/respuesta. Que como lo demuestra tanto la investigación no empirista como la práctica “el discurso sobre el nexo directo y el efecto inmediato no es relevante y sólo lleva a cómodas y genéricas peticiones de principio”, pues el problema a afrontar es “si y de qué modo cambia la relación de los usuarios con lo real y con la experiencia de los hechos, cuánto se cumple el paso del contacto continuo con la representación” (233). Entonces lo que hay que interrogar no es un “efecto” sino la percepción, la nueva percepción del mundo que engendra la espectacularización: esa sensación de orden en el desorden y de llenura en el vacío, esa sensación de participación y esa reducción de la tensión que engendra la satisfacción de ver. Furio Colombo cuenta cómo después de la inundación de Florencia sus habitantes dejaron pronto de protestar contra la incuria y la irresponsabilidad de la administración, que había sido la causa de no poca parte del desastre para pasar a protestar por algo que se juzgó más importante: lo escasa, lo tardía e incompleta que había sido la representación televisiva de la tragedia. Para aplacar la ira popular se realizó un documental dirigido por Zefirelli y sólo entonces, sólo cuando los que había vivido la tragedia la vieron representada en la pantalla, la ira popular se calmó: “Pareció como si, convertida en espectáculo, la tragedia disminuyera de intensidad, como si se hubiera establecido la justa proporción de los hechos a través de la transformación del acontecimiento en símbolo” (234). Es aquí justamente que nos sitúa el “rodeo” antropológico sobre el rito y el “filosófico” sobre el espectáculo sin el que es imposible romper con el culturalismo tecnológico de los mcluhianos o el mecanicismo de los conductistas de derecha y de izquierda. El dispositivo de la massmediación televisiva no se agota en la técnica ni en la psicología. Y en todo caso tiene bastante más que ver con la “economía de la imagen”.

2. Economía de la imagen y sociología del ver.

Toda imagen encarna un modo de ver y los modos de ver también tienen historia, son parte, como los modos de hablar, de la historia del significar. Mal podemos comprender el papel que la i-

magen juega en la actual mass—mediación, especialmente en la publicitaria y televisiva, sin comprender su valor en la moderna economía del significar. Lo cual exige trazar, así sea mínimamente, las líneas de fuerza de la moderna “economía de la imagen”. La expresión es de Schefer y con ella busca plantear el trabajo y la “plusvalía figurativa” en que se constituye y genera la imagen hoy, el “sentido investido” en ella (235).

Antes que nada, y frente a una pertinaz tradición que sitúa toda imagen en la línea del calco, de la designación informativa, del esfuerzo por reproducir “lo real tal cual es”, es necesario plantear que, desde esas que llamamos “primitivas”, las imágenes han tenido mucho menos que ver con la reproducción de lo real que con su transformación y con el placer de mirar y de inventar, de “crear”. Para la etnología es cada día más claro que la experiencia gráfica no comenzó con una expresión servil, de copia, sino como una forma de producir ritmos, es decir que las “formas” no son calcomanías sino simbolización: “lo insólito de la forma, potente resorte del interés figurativo, existe sólo a partir del momento cuando el sujeto compara una imagen organizada de su universo de relación con objetos que entran en su campo de percepción” (236). Para la historia del arte y la estética actuales es imposible seguir considerando las imágenes “primitivas” desde un estrecho concepto de utilidad. Por más extraño que resulte es bien evidente que las primeras imágenes, tanto las del “primitivo” como las del niño son mucho más abstracción interpretativa que calco. “Las pinturas rupestres son estilizaciones del objeto, sumamente seleccionadas o sea tan vitales que no podemos dudar que el hombre que las pintó experimentó placer (...) Esas pinturas revelan una escala de valores y esos valores no son los de verosimilitud sino los de vitalidad, vivacidad y fuerza emotiva” (237). Ligadas al trabajo sí, y a la celebración del mundo también, al sexo o mejor al deseo. Es imposible hacer—ni hablar de— imágenes sin que ello sea desde un imaginario. Todo ver implica un recíproco mirar, un mirar ser mirado, y en esa relación en que se instituye lo visible están mezclados, o mejor entretnejidos, el esfuerzo por existir, el modo de vivir y trabajar tanto como el de representar, la teatralización, la máscara y el rito, esa puesta en escena que es a la vez búsqueda y construcción del sentido, o del sinsentido del vivir. Lacan habla del squizo entre el ojo y la mirada, y del papel fundamental que desempeña en la constitución de la imagen (238).

Respecto al modo de significar que emerge con el modo de producción mercantil (ver página 60), trazamos algunas líneas generales que es necesario concretar ahora respecto a la imagen. Nada más socorrido y torpe que la concepción del arte renacentista según la cual ese arte es la coronación del esfuerzo por conquistar la “objetividad”, esto es la imagen al fin plena reproducción de lo real. Frente a lo cual un historiador de ese arte como P. Francastel se permite escribir: “los ‘inventores’ de la representación perspectiva del espacio del Renacimiento son creadoras de ilusión y no imitadores particularmente hábiles de lo real (...) El nuevo espacio es una mezcla de la geometría y de invenciones míticas donde el saber técnico cuenta tanto como las creencias individuales y colectivas” (239). El nuevo espacio, esto es el nuevo modo de ver el espacio y de vivirle, ese que tiene como eje la perspectiva tal y como la “explicó” Alberti y la graficó Leonardo—todas las líneas convergiendo en un punto del cuadro, toda la luz viniendo de una sola fuente, todo el ver recogido en un punto de mirar—no es más que una figura del mundo para una época y una sociedad determinada. Otra cosa es que esa visión y esa figura, en la medida en que racionalizan y objetivan el sentido del nuevo espacio social, del nuevo modo de intercambio, del modo de producción en que se gesta la burguesía—la clase con “visión universal”—haya sido erigida por ésta en la visión del mundo, homologando universalidad a objetividad. Ciertamente que la nueva visión tiene mucho que ver con la nueva conciencia, que esa nueva visión está basada en una larga reflexión sobre la luz, sobre el “lugar relativo” que ocupan los objetos, sobre los desarrollos de la óptica. Pero también sobre una concepción aún simbólica de la representación y según la cual hacer imágenes es ejercer una cierta acción, una cierta influencia sobre el universo en que esa imagen se proyecta y mueve, sobre el espacio que desde ella se despliega. Como dice Foucault a propósito de las Meninas de Velázquez: “en ese cuadro, como en toda representación en la que por así decir la esencia se manifiesta, la invisibilidad profunda de lo que se ve es solidaria de la invisibilidad de aquel que ve, a pesar de los espejos, los reflejos, las imitaciones, los retratos”(240). Si representar para el Renacimiento es hacer el mundo “objetivo” ello no significa sino una nueva manera de trabajar la relación visible—invisible y una nueva manera de hacer el mundo manejable. Aunque el viejo modo de mirar se quiebre en la pintura renacentista la representación aún no es pura, aún está cargada de “magia”. La que aún alienta en la figura del conocer que representa

el “cogito” cartesiano como foco de perspectiva desde el que se despliega al conocer. Tanto el sujeto del conocer como el objeto de la pintura habitan el mismo espacio geométrico y práctico, tienen el mismo “objeto”. El que permitía a Leonardo ir y venir de las máquinas a los lienzos y a Descartes escribir: “en lugar de una filosofía especulativa es posible encontrar una práctica por medio de la cual conociendo la fuerza y las acciones del fuego, del agua, del aire, de los astros, de los cielos y de todos los demás cuerpos que nos rodean, tan distintamente como conocemos los oficios varios de nuestros artesanos, podríamos aprovecharlas del mismo modo y de esa suerte hacernos como dueños y poseedores de la naturaleza” (241). Es lo que la magia tiene en común con la técnica y es quizás la razón por la que las imágenes, aún las construídas según el orden matemático, conservan cierto carácter simbólico, a medio camino entre lo real y lo imaginario.

El espacio que se inaugura con la perspectiva tiene tanto de escenográfico como de geométrico, por más euclidiano no deja de ser una puesta en escena. El teatro, con la “escena italiana”, encontrará también en la geometría del cubo y en la perspectiva su nueva figura. Si la imagen pictórica escenifica, el teatro construye su espacio como una pintura, como un cuadro. Y la utilización de las máquinas con las que se busca un mayor “efecto” no hará sino tornar más real—o sea más mágico—el espectáculo. La escena es concebida como una pirámide visual cuya base es el escenario y la cúspide el ojo de cada espectador, la secuencia de escenas obedece al movimiento de un motor invisible, como en la cajita construída por Brunelleschi en la que al mirar por la ranura todas las líneas del espacio y el plano de los volúmenes convergen “ilusión óptica que va a hacer del teatro una experiencia colectiva de “hipnosis” y de irrealización” (242).

En el nuevo espacio la imagen se desdobra, se recarga, y separándose del celebrar pasa a inscribirse en el proceso del conocer, primordialmente en el del conocer matemático y físico. Ese cambio en el modo de ver no puede explicarse sino porque la socialidad desde la que se mira, se dibuja, se pinta o se graba es otra. Lo que tanto la pintura como el teatro de esa época construyen es una nueva percepción de la relación que funda la imagen, relación que al no ser puramente formal “remite” a sus condiciones de producción. Y a lo que la “objetividad”, conquistada por la imagen, remite es al

nuevo estatuto del "objeto" y a su proceso devorador de lo real. He ahí lo que proclama la pintura del óleo: la posesión como modo de ver (243).

La pintura de caballete no plantea solamente una ruptura técnica con el fresco. La mixtura de los pigmentos con el aceite se conocía desde la antigüedad. El "óleo" objetiva tanto técnica como estéticamente la nueva posición social del objeto en su relación a los sujetos mediatizada por su relación a los otros objetos. No hay que olvidar que uno de los secretos de la perspectiva en pintura era la "relativa"—por oposición a la "fija" del espacio anterior—posición de los objetos en el espacio, y aún mejor la concepción del espacio como el producto de la relación entre los objetos. En el espacio histórico-social también las relaciones han cambiado. La imagen "capta" eso pero no pasivamente. En la pintura al óleo la imagen no sólo simboliza lo poseído que constituye un modo de posesión. La técnica se hace estética y la estética trabaja desde un código visual en el que todo—la textura, el brillo y la solidez—produce la ilusión de lo real poseible, la ilusión, no sólo de tocarlo sino de tenerlo entre las manos. La pintura al óleo está dominada por la solidez, la fuerza, la vivacidad de los objetos. La vista se convierte en tacto no tanto porque se sientan ganas de tocar sino porque el "efecto de realidad" hace ya del mirar mismo una especie de tacto, porque "todo lo que el ojo percibe está ya traducido dentro del cuadro al lenguaje de la sensación táctil (...) La verosimilitud de la pintura al óleo incita al espectador a suponer que está cerca de cualquier objeto, que éste se encuentra al alcance de sus dedos (...) La imagen no es la de una ventana que se abre al mundo, sino la de una caja fuerte en la que se ha depositado lo visible" (244). Así que la sociedad mercantil inaugura—y las nuevas imágenes a su modo "realizan"—no son nuevas propiedades (por el momento), nuevos objetos, sino una nueva manera de poseer. De ahí que en la nueva pintura las mercancías no son únicamente el tema iconográfico sino la inscripción de lo visual en el mercado. No se trata únicamente de que los objetos adquieran la categoría de lo pintable, que los objetos se tornen admirables y por tanto visibles, sino que lo visible se objetive, esto es se convierta en "objeto", en objeto—signo en mercancía. A eso es que llamo el proceso devorador de lo real por el objeto, lo mismo que Baudrillard define como el "espacio de equivalencia". Todo deviene igualmente mirable, igualmente visible igualmente poseible, igualmente comercializable. Incluso los "suje-

tos". En el retrato al óleo los rostros se convierten en máscaras que acompañan los trajes, que son en muchos casos verdaderos protagonistas de la escena. Claro que hay excepciones, y que algunos pintores transformaron sus cuadros en contra-imagen, — Rembrandt, El Greco, Vermeer—pero quizás es desde ellos que se hace más nítida la moderna economía de la imagen. Como ha escrito Panofsky, hay una estrecha relación entre "el moderno sistema de pintura y la idea moderna de la historia" tanto en cuanto a la "distancia" como a la "coherencia" (245).

Mirado desde la distancia y la coherencia que instituyen a la vez la imagen y la historia se descubre algo que nos interesa mucho: la continuidad profunda entre pintura al óleo y publicidad. Si en la publicidad el objeto es el rey, ya en la pintura había empezado a serlo y a devorar el resto. Pero miremos al revés entero: a la mercantilización del arte que se inicia con la pintura al óleo le "corresponde" esta inmensa y fabulosa estetización de la mercancía que, a veces en forma espléndida, realiza la publicidad. Aún cuando la calidad estética de la mayoría sea pobre, lo que interesa es el empeño poético, el proyecto estético que dirige y conforma, sobre todo en TV, el discurso publicitario. O digamos mejor: es en el espacio y el tiempo televisivos que la publicidad ha encontrado la plenitud de sus posibilidades estéticas. Lo cual nos remite a una serie de continuidades y coherencias del discurso publicitario con el de la pintura al óleo, a la misma economía. Desde la estereotipación de los gestos, las poses de las modelos, al tramiento exótico—nostálgico de la naturaleza, y esa particular compenetración erótica de la mujer con su imagen y de esa imagen con cualquier objeto: pose y desnudo como exhibición, placer especular, es decir espejismo de placer, placer que sólo vive de signos, y erotización no tanto del objeto sino del espectáculo mismo, del ver.

Se me responderá que esa continuidad entre pintura al óleo y publicidad no tiene en cuenta las rupturas que introduce la fotografía y en el caso de TV el "movimiento". Y es cierto que la fotografía y el cine introducen discontinuidades y rupturas en el discurso de la imagen pero ellas afectan sólo relativamente a la economía de que estamos hablando y en cierto sentido son su desarrollo, ya que tanto en la foto como en el cine llega a su cumbre la ilusión de la objetividad, la "impresión de realidad" (246). Las máquinas, que ya en la escena italiana habían comenzado a producir ese efecto, se -

rán ahora las verdaderas garantes del milagro. Lo cual obliga a mirar los nuevos Medios en forma menos demiúrgica que los que proponen los culturalistas, es decir sin perder la "perspectiva" histórica. Y desde esa perspectiva, es indudable que algo en el "valor" de la imagen cambia merced al proceso que se inicia con la fotografía y que W. Benjamin ha llamado el "desmoronamiento del aura". Hasta el momento en que la fotografía hace posible la reproducción no de la "realidad" sino precisamente de la imagen, la reproducción técnica y masiva de la imagen, la obra artística vivía de un ritual particular que hacía de ella "la manifestación irrepetible de una lejanía". Es el "aura" de la autenticidad o mejor de la originalidad en su sentido fuerte: sólo el original pone en contacto con el origen, con el secreto ser de la obra, ese "aquí y ahora" "irrepetibles y misteriosamente incesantes que sólo el original es capaz de pronunciar. Es de eso que hablábamos al insistir en la magia de la representación como relación entre lo visible y lo invisible, manifestación de una lejanía, acceso a los diversos modos de la trascendencia. "La técnica reproductiva desvincula lo reproducido del ámbito de la tradición. Al multiplicar las reproducciones pone su presencia masiva en lugar de una presencia irrepetible y confiere actualidad a lo reproducido al permitirle salir, desde su situación respectiva, al encuentro de cada destinatario" (247).

La fotografía y el cine afectan por igual a las condiciones de producción y de circulación de la imagen al transformar la función social del arte y desplazarla, según Benjamín, del ámbito del ritual al de la praxis política. De ahí que le parezca especialmente ridículo el debate en torno a si la fotografía es o no arte cuando el problema es que aquella ha transformado el sentido de éste. Lo que no resulta tan claro es que la reproducción técnica arranque por completo la imagen artística de su existencia al interior de un ritual. Ello puede ser cierto si se refiere a que el valor de la obra artística reproducida ya no depende del ritual de la autenticidad pues al multiplicarse se autonomiza de él y se funcionaliza. Pero ni la praxis política está ausente de ritualización, y el arte sigue siendo uno de los espacios claves del ritual político, ni otros rituales han dejado de atrapar a la obra de arte y a la imagen. O quizá sólo uno en distintas versiones: el ritual del consumo. Sociológicamente, en la medida en que la imagen artística sale del coto cerrado de la élite que puede comprar "cuadros", invade la ciudad y su status cambia. Pero co-

mo esa invasión y democratización son regulados por la mercancía que es la que “origina” el intercambio, resultamos sumidos en una economía de la imagen que si no es la misma se mueve en la misma dirección. Lo verdaderamente expandido, y esto no es pesimismo sino constatación, es el mercado de la imagen y su consumo. Y es desde el discurso del consumo que la imagen nos habla hoy masivamente, ya en la forma de publicidad “de marca” o en la del rostro del Che Guevara decorando camisetas.

Hay otro aspecto en que el valor de la imagen se ha visto aún radicalmente afectado. Me refiero a la disolución del espacio de la perspectiva por la cámara cinematográfica. Con ésta ya no van a ser las “copias” lo que se multiplique sino el punto de vista, todo el entramado geométrico de la luz y el ojo, su fijación y su ilusión de inmovilidad, esto es de eternidad. El espacio cúbico, el espacio sin tiempo, va a estallar entero. Hasta el cine, la cámara trabajaba desde la perspectiva del ojo y las coordenadas de una escena con un sólo foco. Y no desde el primer momento, pero desde que la cámara cinematográfica “echa a andar” y se pone a moverse, el espacio euclidiano queda disuelto—como lo estaba siendo en la pintura y la literatura—, y empieza a hacer visible “el caos de los fenómenos visuales que llenan el espacio” como dirá Dziga Vertov: “Yo, cámara, me acerco y me alejo de los objetos, paso por debajo, me encaramo encima, corro junto al hocico de un caballo al galope me sumerjo en la multitud, corro ante los soldados que cargan, caigo de espaldas, me elevo al mismo tiempo que el aeroplano, caigo y me levanto con los cuerpos que caen y se levantan” (248). De esa disolución surge precisamente el nuevo modo de narrar y la nueva poética, pues es a través de ella que el cine rompe con el discurso naturalista que lo amenaza, con el espacio pictórico al que admira y con la estética teatral de la que ha nacido. Sólo entonces comenzará a gestarse el “lenguaje cinematográfico”, hecho no sólo de movimiento de cámara sino de este otro movimiento invisible que es el montaje, como articulación, como posibilidad de escritura, como discurso y relato. Pero para que la imagen se despliegue en relato habrá que fragmentar aún más el tiempo y el espacio introduciendo nuevos tipos de “distancia”, nuevos códigos entre el mirar y el ver. Que durante largo tiempo plantearán serios problemas de percepción y de reconocimiento, de comprensión. Piénsese en la perturbación emocional que durante mucho tiempo provocaba el “primer plano” en los espectadores habituados al espacio teatral

o en el desconcierto que producían los movimientos de cámara , especialmente los traveling, o en la dificultad de entender las tralaciones temporales, los desplazamientos, las condensaciones.

Introduciendo profundas rupturas, los nuevos Medios no han logrado sin embargo romper con la vieja economía de la imagen. Y es que la "civilización de la imagen" no es solamente del consumo masivo de imagenes sino la del imaginario mercantil, y ese sólo ha cambiado para renovarse. Esto es algo que tanto la corriente *mediana* como a su modo la *semiología*, tienden a negar o a olvidar. Por más que se la amplíe la problemática del icono es demasiado estrecha. Y decir esto no es desconocer en modo alguno la validez que pueda tener el desbroce del campo realizado por Peirce (249) y sobre todo por Eco. Antes al contrario, la crítica de Eco al "iconismo" (250) ha puesto al descubierto las raíces epistemológicas, y en cierto sentido políticas, de la concepción que se niega admitir que la imagen esté codificada cultural, social, históricamente. Lo que critico al iconismo es su tendencia a perderse en las "diferencias" olvidando que desde donde éstas hablan es desde la lectura de la equivalencias, ésas que *entrelazadas* a los códigos, incorporadas a las formas, hacen de la TV el modelo del discurso—espectáculo en el que las imágenes "objetivan" incesantemente la visión del mundo que propone el Poder. Por eso, antes de entrar a analizar las imágenes que hace la TV es necesario reseñar la imagen a cuya semejanza está hecha ella misma, la imagen de que ella está hecha: la publicidad.

3. La publicidad de las imágenes al imaginario.

Durante largo tiempo la publicidad fue mirada por los críticos como una mera excrecencia del sistema y una cuestión de adorno, de decoración. Hoy el punto de vista ha cambiado. Poco a poco nos hemos ido dando cuenta de que el "lugar" donde trabaja la publicidad es estratégico. No es sólo el hecho de que los países capitalistas le dediquen a la publicidad cantidades astronómicas: 33 mil millones de dólares en 1970, que es el equivalente al ingreso nacional conjunto de Chile, Colombia, Ecuador, Perú, Uruguay, Venezuela y la totalidad de las repúblicas de Centroamérica.(351) Es que en la publicidad y con ella, nuestra sociedad construye y reconstruye día a día la imagen desde la que se mira y nos hace mi -

rarnos a cada uno. Y esa imagen ya no es mera excrescencia, es el imaginario desde el que se trabaja y se desea. Si la publicidad despareciera, su vacío no iba a afectar únicamente al exterior, a la iluminación de las calles o al volumen en páginas de los periódicos o en tiempo de la radio o la TV, sino a nuestro vivir más cotidiano e interior, al intercambio en que se mueven y cargan de sentido no sólo los objetos sino también los sujetos, a las relaciones sociales desde las que percibimos lo real.

El doble juego

Aparentemente la publicidad no tendría que ver más que con los objetos, y su tarea se limitaría a informar sobre ellos. Su razón de ser no sería más que servir de puente entre la producción y el consumo: que los consumidores sepan lo que se produce. Pero de dónde entonces, y para qué, todo el descomunal despliegue, el lujo de imágenes y de retórica? . La respuesta del publicista y la del crítico economicista coinciden: por la competencia en el mercado. Al haber varios “productos” de un mismo objeto, cada marca se ve obligada a luchar y se las ingenia como puede para atraer la atención y vencer a las otras, o sea vender más. La publicidad según estos señores se agotaría en la venta... de objetos. Y de refilón, sólo de refilón— por aquello de ayudarles a elegir—tendría que ver con los sujetos y con lo demás. Fue esta fábula la que durante mucho tiempo mantuvo a la publicidad fuera del ámbito de lo investigable a no ser para y por publicistas. Los demás se limitaban a mirar y a admirar. Hasta que alguien sospechó que con ese juego se estaba jugando a otra cosa. Que más que informar sobre los objetos, la publicidad informa los objetos, y que esa forma no habla ni del objeto, ni de la marca, ni del mercado sino de la fábrica, de la gran fábrica social y de su materia prima: las necesidades y los deseos de los hombres, sus ambiciones y sus frustraciones, de esas relaciones que los hacen “sujetos”. Y todo ello, claro está, elaborado industrialmente a imagen y semejanza de su productor, de su modo de producción.

Según ese modo la felicidad hoy se llama BIENESTAR y confort. Esas dos palabritas encierran y encarnan para los secularizados hombres del siglo XX el viejo sueño de la salvación. Y puesto que la tierra es nuestro cielo sólo el Bienestar nos hace comprobable y medible la felicidad, una felicidad “objetiva”, esto es hecha de objetos cuya cantidad y calidad son signo inequívoco de la nueva y demo-

crática felicidad. Porque eso sí, la nueva felicidad se basa en el derecho de todos y cada uno, de cada individuo al bienestar, y no como la vieja en la que había predestinados. No hay bienestar sino del individuo. Es el correlato inevitable de una felicidad objetiva: todos iguales ante los objetos! O es que acaso todos los hombres no tienen la misma naturaleza, las mismas necesidades? El individuo es el hombre real, y de eso se trata, no de ideales. Y en ese sentido no puede hablarse de diferencias ni de desigualdades sociales, o históricas. Y para que esto funcione lo único que se necesita es **producir**. Puesto que todos iguales ante los objetos, cuantos más objetos, haya más cerca estamos todos de la felicidad. Es la vieja lección de democracia que nos dan los “vasos comunicantes”. Así pues la única manera de acabar con las desigualdades es aumentar la cantidad de objetos hasta que haya para todos. Y esto vale también para esos extraños “individuos” que son los países. Si aún hay pobres es porque no tenemos suficiente, porque faltan objetos. Produzcamos sin descanso que la producción es la mejor, la única forma verdadera de distribución y redistribución.

He ahí linda y redonda la otra fábula, la que está en el revés de la anterior. Mejor dicho, las dos son la misma parodia economicista. Y la publicidad nació de esa “teoría”—lean a W. Rostow y a Galbraith—que encarnada en un sistema de poder, es la que genera la “estructura profunda” de la retórica publicitaria.

No hay más acceso a esa estructura profunda que desde el fetichismo de la mercancía: el proceso en el que los objetos sustituyen a los sujetos—su trabajo y su deseo, su vida—e instituyen un espacio de imágenes, de razones, de máscaras, un espacio de reconocimiento, de desconocimiento. Aspirados, absorbidos por las imágenes, digeridos por las máscaras, como en la pieza teatral de O’Neil, los individuos se reconocen, esto es se identifican, se sienten sujetos en la medida en que se diferencian por objetos. Y presos en ese movimiento circular se sienten libres, creen escapar así a la dominación estructural. Esclavos en el trabajo pero libres en el consumo. Como el trabajo al desposeer solidariza, así el consumo al realizar la posesión, individualiza. El trabajo genera un movimiento de reconocimiento y de **repliegue** hacia la identidad del individuo. Y es en ese repliegue donde se sueña libre. No mientras duerme, sino mientras vigila. “Tenga el coraje de sus sueños” grita tramposamente la publicidad.

Lo que exaspera en un tipo de análisis como el que propone Moles sobre los objetos—y de ahí al resto de la sociodinámica cultural—es que la “crítica” se deje atrapar por nociones como “voluntad adquisitiva” o “expansión de los deseos”, y fascinada por el juego de los objetos permanezca en su círculo; esa asepsia con que Moles mide los objetos, los cuenta, los reúne en conjuntos—como al resto de los fenómenos comunicativos—y al mismo tiempo los vacía de su espesor histórico, de su movimiento, Esa asepsia estructuralista le permite, en un texto bien reciente, respaldar el ilusionismo pragmatista de Toffler con esta moraleja: “Para ser felices es necesario una adecuación entre nuestras necesidades y los objetos materiales en serie fabricados para satisfacernos reduciendo así la disonancia entre el individuo y el mundo de los objetos” (352). Sólo que esa reducción de la disonancia forma parte de la funcionalización y aplastamiento que la moraleja traduce a teoría y la publicidad a práctica.

Para romper el círculo, el espejismo que amenaza al análisis, es necesario que la problemática de la publicidad y de los objetos sea mirada desde la lógica que regula el consumo en cuanto práctica “social”. Es la propuesta de Baudrillard (353). Otra cosa es que sea a través del fetiche del objeto que los individuos “viven” esa lógica, que en su doble juego hace aparecer el consumo como la contraparte liberadora de la dominación vivida en el trabajo. La ilusión de que al menos en el consumo sí se es libre forma parte sustancial de la estrategia en que se apoya la publicidad. Y nos ubica en una pista fundamental para el análisis: el que el consumo como práctica social no responde a ningún tipo de necesidades naturales del individuo sino a un sistema cultural, a un conjunto de reglas “constitutivas” del modo de producción. Sólo porque en ello no hay nada de “natural” es que el consumo puede ser ilimitado. Pues si la capacidad física, orgánica, de comer es limitada, las posibilidades culturales de alimentación son infinitas, tanto como el imaginario que “alimenta” el comer. Una misma lógica, con dos ritmos distintos, regula la producción de bienes y la de necesidades. Y como en el plano del trabajo es fundamental un excedente de mano de obra para maximizar el beneficio, así en el plano del consumo es fundamental el excedente de necesidades. La industria publicitaria, la que fabrica imaginario, vive de ese excedente. Que como alguien ha dicho define la tarea clave de la publicidad: la de hacer salivar!. Pero esa expectativa mantenida, ese “jadeo”, no es explicable en

el caso del consumo por la sola relación de la necesidad al objeto— como en el caso de los perros de Pavlov—pues aquí no se trata únicamente de satisfacción de la necesidad sino de realización del deseo y de la relación en que a través de él se constituyen los sujetos. Por eso, lo que la publicidad nos propone en últimas es que el objeto nos hace diferentes, y por tanto envidiables, que es la forma como la mercancía traduce “deseables”. El mecanismo puede desglosarse así: “al ofrecer una imagen de sí mismo que resulta fascinante gracias al producto, esa imagen hace que él envidie lo que podría llegar a ser. Pero, qué hace envidiable ese lo—que—yo—podría—ser?, la envidia de los demás. La publicidad se centra en las relaciones sociales, no en los objetos” (354). Eso es lo realmente publicitario: relaciones sociales.

Si miramos la “envidia” desde lo que ella dice, se trata únicamente de la “fascinación” exterior, del brillo. Pero si interrogamos a lo que habla en ella, nos toparemos siempre con el deseo. El erotismo en la publicidad no es un tema, no es del orden de los contenidos sino de la forma, no es problema de “habla” sino de “lengua” del código que posibilita hablar. Lo que hace que el Poder—las relaciones de poder, de dominio—esté implicado no sólo a título de “inversión” económica sino libidinal. La publicidad no se mueve en el orden exterior de la re—presión, en el orden de lo policial, sino en otro más profundo, más de fondo: en el de la presión, de la constitución del imaginario que controla al deseo desde dentro, del que el deseo es cómplice.

Las diferencias que nos promete la publicidad, esas que nos “personalizan”, están fabricadas con pseudo—diferencias, pero a su modo hablan también de las diferencias verdaderas, de las conflictivas. Estas son su presupuesto. Claro que de las conflictivas no habla el consumo, pero es posible leerlas en esa inmensa retórica de que la publicidad echa mano para acallarlas. Yo no soy diferente—valorado socialmente—más que en la medida en que acepto el modelo de vida propuesto, en la medida en que entro a “conformarme” y ser conformado por el modelo de poder. Y el modelo nos moldea porque no se deja ver, porque es el código desde el que las imágenes están fabricadas; con el que inconscientemente las leemos. Y por eso su eficacia está más allá de si creemos o no en lo que el discurso publicitario dice. Además la publicidad no nos engaña, “está más

allá de lo verdadero y lo falso, como la moda está más allá de lo bello y lo feo, como el objeto moderno, el objeto—signo, está más allá de lo útil y lo inútil” (355). El verosímil publicitario no tiene nunca como referente al objeto real, incluso cuando lo que expone son razones técnicas, siempre es a un imaginario al que remite, y a su ritual. De ahí la necesidad de la repetición. Porque su fuerza no está tanto en lo que dice, en el enunciado, como en la enunciación y en su redundancia. ¡Qué difícil les queda a los teóricos de la información entender eso! . Y aunque los publicistas utilicen la teoría para medir y calibrar efectos, y justifiquen la utilización del ícono sobre la palabra desde el punto de vista de la economía informativa, la eficacia social de la publicidad, e incluso su rentabilidad en términos de venta, tienen bien poco que ver con ese tipo de “razones”. Y mucho más con el saqueo que han hecho de las sinrazones, de la experiencia y las técnicas del surrealismo, de su potencial en imágenes, en imaginario. Performativo, el discurso de la publicidad no exige ser aceptado ni comprendido, su verdad y su eficacia, como en el discurso profético o en la palabra mágica, residen por entero en una sola cosa: en su capacidad de ponernos a, de hacernos esperar, y ello tanto en el ámbito de la espera como de la esperanza

De la retórica al discurso

Cualquier discurso genera o segrega una retórica. En la publicidad sin embargo la retórica no es algo segregado ni añadido al discurso, y contra lo que lucha sino al contrario algo de lo que se alimenta sistemáticamente. El “arte de la palabra fingida” ha encontrado en la publicidad un campo colosal de experimentación, bien sea para poner a prueba, y remozar los viejos tropos o para fabricar nuevos. Las modernas tecnologías le proporcionan un fabuloso arsenal de trucos para la enunciación. Pero más allá de los trucos, o mejor a su través, lo que interesa es la articulación de las figuras y las imágenes descubrir que cuanto más profunda, más “real” es la identificación de la imagen con el objeto tanto más se irrealiza el objeto, y entonces las figuras comienzan a hablar de lo que verdaderamente saben: de la ausencia, de cómo la cantidad de signos tapa la falta de sentido, de cómo el lujo cubre la insignificancia. A la retórica publicitaria se le podría reprochar “no pasa nada y tú no dejas de hablar”. Pero quizá sí pasa algo, a lo que hay que remitir ese parloteo incesante, el algo que hace necesarias las figuras, los trucos. La distancia entre la pobreza poética de lo cotidiano y su lujo publicita-

rio acaban remitiéndonos a la historia y a la pulsión: a la matriz de todas las metáforas y todas las metonimias. Intentemos bucear ahí.

Hay una retórica que subyace a las retóricas, informativas o publicitarias. Está hecha de tres operaciones básicas: identificación, sustitución, uniformación (356). La **identificación** señala la operación de fijación de lo social en categorías, en estereotipos, en “modelos concretos”. Se trata del proceso mediante el cual las abstracciones son individualizadas y los individuos se tornan abstractos. Es el discurso de los roles y las funciones, con sus dialectos y sus paradigmas sonoros: el “ejecutivo—moderno”, el “político—con—garra” la “mujer liberada”, la “chica—cosmo”, y también la “prenda—íntima”, o el “sol—de—invierno”. Cada categoría encierra—como dicen—“un mundo”, o mejor su visión, esto es su imagen. No hay más identidad que **reconocida** y todo reconocimiento implica el paso por la mirada y el reenvío a la imagen. Pero como las imágenes también se gastan, la retórica está obligada a categorizar y reclasificar permanentemente el mundo, a un incesante trabajo de semantización, a una renovación incesante del “material distintivo” en su sentido.

Con la **sustitución** se realiza esa operación de que hemos hablado repetidamente a propósito de la fetichización. Es una operación subsidiaria de la anterior ya que sólo es conmutable, y por tanto sustituible lo reconocible. Se trata de una inmensa variedad de sustituciones: del sujeto por el predicado, de la causa por el efecto, del todo por la parte, del fin por los medios, del sentido por la significación. Toda sustitución exige un entramado de equivalencias, no es posible sin éste. Lo cual nos plantea otra articulación: la de toda imagen al proceso de “abstracción” en cuanto operación a escala social. Entre trueque y truco no hay sólo un juego de sonidos sino un parentesco semántico, el que subyace a la figura, a la sustitución del ser por el tener y del desear por el querer tener.

La **uniformación** tiene mucho que ver con la operación que describía Marcuse como unidimensionalización. Equivalentes y sustituibles, nombres y atributos, sujetos y objetos, acaban por asemejarse, más, por volverse “unívocos”—la misma máscara, el mismo grito—, uniformes. Esta tercera operación le plantea a la retórica una contradicción. Todo el esfuerzo de diferenciación en que se empeña la publicidad está minado no sólo por el rápido desgaste de los signos, de las imágenes, sino por el proceso “real” de serialización que

conlleva la producción industrial de los objetos. Por otro lado, mucho de la eficacia y la rentabilidad publicitarias reside en el hecho de que al hablar de cada objeto está hablando de todos, que si las marcas compiten las publicidades se refuerzan unas a otras y el objeto siempre gana. La uniformación señala la paradoja de una redundancia que afecta no a los enunciados sino al acto de enunciación, redundancia de la que la publicidad no puede librarse sin desaparecer, pero cuya saturación amenaza con desequilibrar el circuito Uniformada la percepción, las diferencias tienden a perder su sentido, se tornan irreconocibles.

De la retórica a las retóricas el paso le pertenece—al menos en el caso de la publicidad—a la semiología. Aunque lo hecho hasta ahora no sea más que un desbroce del terreno y en la práctica, de un solo terreno: el de la publicidad impresa. Quedan aún por fuera la de radio y la de TV. Y también esa otra forma extraña y mixta que son las vitrinas, los escaparates de los almacenes. Sobre ellas hice con algunos alumnos una pequeña investigación que nos mostró la posibilidad de ir más allá de la retórica, de alcanzar el discurso. Lo que nos sorprendió es que en esas pseudo—ventanas, por las que— como escribió un alumno— “se echa la casa pero sin romper el vidrio”, también era posible leer el doble discurso burgués que Verón analiza en la prensa. La comparación entre vitrinas de almacenes de barrio burgués y las de un barrio popular presentaba los mismos rasgos claves. Presencia clara de una sintaxis, de una articulación de todos los elementos presentes en la vitrina “burguesa” obedeciendo a paradigmas culturales que equivalen a las clasificaciones de las “secciones”. Este tipo de vitrina organiza su discurso por estaciones—primavera, verano etc.—aunque no existen en el país como es el caso de Colombia; por grandes universos de sexo o de edad: “la mujer”, “el hombre”, “el niño” etc.; por espacios: como “la casa”, “la calle”, “el campo”; por roles: “el ejecutivo”, “el deportista”. De esta manera la heterogeneidad de los objetos es controlada y orientada, enmarcada. En una misma vitrina entre el vestido, el reloj, la revista, el disco, el sillón y la lámpara se establece una malla de reenvíos que ponen a hablar a la vitrina como tal, estableciendo un tipo de enunciación que es ya una lectura de los enunciados particulares de cada objeto. Y ello mediante operadores—posiciones de los objetos, elementos de decoración, orientación de los colores y la luz etc.—que hacen las veces de los signos de puntuación y de otros. Los reenvíos no se agotan en el interior de la vitrina sino que articulan

unas vitrinas a otras: la de “la mujer” con la de “el niño”; y la vitrina con el almacén como conjunto. En este caso la operación de encuadre es perfecta: a la manera como la tapa guiaba la lectura de la revista toda, la vitrina lee el almacén y lo organiza, guía su “lectura”. Nada de eso en la vitrina del barrio popular: en ésta la acumulación y la amalgama no soportan más variedad y organización, más pluralidad y orientación, que la dictada por los tamaños o los colores de los objetos mismos. O todo revuelto o sólo camisas de cualquier tamaño, tipo o uso. Claro que en las vitrinas del barrio popular—en el que también hay “supermercado”—existen “traducciones” de la vitrina burguesa, pero ellas explicitan aún mejor el dialecto de clase.

La semiología inició su lectura de la publicidad en dos textos de Barthes sobre imagen (357) que transplantaban a ésta la lectura ideológica de *Mythologies*. Las herramientas no podían ser en ese momento más elementales—separación de los tres “mensajes”: denotado, connotado y lingüístico, y los dos tipos de implicación de este último en lo icónico, bien como anclaje o como relevo—, pero a través de la búsqueda de los “connotadores” Barthes descubre que “las retóricas varían fatalmente por su substancia pero no por su forma”; y que incluso es probable que no exista sino una sola forma “común al sueño, a la literatura y a la imagen”. Es decir que lo que habla en la imagen publicitaria no puede ser desvinculado, por más que varíe lo que dice, del imaginario que estalla tanto en el texto del sueño como en el de la vigilia. Y como la retórica es “la parte significativa de la ideología” entonces es necesario no perder nunca de vista la polarización que la desgarrar a la vez que la estructura: la dialéctica entre la denotación como lugar de la perenne fascinación de la naturaleza, y la connotación en la que se despliega la intelegibilidad de la cultura con sus símbolos. Y esa dialéctica es una tensión que “carga” a la retórica y que impide al análisis encerrarse en su juego.

Después, el desarrollo de la semiología de la publicidad va a permitir la formalización, el afinamiento de las herramientas, pero va a olvidar en cierta forma la “tensión” que desgarraba la lectura barthiana. Lectura básicamente estético—informática en Eco (358), el estudio de las funciones al modo de Jakobson y de los códigos se agota en la descripción de un cierto juego entre información y retórica a propósito de la redundancia. En el plano práctico, Eco tiene

la lucidez de denunciar la escapatoria en que con frecuencia se convierte la estética para los publicistas” con ilusiones revolucionarias”. Con J. Durand (359) se lleva a cabo la recuperación de la tradición y la sistematización de las traducciones que la retórica publicitaria hace de la vieja retórica literaria, sobre todo en el trasvase de esa retórica a la imagen. Lo que a Durand le interesa en el análisis de la retórica publicitaria está dicho explícitamente: “la pureza y riqueza de su estructura retórica”. El análisis de L. Porcher (360). somete en tal manera los aportes de las diferentes disciplinas a la rejilla estructuralista que la contextualización queda neutralizada. Se plantea como clave el “narcisismo social” pero éste queda en gran parte reducido a marco y no llega a ser objeto del análisis. Es en la obra de G. Péninou (361) en la que la comprensión semiológica del discurso publicitario alcanza su grado máximo, hasta ahora, de formalización. Por una parte se lleva a cabo una reclasificación de los “mensajes” que deben ser leídos en el texto publicitario según las materias y los planos del significante, del significado; de connotación, de denotación; escritural, de referencia al emisor, de pertenencia al género—. Se redefine la jerarquía de las funciones y se establece, a través de esa jerarquía, el esquema comunicacional más completo que se haya propuesto hasta ahora. Como conclusión a ese esquema hay algo que merece la pena reseñarse: “la imagen publicitaria vuelve resueltamente la espalda a la mimesis y penetra en la poiesis; y no en la estética—poesía del para sí—sino en la retórica o poética para los otros” (362). Por otra parte Péninou propone, por primera vez en una lectura de publicidad, un análisis de las operaciones, de los códigos de enunciación. Partiendo de una nueva topología global de los mensajes—referencial, implicativo y poético—y desglosando los actos del discurso—denominación predicación, exaltación—realiza un análisis de una riqueza y de un rigor formidables. Y sin embargo vencida la fascinación que producen los juegos de la estructura y la cantidad de códigos descodificados, queda una cierta sensación de vacío, de ausencia, como si al adentrarse en el mundo de la publicidad se hubiera perdido de vista ese otro mundo del que la publicidad habla, el que desgarrar la retórica impidiéndole encerrarse en su espejismo.

Para analizar la publicidad televisiva se necesita una lectura más intertextual. Comenzando porque aquí es imposible analizar aisladamente la retórica, esto es desvinculada de los textos que enmarca o en los que se inscribe. Una lectura que dejara por fuera esa in-

tertextualidad dejaría por fuera precisamente lo televisivo. No es lo mismo encontrarse un anuncio publicitario a la vuelta de la página que “cortando” el movimiento de la imagen. Para el análisis de la publicidad impresa el tiempo no cuenta, en la de televisión el tiempo es fundamental, tanto por lo que respecta a la duración del spot—la constricción económica transformada en exigencia de carácter estético y de ritmo—como a la manera en que el spot se inserta en el tiempo de la emisión y en la temporalidad de la narración. El “texto” publicitario, tal y como aparece en la inmensa mayoría de las televisiones del mundo y especialmente en el modelo elaborado por su más grande productor, los EE.UU., funciona como **encuadre del discurso televisivo**, esto es como guía de lectura ubicada en relación no al plano manifiesto de los contenidos, de los programas, sino “a ciertas operaciones semánticas profundas que subyace al conjunto del discurso” (363). En ese plano la dimensión metalingüística del texto publicitario no “ nombra ” evidentemente al programa que le sigue o al interior del cual aparece, aún cuando no deja de tener ciertas relaciones con él puesto que es ese texto el que lo “ programa ” y no sólo en el ámbito puramente financiero sino en el de la organización de la temporalidad televisiva: mañana, medio día, tarde, media tarde, noche; esto es los horarios que reglamentan el “ precio ” de la emisión del texto y del “ valor ” del programa. Por otra parte, están los paradigmas de clasificación de las “ secciones ”: entretenimiento y en él las telenovelas, los musicales los concursos; información y en él noticieros, ciertos debates, ciertas emisiones “ en directo ”; culturales y en él el teatro, ciertos concursos sabios. En un muestreo efectuado sobre el canal nacional colombiano pudimos comprobar efectivamente la relación existente entre el tipo de horario de emisión, cierto tipo de programa y cierto tipo tanto de objeto publicitado—de uso familiar, de uso personal, de promoción social, de servicios etc; o bien referentes al ocio, a la higiene y la belleza, a la alimentación etc.— como de texto publicitario: dibujo fijo o animado, película de estudio o “ al natural ”, tipos de voces, de músicas o de efectos sonoros, e incluso ciertas diferencias en la calidad estética. En este caso las constantes descubiertas no operan según una relación de fatalidad (causa/efecto) pero sí configuran y dejan entrever algunos rasgos y algunas operaciones de eso que llamamos “ eficacia del ritual ”, y que mezcla y entreteje factores visualizables y contabilizables con otros que sólo es posible atisbar y nombrar. Diríamos que la relación del texto publicitario al discurso televisivo es en parte la de los semanarios

burgueses, ya que opera por “referencia anafórica”: no hay identificadores explícitos sino co-presencia y contextualidad; y en parte la del semanario popular primordialmente por la redundancia. Con ésta queremos señalar la “carga” de publicidad en su relación a la capacidad de resistencia del programa y del espectador. El espacio más denso en ese sentido es el de algunos noticieros, que a la cantidad de spots que cortan cada cinco minutos la emisión añaden toda la publicidad que lo atraviesa de múltiples maneras: publicidad—foto fija—del producto que patrocina el programa y sobre la que éste se abre, y que permanece a la vista durante la mayoría del tiempo salvo cuando la cámara enfoca otras fotos fijas de productos que patrocinan noticias por secciones como las deportivas las internacionales, las económicas; además éstas secciones se inician con una frase del locutor que dice más o menos: “la marca tal les ofrece las noticias tales”; una marca de reloj da la hora una o dos veces en el programa. El “encuadre” se convierte así en travesía que permite al imaginario comercial navegar a través del ver hasta los bajos fondos en los que la demanda de información, de entretención o de cultura es atrapada y moldeada por las equivalencias de la demanda comercial. El espectáculo se articula así a la presión que ejerce el resto de lo social para que no salgamos del estadio del espejo: esto es del reconocimiento en y por las imágenes—objetos.

4. La tele—visión—emisión—narración

De manera mucho más fuerte que en el caso de la prensa decir televisión es nombrar demasiadas cosas juntas, un montón de cosas diferentes: noticieros, concursos, novelas, musicales, debates, deportes etc. Y sin embargo pienso que no es por esa demarcación que pasan las diferencias de fondo. Demasiado evidente y exterior el criterio de separación por “programas” deja por fuera con facilidad lo que el fenómeno televisivo tiene de contextualizador. No se trata de negar la posibilidad y la necesidad de estudiar cada tipo de programa, sino de plantear que no es ahí que se sitúa el desglose capaz de ayudarnos a penetrar las operaciones que articulan las operaciones del discurso televisivo a los mecanismos de poder. Se me ocurre que un camino a explorar es el que desglosa las operaciones del ver de las del emitir y el narrar. Con el ver queremos señalar la implicación del mirar en el tipo de percepción visual que la TV exige y conforma. Con el emitir se señala la operación que se materializa en la pantalla, la operación de producción, el tipo de contacto que

establece y el problema de las “interferencias” culturales. El narrar indica un ámbito de intertextualidad—telenovela, fotonovela, historietas etc—y por tanto de escritura. Escritura que a penas comienza a ser investigada, y de la que es imposible dar cuenta sin recurrir al emitir, en cuanto éste determina ciertas condiciones de producción y materialización de un ver que a su vez está marcado y marca, conforma sociológica y psicológicamente, la percepción que trabaja la escritura. Con disculpas por la borrosidad que aún presenta intentaré trazar las líneas de ese mapa.

La tele—“visión” como anti—ideología

El privilegio actual del ver sobre la palabra constituye un fenómeno cultural importante pero también uno de los lugares comunes más simples. Tanto para los que ello es “efecto” de las modernas técnicas y hecho de progreso, como para los que piensan que es con la degeneración de la conciencia humana que hay que relacionarlo. Tan metafísica es una posición como la otra, e igualmente explotables comercial e ideológicamente. Y sin perdernos en la filosofía es necesario interrogar ese fenómeno de la modernidad, su profunda vinculación a una concepción del conocer que identifica éste con el ver y la verdad con la experiencia inmediata, con la transparencia. El culto a la imagen y el empirismo están estrechamente unidos, como lo demuestra la actual cultura norteamericana, esa precisamente en la que se ha gestado el fenómeno TV.

No me resisto a la tentación de transcribir un pequeño texto que plantea con toda claridad el problema: “Empíricos, pragmáticos y profundamente desconfiados respecto de las ideologías, los americanos no se escandalizan sin embargo si la Casa Blanca lanza la “operación Candor” como una campaña de marketing, cuyo objetivo declarado es mejorar la imagen del Presidente después de Watergate. Igualmente “empíricos” en sus investigaciones, los antropólogos de Harvard rechazan las “especulaciones” de Mauss o Levi-Strauss y se atienen estrictamente a lo que el indio Juan o la patrona María les cuentan sobre su concepción de Dios o de las estaciones. Sólo que el indio Juan pronto aprende que cuanto más larga y barroca sea su historia más propina saca. De modo que bajo los dólares, hacen proliferar en México tantos mitos y tradiciones como tesis doctorales deben escribirse en USA. Tesis todas, claro está, que transcribirán con toda exactitud las observaciones y entrevis-

tas realizadas. La conclusión de mi mujer, luego de trabajar con los antropólogos de Harvard, creo que es en este sentido definitiva: puesto que ellos son empíricos y se niega a inventar teoría lo que inventan—o pagan para que les inventen—son los hechos mismos” (364). Es decir que el mito del “fin de las ideologías” tiene mucho que ver con la pasión por las “iconologías”, con la creencia en la verdad que inmediatamente nos aportarían las imágenes, y con el convencimiento de que objetividad viene de objetivo, del de la cámara. Como si sólo la palabra fuera habitable por la ideología y la imagen fuera inmune a ella, estuviera por fuera de los juegos del sentido, Es contra esas lusiones, contra lo que ellas tienen de simplificación del espesor histórico de que está hecho el vivir de los hombres, y por tanto de mistificación de las razones que los hombres se dan para vivir, para dominar o para soportar la dominación, que Marx y Freud elaboraron sus “teorías”. Y en ese punto el acuerdo de ambos es completo: la necesidad de desmontar el ver como garantía para pensarlo como “pantalla” que al mismo tiempo hace e impide ver, la necesidad de desmontar “la identidad del ver y del no ver en el ver” (365). Ya Platón, en el mito de la caverna, había analizado con detalle el proceso mediante el cual los hombres sentados frente a la pared sobre la que se forman las figuras que reflejan—por efecto de luz—los objetos, los animales y las personas que circulan a sus espaldas, fuera de la caverna, toman esas figuras por la realidad, por la única realidad posible. Y aún cuando el dispositivo que el mito describe se parece punto por punto al del cine—la luz viene de atrás—, el proceso descrito vale igualmente para la televisión. Pared, pantalla o escena, lo que ellas plantean no es un puro fenómeno físico sino eso que Freud llama en la Interpretación de los sueños el “lugar psíquico”, el lugar “donde se forma la imagen”.

Ningún otro medio, ni el cine, había logrado identificar el lugar donde se forma la imagen con el lugar donde transcurre “lo real”. Sólo la TV con su “toma directa” (366) es capaz de hacernos ver el acontecimiento en el lugar y en el tiempo en que éste sucede. Como el hombre de la caverna platónica, el televidente ve y ese ver es para él experiencia inmediata. Todo el complejo, el colosal entramado de procesos y mecanismos técnicos, sociales, económicos que median entre el ver de la cámara y el de su ojo desaparecen. Sentado frente al televisor el hombre siente que está frente a la realidad. Y una vez que ha sido incorporada esa sensación poco impor

ta ya que la toma sea directa o diferida, lo único importante, lo definitivo es la co—incidencia de los dos lugares en el tiempo del “ lugar psíquico ”.

Estamos aquí también ante un doble juego. Por una parte la TV extrae su fuerza, su valor y su eficacia de su capacidad de desaparecer, de retirarse de la atención en el mismo momento en que el televidente es puesto en contacto con lo que pasa al “otro lado”. Pero al mismo tiempo, la TV necesita darse, ponerse a sí como prueba como garantía de la verdad del milagro. “La televisión siente al mundo tan interior a sí misma que se utiliza a sí misma como cita y testimonio del acontecimiento auténtico. Y una vez que el televisor se ha convertido en protagonista la condena al espectáculo y a la separación parece irreversible” (367). Haciéndonos ver lo que ella ha visto antes o lo que ve, el hecho de que ella es la que ve lo que miramos, la TV produce la identificación del acontecimiento con el espectáculo, es decir lleva a cabo el circuito de la transparencia. Qué mayor experiencia que ver cómo una bomba hace saltar por los aires al reportero?. A partir de ahí el espectador siente que la TV puede ofrecerlo todo y tenderá a pedirle de todo. Porque vistas sus pasiones y sus miedos, sus luchas y hasta sus frustraciones son mucho más vivas y apasionantes. El doble juego ha logrado que la percepción del mundo sea devorado por el espectáculo.

La proyección “interior” hace de la pantalla de televisión un espejo aún más concentrado, esto es que conduce más imperiosamente al espectador a identificarse con lo que pone en escena el espectáculo, y a olvidar aquello que, invisible, hace ver: tanto en el plano del dispositivo técnico—económico que hace posible la imagen, como en el del dispositivo psíquico en que fermenta el imaginario. Identificación, esto es reconocimiento—deslumbramiento. Colocado ante un proceso parecido Brecht planteaba la necesidad del distanciamiento que haga de la escena una provocación a la reflexión crítica y no a la hipnosis. Pero el distanciamiento no es una actitud interior del espectador sino un cambio en el proceso mismo de “emisión”. No se trata de que el espectador se distancie, como quien se define, sino de que el espectáculo produzca el espacio en el que sea posible integrar la crítica al placer en el que mirar sea una actividad y el ver contenga posibilidades de “crear”.

La tele—"emisión" y las interferencias de la cultura pobre

Lo que en su ver el tele—vidente no ve es que la "sed filmada" es ya una reflexión sobre la sed. Lo que no puede ver, y se le escapa es la "tasa de plusvalía figurativa" (368) producida en la desaparición del instrumento y del proceso de trabajo fuera del campo semántico de la imagen, que se ve. Sabemos que ese proceso, por más rápido, por más corto que sea el tiempo en que se realice, cubre una gama de operaciones tecno—discursivas de selección, de combinación, de ajuste, de montaje. Que lo que se ve en la pantalla es el punto final del complejo proceso de emitir. Proceso que en su esquema elemental comprende: un enfoque previsto así sea mínimamente—al menos por la pericia del camarógrafo, por ese código del saber—hacer que es parte del ritual según una selección de ángulos y de planos, que multiplicado por un número más o menos grande de monitores llega hasta el tablero de un director que escoge de entre esas diferentes imágenes la que será puesta en onda. Ese trabajo en varias instancias, de selección, de montaje, de construcción y por tanto de interpretación, de reflexión, se produce aún en la toma directa y simultánea. Lo que vemos en la pantalla son imágenes que resultan de otro ver que lee y escribe "para nosotros". Y este ver, el que fabrica las imágenes, es bastante menos el del ojo—conciencia—del camarógrafo o del director que el del dispositivo social, ideológico—mercantil, que en cuanto conjunto de reglas, en cuanto código, materializa el proceso de producción que regula el proceso de emisión.

Ese proceso no se agota en lo que queda "detrás" de la pantalla, se prolonga y "realiza" en la pantalla encendida como espacio socio—psicológico, como temporalidad reguladora de lo cotidiano y como objeto—ritual "prenda de reconocimiento, de integración, de legitimidad social" (369). Entendido así el proceso de emisión, creo posible afirmar que es en él que la TV se diferencia de los otros medios y fundamentalmente del cine: diferencias que van desde las socio—técnicas—pequeña pantalla frente a la grande, espacio privado frente a público, sala con luz a sala oscura, a las psicológicas que las anteriores entrañan—atención flotante frente a atención fija, concentración interior frente a la impuesta desde el exterior, sensación de espontaneidad frente a sensación de artificio etc—, y a las diferencias de "programación" especialmente en cuanto al tipo

de “géneros” que son mayoritarios en un medio o en el otro, como por ejemplo la presencia en la TV de géneros no narrativos como el debate, el concurso etc. (370).

Todo ello produce un proceso específico de participación de la parte del tele—vidente—espectador, un proceso de implicación en la emisión. Ya de suyo la comunicación visual disminuye la vigilancia del espectador, las imágenes “aspiran” al que las mira. En el caso de la TV la falta de un entorno ritual, su ubicación en el ámbito de lo familiar—cotidiano refuerza esa situación y actitud de no recelo, de “simpatía”. Puesto que forma parte de la familia, la pantalla encendida pierde todo carácter de agresor y se convierte en la gran compañera, esa de cuya fidelidad es de las pocas que puede estar uno seguro hoy. La “invasión” que la pequeña pantalla produce, la dominación que impone, son sentidas como liberación por el tele—espectador habitual. Las encuestas han demostrado que para millones de personas en el mundo entero la televisión es sentida tan necesaria como la droga en un drogadicto y tan cotidiana y cercana como un amigo. Toda la exigencia de concentración, de entrega, es producida desde el “interior” tanto del objeto—aparato como de los sujetos. Ninguna ceremonia, ninguna presión exterior. Pero entonces, a diferencias de la radio que puede acompañar “desde fuera”, como dice McLuhan. Te acompaña, te es fiel pero sólo en la medida en que te le dedicas. Es del mismo modo que opera el ritual y el espectáculo: si no te dejas arrebatar permanecerás “fuera de onda” en todos los sentidos de la expresión. Creemos jugar con ella pero es la TV la que juega con nosotros. Nos damos el pretexto de estar con el mundo para poder estar con ella, como en el rito de Nueva Guinea con el pretexto de la guerra las mujeres se entregan a la danza. Y no hay ninguna contradicción entre esta afirmación y las hechas anteriormente. También los contenidos de que está y las hechas anteriormente. También los contenidos de que está hecho el “suceso” pertenecen al mundo y sin embargo el suceso nos saca del él. De igual forma en el rito y el espectáculo la mediación se expresa hasta constituir ella misma la verdadera experiencia: el placer de jugar acaba siendo más importante que aquello a que se juega.

La magia del ver, la coincidencia de imagen, visión y presencia, pone en movimiento mecanismos de simbolización, “una tupida red de hábitos mentales y de residuos culturales profundos, (. . .) de sistemas y subsistemas culturales yacentes debajo de los instrumen-

tos expresivos normales de las culturas dominantes" (371), y que no pueden dejar de interferir en la significación de todo el fenómeno. Es hacia aquí que apuntaba desde el comienzo mi propuesta de análisis, y a la que la lúcida proposición de Colombo viene a aportar una pista concreta de trabajo, especialmente importante en la investigación de la TV en América Latina. Por debajo del funcionamiento de la cultura "masiva", atravesándolo e interfiriéndolo constantemente, la que Colombo llama "cultura pobre" traza su propio sendero transformando el sentido de las expresiones y de los contenidos. Y ese proceso es en cierta medida la revancha del modo oprimido de percepción sobre el que le domina y está a punto de hacerlo desaparecer. A través de ese "ruido", que los emisores sienten y quisieran a toda costa hacer desaparecer, lo que queda de la otra cultura, de la oprimida, habla, intenta hablar. El problema es que la gritería de los teóricos de la información y de los massmediólogos empiristas y pragmáticos nos ha vuelto sordos a la palabra que pugna por abrirse camino desde el silencio de nuestras culturas pobres. Estas culturas hablan en un idioma que desconocemos casi por completo y para cuyo aprendizaje nuestro sofisticado instrumental es con frecuencia más un obstáculo que una ayuda.

La tele—"narración" y el comercio de lo popular

Más que de las formas particulares de narrar, que hasta ahora la investigación ha reducido a la famosa "toma directa", y que en mi opinión se hallan aún más que en esa en las "fórmulas" de la publicidad, a lo que quiero referirme en esta última parte es a lo que podríamos llamar la "escritura masiva". Con ello denominamos la dimensión lingüística y translingüística de la llamada "cultura de masas" y la intertextualidad que atraviesa, articulándolos en cierta forma, el texto de la telenovela, del comics o historietas, del cine "comercial", de la canción "popular" etc. Una vez más, no se trata de descartar las diferencias entre telenovela y radionovela, o de éstas con la fotonovela, sino de señalar algunos puntos en la red de las equivalencias que sustentan las particularidades, las especificidades.

Un primer punto -ya indicado a propósito de las implicaciones que en la investigación semiológica ha tenido y sigue teniendo la

metafísica del significante- es la negación que suele hacersele al discurso masivo de su carácter de "escritura". Al separar tajantemente la "palabra comunicativa", el lenguaje de la comunicación, del lenguaje "productivo", del "texto" literario, aquél es reducido a pasiva transmisión de información, a lugar de la reproducción ideológica y del sucio comercio; para de ese modo, poder hacer del lenguaje literario el lugar de la Escritura, esto es del trabajo revolucionario, de la producción, de la práctica que transforma a los escritores en auténticos trabajadores redimiéndolos de su ancestro burgués o pequeño-burgués y convirtiéndolos en revolucionarios. Y sin negar las "profundas diferencias" entre la escritura culta y la masiva, es necesario romper con la falsa evidencia y la presunción elitista a partir de la cual los escritores y críticos de la cultura culta perciben y juzgan la cultura masiva. Y en las izquierdas esa evidencia y esa presunción son tan frecuentes y pertinaces como en la derecha. Pienso que en buena parte, tanto para unos como para otros, se trata de un secreto mecanismo de defensa, muy "complejo", con muchas dimensiones... pero a la vez bastante elemental y explicable en las actuales condiciones de "proletarización" acelerada en que se encuentra la "inteligencia". No vamos a repetir el discurso de los apocalípticos y los integrados ante la cultura de masas (372). Lo que sí quisiera señalar es que tan escritura es la masiva como la culta, que en aquella también se hace y se deshace la lengua, también en ella trabajan la historia y la pulsión, de la misma manera que en la culta, quisiera o no, se reproduce el sistema y el sucio comercio incuba su demanda. Como dijo W. Benjamin, a propósito de los que la negaban a la fotografía el carácter de "arte", a los que le niegan al discurso masivo el derecho a llamarse escritura hay que decirles que es su propio arte, y su propia escritura la que, sin que ellos se den cuenta, está siendo radicalmente transformada por el discurso de la mass-mediación. Porque no tiene el gusto de la élite, porque sabe a otra cosa, la cultura masiva es soberanamente declarada "sin gusto" o de "mal gusto", pero, se pregunta M. Dufrenne, en cual de las dos hay más placer? y añade: "Viva el melodrama, en que la gente llora y tanto peor para el intelectual al que deshonra llorar. Viva la canción que encanta y tanto peor para los lectores de la novela telqueliana. Dejemos de buscar un arte nuevo cuya delectación nos diferencie aún más. Tengamos el coraje de nuestros placeres: confesemos, y sin condescendencia, que nos gustan las canciones populares, las historietas, y no pocas veces el cine comercial" (373). Porque entonces lo que criticaremos a la cultura masi-

va no es que no tenga la altura requerida por el "arte", o que corrompa la pureza de la cultura culta, sino algo muy distinto: el que infravalore lo que hay de más intenso en el placer, o el placer más intenso, el de inventar, el de "crear". Pero atención, porque si colocamos el problema no del lado de los que producen sino de los que consumen, lo dicho afecta tanto a los consumidores de la una como de la otra, que también es leída desde el "encuadre" que entraña el consumo. Lo cual nos lleva a plantear que el problema de fondo no es qué cultura le conviene a las masas sino qué cultura pueden ellas producir. Que el operador "de", entre cultura y masas, deje de significar "para" y llegue a significar verdaderamente "de". Lo cual implica que ese "de" comience por afectar su trabajo, los frutos de su trabajo, sus sueños, pero implica también que una manera de caminar hacia allá es empezar por romper los modelos que se ven obligados a imitar cuando quieren hacer cultura. Y eso ya no es problema únicamente de los Medios, sino de las cátedras, y de los aparatos culturales de los partidos incluidos los de izquierda y de las vanguardias en no pocos casos.

La escritura masiva está exigiendo un nuevo tipo de lectura crítica capaz de desmontar las operaciones en que se constituye, y mediante las cuales, visual, auditiva o audiovisual, esa escritura controla y neutraliza las contradicciones, hace aceptable lo intolerable hasta tornar sádicamente excitante el espectáculo de un mundo desgarrado, donde millones de hombres son oprimidos: el mundo de la explotación económica, de la segregación racial, de la guerra, del hambre. Es ahí que la tele-narración juega un papel "particular", y que la crítica debe ser certera. Empezando por no dejarse despistar por las diferencias de género. El discurso que hace aceptable la opresión trabaja por igual los noticieros que las telenovelas, los enlatados policiales que los concursos. Por ejemplo, los concursos proponen una concepción radicalmente pasiva y memorística de la cultura, una concepción comercial, de la cultura como acumulación y como mero reflejo de un aprendizaje que excluye cualquier intervención creativa. Y lo peor es que esa concepción "televista" divierte y no plantea problema alguno a los "revolucionarios" de la pedagogía que cantan cada día el requiem a la escuela y esperan de la televisión la nueva pedagogía verdaderamente democrática (!). Tan democrática como los programas de entrevistas en los que el entrevistado está obligado siempre a responder y jamás le es permitido a él hacer la pregunta.

Lo que hace especialmente conservadora a la cultura masiva es la tendencia a aplicar indefinidamente la fórmula que tuvo éxito, el control que la fórmula ejerce sobre cualquier palabra que rompa la receta. Y aún cuando en últimas ello no es más que un caso del proceso de control que toda lengua ejerce sobre la palabra, o del código contra todo aquello que amenace su estabilidad, en el caso de la escritura masiva esto tiene un carácter especial, ya que es a las masas a las que se hace cargar con la responsabilidad de la mediocridad de los productos a los que se les ha puesto su nombre. Se parte de la imagen que la burguesía tiene de las masas y después se hace todo lo posible para que éstas sientan como de ellas lo que en la mayoría de los casos no tiene nada que ver con ellas y sí mucho con la versión comercial de las “necesidades populares”. Es ese círculo vicioso, según el cual el éxito de público prueba la validez popular de la fórmula, el que es necesario hacer estallar sin caer ni en el pesimismo de los que piensan que lo popular o no existe o ha sido completamente digerido, podrido por lo masivo, ni en el optimismo populista para el que el día después de la toma del poder por las masas éstas no tendrán más que tomar su “verdadera” cultura, hasta entonces soterrada, y hacerla “oficial”.

En esa búsqueda, una pequeña investigación sobre telenovelas, fotonovelas y cine “comercial”, guiada por los trabajos de Propp (374) y de Greimas, me hizo entrever cómo la estructura de las funciones y los actantes del cuento popular, más allá de su juego formal, permite acotar un cierto espacio de operaciones perfectamente asimiladas por la escritura masiva contemporánea. Ello sorprende dado que esta escritura se halla en el extremo opuesto a la del cuento popular o maravilloso pues no va de la versión oral, como versión original, a la escritura, sino al revés. De manera que si el cuento popular, aún escrito conservaba la “forma oral”, ahora esa forma es producida directamente por el texto escrito como prueba de “popularidad”. Lo que me llamó la atención no fue que la telenovela, el enlatado policial, el film “comercial” fueran enalizables en términos de funciones y actantes, que respondieran a un cierto esquema de conductas estereotipadas, sino que una escritura tan “textual” y urbana como la de las teleseries siguiera respondiendo tan claramente a la organización “clásica”, religiosa, del espacio, y la función tradicional del héroe. Un espacio partido en dos, el espacio “real”, aquel en que se plantean los problemas, en que sucede el mal, y un espacio “mágico”, aquel en que el problema es resuel-

to y el mal es reparado. Con la misma incapacidad por parte de los que “sufren” de poner por sí mismo remedio a sus problemas, y su necesidad entonces del Héroe que, proveniente de un “tercer espacio”, es el único que puede viajar del espacio en que se encuentra el mal al otro, al mágico donde se encuentra la solución; y de retornar al espacio de los que sufren con el remedio, con la salvación. Las “razones” por las que esa estructura narrativa sigue siendo válida en un Medio tan diferente a aquel en que surgió rebasan el fenómeno de la escritura claro está, pero es en ella que hay que buscarlas, so pena de convertir al afuera de la escritura en un espacio mágico del que provendría una solución que no dejaría por tanto de ser mágica. El trabajo ideológico, en este caso se sitúa en la escritura misma ya que es en ella, y no en ningún tipo de contenidos, que se configura y plasma la organización de ese espacio, cuyas “figuras” pueden variar al infinito, desde las simplonas de las fotonovelas a las mucho más complejas de ciertas novelas policíacas o de ciertas teleseries norteamericanas. La transformación que está afectando a la organización del espacio y a la contextura del héroe-policía de las teleseries -incorporación de la mujer a ese rol, “humanización” extrema del personaje, contradicción entre misión y conciencia del héroe, etc.- está afectando también claramente a la escritura: al tipo de planos que predominan, a la disolución de la estructura lineal, al ritmo, introducción incluso angulaciones, raccords, puntuaciones enormemente novedosas para lo que las tradicionales fórmulas solían resistir. Lo cual señala una evolución que hay que leer sin ningún tipo de mecanicismo o de optimismo, ya que al mismo tiempo la TV norteamericana está lanzando otros telefilms policíacos radicalmente fascistas, y en los que la escritura es de un esquematismo y de una simplonería tan grande como la de las historietas más ramplonas. En la búsqueda de una lectura de la escritura masiva que ayude a articular las “formas” y las prácticas me parecen sumamente importantes los trabajos de R. Gubern sobre “estructuras iterativas” y el melodrama (375), y los de Greimas sobre la “etno-literatura” (376)

No puedo terminar estas notas sobre la “escritura masiva” sin dejar planteada una pregunta con la que pongo fin al texto: por qué el nuevo modo de ver y de narrar que es hoy la literatura latinoamericana, no se escapa del libro para entrar en las masas? . Cuántos son los millones de latinoamericanos que o no saben leer o económicamente jamás tendrán acceso a las novelas, a los cuentos, a los

poemas en que se está reescribiendo, rescatando la historia de estos pueblos? . Mi pregunta no impugna el libro, pero tampoco quedaría respondida con adaptaciones, con traducciones, de lo ya hecho a imágenes. Porque lo que necesitamos es que ese nuevo modo de ver haga estallar los códigos con que el comercio castra el cine y la televisión. Si de lo que se trata en la literatura es de liberar la historia desde el imaginario, necesitamos que esa liberación trabaje allí donde el imaginario de las masas es cotidianamente atrapado y vuelto contra ellas, allí donde los sueños son convertidos en ensoñación y somnolencia, allí donde la solidaridad que viene del trabajo es convertida en egoísmo consumista, allí donde se escamotea sistemáticamente la experiencia, y el coraje y la rabia son funcionalizados. Pienso que no podemos exagerar la eficacia de los Medios, pero pienso también en lo que sería para millones de latinoamericanos “analfabetos” un cine y una televisión que trabajaran lo fantástico como rechazo y oposición a la impostura, como rasgadura de lo pseudoconcreto, como revés de la trama positivista, como “la posibilidad amputada, segmentada, parcial, de reintegrar a la experiencia humana los contenidos que le son negados sin cesar en el campo de la conciencia, al mismo tiempo que como posibilidad de comunicar una condición constante: la búsqueda incesante de lo nuevo” (377).

referencias

- (1) T. VASCONI, Teoría de la dependencia, Doc. Spes No. 9 pág. 10
- (2) Ibid., pág. 11, el subrayado es mío.
- (3) P. FREIRE, La pedagogía del oprimido. D. RIBEIRO, Configuraciones histórico-culturales de los pueblos americanos, y L'enfantement de peuples. F. FANON, Los condenados de la tierra. (Las referencias completas en la Bibliografía).
- (4) A.S. BONDY, Existe una filosofía de nuestra América? .
- (5) E. VERON, Las ideologías están entre nosotros, en Conducta, estructura y comunicación.
- (6) A. GARCIA, Puede existir una ciencia social latinoamericana? en CHASQUI No. 1, pág. 34.
- (7) E. VERON, Conducta, estructura, comunicación, pág. 279.
- (8) A. MATTELART, La comunicación masiva en el proceso de liberación, pág. 23.
- (9) L.R. BELTRAN, Premisas, Objetos y métodos foráneos en la investigación sobre comunicación en Latinoamérica, pág. 9.
- (10) A. MATTELART, Comunicación de masas: el marco de un análisis ideológico, en Medios de comunicación: mito burgués vs. lucha de clases, pág. 37—82.
- (11) Ibid., pág. 52.
- (12) A. MATTELART, La ideología de la dominación en una sociedad dependiente, pág. 38.

- (13) H. SCHMUCLER, La investigación sobre comunicación masiva, en *Comunicación y cultura* No. 4, pág. 5.
- (14) A.L. LASSWELL, *The Estructure and Function of Communication in Society*, New York, 1948.
- (15) Sobre la "perversión que supone la reducción de la comunicación a transmisión unidireccional de información, ver A. PASCAL, Sobre algunas implicaciones dialécticas entre información y cultura de masas, en la *Revista nacional de cultura*, Caracas, Este punto será estudiado detalladamente en la parte dedicada al *Discurso de los Medios*
- (16) M. McLUHAN. La comprensión de los medios como las extensiones del hombre, México, 1.969
- (17) L. ACOSTA, Penetración cultural del imperialismo en A. L., pág. 46.
- (18) T. ADORNO, E. MORIN, La industria cultural, pág. 11. Ver también el texto de Adorno reescrito y con respuesta a los que le acusan de "apocalíptico" en *Comunicacao en industria cultural*, selección de textos realizada por G. Cohn, págs. 286—295.
- (19) A. MATTELART, La comunicación masiva en el proceso de liberación, pág. 74.
- (20) P. BIEDMA, Comunicación de masas y revolución socialista, pág. 226
- (21) H.I. SCHILLER, Comunicación de masas e imperialismo yanqui pág. 11.
- (22) A. MATTELART, El imperialismo en busca de la revolución cultural en *Comunicación y cultura* No. 1 págs. 146—225. Y *Hacia la financiación de los aparatos ideológicos del "Estado multinacional"*, en *Comunicación y cultura* No. 4, págs. 73—117.
- (23) M. KAPLUM, La comunicación de masas en A. L. Bogotá, 1973, Y su trabajo en Radio. TV y Cultura en A. L. Ciespal, Quito, 1975.
- (24) P. SCHENKEL, La estructura de poder de los medios de comunicación en cinco países latinoamericanos, en *Comunicación cambio social*, pásg. 13—56
- (25) A. MATTELART, *Agresión desde el espacio*, Buenos Aires, 1973
- (26) E. VERON, Ideología y comunicación de masas: La semantización de la violencia política, en *Lenguaje y Comunicación*, págs. 133—190.
- (27) E. VERON, *Conducta, estructura y comunicación*, pág. 270.
- (28) A. MATTELART, La comunicación masiva en el proceso de liberación, pág. 12.
- (29) E. VERON, *ibid*, pág. 271.
- (30) A, MATTELART, *ibid.*, pág. 35.
- (31) A. MATTELART, La ideología de la dominación en una sociedad dependiente, págs. 44—54

- (32) El más completo trabajo de organización bibliográfica que conocemos sobre el cambio de perspectiva en la investigación de comunicación masiva se encuentra en *La investigación en comunicación en Latinoamérica: indagación con anteojeras?*. recopilación de L. R. Beltrán, Bogotá, 1976. Ver también la bibliografía recogida en el No. 1 de la Revista LENGUAJES, Buenos Aires, 1974.
- (33) A. DORFMAN, A. MATTELART, Para leer el pato Donald, pág. 151
- (34) H. ASSMANN, las necesidades emotivo—utópicas de las masas y la comunicación, en *Comunicación y cambio social*, págs. 263—278.
- (35) A. M. ENZENSBERGER, Elementos para una teoría de los medios de comunicación, Barcelona, 1972.
- (36) H. VALDES, La discusión cultural chilena, en *Cultura y comunicaciones de masa*, pág. 19
- (37) *Ibid*, pág. 15.
- (38) A. MOLES, *Sociodynamique de la culture*, La Haye, 1971. Y sus trabajos en la revista *COMMUNICATIONS* Nos. 7,13,14, sobre radio TV, los objetos, la civilización industrial. De los últimos hay traducción castellana en la Edit. Tiempo contemporáneo de Buenos Aires.
- (39) P. SCHAEFFER, *Representation et communication*, en *Semiotique de la representation*, págs. 167—193.
- (40) F. ROSSI—LANDI, Sobre el dinero lingüístico, en *Locura y sociedad segregativa*, págs. 128—159.
- (41) J. LACAN, *Ecrits II*, pág. 167.
- (42) A. LEROI—GOURHAN, El gesto y la palabra, págs. 233 y ss.
- (43) F. COLOMBO, Televisión: la realidad como espectáculo, pág. 70
- (44) M. FOUCAULT, Les intellectuels et le pouvoir, en *L'ARC*, No. 49, pág. 8. Y *La volonté de savoir*, pág. 133.
- (45) J. LOTMAN, El problema de una tipología de las culturas, en los sistemas de signos, p. 98
- (46) M. FOUCAULT, Les mot et les choses, pág. 12. La arqueología del saber, pág. 322—324.
- (47) J. KRISTEVA, *Semeiotike*, pág. 60 y ss.
- (48) *Ibid.*, pág. 116
- (49) M. FOUCAULT, *ibid.*, pág. 49 y ss.
- (50) A. LEROI—GOURHAN, El gesto y la palabra, pág. 185—249;
- (51) C. LEVI—STRAUSS, La estructura de los mitos, en *Atropología estructural*, pág. 186.
- (52) Sobre la transformación del espacio simbólico: E. PANOFKY *Estudios sobre Iconología*. P. FRANCASTEL, *Estudios de sociologie de l'art*. Sobre la transformación de la escena teatral: J. DUVING—

- NAUD, Spectacle et société. La referencia completa en la bibliografía.
- (53) Las citas están tomadas de la edición Paulet—1969, pág. 7 y 22.
- (54) M. SERRES, *Hermes. La communication*, pág. 33.
- (55) F. DE SAUSSURE, *Cours de Linguistique générale*, pág. 23.
- (56) O. DUCROT, El estructuralismo en lingüística, en *Qué es el estructuralismo*, pág. 55.
- (57) R. JACOBSON, *Essais de linguistique générale*, págs. 213—219.
- (58) F. DE SAUSSURE, *Cours*, pág. 33.
- (59) F. DE SAUSSURE, *Fuentes manuscritas y estudios críticos*, pág. 30
- (60) F. DE SAUSSURE, *Cours*, pág. 57
- (61) T. DE MAURO, *Introduction al Cours*, pág. XIV.
- (62) E. BENVENISTE, Nature du signe linguistique, en *Problemes de linguistique générale*, pags. 49—56.
- (63) F. DE SAUSSURE, *Cours*. pág. 160
- (64) *Ibid.*, pág. 157
- (65) *Ibid.*, pág. 115.
- (66) R. JACOBSON, *Essais de linguistique generale*, pág. 45.
- (67) *Ibid.*, *Linguistique et poétique*, págs. 209—249. La revista *Poétique* No. 7 de 1971 dedicada a R. Jacobson.
- (68) P. ROCOEUR, *Structure et hermeneutique*, y *La question du sujet en Le conflict des interpretations*, pág. 31 y 233.
- (69) E. DURKHEIM. *Les règles de la méthode sociologique*, pág. 14.
- (70) E. VERON, *Fondations*, pág. 73 y 14
- (71) F. DE SAUSSURE, *Cours*. pág. 98.
- (72) *Ibid.*, pág. 33.
- (73) R. BARTHES, *Elementos de semiología*, en *La semiología*, pág 12
- (74) R. BARTHES, *Systeme de la Mode*, pág. 9.
- (75) E. BUISSENS, *La communication et l'articulation linguistique*, págs. 270 y ss. G. MOUNIN, *Introduction a la semiologie*, pag. 11.
- (76) R. BARTHES, *Le degré zéro de l'écriture*, pág. 19
- (77) R. BARTHES, *Elementos*, pág. 103.
- (78) L. HJELMSLEV, *Prolegómenos a una teoría del lenguaje*, págs. 72 91.
- (79) R. BARTHES, *Systeme de la Mode*, pág. 8
- (80) *Ibid.*, pág. 265.

- (81) L. HJEKMSKEV, Prolegómenos, pág. 160.
- (82) R. BARTHES, *Le mythe, aujourd'hui en Mythologies*, págs. 191 — 247
- (83) *Ibid.*, pág. 203
- (84) *Ibid.*, pág. 229
- (85) R. BARTHES, *Elementos*, pág. 11.
- (86) R. BARTHES, *Systeme de la Mode*, pág. 293
- (87) E. VERON, *Remarques sur l'ideologie comme production du sens*, en *Sociologie et societes*, V., pág. 48
- (88) M. MERLEAU-PONTY, *Phenomenologie de la perception*, especialmente el cap. VI, págs. 202—232. Signes, especialmente el prefacio. la prosa del mundo, en especial la parte intitulada. "El fantasma de un lenguaje puro". págs. 25—33.
- (89) A. GREIMAS, *Du sens*, pág. 10
- (90) U. ECO, *Trattato di semiotica generale*, pág. 17
- (91) C. LEVI-STRAUSS, *La pensee sauvage*, pág. 170
- (92) M. FOUCAULT, *La arqueología del saber*, pag. 304.
- (93) A. J. GREIMAS, *Du sens*, pág. 17.
- (94) A. J. GREIMAS, *Semántica estructural*, pág. 32
- (95) U. ECO, *La estructura ausente*, pág. 104
- (96) A. J. GREIMAS, *Semántica estructural*, pág. 105 y ss.
- (97) *Ibid.*, pág. 276
- (98) J. MARTIN BARBERO, *Chinatown: una lectura plural*, en *ojo al Cine No. 3*. pág. 64—73
- (99) E. BENVENISTE, *Semiologie de la langue en Problemas de Linguistique generale*, Vol. II. pág. 43—67
- (100) U. ECO, *La estructura ausente*, pág. 235.
- (101) E. BENVENISTE, *Problemes de linguistique generale*, Vol. I, pág 129.
- (102) P. RICOEUR, *La structure, le mot, l'evenement*, en *Le conflit des interpretations*, pág. 80.
- (103) J. DERRIDA, *Positions*, pág. 27.
- (104) N. CHOMSKY, *Current issues in linguistic theory*, pág. 7
- (105) N. CHOMSKY, *El lenguaje y el entendimiento*, pág. 126
- (106) N. CHOMSKY, *Sintactic Structures*, pág. 106
- (107) J. KATZ, *La realidad subyacente del lenguaje*, pág. 113 yss.
- (108) J. SEARLE, *La revolución de Chomsky en Lingüística*, pág. 34

- (109) E. VERON, Condiciones de producción, modelos generativos y manifestación ideológica, en *El proceso ideológico* págs. 251—202
- (110) J. SEARLE, op. cit., pág. 67
- (111) N. CHOMSKY, Sobre la naturaleza del lenguaje, en *Revista de Occidente* No. 9, 1976, págs, 22 y 26. El subrayado es mío.
- (112) T. DE MAURO, En las Anotaciones a la edición crítica del *Cours de lingüistique generale*, de Saussure, pág. 404
- (113) Ver sobre este punto los textos de F. ROSSI—LANDI en *El lenguaje como trabajo y como mercado*, en especial los cap. I y IV. Y el texto de A. PONZIO en *Lingüística y sociedad*, pág. 85—180
- (114) J. PIAGET, *Le structuralisme*, pág. 74.
- (115) A. CULIOLI, *Sur quelques contradictions en linguistique en Communications* No. 20, pág. 85.
- (116) Una compilación de textos de los semanticistas generativos ha sido recogida por SANCHEZ DE ZAVALA en *Semántica y sintaxis en la lingüística transformatoria*, Madrid, 1954. Otra compilación sobre el mismo tema en la revista *Langages* No. 27 de 1972, y en *Communications* No. 20, este último organizado por E. Veron recoge textos en torno a la problemática de las relaciones lo lingüístico y lo sociológico.
- (117) E. VERON, *Vers une logique naturelle des mondes sociaux*, en *Communications* 20, pág. 246-278.
- (118) L. WITTGENSTEIN, *Tractatus*, pág. 43-53
- (119) L. WITTGENSTEIN, *Investigations philosophiques*, traduc. de P. Klossowsky, Paris, 1961.
- (120) F. ROSSI—LANDI, *El lenguaje como trabajo y como mercado*, pág. 109
- (121) J.L.AUSTIN, *Quand direc, c' est faire*, traduc. del inglés por Gilles Lane, Du Seuil, Paris, 1970.
- (122) *Ibid.*, pág. 41.
- (123) *Ibid.*, pág. 42
- (124) E. BENVENISTE, *Problemas de lingüistique générale*, vol. I. pág. 274.
- (125) J. SEARLES, *Les actes de langage*, pág. 53.
- (126) *Ibid*, págs. 72-82.
- (127) *Ibid.*, pág. 77.
- (128) Hay traducción en castellano: G.FREGE, *Estudios sobre semántica* Ariel, Barcelona, 1973.

- (129) O. DUCROT, De Saussure a la philosophie du langage, prefacio a la obra de Searle: Les actes du langage. Y sobre todo: Dire et ne pas dire, Hermann, Paris, 1972.
- (130) C. DEL PINO, Para una sociología del entendimiento, en La incomunicación, pág. 19 y ss.
- (131) O. DUCROT, Dire et ne pas dire, pág. 12.
- (132) J. BAUDRILLARD, Pour une critique de l'économie politique du signe, pág. 63.
- (133) M. MAUSS, Ensayo sobre los dones, en Sociología y antropología, pág. 161.
- (134) J. BAUDRILLARD; op. cit., pág. 77.
- (135) Ibid. pág. 87.
- (136) J. FRANKLIN, Le discours du pouvoir, pág. 204.
- (137) S. FREUD, Fetichismo, en Obras completas. Tomo III, págs. 2992-2997.
- (138) M. FOUCAULT, La volonté de savoir, pág. 38
- (139) E. VERON, Para una semiología de las operaciones translingüísticas, en Lenguajes No.2, pág. 24.
- (140) M. FOUCAULT, Nietzsche, Freud, Marx. Cuadernos Anagrama, Madrid, 1971.
- (141) R. BARTHES, Fragmentos de la lección inaugural en el College de France, publicados en Le Monde del 10 de enero de 1977.
- (142) J. KRISTEVA, Semeiotiké, pág. 66.
- (143) J. DERRIDA, De la Grammatología, pág. 46.
- (144) Ibid., págs. 61 y 84, 88 y 111.
- (145) G. DELEUZE, F. GUATTARI, El antiedipo: Capitalismo y esquizofrenia, pág. 213.
- (146) J. P. FAYE, La crítica del lenguaje y su economía, pág. 23.
- (147) M. FOUCAULT, La arqueología del saber, pág. 80.
- (148) K. MARX, en la selección de textos realizada por Bottomore: Sociología y filosofía social, pág. 87.
- (149) M. FOUCAULT, El orden del discurso, pág. 12.
- (150) A. NEHER, La esencia del profetismo, pág. 109.
- (151) A este respecto: M. FOUCAULT, Historia de la locura, F. C. E. México, 1967.
- (152) Sobre la ideología de partido en cuanto discurso: L. SEBAG, Marxismo y estructuralismo, pág. 149 y ss.
- (153) M. COHEN, Matériaux pour une sociologie du langage, pág. 31.

- (154) P. BOURDIEU, J.C. PASSERON, Langage et rapport au langage, en la reproducción, págs. 143—157.
- (155) B. BERNSTEIN, El lenguaje, la conducta simbólica y la estratificación social, en *La comunicación*, págs. 133—144. Códigos amplios y restringidos, en *Antología de estudios de etnología y sociolingüística*, págs. 357-374. *Comunicacao verbal, código e socializacao*, en *Comunicacao e industria cultural*, págs. 83-104.
- (156) C. BOUDIEU, J PASSERON, op, cit., pág. 145. El subrayado es mío.
- (157) J.P.FAYE, op. cit., pág. 85.
- (158) R. JACOBSON, *Essais de linguistique générale*. pág. 176 y ss.
- (159) E. BENVENISTE, *Problemes de linguistique générale*, vol.I, pág. 239 y ss.
- (160) R. BARTHES, El discurso de la historia, en *Estructuralismo y literatura*, pág. 49.
- (161) J. P. FAYE, *Lenguajes totalitarios*, pág. 136.
- (162) J. KRISTEVA, sobre el concepto de intertextualidad: en *Semiotique* pág. 7—26, 90—112 y 306—334.
- (163) Sobre el concepto de translingüístico pueden consultarse las reflexiones de J. Kristeva en la obra ya citada y sobre todo el texto en E. VERON, *Para una semiología de las operaciones translingüísticas*, en la revista *Lenguajes* No. 2, págs. 11—35.
- (164) *Para una evaluación crítica de los aportes y los impases del freudomarxismo*: E. SUBITRAT, *Utopía y subversión*. pág. 102—y ss.
- (165) M. FOUCAULT, *La volonté de savoir*, pág. 93.
- (166) Sobre ese proceso ver lo dicho en las págs. 176-177 y 191-192.
- (167) S. FREUD, La interpretación de los sueños, en las *Obras completas* vol. I. especialmente las págs. 516—535. Sobre la coincidencia de estructura entre el síntoma y la elaboración onírica: págs. 702-713
- (168) Las referencias de base se encuentran en J. LACAN, *Le stade du miroir comme formateur du Je, Fonction et champ de la parole et du langage en psychanalyse*, y *Subverxi3n de sujet et dialectique du desir dans l'inconscient freudien*. *Ecrits*. vol. I, págs. 89—101, 111—209 y vol. II, págs. 151—193 respectivamente.
- (169) La crítica a Lacan, a su concepción del deseo: en *Antiedipo*, págs. 112 y ss.
- (170) *Ibid.*, pág. 36
- (171) *Ibid.*, pág. 36.
- (172) G. DELEUZE, *Psychanalyse et politique*, a mimeo. Milan, 1973. *Deux régimes de fous*, en *Psychanalyse et sémiotique*, págs. 165—171. F. GUATTARI, *Psicoanálisis y transversalidad*, Buenos Aires,

1976. Micro-política del deseo, en *Locura y sociedad segregativa*, págs. 53-75.
- (173) J. BAUDRILLARD, *Pour une critique de l'économie politique du signe*, pág. 263.
- (174) D. COOPER, *La mort de la famille*, pág. 56.
- (175) Datos CIESPAL-UNESCO 1974, tomados de *Chasqui* N. 13, pág. 19
- (176) Los datos están tomados de P. SCHENKEL: *La estructura de poder de los medios de comunicación en cinco países latinoamericanos*, en *Comunicación y cambio social*, pág. 13. yss.
- (177) A. PASQUALI, *Subdesarrollo y contaminación cultural*, en *Comunicación y cambio social*, pág. 320.
- (178) CIESPAL-UNESCO, en *Chasqui* N. 13, pág. 22.
- (179) Sobre la acción de las multinacionales de publicidad en *América Latina: A MATTELART*, *Hacia la formación de los aparatos ideológicos del "Estado multinacional"*, en *Comunicación y cultura* N. 4, pág. 73-116.
- (180) E. DIAZ RANGEL, *Pueblos subinformados*, en *Cuadernos de nuestro tiempo*, 1967, pág. 32.
- (181) F. REYES MATA, *América Latina, Kissinger y la UPI: errores y omisiones desde México*, en *Comunicación y cultura* N. 4, pág. 55 y ss.
- (182) L. R. BELTRAN, *Políticas nacionales de comunicación en América Latina: Los primeros pasos*, en *Radio, TV. y cultura en A. L.* págs. 176 y 177.
- (183) M. ORDOÑEZ Y M. ENCALADA, *Comunicación internacional y contaminación ideológica*, en *Chasqui*, 13. pág. 15.
- (184) X. RUBERT DE VENTOS, *Utopías de la sensualidad y métodos del sentido*, pág. 138.
- (185) Véase W.R. ASHBY, *Introducción a la cibernética*, Buenos Aires, 1960.
- (186) N. WIENER, *Cibernética y sociedad*, pág. 11.
- (187) T. ADORNO, *La ideología como lenguaje*, pág. 29.
- (188) J.C. INDART, *Mecanismos ideológicos en la comunicación de masas: la anécdota en el género informativo*, en *Lenguaje* N. 1, pág. 69..
- (189) P. BIEDMA, *Comunicación masiva y revolución socialista*, pág. 248
- (190) J. HABERMAS, *Comunicación, opinión pública e poder*, en *Comunicación en industria cultural*, págs. 187-200.
- (191) F. TERROU, *Libertad de publicación y libertad de empresa*, en *La información*, pág. 42 y ss.

- (192) N. WILL, *Essais sur la presse et le capital*, especialmente el capítulo II: *Grandeur et decadence de la politique*, págs. 63—93.
- (193) O. BURGELIN, *La comunicación de masas*, pág. 70.
- (194) H. SCHMUCLER, *Dependencia y política en la prensa argentina*, en *Comunicación y cambio social*, pág. 227.
- (195) Los datos sobre el proceso de concentración de la prensa están tomados de J. BENEYTO, *Conocimiento de la información*, pág. 125 y ss. Y de F. TERROU, *La información* pág. 61 y ss.
- (196) N. WILL, *op. cit.*, pág. 227.
- (197) O. BURGELIN, *op. cit.*, pág. 144.
- (198) H. MARCUSE, *El hombre unidimensional*, pág. 105.
- (199) *Ibid.*, pág. 123.
- (200) F. COLOMBO, *La realidad como espectáculo*, pág. 54.
- (201) V. MORIN, *Tratamiento periodístico de la información*, pág. 139
- (202) La revista francesa *Communications* dedicó por entero el N.18 (1972) a la problemática del acontecimiento en biología, historia, teoría de la información, psicoanálisis etc.
- (203) Universo que tiene mucho que ver con lo planteado por L. Goldman con el concepto de "conciencia posible", ver L. 'importance du concept de conscience possible pour la communications, en *La creation culturelle dans la société moderne*, págs. 7-24. Ver también *Lo verosímil*, Ed. Tiempo contemporáneo, B. A. 1970.
- (204) M.V.CHAMLEY, *Periodismo informativo*, pág. 65.
- (205) X. RUBERT DE VENTOS, *La estética y sus herejías*, pág. 372
- (206) M.McLUHAN, *La comprensión de los medios*, pág. 265
- (207) Ver a este respecto la investigación de Luc BOLTANSKI, en el colectivo *Un art moyen—Sur les usages sociaux de la photo graphie* bajo la dirección de P. BOURDIEU, págs. 174—198.
- (208) J. BAUDRILLARD, *La société de consommation*, pág. 31, de subrayado es mío.
- (209) P. NORA, *L' evenement monstre*, en *Communications* No. 18 pág. 165.
- (210) R. BARTHES, *Estructura del 'suceso'*, en *Ensayos críticos* pág. 226
- (211) J.C. INDART, *op. cit.*, en *Lenguajes* N. 1., pág. 69
- (212) V. MORIN, *op. cit. da.*, pág. 148.
- (213) *Ibid.*, pág. 9.
- (214) Sobre ese tipo de análisis crítico, y aparte de los textos citados de E. Veron, J.C. Indart, V. Morin O. Burguelin, ver los textos de A. Dorfman, A y M. Mattelart, J. Gissi, y L.F.Ribeiro publicados en

- Cuadernos de la Realidad Nacional, Santiago de Chile, Nos. 3,9, 12 y 14.
- (215) E. VERON, en *Lenguaje y comunicación*, pág. 167
- (216) E. VERON, *Comunicación de masas y producción de ideología : acerca de la constitución del discurso burgués en la prensa semanal*, en *Chasqui* No. 4. págs. 75—109, y en el N. 5. págs. 132—147.
- (217) *Ibid.* en el N. 5., pág. 143.
- (218) A. PASQUALI, en *Comunicación y cambio social*, pág. 362.
- (219) La mayoría de los datos son de UNESCO—CIESPAL y están tomados del trabajo de M. KAPLUN eh *Radio, TV y cultura en America Latina*, pág. 7—58.
- (220) A. MATTELARD, *Agresión desde el espacio*, págs. 107 y ss.
- (221) M. CRAZIANO, *Los dueños de la televisión argentina*, en *Comunicación y cultura*, N.3. págs. 175—212.
- (222) Datos tomados del trabajo de P. SCHENKEL, en *Comunicación y cambio social*, págs. 13—57.
- (223) M. MAUSS, *Sociología y antropología*, pág. 142
- (224) *Ibid.*, pág. 87
- (225) J. CAZENEUVE, *Sociología del rito*, pag. 18
- (226) J. DUVIGNAUD, *Spectacle et société*, pág. 17
- (227) G. DEBORD, *La société du spectacle*, pág. 10. El subrayado el mío
- (228) *Revista VISION*, del 30 de mayo de 1975, pág. 12.
- (229) M. McLUHAN, *La comprensión de los Medios*, pág. 410
- (230) G. DEBORD, *op. cit.*, pág. 14
- (231) M. McLUHAN, *op. cit.*, pág. 407
- (232) J. BAUDRILLARD, *La société de consommation* pág. 190
- (233) F. COLOMBO, *Televisión: La sociedad como espectáculo*, pág. 13
- (234) *Ibid.*, . pág. 69
- (235) J.L.SCHEFER, *La imagen: el sentido investido*, en *Análisis de las imágenes*, págs, 272 y ss.
- (236) A. LEROI—GOURHAN, *El gesto y la palabra*, pág. 356
- (237) H. RED, *Arte y sociedad*, pág. 27.
- (238) J. LACAN, *La schize de l'oeil et du regard*, en *Le seminaire, Livre XI*, págs. 65 y ss.
- (239) P. FRANCASTEL, *Estudes de sociologie de l'art*, pág. 192 y 193.
- (240) M. FOUCAULT, *Les mots et les choses*, pág. 31
- (241) DESCARTES, *Discurso del método*. pág. 68
- (242) J. DUVINGAUD, *op. cit.*, pág. 76

- (243) J. BERGER, Modos de ver, pág. 93
- (244) Ibid., pág. 100 y 122.
- (245) E. PANOFSKY, Estudios sobre iconología, pág. 35
- (246) Sobre la pertinaz "confusión" entre imagen fílmica y realidad, ver C. METZ, Essais sur la signification au cinema, pág. 15 y ss. Ver también la obra de I HARHEIM, Arte y percepción visual. Eudeba, 1969.
- (247) W. BENJAMIN, La obra de arte en la época de su reproductividad técnica, en Discursos interrumpidos, I, pág. 22.
- (248) D. VERTON, Memorias de un cineasta bolchevique, pág. 163.
- (249) Peirce inscribe, las imágenes en la categoría del "icono" que por oposición al "índice" y al "símbolo" es el signo cuya referencia al objeto es de semejanza natural. Ver Ch. S. PEIRCE, La ciencia de la semiótica, págs. 45 y ss.
- (250) U. ECO, Semiótica de los mensajes visuales, en La estructura ausente, y en especial las págs. 217 a la 241. Y una visión mucho más elaborado del problema: Crítica del iconismo, en Trattato de semiotica generale, págs. 256—284.
- (351) A. MATTELART, en Comunicación y cambio social, pág. 83
- (352) A. MOLES, Objeto y costo generalizado: el concepto de "object retrieval", en la revista española COMUNICACION N. 26, pág. 57
- (353) J. BAUDRILLARD, El Sistema de los objetos, ed. Siglo XXI, y sobre todo en La moral de los objetos: Función—signo y lógica de clase, este texto aparece en Los objetos, Ed. Tiempo Contemporáneo.
- (354) J. BERGER, op. cit., pág. 147
- (355) J. BAUDRILLARD, La société de consommation, pág. 197
- (356) El esquema, aunque no su desarrollo, es el propuesto por J. FRANKLIN, Le discours du pouvoir, pág. 152.
- (357) R. BARTHES, El mensaje fotográfico, y Retórica de la imagen, en
- (358) El mensaje publicitario, en La estructura ausente, págs. 239 y ss.
- (359) Retórica e imagen publicitaria, en Análisis de las imágenes, págs. 87—116
- (360) Introduction a une semiotique des images, Didier, Paris. 1976
- (361) G. PENINO, Física y metafísica de las imágenes. Y sobre todo su libro Semiótica de la publicidad, cuyo título en francés es más dicente: Intelligence de la publicité—, Etude semiotique.
- (362) Ibid. pág. 90
- (363) E. VERON, Acerca de la constitución del discurso burgués en la prensa semanal, en Chaski, N.4 pág. 91

- (364) X RUBERT DE VENTOS, *La estética y sus herejías*, pág. 374
- (365) L'. ALTHUSSER, *Libre le Cpital*, Vol. I., pág. 20
- (366) Según Eco "en la toma directa la televisión hallaría aquellas características por las que puede distinguirse de otras formas de comunicación o de espectáculo, y en la enseñanza de la toma directa se podría localizar la deuda del nuevo cine para con la televisión", *Apocalípticos e integrados ante la cultura de masas*, pág. 336
- (367) F. COLOMBO, *op. cit.*, pág. 15
- (368) JL. SCHEFER, *op. cit.*, pág. 272
- (369) J. BAUDRILLARD, en *Los objetos*, pág. 65
- (370) C. METZ, *Cinéma et télévision*, en *Langage et cinéma*, págs. 170—180.
- (371) F. COLOMBO, *op. cit.*, pág. 87
- (372) Me refiero al libro ya citado U.ECO. y en el que hay un buen resumen de las posiciones.
- (373) M. DUFRENNE, en *L'art de masse n'existe pas*, pág. 26.
- (374) V. PROPP, *Morfología del cuento*, Ed Fundamentos, Madrid, 1974
- (375) R. GUBERN, *Mensajes icónicos en la cultura de masas*, págs. 189—325, Ver también del mismo autor: *El lenguaje de los comics*, Bar-na, 1972.
- (376) A. J. GREIMAS, *Semiotique et communications sociales*, y *La littérature ethnique*, en *Semiotique et sciences sociales*, págs. 45—61 y 175—215, respectivamente.
- (377) RAMA, A. *Actual narrativa latinoamericana* p. 53.

bibliografía

- ACOSTA, L. Penetración cultural del imperialismo en América Latina, Ed. Los comuneros, Bogotá, 1973
- ADORNO, T. Y MORIN, E. La industria cultural, Ed Galerna, Buenos Aires, 1967.
- ADORNO, T. La ideología como lenguaje, Ed. Taurus, Madrid 1971.
- ALTHUSSER, L. Lire le Capital, Ed. Maspero, Paris, 1970
- ARNHEIM, R. Arte y percepción visual, Ed. Eudeba, Buenos Aires, 1969
El pensamiento visual, Eudeba, 1971.
- ASHBY, W.R. Introducción a la cibernética. Ed. Nueva Visión, Buenos Aires, 1960.
- ASSMANN, H. Las necesidades emotivo—utópicas de las masas y la comunicación, en Comunicación y cambio social, Ed. Ildis—Ciespal, Quito, 1975.
- AUSTIN, J.L. Quand dire, c'est faire, Ed. Seuil, Paris, 1970
- BARTHES, R. Mythologies, Ed. du Seuil, Paris, 1970 Le degré zero de l'écriture, Ed. du Seuil, Paris, 1969.
Elementos de semiología, en La semiología, Ed. Tiempo contemporáneo, Buenos Aires, 1972. El mensaje fotográfico, y Retórica de la imagen, en La semiología, Ensayos críticos, Ed. Seix Barral, Barcelona, 1967. El discurso de la historia, en Estructuralismo y literatura, Ed. Nueva Visión, Buenos Aires, 1972. Systeme de la Mode, Ed. du Seuil, Paris, 1967.

- BAUDRILLARD, J. El sistema de los objetos, Ed. Siglo XXI, México 1973.
La moral de los objetos, en Los objetos, Ed. Tiempo contemporáneo, Buenos Aires, 1971. La société de consommation, Ed Gallimard, Paris, 1974.
Pour une critique de l'économie politique du signe, Ed. Gallimard, Paris, 1972. Hay traduc. castellana en Ed. siglo XXI, México, 1974.
- BELTRAN, L.R. Políticas nacionales de comunicación en América Latina, en Radio, TV y cultura en América Latina, Ed. Ciespal, Quito, 1976.
La investigación en comunicación en Latinoamérica, Investigación con antecojeras?, Mimeo, 1976. Premisas y métodos foráneos en la investigación sobre comunicación en Latinoamérica, Mimeo., 1976.
- BENJAMIN. W. Discursos interrumpidos, Ed. Taurus, Madrid, 1973.
- BENEYTO, J. Conocimiento de la información, Ed. Alianza Madrid, 1973.
- BENVENISTE, E. Problemas de lingüistique générale, Ed. Gallimard, Paris, vol. I: 1966, vol. II: 1974. Hay traducción castellana de ambos volúmenes en Ed. Siglo XXI, México.
- BERGER, J. Modos de ver, Ed. Gustavo Gilli, Barcelona, 1974.
- BERNSTEIN, B. El lenguaje, la conducta simbólica y la estratificación social, en La comunicación, Ed. Tiempo nuevo, Caracas, 1970.
Comunicacao Verbal, código e socializacao, en Comunicacao e industria cultural, Companhia Editora nacional, Sao Paulo, 1971.
- BIEDMA, P. Comunicación masiva y revolución socialista, Ed. Diógenes, México, 1972.
- BONDY, S. Existe una filosofía de nuestra América?, Ed. Siglo XXI, México, 1970
- BOURDIEU, P. La reproduction; elementa pour une théorie du systeme d'enseignement, Ed. de Minuit, Paris, 1970.
Un art moyen: essai sur les usages sciaux de la photographie, Ed. de Minuit, Paris, 1965.
- BUYSSSENS, E. La communication et l'articulation linguistique, Ed. P.U. F., Paris, 1968.
- BURGELIN, O. La comunicación de masas, Ed. A.T.E., Barcelona, 1974.
- CASTILLA DEL PINO, C. La inco municació n, Ed. Península, Barcelona, 1970.
- CAZENUEVE, J. Sociología del rito, Ed. Amarrortu, Buenos Aires, 1972.
Le pouvoir de la Televisión, Ed. Gallinmard, Paris, 1971.

- COLOMBO, F. Televisión: La realidad como espectáculo, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1976.
- COHEN, M. Matériaux pour une sociologie du langage, Ed. Maspero, Paris, 1971.
- COOPER, D. Mort de la famille, Ed. Seuil, Paris, 1972.
- CULIOLI, A. Sur quelques contradictions en linguistique, en *Communications*, 20, Seuil, Paris, 1973, La formalización el lingüística, en *Lenguajes*, 3, Buenos Aires, 1976.
- CHOMSKY, N. *Current Issues in Linguistic Theory*, Ed. Mouton, La Haye 1964.
Syntactic Structures, Mouton, 1957.
 Aspectos de la teoría de la sintaxis, Ed. Aguilar, Madrid, 1970.
 El lenguaje y el entendimiento, Ed. Seix Barral, Barcelona 1971.
- DEBORD, G. *La société du Spectacle*, Ed. Champ libre, Paris 1971,
- DELEUZE, G. Y GUATTARI, *Antiedipo: Capitalismo y esquizofrenia*, Ed. Barral, Barcelona, 1974.
- DELEUZE, G. *Psychanalyse et politique*, mimeo., Milan, 1973.
Deux régimes de fous, en *Psychanalyse et semiotique*, Ed 10/18, Paris, 1975.
- DERRIDA, J. *De la gramatología*, Ed. Siglo XXI, Buenos Aires, 1971
Positions, Ed. de Minuit, Paris, 1972.
- DESCARTES, R. *Discurso del método*, Ed. Calpe, Madrid, 1952.
- DIAZ RANGEL, R. *Pueblos subinformados*, en *Cuadernos de nuestro tiempo*, Universidad Central de Venezuela, Caracas, 1967.
- DORFMAN, A. Y MATTELART, A. *Para leer el pato Donald: Comunicación de masa y colonialismo*, Ed. Siglo XXI. Buenos Aires, 1972.
- DUCROT, O. *El estructuralismo en lingüística*, en *Qué es el estructuralismo*, Ed. Losada, Buenos Aires, 1971.
Dire et ne pas dire, Ed. Herman, Paris, 1972.
- DUFRENNE, M. *L'art de masse existe-t-il?*, en *L'art de masse n'existe pas*, Ed. 10/18, Paris, 1974.
- DURAND, J. *Retórica e imagen publicitaria*, en *Análisis de las imágenes* Ed. Tiempo contemporáneo Buenos Aires, 1972.
- DURKHEIM, E. *Les regles de la méthode sociologique*, Ed. P.U.F., Paris, 1956.
- DUVIGNAUD, J. *Spectacle et société*, Ed. Denoel, Paris, 1970.
- ENSENSBERGER, H. *Elementos para una teoría de los medios de comunicación* Ed. Anagrama, Barcelona, 1974.

- ECO, U. La experiencia televisiva y la estética, en *Obra abierta*, Ed Seix Barral, Barcelona, 1965. *Apocalípticos e integrados ante las culturas de masas*, Ed. Lumen, Barcelona, 1968. *La estructura ausente: introducción a la semiótica*, Ed. Lumen, Barcelona, 1972. *Trattato di semiotica gerale*, Ed. Studi Bompiani, Milano, 1975.
- FANON, F. *Los condenados de la tierra*, Ed. F.C.E., México, 1965. *Piel negra, máscara blanca*, La Habana, 1969.
- FAYE, P. *Grafía de la ideología*, en *Lecturas de sociología del conocimiento*, Ed. de Cultura popular, Barna, 1968. *Théorie du récit*, Ed. Herman, Paris, 1972. *Lenguajes totalitarios*, Ed. Taurus, Madrid, 1974. *La crítica del lenguaje y su economía*, Ed. Alberto Corazón, Madrid, 1975.
- FRANCASTEL, P. *Etudes de sociologie de l'art*. Ed. Deonoe, Paris 1970. *La figure et le lieu*, Ed. Gallimard, Paris, 1972.
- FOUCAULT, M. *Les mots et les choses*, Ed. Gallimard, Paris, 1968. Hay traduc. castellana en la Ed. Siglo XXI de México. *Nietzsche, Freud, Marx*. Ed. Anagrama, Barcelona, 1971. *La arqueología del saber*, Ed. Siglo XXI, México, 1970. *El orden del discurso*, Ed Tusquets, Barcelona, 1974. *La volonte de savoir*, Ed. Gallimard, Paris, 1976.
- FRANKLIN, J. *Le dicours du pouvoir*, Ed. 10/18, Paris, 1975.
- FREIRE, P. *Educación como práctica de la libertad*, Ed. Nuevo orden Caracas, 1967. *Pedagogía, del orpimido*, E. Tierra nueva, Montevideo, 1970.
- FREGE, G. *Estudios sobre semántica*, Ed. Ariel, Barcelona, 1971.
- FREUD, S. *La interpretación de los sueños. Fetichismo. El chiste y su relación con lo inconsciente*, Ed. Biblioteca Nueva, Madrid, 1973.
- GARCIA, A. *Puede existir una ciencia social latinoamericana?*, en *Chasqui* No. 1, Quito, 1972.
- GOLDMANN, L. *L'importance du concept de conscience possible pour la communication*, en *La creation culturelle dans la société moderne*, Ed. Denoel, Paris, 1971.
- GRAZIANO, M. *Los dueños de la televisión argentina*, en *Comunicación y cultura* No. 3. Buenos Aires, 1974.
- GREIMAS, A.J. *Semántica estructural*, Ed. Gredos, Madrid, 1971. *Du sens Essais sémiotiques*, Ed. du Seuil, Paris, 1970. *Semiotique et sciences sociales*, Ed. du Seuil, Paris, 1976.
- GUATTARI, F. *Psicoanálisis y transversalidad*, Ed. Siglo XXI, Buenos Aires, 1976.

- Micro—política del deseo, en *Locura y sociedad segregativa*, Ed. Anagrama, Barcelona, 1976.
- GUBERN, R. Mensajes icónicos en la cultura de masas, Ed. Lumen, Barcelona, 1974.
El lenguaje de los comics, Ed. Península, Barcelona, 1972
- HABERMAS, J. Comunicacao, opiniao pública e poder, en *Comunicacao e indústria cultural*, Companhia Editora Nacional, Sao Paulo, 1971.
- HJELMSLEV, L. Prolegómenos a una teoría del lenguaje, Ed. Gredos, Madrid, 1971.
El lenguaje, Ed. Gredos, Madrid, 1971.
El lenguaje, Ed. Gredos, Madrid, 1971.
- INDART, J.C. Mecanismos ideológicos en la comunicación de masas: la anécdota en el género informativo. En *Lenguajes*, 1. Buena Aires, 1974.
- JACOBSON, R. Essais de linguistique générale, Ed. de Minuit, Paris, 1970
Revue Poétique No. 7, Seuil, Paris, 1971.
- KAPLUM, M. La comunicación de masas en América Latina, Bogotá, 1973.
La radiotelevisión latinoamericana frente al desafío del desarrollo, en *Radio, TV y cultura* en A. L. Ciespal, Quito, 1976.
- KATZ, J.J. La realidad subyacente del lenguaje, Ed. Alianza Madrid, 1975.
- KRISTEVA, J. Semiotique.—Recherches pour une sémanalyse, Ed. du Seuil, Paris, 1969.
Problemas de la structuration du texte en *Theorie d'ensemble*, Ed. du Seuil, Paris, 1968.
La revolution du langage poétique, Ed du Seuil, Paris, 1974
- LACAN, J. Ecrits, Ed. du Seuil, Paris, 1971. Traduc. Cast. Ed. Siglo XXI.
Le seminaire, Livre XI: Les quatre concepts fondamentaux de la psychanalyse, Ed. Seuil, Paris, 1973.
- LASSWELL, H.D. *The Structure and Function of Communication in Society* Harper & Brothers, New York, 1948.
- LEORI—GOURHAN
A. El gesto y la palabra. Ed. de la Biblioteca. Universidad Central de Venezuela, Caracas, 1971.
- LEVI—STRAUSS,
C. Antropología estructural, Ed. Eudeba, Buenos Aires, 1968
La pensée sauvage, E. Plon. Paris, 1962.
- LOTMAN. J. El problema de una tipología de las culturas, en *Los sistemas de signos*, Ed. Alberto Corazón Madrid, 1972.

- MARCUSE, H. El hombre unidimensional. Ed. Joaquín Mortiz, México, 1968.
- MARX.K. Sociología Filosofía social, Selección de T.B. Bottomore y M. Rubel, Ed. Península, Barcelona, 1968.
- MATTELART, A. La ideología de la dominación en una sociedad dependiente, Ed. Signos, Buenos Aires, 1970.
Medios de comunicación: Mito Búrgués Vs. Lucha de clases, Ed. Aquelarre, Bogotá, 1973.
Agresión desde el espacio, Ed. Siglo XXI, Buenos Aires, 1973.
La comunicación masiva en el proceso de liberación, Ed. Siglo XXI, Buenos Aires, 1973.
El imperialismo en busca de la contrarrevolución cultural, en Comunicación y cultura, No. 1. Santiago de Chile, 1973.
Hacia la formación de los aparatos ideológicos del "Estado multinacional", en Comunicación y Cultura, No.4, Ed. Galerna, Buenos Aires, 1975. La mitología de la juventud en un diario liberal, en Cuadernos de la Realidad Nacional. No. 3. Santiago de Chile, 1970.
- MAUSS, M. Sociología y antropología, Ed. Tecnos, Madrid, 1971.
- McLUHAN, M. La comprensión de los medios como extensiones del hombre, Ed. Diana, México, 1969.
El aula sin muros, Ed. Laia—De bolsillo, Barcelona, 1974.
- MERLEAU—PONTY, M. Phénoménologie de la perception, Gallimard, Paris, 1969
Signes, Gallimard, Paris, 1969.
La prosa del mundo, Ed. Taurus, Madrid, 1971.
- METZ, C. Essais sur la signification su cinema, Ed. Klincksieck, Paris, Tome I. 1968; Tomo II, 1962. Hay traduc. castellana en la Ed. Tiempo Contemporáneo, Buenos Aires.
Langege et cinéma, Ed. Larousse, Paris, 1971. Traduc. Castellana en la Ed. Planeta, Barcelona.
El decir y lo dicho en el cine, en Lo verosímil, Ed. Tiempo contemporáneo, Buenos Aires, 1970.
- MOLES, A. Sociodynamique de la culture, Ed. Mouton, La Haya. 1971.
Teoría de los objetos. Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1974.
Objeto y comunicación, Teoría de la complejidad y civilización industrial en Los objetos. Ed. Tiempo contemporáneo, Buenos Aires, 1971.
- MORIN, E. Le retour de l'évenement, en Communications No. 18, Seuil, Paris, 1972.
- MORIN, V. Tratamiento periodístico de la información, Ed. A.T.E., Barcelona, 1974.

- NEHER, A. L'essence du prophetisme, Ed. P.U.F., Paris, 1955.
- NORA, P. L'évenement monstre, en Communications No. 18, Paris, 1972.
- ORDOÑEZ, M.
Y ENCALADA, M. Comunicación internacional y contaminación ideológica, en Chasquí, 13, Quito, 1976.
- PANOFSKY, E. Estudios sobre iconología, Ed. Alianza, Madrid, 1971.
- PASQUALI, A. Comunicación y cultura de masas, Ed. de la Biblioteca Universidad Central de Venezuela, Caracas, 1964.
Liberalismo radio-eléctrico, subdesarrollo y contaminación cultural: El caso de A.L., en Comunicación y cambio social, Ed. Ildis-Ciespal, Quito, 1975.
- PEIRCE, Ch. S. La ciencia de la semiótica, Ed. Nueva Visión, Buenos Aires, 1974.
- PENINOU, G. Física y metafísica de la imagen publicitaria, en Análisis de las imágenes, Ed. Tiempo Contemporáneo, Buenos Aires, 1972.
Semiótica de la publicidad, Ed. Gustavo Gili, Barna, 1976.
- PIAGET, J. Le structuralisme, Ed. P.U.F., Paris, 1968.
- PONZIO, A. y otros. Lingüística y sociedad, Ed. Siglo XXI, Madrid, 1976.
- PORCHER, L. Introduction a une semiotique des images, Ed. Didier, Paris, 1975.
- PROPP, V. Morfología del cuento, Ed. Fundamentos, Madrid, 1975.
- RAMA A. y otros, Actual narrativa latinoamericana, Ed. Casa de las Américas, La Habana, 1970.
- READ, H. Arte y sociedad, Ed. Península, Barcelona, 1973.
- REYES MATA, F. América Latina, Kissinger y la UPI, en Comunicación y cultura No. 4. Buenos Aires, 1975.
- RIBEIRO, D. Configuraciones históricas culturales de los pueblos americanos, en Pensamiento crítico, 51, La Habana, 1971.
L'enfantement des peuples, Ed. du Cerf. Paris, 1970.
- RICOEUR, P. Le conflit des interpretations, Ed. du Seuil, Paris, 1969.
- ROSSI-LANDI, F. El lenguaje como trabajo y como mercado, Ed. Monte Avila, Caracas, 1970.
- RUBERT DE VENTOS, X. Teoría de la sensibilidad, Ed. Península, Barna, 1968.
Utopías de la sensualidad y métodos del sentido, Ed. Anagrama, Barcelona, 1973.
La estética y sus herejías, Ed. Anagrama, Barcelona, 1974

- SANCHEZ DE ZAVALA, V. Hacia una epistemología del lenguaje Ed. Alianza, Madrid 1972.
(Complicador) Semántica y sintaxis en la lingüística transformatoria, Ed. Alianza, Madrid, 1954.
- SAUSSURE, F. de Cours de linguistique générale, Ed. Payot, Paris, 1972.
- SHAEFFER, P. Representation et communication, en Sémiologie de la représentation, Ed. Complexe, Bruxelles, 1975.
- SCHEFER, J—L. La imagen: el sentido “investido”, en Análisis de las imágenes, Buenos Aires, 1972.
- SCHENKEL, P. Las estructura de poder de los medios de Comunicación en cinco países latinoamericanos, en Comunicación y cambio social, Quito, 1975.
- SCHILLER. H. Comunicación de masas e imperialismo yanqui, Ed. Gustavo Gili, Barcelona No. 4. Buenos Aires. 1976.
- SCHMUEGLER, H. La investigación sobre comunicación masiva, en Comunicación y cultura No. 4. Buenos Aires 1975.
Dependencia y política en la prensa argentina. El caso de La Opinión, en Comunicación y cambio social, Quito, 1975.
- SEARLE, J.R. Les actes de langage, Ed. Herman, Paris, 1972.
La revolución de Chomsky en lingüística, Ed. Anagrama, Barcelona, 1974.
- SEBAG, L. Marxisme et structuralisme, Ed Payot, Paris, 1969.
- SERRES, M. Hermes. La communication, Ed. de Minuit, Paris, 1968.
- TERROU, F. La información, Ed. Monte Avila, Caracas, 1969.
- VALDES, H; La discusión cultural chilena, en Cultura y comunicaciones de masa, Ed. Laia, Barcelona, 1976.
- VASCONI. T. Teoría de la dependencia, en Doc. Spes. No. 9. Lima, 1972.
- VERON, E. Conducta, estructura y comunicación, Ed. Jorge Alcaez, Buenos Aires, 1968.
Ideología y comunicación de masas: La semantización de la violencia política, en Lenguaje y comunicación social, Ed. Nueva Visión, Buenos Aires, 1969.
Condiciones de producción, modelos generativos y manifestación ideológica, en El proceso ideológico, Ed. Tiempo contemporáneo, Buenos Aires, 1971.
Linguistique el sociologie.—Vers une Vers une “logique naturelle des mondes sociaux”, en Communications No. 20, Paris, 1973.
Remarques sur l’ideologique comme production du sens, en Sociologie et sociétés V. 2. Montreal, 1974.

- Para una semiología de las operaciones translingüísticas, en *Lenguajes* No. 2, Buenos Aires, 1974.
- Comunicación de masas y producción de ideología: Acerca de la constitución del discurso burgués en la prensa semanal, en *Chasqui* Nos. 4 y 5, Quito, 1975.
- VERTON, Dz. Memorias de un cineasta bolchevique, E. Labor, Col, Maldoror, Barcelona, 1974.
- WIENER, N. Cibernética y socialidad, Ed. Sudamericana, Buenos Aires 1969.
- WILL, N. Essai sur la presse et le capital, Ed. 10/18. Paris, 1976.
- WITTGENSTEIN, L. *Tractatus Logico-philosophicus*, Ed. Alianza, Madrid, 1973.

OTROS TÍTULOS DE ESTA COLECCION

“Sicología de la Comunicación Social”

GERHARD MALETZKE

“Periodismo Educativo y Científico”

CIMPEC—OEA

“Cine y Televisión a Bajo Costo”

DIETRICH BERWANGER

“ Radio y TV para la Innovación”

JOSEF ENCHENBACH

“Planificación y Comunicación”

HORACIO MARTINS DE CARVALHO

JUAN DIAZ BORDENAVE

**“Comunicación Social y Desarrollo en
América Latina”**

ANTONIO GARCIA

“La Producción de Programas de Radio”

MARIO KAPLUN

“Géneros Periodísticos Interpretativos”

JULIO DEL RIO REYNAGA

Este libro se terminó de imprimir en Editorial EPOCA, el 28 de febrero de 1978, siendo el Director General de CIESPAL el Sr. Marco Ordóñez Andrade; Representante de la Fundación Friedrich Ebert, el Dr. Peter Schenkel y Jefe del Fondo Editorial, el Lcdo. Alberto Maldonado S.