

Aproximación semiótica al discurso de la comunicación alternativa

Raúl BENDEZU

EL título desde ya plantea una búsqueda: ¿por qué una visión semiótica del proceso de comunicación alternativa? Primera interrogante de todo aquél cuyo interés no es sólo el aplicar mecánicamente o "académicamente" un método novedoso, hasta quizás vanguardista, a un objeto no menos novedoso. Evidentemente, esa interrogante es la que mueve mi propio interés por acceder a una definición propiamente semiótica, esto es, discursiva, de un fenómeno del cual a veces creemos saber todo.

La teoría semiótica propuesta por A.J. Greimas y su grupo de investigadores reunidos en torno a la llamada Escuela de París¹ nos ofrece los postulados fundamentales con los cuales podremos acercarnos a las organizaciones discursivas de la significación, esto es, a la producción de sentido en la dimensión discursiva de las sociedades. Sin embargo, asumir una postura así conduce inevitablemente, si se trata de encontrar resultados que aclaren el panorama del objeto elegido, a la condición de adecuación metodológica.

Esto último es lo que concentra mis preocupaciones en el campo de la comunicación social. Se trata de definir el acercamiento metodológico a la dimensión discursiva de la comunicación social, pero con los criterios mínimamente científicos y no con inquietudes literarias. La proliferación de una "escritura semiótica" (abstrusa y hermética), ha sido y es aún caldo de cultivo para las acusaciones de ineficacia y esoterismo de la postura semiótica frente a la comunicación social.

1. Bajo este nombre se agrupan un conjunto de investigadores en lingüística discursiva cuya atención fundamental se concentra en el sentido articulado (= la significación) que produce todo signo al estar en un sistema ordenado según jerarquías y niveles. Postularán, en la línea epistemológica de F. de Saussure y L. Hjelmslev, como objeto de estudio la forma de la expresión y del contenido, esto es, la red de relaciones estructurales de todo conjunto sistemático y correlativo de signos. Es pues la significación lo que interesa describir según un metalenguaje, que pretende ser científico. A este respecto se puede mencionar: *L'École de Paris* de J.C. Coquet. Hachette, Paris, 1982; *Sémiotique en Jeu. A partir et autour de l'oeuvre d'A.J. Greimas* de M. Arrivé y J.C. Coquet. Hatès-Benjamin, Paris-Amsterdam, 1987.

2. El presente artículo reproduce, condensa y reelabora sucintamente los aspectos fundamentales de una investigación más amplia y presentada por el autor como trabajo de investigación para optar el título profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación, el título es: *El discurso de la comunicación alternativa: Una aproximación semiótica*. Universidad de Lima, 1987. A ella me remito para observar detalladamente los resultados del análisis, cuya extensión excede a los límites del presente artículo.

En tal sentido mi inquietud puede resolverse en una simple pregunta: ¿por qué estudiar semióticamente la comunicación alternativa? y extrapolando más allá (aunque esto ya traspasa los límites del presente artículo) ¿por qué y en qué condiciones estudiar semióticamente la comunicación social? A estas inquietudes intentaré responder en este artículo² partiendo de las ideas que circulan entre los investigadores, así como de la condición social y comunicativa donde se considera dicho fenómeno.

En los procesos de comunicación característicos de América Latina se encuentran formas de resistencia comunicativa, de reivindicación, de búsqueda de identidad en el concierto de la producción mass mediática. Proyecto comunicativo y proyecto social, que compromete a la problemática de las culturas populares y a la problemática de la identidad cultural en el caso peruano.

En este contexto la comunicación colectiva, en su sentido más general, en tanto intercambio deviene en confrontación, que en última instancia asume el estatuto de reivindicación; ese es el lugar de la llamada comunicación alternativa y/o popular. Esta dimensión sólo podrá ser diseñada a partir de sus productos comunicativos, incidiendo en la logósfera de las competencias allí manifestadas. Logósfera, según R. Barthes, esfera de valores, como lugares semánticos depositarios de la ideología del grupo social que los asume y que en la pertinencia aquí esbozada será vista según la semiótica discursiva. Será pues, lógica del mundo delatada (manifestada) en la dimensión discursiva.

Comunicación alternativa y/o comunicación popular, entre otras, describe la terminología que permite dar cuenta del campo ocupado por aquellas experiencias de comunicación que utilizando tecnología artesanal de orden colectivo o masivo (por ejemplo, volantes, folletos, emisiones radiales, encuentros colóquiales, etc.) proyectan un discurso que se asume como comunitario, pues sus producciones se circunscriben al ámbito de la comunidad distrital, barrial. Comunitario e integrador, a la vez que propulsor de conductas sociales conducentes a la organización comunal o a la participación en el decir. También discurso controlado por cierta voluntad de "apoyo democrático" y en muchos casos libre y por ello auténtico. En ambos

casos se puede observar la lógica de su producción semiótica, de sus valores semánticos manifestados, de su comunicación propuesta.

Trabajando desde la perspectiva de la semiótica discursiva, me interesa en este artículo a la vez que diseñar algunos aspectos de método, concentrarme en la relación de orientación que desde el enunciado (el dato comunicado) hacia la enunciación (la propuesta de una acción social específica) la comunicación alternativa propone. Esto es, cómo desde el enunciado va apareciendo, y componiendo en la enunciación, la acción social hacia la cual los procesos de comunicación alternativos priorizan y centralizan sus esfuerzos. Veremos pues, como rasgo definidor de estos procesos comunicativos la construcción, interpretación y búsqueda de la acción social concreta. Todo esto tratado aquí según un esbozo metodológico indispensable para iniciar el análisis que preferiré dejar de lado.

1. Comunicación alternativa o alternativa de la comunicación

Una de las primeras constataciones en torno al tema que nos ocupa es el de la terminología. Denominada: comunicación participativa o participatoria, horizontal, dialógica, marginal, grupal, alternativa, popular e inclusive artesanal. Con ello se pretende designar aquel campo donde predomina el interés por los procesos comunicativos dirigidos hacia la búsqueda de un desarrollo social alternativo al dominante impuesto por la comunicación masiva. De esta *indefinición* terminológica, optaré por denominarla *comunicación alternativa popular*. Sin embargo, se debe indicar que lo alternativo popular en comunicación subsiste como una *praxis* más que como una corriente teórica.

En los años 60 la perspectiva crítica sobre los medios y la cultura de masa posibilitó el surgimiento de la necesidad cultural por cambiar la unilateralidad y verticalidad del proceso comunicativo masivo, buscando lo que J. Baudrillard denominaba el *intercambio utópico* (Baudrillard, 1974). Este aspecto es recogido por los primeros investigadores latinoamericanos de la comunicación quienes, siguiendo una propuesta europea, empiezan a trabajar con la denuncia semiológica —la llamada guerrilla semiológica—

del imperialismo cultural y conduciendo con ello hacia el nacimiento de una nueva perspectiva que a mediados de los años 70 y por influjo de la actividad política en los movimientos obreros y sociales emergentes, adquiere gran fuerza: me refiero al reconocimiento del ámbito de lo popular localizado desde las formas alternativas.

En el Perú la proliferación de instituciones dedicadas a la educación y la comunicación, denominados Centros de Promoción y Desarrollo, intervienen en el apoyo según un nivel profesional y técnico suficiente para materializar las expectativas de la población participante en esos proyectos. Así adquiere gran fuerza la priorización de la óptica de los sectores populares. Entonces este tipo de trabajo se orienta hacia el rescate de una identidad puesta al margen por el poder del discurso dominante, en el caso comunicativo, el sostenido por la masividad. Una multiplicidad de experiencias con sectores urbanos marginales y campesinos se desarrollan en diferentes comunidades peruanas.

En el contexto latinoamericano muchos son los investigadores que desde las ciencias sociales han observado el problema de la alternatividad como fenómeno social, dividiendo su trabajo entre la participación en experiencias comunicativas y la reflexión sistematizadora de los logros alcanzados con dichas experiencias.

Para esto citaré algunos de ellos. El investigador español Miguel de Moragas señaló que para describir la alternatividad en comunicación es necesario considerar el marco social donde se inscriben dichas prácticas y en relación al cual va a establecerse el área de interés promocional, educativo, histórico, etc. Ello de acuerdo a las condiciones de confrontación con el modelo transnacional frente al cual se define la propuesta alternativa en el ámbito de la comunicación (De Moragas, 1982). Reafirma esta idea Rafael Roncagliolo: "lo alternativo de la comunicación alternativa sólo puede definirse por la pertenencia de estas experiencias de comunicación al polo nacional-popular, antitético a lo transnacional. Lo alternativo no es definible a partir de la comunicación misma" (Roncagliolo, 1982, p. 26).

En este sentido lo popular también aparece como categoría participante en la definición de la alternatividad, esto perfilado a partir del trabajo con las organizaciones

nicación-procesos populares: lo popular como *negación*, como memoria de una matriz *negada*, dominada, que hace visible un discurso de réplica al discurso burgués, presentado como un discurso opuesto; y lo popular como *mediación*, es decir el ámbito de lo popular-masivo, lo masivo como *negación* y *mediación* histórica de lo popular, es el ámbito de la cultura para las masas.

Sin intentar disponer una definición específica, a partir del breve panorama presentado en esta heterogeneidad conceptual, se pueden destacar tres aspectos básicos:

- a) La comunicación alternativa se sitúa como aquella comunicación *otra*, pues siempre tiene algo distinto y alterador del orden comunicativo masivo, donde las expectativas y las características populares son interpretadas no como *mediación*, sino como memoria *negada*, según lo planteado por J. Martín Barbero.
- b) La comunicación alternativa, como todo proceso de comunicación, exige en la actualidad definirse según un marco social, pues se trata de una(s) práctica(s) en un contexto social y político donde cobran sentido los discursos alternativos populares.
- c) Esa *comunicación otra* implica la inscripción de los sectores populares para manifestar su cultura y sus valores, al mismo tiempo que activar formas de participación y compromiso organizativo dentro de una perspectiva de democratización de las comunicaciones. A nivel de discurso, ello da lugar a las axiologías e ideologías (sistemas de valores semánticos) típicos de una comunidad social específica.

2. La participación a través de la comunicación: aspecto definitorio de la comunicación alternativa popular

Un aspecto en el cual los investigadores sociales de los problemas de *alternatividad* coinciden es cuando plantean la participación como el rasgo más importante y definidor en todo proceso de comunicación alternativa popular. Como señala Fernando Reyes Matta, "la participación popular surge, de una u otra forma, como rasgo definitorio de la comunicación alternativa. Es hacia la plena participación, constituida como verdadera dimensión democrática

hacia donde avanza la comunicación alternativa en tanto voz movilizadora y parte de un proceso transformador nacional popular" (1982, pp. 241-242).

La participación aquí va entendida como la condición de acceso en el ejercicio de una actividad comunicativa y/o comunal. En el primer caso se trata del acceso en la producción y circulación de mensajes, y no sólo en eso, pues si vamos al nivel discursivo nos encontramos con la manifestación de elementos semánticos reconocidos como lugar de encuentro (a modo de un asentimiento) enunciativo, es decir, de reconocimiento: la intelección deviene en intención.³ En el segundo caso la toma de decisiones que, como proyecto político se orienta hacia la organización social, extendida y democrática, de la comunidad implicada, se puede observar en el nivel de la sociedad como el autogobierno y la autogestión políticas.

Esta característica es una de las constantes en todo discurso sobre la democratización de la comunicación. Participación en el control de la propiedad de los medios de comunicación y su utilización, que en el caso de la comunicación alternativa popular se limita al ejercicio de la organización comunal, pues se trata de la utilización de medios populares simples en los cuales predomina la horizontalidad, o al menos la pretensión de tal, en los intercambios.

Ahora bien, la participación en el plano estrictamente comunicativo⁴ se dirige hacia la decodificación y la utilización de la información ya sea simbólicamente o prácticamente, es decir, en la contemplación de lo entendido o en la asunción de lo entendido para generar acciones sociales específicas. Esto último es lo que voy a destacar.

Miguel de Moragas, desde una perspectiva que considera la comunicación como parte de la acción social general y dentro de ella llevándola al terreno de la confrontación de procesos comunicativos (discurso dominante vs. discurso alternativo), señala lo siguiente: "La comunicación, en cualquier caso y nivel, es justamente una forma de participación, de establecimiento de contacto, que está destinada a la consecución de tomas de decisión de carácter social, es decir, colectivo. El "consenso" es la expresión que caracteriza esta tendencia y funcionalidad de la comu-

3. Aquí valdría la pena precisar algunas ideas. La *intelección* es el efecto semántico y semiótico de comprensión de lo enunciado; sé de lo que se me habla; la *intención* se entiende como dirección, sentido semiótico, es el querer-decir del sujeto de la enunciaci3n y a la cual el enunciado nos lleva por medio de implicaciones y manifestaciones figurativas, esta direcci3n implica asentir a lo dicho: es lo que leo y acepto, estoy de acuerdo, con ello el contrato fiduciario (de aceptaci3n de los objetos-valor) queda circunscrito.

4. Para entender en qu3 consiste el plano comunicativo debemos partir de una conceptualizaci3n de la comunicaci3n. Todo proceso de comunicaci3n presupone la existencia de una estructura intersubjetiva (2 sujetos comunicantes) que permite la constituci3n de la subjetividad como resultado de dicha relaci3n, 3sta se va a establecer seg3n los modos en los cuales circula la informaci3n manifestada por medio que generalmente aparece articulando dos dimensiones: material,

física (pensemos en las ondas acústicas, o en los impulsos luminosos de una superficie, o en los contrastes de energía visual provocados por el material); e inmaterial, cognoscitivo, una *episteme* como denominaba Michel Foucault a la actitud que asumen los sujetos frente a los signos que utilizan y que compone el conocimiento estándar de un grupo social, su inteligible promedio para producir y leer mensajes. Ahora bien, todo proceso de comunicación no puede ser reducido a la mera transmisión de información pues aquél aparece definido según un ordenamiento que le viene de su contexto social, esto formará las condiciones en las que se definen los intercambios. Toda comunicación es intercambio efectivo (comunicación cara a cara) o simulacro (comunicación colectiva), ¿de qué?, de objetos-valor cognoscitivos, de elementos de juicio, de opiniones, de verdades, en última instancia de realidades. Intercambio que no es del todo contractual, pues generalmente es polémico, de enfrentamiento. Así pues, el plano comunicativo se compone a partir de los medios de comunicación, pero trasciende a éstos en tanto se presenta como las condiciones en las que se deberán plantear los datos de conocimiento, los datos transmitidos (o sea, modulados, modalizados). Esto sostiene una postura semiótica frente a la comunicación.

5. La exposición de los criterios operativos de participación simbólica y participación efectiva los

nicación como causa cooperante de la acción social. La comunicación es la causa de que la conducta sea homogénea, sea... colectiva" (1982, p. 11).

Según esto y siguiendo al mismo autor,⁵ se podrá describir dos formas de participación provocadas por los procesos comunicativos:

a) La *participación simbólica*, donde se plantea la sustitución de acción, pues no se produce una relación entre la información recibida y la práctica social implicada; este es el lugar de la creación de espectáculo, la contemplación del significante y su fascinación referencial.

b) La *participación efectiva*, se establece cuando se está en contacto con la información de su entorno inmediato que se convertirá en instrumento de participación política; es el lugar de la actuación de acción, pues se establece una participación efectiva de los individuos, a partir de la utilización práctica de la información en causas concretas, cercanas a los problemas comunales que determinan, finalmente, la reivindicación política y social.

Teniendo en cuenta estas consideraciones, me permito localizar operativamente a los procesos comunicativos alternativos populares, en el segundo modo de participación, pues es hacia la acción social, hacia el uso para una realidad social como se definen los problemas de alteridad en comunicación. Es en el campo de la *actuación de acción*, en tanto aspecto del fenómeno de participación comunicativa, donde se sitúa la comunicación alternativa popular con la especificidad que en esos casos subyace el performativo de la acción social inmediata. Entonces, sustitución de acción, recreación simbólica con el verosímil, pero también —y allí es donde está su prospección política— actuación de acción, organización social para alcanzar objetivos educativos y reivindicatorios, esa considero es la especificidad comunicativa de lo alternativo popular en comunicación. Esto da lugar al diseño de la hipótesis que desde el discurso intentará señalar la construcción semiótica de dicha performance, de dicha direccionalidad.

3. La investigación discursiva de la comunicación alternativa popular

En este momento es cuando llegamos a la sustentación de una aproximación semiótica a la comunicación alternativa popular. Una de las tareas en las cuales se concentra la semiótica contemporánea es el estudio de las organizaciones discursivas de la significación (Greimas, 1980, 1983). Sin embargo, postular un acercamiento discursivo no consiste en una elección arbitraria, pues no hay que olvidar que toda investigación científica se somete a una demanda. En el caso de la semiótica discursiva, una demanda en torno a los universos discursivos y a su decir implicado. Además de una demanda de adecuación entre el método y el objeto de conocimiento construido. La semiótica hoy, ya no es más una moda, está llamada a responder sobre los modos en que las sociedades articulan el sentido, su sentido de su entorno socio-cultural y éste aparece manifestado (y muchas veces implicado) a través de su decir, de sus discursos.

Entonces será necesario concentrarse en la descripción de las diversas modalidades de ese decir manifestados en lo que los procesos de comunicación social tienen como realidades concretas: los textos. Sin embargo, toda investigación semiótica aplicada a las diversas actividades socio-culturales exige la concentración en algunos aspectos más pertinentes que otros. Por ejemplo, no se trata de aplicar directamente el conjunto de la metodología semiótica y extraer el todo significativo que el texto manifiesta. Evidentemente, tenderíamos a caer en el vacío infinito que nos tienden todos los textos y sus respectivas articulaciones discursivas. Se hace imprescindible, entonces, explorar en las condiciones comunicativas y socio-culturales que la temática implicada exija, para de allí acceder a aquel o aquellos rasgos especificadores de las condiciones de dicho intercambio comunicativo. Así dispondremos de una dimensión homogénea y adecuada para poder trabajarla discursivamente.

En resumidas cuentas la investigación semiótica, como plantea Eric Landowski, "...articula la información

sobre el 'terreno' (el de los discursos y las prácticas significantes) y la elaboración de los esquemas de conceptualización, permitiendo así comprobar constantemente el carácter operatorio de los modelos construidos deductivamente" (Landowski, 1986, p. 14).

Toda organización discursiva posee un funcionamiento en relación al uso que se haga de él. Dicha organización es resultado de una textualidad, o un conjunto de textos (realidades significantes, concretas) que los subtienden. "El discurso es una realidad social como cualquier otra. Así una organización discursiva sería el modo en que la realidad discursiva se halla estructurada en una sociedad concreta. Los discursos, por tanto, son "formas de vida" social: algo así como cauces o cursos estereotipados que condicionan la producción semiótica" (Pérez Tornero, 1982, p. 176).

De este modo, acerca de cualquier discurso de nuestra realidad contextual manejamos cierta información que nos permite reconocerlo y entenderlo. Estos trazos son percibidos y sabidos por quienes conocen y reconocen su funcionamiento cotidiano, a la vez que esos mismos trazos son incorporados a modo de descripciones experienciales por parte de quienes se dedican a tomarles atención, en el caso presente, a todos aquellos investigadores que sistematizan la o las experiencias de comunicación alternativa popular.

Este saber recogido a partir de ello nos va a permitir componer aquellos elementos pertinentes que nos permitirán tipificar y caracterizar las condiciones sociales en las que se definen los intercambios comunicativos alternativos populares. Aquí recogemos sólo uno,⁶ la participación o la prospección de una acción social a partir del discurso.

Las unidades que componen todo discurso están en estrecha relación con la socialidad que los sostiene, pues "...el significado es una unidad cultural socialmente construida, cuya objetividad tiene validez para todo sujeto posible (= sujeto trascendental) perteneciente a dicha sociedad. Cada sociedad, en consecuencia, construye su propia "visión" del mundo, y cada individuo, transformado en sujeto en el seno de una sociedad, participa de

6. Los otros rasgos y la ampliación respectiva se puede ver en la investigación de Licenciatura señalada más atrás.

dicha objetividad. A partir de esta objetividad social son posibles las diferencias particulares, las desviaciones individuales, que fundamentan la subjetividad personal de los individuos concretos (Blanco, 1988, p. 3).

Tendremos pues, que este significado convertido en discurso estará pleno de sentido y éste podrá ser identificado en organizaciones discursivas específicas. Como señala Desiderio Blanco, "...el sentido es un producto social, y, como todo producto, es producido bajo determinadas condiciones de producción. Las condiciones de producción no son, sin embargo, ajenas al sentido. Una situación de habla, una situación de enunciación en general, sólo puede describirse en función de su sentido. Cuando para describir el sentido de un texto acudimos a sus condiciones de producción, nos vemos obligados a decodificar otros "textos": el texto de la situación social, el texto de la estructura económica, el texto de las relaciones de producción, el texto de la cultura en cuyo interior se produce el discurso en cuestión. En una palabra, el texto del contexto; porque el contexto de un texto es siempre otro texto" (Blanco, 1988, p. 4).

Toda textualidad adquiere coherencia generalizada al sostenerse en las grandes articulaciones discursivas que tipifican la producción semiótica de un contexto social. El acercamiento a ellas se debe efectuar, entonces, según aproximaciones hipotético-deductivas a partir de la textualidad implicada y construida en términos de un corpus. Esta observación metodológica se complementa así con la que nos define al proyecto semiótico según el principio de la autonomía de la significación. La naturaleza semántica de la significación nos dispone a encontrar las organizaciones semióticas más allá de las sustancias significantes que permitan su manifestación.

Según lo señalado hasta aquí, la justificación de una aproximación semiótica a la comunicación alternativa popular se inscribe al interior de lo que como discurso se propone en esos fenómenos: la participación social, la orientación desde y hacia la acción social concreta, y añadiendo otro más, el universo de valores reconocidos como populares. Así veremos que todos esos rasgos permiten dar cuenta del conocimiento experiencial que sobre los

7. La autonomía de la significación es un postulado de la semiótica general por el cual todo universo discursivo produce y re-produce la significación en él manifestado. Muchos comunicólogos asumen este principio como una autonomía ontológica. No hay que olvidar que lo comunicado manifiesta huellas del sistema que los sostiene, esto es, de las condiciones en las cuales se lleva a cabo la interacción comunicativa. La autonomía a la que hago referencia no es ontológica, sino lógica, ello porque la teoría semiótica sustenta un saber hipotético-deductivo. Ello también va a la opinión de casi todos los comunicólogos por creer que la comunicación es sólo "verdadera", "concreta" en el receptor y en el emisor pero nunca en el mensaje.

8. El referente en semiótica no designa a lo real concreto; es el resultado de la construcción discursiva, de los trazos que deja el discurso en su devenir social. Dicho referente sólo podrá ser reconstruido a partir del discurso enunciado.

9. Una postura enunciativa implica ir hacia lo que el enunciado presupone, a su fuente vista como intenciones. La enunciación es el lugar donde se marca la intencionalidad, la dirección que controla la producción del discurso. Al referirme a ella aludo a una competencia, a una capacidad para producir enunciados.

procesos comunicativos alternativos populares existen, y ello nos permitirá plantearlos como rasgos a ser observados en sus condiciones discursivas, que de hecho, concretamente, aparecen manifestados en su textualidad, quedará pues el paso de la reconstrucción y/o explicitación de las condiciones de su producción y aprehensión discursivas, esto es, semióticas.

En la línea inaugurada por D. Blanco para la semiótica de la comunicación peruana, un planteamiento aparece como postulado imprescindible: el estudio socio-discursivo. Entonces, el acercamiento que defino para la comunicación alternativa popular se sostiene en considerarla como un conjunto signifiante, según los aspectos socio-discursivos. Esto es, acercarse a un problema comunicativo en tanto organización discursiva teniendo en cuenta sus variables enuncivas y enunciativas. Será pues establecer los marcos de una sociosemiótica discursiva, que postula a la comunicación alternativa popular como un universo autónomo⁷ cuyo referente semiótico⁸ son las acciones sociales como comportamiento colectivos inmediatos a los sujetos participantes y que los hace asumir una postura enunciativa⁹ para poder-saber leer todos los textos y los comportamientos (otros textos) y para saber-hacer otros textos de la praxis social y de la praxis comunicativa.

Toda sociedad deja en el discurso sus huellas, rastros de su inteligible promedio que da lugar a las estereotipaciones y designaciones de su experiencia cotidiana; es por último, la atribución de sentido a la acción social y a la acción comunicativa lo que ofrecen los discursos de la comunicación alternativa popular. Estas articulaciones del sentido social promedio dan cuenta, asimismo, de los contenidos culturales manejados por las lenguas peruanas en los procesos de comunicación.

Sin concentrarnos, para el caso aquí esbozado, en la manifestación lingüística, el campo de la comunicación alternativa popular es campo del juego de estrategias culturales que apuntan hacia la búsqueda de la identidad cultural peruana. En tal sentido, sin hacer propiamente una aproximación lingüística del asunto, podremos dar cuenta de la constitución de los contenidos culturales peruanos si recogemos la propuesta de Enrique Ballón, "... las cul-

turas peruanas definen cada una en su ámbito de influencia, no únicamente lo que es comunicable, sino que ellas mismas permiten los *actos de comunicación* grupales e intergrupales; las lenguas, por su parte, poseen una doble instrumentalidad interna, es decir, en relación a lo que ellas tienen por función expresar y comunicar, y externa, en relación al contexto en el cual les es dable funcionar. En resumen, todas y cada una de las lenguas están hechas para manifestar, para destacar en alto relieve y con pertinencia, el contexto cultural de donde provienen" (Ballón, 1987, p. 310).

4. La discursivización de la acción social y de la acción comunicativa

El rasgo de la participación efectiva implica la constante referencia a la acción social concreta y a la acción comunicativa. Menciono ambos términos complejos como elementos operatorios para la descripción sin asumir una postura epistemológica que los sustente. Al referirme a la acción social concreta hago alusión a los comportamientos somáticos circundantes a una comunidad, así como los valores en tanto grupo, esto es el resultado de su experiencia cotidiana y de su experiencia grupal en pleno desarrollo socio-político, por ejemplo: "nuestra práctica como poblador", "experiencia de organización y lucha", "unidad y organización", "la organización de nuestro pueblo", etc. Al referirme a la acción comunicativa será para describir los comportamientos comunicativos lexicalizados en el enunciado en forma de acciones u objetos referidos a los tipos de intercambios e interacciones cotidianas, por ejemplo: "materiales para su reflexión y estudio", "apoyados por charlas", etc.

Ahora bien, ambos órdenes aparecen manifestados en el enunciado según diferentes modalidades figurativas, más o menos cargados semánticamente y con diversas orientaciones enunciativas. La mayoría de las veces el enunciado es el lugar utilizado (hacer-creer) para orientar (hacer-hacer) a la acción social concreta, conformándola y performándola. A este fenómeno lo describiré con el término, utilizado por el gran lingüista Louis Hjelmslev, de *rección*. "La noción de rección implica por definición

la de una orientación o un sentido definido: la rección es el movimiento lógico e irreversible de un regente a un regido" (Hjlemslev, 1972, p. 192). El regente entonces, la acción comunicativa (= los enunciados y todas las articulaciones sobre la producción y la circulación del saber) y al regido la acción social (= todos los "hechos" y "objetos" descriptibles a través de los enunciados).

Esto marca así una orientación de una acción hacia otra, manifestando una orientación jerárquica. Así se define discursivamente la alternatividad en su búsqueda por definirse frente a una acción social concreta. Ello conducirá a una prospectividad enunciativa (mecanismo descriptivo) esto es, asumir la acción social como lugar donde se alcanzará la participación efectiva, pero performada desde el discurso.

Sin entrar en el análisis semiótico específico, pues ello excedería los límites de esta presentación metodológica, mencionaré algunos breves enunciados para graficar lo señalado:

Edo 1: "En este tercer número, que es dedicado al poblador común y corriente, donde de alguna manera damos algunos elementos para una reflexión sobre nuestra práctica como poblador, recogida de la vida diaria. Vivimos en una realidad, donde cada uno de nosotros todos, hemos aportado para lograr la organización de la comunidad de Villa El Salvador".

(De: "Cuadernos de Formación" No. 3. Centro de Comunicación Popular de Villa El Salvador. Lima, Perú).

Edo. 2: "El fundamento de este material de trabajo es valorar los aportes y enseñanzas, sugerencias que hemos logrado juntos en el taller, y esto nos motiva a superarnos para comunicarnos mejor entre nosotros y con el pueblo aprendiendo para servir en nuestras comunidades".

(De: "Taller de Trabajo Radial". Equipos de radio coordinadora de organizaciones femeninas de Ica. ILLA - ICA).

A) Ordenes Figurativos:

Acción comunicativa:	"reflexión", recogida de...", "damos algunos elementos"	Edo. 1
	"material de trabajo", "aportes y enseñanzas", "sugerencias", "comunicarnos mejor", "aprendiendo"	Edo. 2
Acción social:	"poblador común y corriente", "nuestra práctica como poblador", "la vida diaria", "vivimos una realidad", "hemos aportado para lograr la organización de la comunidad"	Edo. 1
	"hemos logrado juntos en el taller", "entre nosotros y con el pueblo", "servir a nuestras comunidades"	Edo. 2

B) Ordenes enunciativos:

Edo. 1: "damos algunos elementos para...": hacer-saber, comunicación del saber y orientación figurativo de dicho saber: "...para una reflexión sobre nuestra práctica..."

"Vivimos", "hemos", "cada uno de nosotros todos": instauración del enunciatario colectivo "nosotros", a la vez que sanción verosímil que funda el ser sobre el parecer. A nivel semántico tenemos los siguientes valores: /atribución/, /complementación/ de la acción comunicativa para alcanzar la acción social.

Edo. 2: "el fundamento de este material...", "nos motivan a...": /basamento/ modalizado por el poder-hacer, es el punto de apoyo enunciativo que fundamenta el juicio verosímil del ser sobre el parecer: la fuente real para la práctica diaria.

Según esto tendremos el siguiente orden enunciativo que define la rección:

"los enunciados"		"la realidad"
"lo escrito"		"la vida diaria"
acción comunicativa	→ rección →	acción social
/reflexión/		/activación/
/complementador/		/complementado/
/regente/		/regido/

Esta relación de rección presentada en su articulación lógica-semántica aparecerá del siguiente modo:



La manifestación de la acción comunicativa definida como el trabajo con los enunciados, en su consecución sintagmática lleva a su negación (pues todo no se reduce a los enunciados puros, hay que llevarlo a la concreción), que aparece como la aserción afirmativa de la activación, el ponerse en marcha para asertar nuevamente la acción social, punto aparentemente final, pues su reflexión (nueva aserción afirmativa) nos lleva a la acción comunicativa. Ello reproduce, pues la lógica de las relaciones figurativas y semánticas manifestadas en el enunciado.

Una aproximación discursiva a la comunicación alternativa popular se adecuará en función de aquellos rasgos que su discurso presenta y con los cuales accederemos a su lógica subyacente, que positivamente sabemos que conducen a su nivel de existencia concreta al interior de los procesos de documentación que sustentan un poder.¹⁰ Ya sea el poder de la masividad o el poder de la alternatividad. Es el discurso como espacio de restricciones y trazos semánticos que planteará las condiciones de inteligibilidad de las relaciones sociales y sobre todo comunicativas.

10. Es importante aquí destacar la propuesta que lanza Oscar Quezada para estudiar los múltiples aspectos de la comunicación social, me refiero a la sintaxis de los poderes, "... uno de los aportes cruciales de la semiótica está en el esclarecimiento de la sintaxis de los poderes. Como corolario se logrará, tarde o temprano, desmitificar el comunicacionismo ingenuo comprendiendo eso que se llama comunicación social como dialéctica de sometimientos contractuales y rupturas conflictuales." (O. Quezada, 1988.).

BIBLIOGRAFIA UTILIZADA

1. Azcueta, Miguel (1986) Apuntes sobre comunicación y educación popular. Centro de Comunicación Popular de Villa El Salvador, Lima.
2. Baudrillard, Jean (1974) Crítica de la economía política del signo. Siglo XXI, México.
3. Blanco, Desiderio (1989) Claves semióticas. Comunicación/Significación. Univ. de Lima.
4. Ballón, Enrique (1987) "Contenidos etnográficos y culturales en la educación bilingüe". En *Allpanchis*, No.29-30 año XIX, Cusco, Perú.
5. Greimas, Algirdas J. (1980) *Semiótica y ciencias sociales*. Fragua, Madrid.
(1983) *La semiótica del texto*. Paidós, Barcelona.
6. Hjelmslev, Louis (1972) *Ensayos Lingüísticos*. Gredos, Madrid.
7. Landowski, Eric (1986) "Algunas cuestiones prácticas sobre el problema del sentido". En: *Morphé. Rev. de la Maestría en ciencias del lenguaje*, Univ. Autónoma de Puebla, México, Jul-Dic.
8. Martín B., Jesús (1983) "Retos a la investigación en comunicación en América Latina". En: *Comunicación y Cultura*, No.9.
9. Pérez Tornero, J.M. (1982) *La semiótica de la publicidad*. Mitro, Barcelona.
10. Roncagliolo, Rafael (1982) "Comunicación y cultura transnacional". En: *Comunicación Transnacional, Conflicto político y cultural*. Desco, Lima.
11. Reyes M, Fernando (1982) "Comunicación alternativa y desarrollo solidario ante el mundo transnacional". En: *Comunic. transnacional... Op. cit.*
12. Quezada M., Oscar (1988) "Semiótica y comunicación social en el Perú". En *Revista Diálogos de la Comunicación*, No.22 FELAFACS, Lima, Perú.