

Mensaje y comunicación: perspectivas metodológicas de los sistemas de representación comunicados

Raúl BENDEZU UNTIVEROS



EL TEMA del contenido de los procesos de comunicación, que algunos prefieren llamar mensaje, convoca a preocupaciones en torno a la capacidad de la comunicación. Y entiéndase capacidad no sólo en términos informativos, por aludir a lo que puede decirse, sino fundamentalmente al *qué* y al *cómo* se dice, en todo caso, la eficacia comunicativa.¹ Elemento fundamental para la concreción de actividades comunicativas, el mensaje o texto de la comunicación es el elemento que mediatiza y asume las formas de representación simbólica de todo proceso comunicativo.

De ahí que la preocupación del siguiente artículo esté orientada a explorar en el terreno del contenido comunicado o de los sistemas de representación comunicados. Se ha preferido esta perspectiva del estudio de la comunicación por la naturaleza de las actividades comunicativas generadas por los *mensajes* o *textos* de la comunicación.

Aparentemente una perspectiva de este tipo proyecta una imagen demasiado restrictiva de la investigación comunicacional. Sin embargo, la hipótesis que sostengo es que los mensajes o textos de la comunicación son los factores de articulación y posibilidad de toda actividad comunicativa, pues jalona procedimientos socioculturales que dan consistencia a la interacción comunicativa. Esta pertinencia deja de lado los procedimientos relativos al procesamiento síquico y neurobiológico de la información, así como lo relativo al soporte material de los mensajes o textos comunicados.

Actualmente los estudios en comunicación demandan cada vez más un conocimiento sobre los procedimientos interpretativos de la comunicación. Interpretación como decodificación de mensajes y como utilización social y/o comunicativa de los procesos de comunicación. Pensemos en el hecho cotidiano que nos enfrenta a la "actualidad informativa". Saber qué sucede a

1. Ya en otro lugar me dediqué a diseñar algunos elementos sobre esta problemática (Bendezú, 1990). Allí se vincula el problema de la eficacia comunicativa a la existencia de sistemas de representación simbólica que posibilitan aquella a través de efectos interpretativos desde los textos y discursos de la comunicación.

nuestro alrededor, y opinar sobre ello, no son más que actividades comunicativas cuyo referente son otras actividades comunicativas. Nuestra interpretación de lo cotidiano depende de la utilización de procesos de comunicación y de la interdependencia de todos los distintos mensajes que vamos integrando por nuestra experiencia sociocomunicativa. Así tenemos que las preguntas en el campo de la investigación comunicacional actual estén enfiladas hacia los destinatarios o hacia los consumidores de procesos de comunicación.

El argumento que motiva estas reflexiones lo podemos ubicar en dos grandes líneas. Una de ellas proviene de la investigación tradicional en comunicación de masas,

"... el 'texto' es el elemento más concreto, menos oscuro y que más se presta a estudio de todo el proceso de comunicación de masas, pues se fija, se hace público y se produce sistemáticamente según las reglas de su propio código o lenguaje, y podemos contar con que un cuidadoso análisis nos permita hacer deducciones sobre la cultura que los origina, su significación, sus objetivos y sus probables usos y efectos" (Mc Quail, 1985: 78).

En esta perspectiva se pueden enfocar aquellas investigaciones orientadas a explorar los productores y/o receptores teniendo en cuenta que el texto orienta las actividades comunicacionales de uno y otro. Aparece así la investigación sobre la influencia de la comunicación, la ideología de los productores, los efectos sobre la audiencia y el análisis del contenido.

Las afirmaciones de esta tradicional investigación se pueden resumir en la hipótesis de la *intencionalidad comunicativa*. No hay comunicación sin la referencia a un querer-decir del emisor y a un poder-comprender del receptor. Desde la *mass communication research* hasta las investigaciones cultorológicas de los años 70, la preocupación es poder develar la intencionalidad de los emisores sobre los receptores, a través de sus procesos de comunicación. Estudios sobre la persuasión, sobre los efectos, sobre las audiencias, el estudio sobre el imaginario colectivo y la industria cultural, se pueden ubicar en este ámbito.

Sin embargo, en el camino, esta preocupación por la intencionalidad comunicativa despertó las intuiciones hacia la audiencia activa, hacia la conciencia activa. Concepción de matriz fenomenológica que adquirió enorme interés en las investigaciones de la sociología del conocimiento y de la sociología funcional de los "usos y gratificaciones":

"... los media son eficaces si y cuando el receptor les atribuye dicha eficacia, sobre la base justamente de la gratificación de las necesidades" (Wolf, 1987: 78).

En el contexto del estudio sobre la influencia comunicativa, las variables referidas a la situación, a las necesidades y expectativas del auditorio cobran relevancia para dar cuenta de la actividad corporativa que es la comunicación. El receptor participa activamente y hay que explicitar cuáles son esas posibilidades de actuación. La perspectiva, aunque gira de visión, permanece en el mismo objeto: los efectos cognitivos de los *mass media*.

La otra línea que expone el argumento de este artículo se localiza en el terreno de las ciencias humanas. Una de las mayores preocupaciones de las ciencias humanas está en la producción, articulación e interpretación del sentido. Aunque al conceptualizar el sentido se diga mucho y nada a la vez, este tema nos reenvía a la cualidad humana para aludir a los hechos, objetos y acciones. La función representativa y expresiva del espíritu humano. Algunos filósofos del lenguaje prefieren hablar de la simbolización (cfr. hermenéutica y filosofía del lenguaje).

La diferencia radical de las ciencias humanas respecto a las demás ciencias la podemos hallar en esta problemática: los sentidos y significados realizados en forma de textos.

"El texto es la realidad primaria y el punto de partida para cualquier disciplina del campo de las ciencias humanas. Conglomerado de conocimientos heterogéneos y de métodos distintos, llamado filología, lingüística, estudios literarios, epistemología, etc. Partiendo de un texto, todos ellos adoptan direcciones varias, recortan trozos heterogéneos de la naturaleza, de la vida social, de la psiquis, de la historia, uniéndolos mediante relaciones de sentido o causales, mezclando evaluaciones con constancia de los hechos. (...) El objeto real es el hombre social que habla y se expresa también con otros medios" (Bajtín, 1989: 305).

Todo hecho humano se nos figura a través de palabras, imágenes, gestos, etc. En los procesos de comunicación este sentido está condicionado tecnológicamente por la capacidad de los canales y por el soporte físico de la materia que lo expresa. En conjunto, todo texto comunicado es un conglomerado heterogéneo de valores y de expresiones tecnológicas. Así, pensar comunicativamente es pensar en el acceso a los medios de información, no sólo por la naturaleza del sistema de distribución socialmente definido, sino además por la capacidad para "traducir" tecnológicamente lo que se percibe. No basta con saber leer y escribir escriptografías, sino además manipular los comandos de organización de la percepción comunicativa.

Es hoy ya un logro de la teoría de la comunicación el poder considerar las variables tecnológicas como factores intervinientes en la trama social de los procesos de comunicación. En este ámbito

los textos, en tanto categoría de explicación metodológica, son el elemento siempre decisivo para toda reflexión sobre comunicación. De ahí que los argumentos del viejo Bajtín no pierdan actualidad, a pesar de provenir de las ciencias humanas de principios de este siglo. Siguiendo a este autor podemos afirmar que

"... todo texto, tanto oral como escrito, comprende una gran cantidad de aspectos heterogéneos naturales carentes de carácter sígnico que salen fuera de la esfera de una investigación humanística (lingüística, filológica, etc.), pero también se toman en cuenta por la última (manuscrito deteriorado, mala dicción, etc.). No pueden existir ni existen textos puros. En cada texto, además existe una serie de momentos que pueden llamarse técnicos (la técnica de la presentación gráfica, de la pronunciación, etcétera)" (Bajtín, 1989: 296).

En el caso de la comunicación mediatizada tecnológicamente, la heterogeneidad es de señales sonoras o visivas que se van componiendo no sólo a voluntad del emisor, sino también a voluntad del receptor, pues el desarrollo tecnológico ofrece a éste posibilidades de composición del encuadre, de selectividad del todo o parte de un relato, de fidelidad del sonido, etc. La técnica electrónica se incorpora también con valor sígnico pues se articula a la textualidad de los procesos de comunicación, en orden a un efecto verídico de participación y realidad.

Dada la heterogeneidad del texto, se hace imprescindible retener un aspecto que da coherencia a la explicación. Este sincretismo de variables tanto expresivas (tecnológicas y electrónicas) como representativas (pensemos en los valores que convoca todo texto, en el campo ético, moral, económico, social, etc.) hace que como investigadores de la comunicación busquemos una especificidad. La búsqueda de esta especificidad puede hacerse desde el objeto de conocimiento o desde los procedimientos metodológicos.

Según lo primero, se puede llamar la atención del objeto comunicacional desde su preeminencia en tanto factor sociocultural (la mayoría de teorías de la comunicación provenientes de las ciencias sociales) o desde la condición subjetiva de toda actividad comunicativa (por la presencia de factores intencionales por el lado del emisor y del receptor, así como la naturaleza "humanizante" de toda actividad comunicativa). Según lo segundo, a pesar de la importancia de los métodos empíricos en la tradición de la investigación comunicacional, las metodologías en el campo de la comunicación han privilegiado la perspectiva cualitativa. La aparición de perspectivas con matriz fenomenológica estudian el modo cómo los seres humanos experimentan el mundo en tanto "materia signifiante" y cumplen un papel

preponderante en la puesta en perspectiva de la investigación cualitativa entendida como investigación que obtiene datos descriptivos en tanto valores referidos a la experiencia subjetivamente vivida.²

En el marco de desarrollo de la investigación comunicacional observamos que a partir de los años 70 hay una decidida orientación por el factor subjetivo de la comunicación. Es decir, cómo las personas se ven a sí mismas y al mundo desde los procesos de comunicación que practican. De ahí que ya sea empírica o estructural, la metodología más adecuada a estos fines debe orientarse hacia la pertinencia cualitativa. Es de esa manera como en los años 70 la semiología estructural y más adelante en los 80 la semiótica generativa de la Escuela de París sean las metodologías de "moda" o, si lo formulamos con mayor seriedad, los modelos más exhaustivos y capaces para dar cuenta de la investigación comunicacional en lo que los textos de la comunicación dicen efectivamente. Así, la semiótica asumía los objetos comunicacionales como objetos semióticos dotados de autonomía estructural. Por su lado, las ciencias sociales desarrollarán metodologías conducentes a explorar la acción subjetiva a través de encuestas grupales y grupos de discusión, insistiendo en la perspectiva del procesamiento social de la información mediada por los medios tecnológicos de comunicación. La sociología del conocimiento, la sociofenomenología y la etnometodología se van dedicando a explicar el estatuto subjetivo de la sociedad y la comunicación. Aquí los factores del ambiente sociocultural son puestos en plenitud metodológica, creándose una visión decididamente humana.

Aunque por caminos diversos, en el campo científico de la comunicación, los productos comunicativos van cobrando interés por su capacidad para referir la comunicación y crear espacios de inteligibilidad del contexto al cual pertenecen. Entendidos como textos, mensajes o discursos, estos productos son el soporte gracias al cual se desenvuelve toda actividad comunicativa.

"La investigación de los *mass media*, iniciada en la investigación de los efectos puntuales, se está orientando a especificar influencias discrónicas no recortadas en el tiempo sino coextensivas a éste. Esto ha acentuado (en medio del movimiento de otros factores) la focalización de la atención del análisis de contenido en el análisis del discurso de los *media*" (Wolf, 1988: 22).

Esta puesta en perspectiva de la investigación comunicacional que sugiere M. Wolf nos permite considerar que el factor globalizante de la comunicación está en la perspectiva del

2. La metodología cualitativa es no sólo un medio de recoger datos, sino de acercarse al mundo empírico en tanto experiencia subjetiva. La persona en relación social es el factor fundamental a considerarse. "La frase metodología cualitativa se refiere en su más amplio sentido a la investigación que produce datos descriptivos; las propias palabras de las personas, habladas o escritas, y la conducta observable" (Taylor-Bodgan, 1986: 19-20).

discurso. La noción de discurso que subyace a la afirmación anterior está atenta a una especie de ecosistema comunicativo que no puede ser segmentado sin considerar su devenir. El mismo Wolf nos aclara la pertinencia,

"... el contexto pertinente para especificar y describir la dinámica de los efectos acumulativos no es el mensaje o un sistema específico de mensajes, tampoco es su contenido. Es, en cambio, un contexto más vasto y diverso, una suerte de ecología de la comunicación: es la acumulación constante de mensajes en su sucesión y frecuencia 'natural' y en su forma de discurso, comprensiva de todo lo que da sentido y significado a los contenidos" (Wolf, 1988: 22).

En el campo de la investigación comunicacional, la noción de discurso permite avanzar hacia consideraciones sobre los factores intervinientes en todo proceso de comunicación. De la misma manera se convierte en puente interdisciplinario tal como lo sugiere la sociosemiótica de la comunicación de masas (Pérez Tornero, 1986; Rodrigo, 1989).³ Esta noción convoca a un trabajo cualitativo y estructural al mismo tiempo. En este orden de cosas, la semiótica recobra fuerza en tanto teoría de los discursos y juega un papel decisivo para el diseño de toda investigación en el campo comunicacional. Semiótica y comunicación social se complementan para dar cuenta ya no sólo de mensajes aislados, sino para dar cuenta de la naturaleza discursiva de la comunicación social (Bendezú, 1988 y 1989; Blanco, 1989; Quezada, 1988 y 1992).

Llegamos así a la semiótica, específicamente la semiótica desarrollada a partir de la obra de A.J. Greimas.⁴ Para esta semiótica las realidades de las que se ocupa son los objetos dotados de sentido, definiendo su dominio de investigación en el orden de los lenguajes y las prácticas significantes, que son prácticas sociales. Aunque su realidad de investigación no trasciende más allá del texto y del reconocimiento de la inteligibilidad de un hecho por su estructura, la presencia del contexto es imprescindible,

"... el contexto en el cual aparecen o se inscriben los objetos de sentido —el famoso 'contexto de comunicación'— se considerará desde el momento en el cual es abordado en tanto objeto de sentido, como un 'texto'" (Floch, 1990: 3-4).

Las realidades de sentido se hacen posibles a través de su existencia como discurso. La categoría discurso le da a la semiótica estructural-generativa la posibilidad de acceder a realidades más complejas de los objetos dotados de sentido. Se logra, ante todo,

3. La sociosemiótica de la comunicación se basa en el postulado que los mass media construyen una realidad social y la producción de éstos es una producción discursiva. "Mediante la construcción de un universo simbólico se crea un mundo socialmente compartido, pero que puede ser vivido de forma singular por individuos y grupos sociales. Este mundo intersubjetivamente construido está institucionalizado por una práctica social dotándolo de cierta legitimación" (Rodrigo, 1989: 80). A su vez el modelo sociosemiótico, al articularse en tres fases, postula la interdisciplinariedad respecto a las teorías concernidas por cada una de las fases. Según Miguel Rodrigo, "La comunicación de masas es un proceso que consta de tres fases: producción, circulación y consumo. La producción,

trascender la visión circunscrita a los sistemas de signos para acceder a un ámbito más subjetivo de la producción y aprehensión del sentido,

"... el 'habla' o el 'discurso' son considerados fundamentales como la concretización del sistema lingüístico, cuando este último es puesto en marcha, asumido, transformado por el locutor, en su acto de habla. Es así como se inicia, por ejemplo, la problemática de la enunciación como 'puesta en discurso' (E. Benveniste) de la 'lengua', y más adelante la cuestión esencial de la comunicación intersubjetiva" (Courtés, 1991: 10-11).

La noción de discurso abre la perspectiva de la semiótica hacia las modulaciones que tanto emisoras como receptoras entablan en los procesos de comunicación a través de los textos y discursos. El discurso es concebido como un proceso semiótico de prácticas discursivas tanto lingüísticas como no lingüísticas, cubriendo así un universo signifiante más amplio (como es el caso de la comunicación social). Ahora bien, el discurso tiene una naturaleza semántica según la cual es susceptible describir el significado representado, así como una naturaleza sintáctica atenta a las relaciones entre los términos que lo componen, y una naturaleza pragmática que considera las actividades y/o competencias de producción y de reconocimiento de los discursos.

Volviendo a la enunciación (instancia productora del discurso), se puede afirmar que la forma del discurso depende de las selecciones en ella operadas. El "discurso político", el "discurso religioso", el "discurso publicitario", etc., dependerán de las selecciones operadas en su producción las cuales proveerán de los criterios de interpretación y explicación capaces de distinguir uno de otro discurso. Aplicado al caso del discurso publicitario, J.M. Pérez Tornero señala particularidades de especificación, aplicables a cualquier tipo de discurso, se trata de principios generales de identificación.

"Desde el punto de vista del análisis del discurso, el entero conjunto de mensajes publicitarios puede ser considerado como un tipo específico de discurso: responde a unas determinadas condiciones de producción; se vale generalmente de procedimientos muy semejantes; se inscribe en contextos pragmáticos muy delimitados; y, finalmente, se halla 'marcado' explícitamente con lo cual suele ser reconocido por los receptores con suma facilidad" (Pérez Tornero, 1988: 214).

Un análisis discursivo tiene como objetivo fundamental el poder dar cuenta de las particularidades de producción y reconocimiento de las formas semióticas organizadas en valores semánticos,

que está condicionada política y económicamente, se lleva a cabo en industrias comunicativas dotadas de una organización productora de discursos. Los productos comunicativos generados sufren una intervención tecnológica, entrando en concurrencia en un ecosistema comunicativo donde circulan. Los distintos productos comunicativos son consumidos por diferentes tipos de audiencias. El consumidor interpreta estos discursos de acuerdo con su biografía y con sus conocimientos previos. Estos discursos pueden producir distintos efectos, y pueden dar lugar o no a alguna reacción conductual" (Rodrigo, 1989: 80).

4. "Más allá de sus preocupaciones metodológicas, la semiótica propuesta por A.J. Greimas es una forma de hablar del hombre, de su relación con el mundo en el que se encuentra y sobre el cual actúa, y de las relaciones interhumanas fundadoras de la sociedad. Su campo de acción es el análisis del discurso. El relato, el discurso, es el simulacro de situaciones sociales y es, por lo tanto, el lugar privilegiado en donde el semiótico puede estudiarlas. Naturalmente, los modelos de la teoría semiótica que resultan del análisis del discurso son susceptibles de ser extrapolados y aplicados a la vida social misma" (Latella, 1985: 11). De vocación científica, esta semiótica se basa en el modelo teórico del

recorrido generativo que describe las etapas de articulación y progresión de la significación manifestada en todo texto. Para la Escuela de París, "la semiótica tiene como proyecto establecer una teoría general de los sistemas de significación" (Coquet, et al., 1982: 5).

sintácticos y pragmáticos. A nivel semántico se trata de ir desde las formas significantes y sus articulaciones del plano figurativo (descriptivo y representativo del mundo), hasta la sistematización de las formas que hacen posible la coherencia de las primeras (los valores categoriales, "ideológicos" y de pensamiento que los discursos implican). Esto es lo que se conoce como el análisis discursivo (L. Panier en Greimas-Courtés, 1991: 81), el cual es de naturaleza semántica y sintáctica, pues las relaciones estructurales entre los valores obtenidos dan cuenta de la trama sintáctica subtendida por todo discurso. A nivel pragmático se han de observar las formas significantes en tanto "hablan" de un sujeto discursivo, el productor y el lector se identifican a partir de un modelo semántico que sobre ellos el discurso expresa.

Al interior de la semiótica estructural-generativa, desde la perspectiva del discurso se pueden señalar dos líneas de investigación comprometidas con el objeto comunicacional. Por un lado la *semiótica del observador*. Se afirma que el observador es la categoría discursiva que expresa la orientación del discurso (hace circular el saber), creando regímenes de intersubjetividad según el modo como se ordene éste.

"Me parece útil subrayar que el actante observador es un lugar preparado por el enunciadador para el enunciatario, y un elemento mayor del efecto de realidad" (F. Bastide en Greimas-Courtés, 1991: 181).

La semiótica reserva un lugar particular para la comunicación cuando establece una función (la séptima, agregada al modelo de R. Jakobson) propia al observador: la *función espectacular* (S. Alexandrescu en Greimas-Courtés, 1991: 120). En tanto instancia extra-discursiva, el observador engloba al discurso y se presenta como narrador, interlocutor, narratario, espectador, testigo, asistente. Las posibilidades de dar cuenta de la observación en todo discurso permite explicitar las formas según las cuales se va orientando la significación de todo texto, más aún cuando se entiende a la comunicación como un hacer orientado de un destinador y un destinatario.

Por otro lado, la semiótica de las pasiones. La pasión adquiere forma de discurso cuando expresa la subjetividad presente en toda representación de acciones. La individualización del autor y de los actores de un discurso conforman sus universos afectivos o emocionales. Se tiene este espacio reservado para la dimensión patémica del discurso en la cual se formulan las pasiones expresadas por el autor (enunciador) y los actores participantes (enunciatario y sujetos del enunciado). El "sentir" y los "estados del alma" dan cuenta del componente pasional del discurso cuya formulación semiótica está aún en desarrollo.

"Las pasiones aparecen en el discurso como portadoras de efectos de sentido muy particulares; su desenvolvimiento es equívoco y difícil de determinar. La interpretación que ha retenido la semiótica es que se trata de un 'perfume' que emana de la organización discursiva de las estructuras modales" (Greimas-Fontanille, 1991: 21).

La combinatoria de las modalidades del deber, poder, saber y querer, regidas y regentes del hacer van a dar cuenta de las formulaciones de un sujeto pasionalizado que se expresa en el discurso como actor o personaje, siempre sensibilizado frente a su propio decir y al de su entorno. Si la comunicación es actividad orientada de uno hacia otro, la pasionalización del discurso permite estudiar las formas como esa orientación manifiesta la presencia "sensible" de un autor, de uno o varios autores y de un lector "emocionado" en el trayecto discursivo. En las dos líneas señaladas anteriormente, la semiótica estructural-generativa provee modelos de conocimiento capaces de explicitar la actividad incesante de la comunicación social como "espectáculo de la vida humana".

Al interior de la preocupación por la subjetividad en los procesos de comunicación, me parece importante destacar la *semiótica de la recepción* desarrollada por Umberto Eco. Este autor fue el primero quien, desde el campo de la comunicación social, mostró preocupación semiótica por la actividad del receptor. A través de su conocida concepción sobre la decodificación aberrante, Eco planteó la necesidad de observar los textos efectivamente recibidos por los destinatarios y los procesos semióticos que estos generaban. El punto de partida para las reflexiones sobre la recepción se inician en un artículo titulado "¿El público perjudica a la televisión?", donde el modelo teórico considera el proceso de decodificación efectuado por el receptor y plantea lo siguiente:

- 1) Por sí solos los *mass media* no pueden formar la manera de pensar de una generación.
- 2) Si esta generación actúa en forma distinta del sistema conductual propuesto por los *mass media*, esto significa que ha decodificado el contenido de los mismos de forma diferente de como lo hacían:
a) los productores del mensaje, y b) parte de los que los consumían de otro modo (Eco, 1979: 220).

Aunque el tono hipotético de estas afirmaciones abre líneas de investigación, se puede observar una idea un tanto aleatoria respecto a la actividad comunicativa de los destinatarios. Sin embargo, esta perspectiva se ajusta un poco más cuando se formula un modelo semiótico textual cuyas premisas dicen:

- a) los destinatarios no reciben mensajes sino conjuntos textuales;
- b) los destinatarios no comparan los mensajes con códigos sino con un conjunto de prácticas textuales depositadas;
- c) los destinatarios no reciben nunca un solo mensaje, sino muchos, tanto en sentido sincrónico como diacrónico. En sentido sincrónico porque un mismo acontecimiento puede venir transmitido por distintos *mass media*. En sentido diacrónico porque una misma información es recibida de forma redundante aunque de un modo diverso (Eco y Fabri, 1978: 570-571, citado por Rodrigo, 1989: 83).

Aparece así una perspectiva interpretativa que desde el receptor-destinatario permite postular la naturaleza discursiva de la comunicación. Entonces es un receptor activo quien es convocado por los procesos de comunicación y ante el cual los *mass media* actúan sólo como mediadores y no estrictamente como controladores de las acciones sociales, lo cual nos hace pensar en la cualidad informativa de los medios de comunicación.

El punto en el cual la semiótica confronta sus alcances es el texto. Postulado por su coherencia estructural o por la construcción de un destinatario hacia el cual el texto se dirige, en uno y otro caso, se puede hablar de semiótica, de textos y de discursos. En Eco, la investigación sobre la comunicación de masas sirvió como factor motivante de una reflexión sobre las consecuencias que todo producto comunicativo (o toda obra) produce en los destinatarios (en tanto actividades interpretativas y estéticas), a ello va a denominar *semiótica de la recepción*. Este conocimiento no es sólo aplicable a la comunicación de masas, sino a toda obra de expresión humana preocupada en las relaciones que a través de los textos vinculan a autores con lectores o a emisores con receptores.

Contrariamente a la visión immanentista del estructuralismo semiótico, la semiótica de la recepción manifiesta una clara vocación por participar de la descripción de los aspectos pertinentes al destinatario, como a las circunstancias de emisión y recepción de los textos. Eco formula esta perspectiva del siguiente modo:

"En los tiempos del estructuralismo, se privilegiaba el análisis del texto como objeto dotado de características propias, describibles a través de un formalismo más o menos riguroso, posteriormente se orientó la discusión hacia una pragmática de la lectura. Desde inicios de los años 60 se han multiplicado las teorías que consideran la relación Lector-Autor (. . .) En consecuencia, dentro de corrientes de investigación diversas, como la estética de la recepción, la hermenéutica, la

teoría semiótica del lector ideal o del lector modelo hasta la crítica de avanzada anglosajona (llamada *reader oriented criticism*) y la de la 'deconstrucción', han tenido como objeto de estudio no tanto los hechos empíricos de la lectura (considerada objeto de una sociología de la recepción), sino los procedimientos de construcción —o de deconstrucción— del texto actualizado en el acto de lectura, en tanto condición eficiente, necesarias para la actualización misma del texto. La tesis subyacente al conjunto de estas tendencias consiste en establecer que el funcionamiento de un texto cualquiera (verbal o no verbal), no puede explicarse más que teniendo en consideración, además del momento de su generación, el rol desempeñado por el destinatario desde el punto de vista de su comprensión, de su actualización, de su interpretación, así como el modo según el cual el texto mismo provee dicha participación" (Eco, 1987: 5-6).

Epistemológicamente, la semiótica de la recepción considera la participación activa del destinatario no en su variable empírica, sino en su variable interpretativa. De ello Eco nos comenta en otro lugar lo siguiente:

"Ahora bien, volviendo a Peirce, el modelo de correlación entre un signo (o representamen) y Objeto Inmediato se reduciría a una mera equivalencia, si el interpretante fuera sólo un término sinónimo. Pero no lo es, es una cadena de definiciones, cada una de las cuales corrige y amplía la otra, por lo que de un término podemos remontarnos a todas las proposiciones en que puede insertarse legítimamente y de éstas a todas las argumentaciones que permitan. El signo es algo que hace conocer siempre algo más —y diferente— en circunstancias y contextos diferentes. Un término es la forma vacía de una proposición, la semántica de Peirce está dominada por la lógica de los relativos. Para representar un verbo /casar/, hay que disponer de un aparato de 'casos': X casa a Y con Z. (. . .) El contenido de una expresión es un sistema de instrucciones destinado a permitir el uso de dicha expresión en contextos diferentes. La forma canónica de la definición es: 'si tal término en tales contextos, entonces tal interpretación', con lo que se registra una pluralidad de contextos y se prevé una tipología de los contextos más frecuentes. (. . .) Basta con reconocer que el signo no es (sólo) lo que está en lugar de otra cosa: es ante todo —y eminentemente— lo que está en lugar de sus posibles interpretaciones. Signo es lo que puede interpretarse" (Eco, 1988: 339-340).

Todo texto no es otra cosa más que un gran signo, y la semiótica la teoría de los signos verbales y no verbales. Los textos en tanto realidades signícas son, en opinión de Eco, realidades interpretativas, susceptibles de ser descritas no tanto por su actuación empírica, sino por su actuación interpretativa. Es decir, en tanto formas de construcción indicial. De clara vocación peirciana, la semiótica de la recepción de Eco, en el plano metodológico pretende ser una operación de descubrimiento "... y la teoría de un lenguaje es la descripción de procedimientos indiciarios" (Eco, 1988: 340). La identificación de estos indicios de interpretación son identificados a partir de los textos como formas significantes. En este orden de cosas, el lector es un sujeto que se va desplazando entre la "fidelidad" a la coherencia interna de todo texto, y la "libertad" de interpretación que le ofrece el mismo texto. En la perspectiva de Eco, estudiar la recepción es enfrentarse con una perspectiva hermenéutica que debe considerar una articulación tricotómica:

"... es la distinción entre interpretación como investigación de la *intentio auctoris*, interpretación como investigación de la *intentio operis*, y finalmente interpretación como proyección de la *intentio lectoris*" (Eco, 1987: 11).

El "autor modelo", la estrategia de coherencia textual y las posibilidades de elección del destinatario son las tres variables hermenéuticas que entran en juego.

Aunque en la semiótica de la recepción podemos encontrar la emergencia del criterio respecto al uso, es importante establecer algunas distinciones. Fundamentalmente tener en cuenta que la perspectiva de esta semiótica se ajusta a los principios hermenéuticos de toda interpretación:

"... debemos distinguir entre interpretación semántica e interpretación crítica (o, si se prefiere, entre interpretación 'semiósica' e interpretación semiótica). La interpretación semántica es el resultado del proceso según el cual el destinatario, ante la manifestación lineal del texto, le otorga una significación. La interpretación crítica o semiótica es al contrario, aquella según la cual se pretende explicar las razones de orden estructural que hacen que el texto pueda explicar las razones de orden estructural que hacen que el texto pueda producir una interpretación semántica determinada. Todo texto puede ser interpretado en términos semánticos o en términos críticos, solamente algunos textos (generalmente aquéllos con función estética) proveen los dos tipos de interpretación" (Eco, 1987: 17-18).

Como la mayoría de textos de la comunicación social están en función estética, los dos tipos de interpretaciones les son aplicables. Las dos son de tipo indicial y proveen modelos de descripción de los indicios para reconocer las interpretaciones según contextos y situaciones determinadas.

Por otra parte, la perspectiva de Eco hace reflexionar sobre el estatuto de la interpretación.

"Defender un principio de interpretancia y pronunciarse por su dependencia respecto a la *intento operis*; ciertamente, eso no es buscar excluir la colaboración del destinatario. El hecho que nos ocupa aquí es la construcción del objeto textual bajo el signo de la conjetura, de la *abducción* efectuada por el sujeto que interpreta, ella muestra hasta qué punto la intención de la obra y la intención del lector están estrechamente ligadas. Defender la interpretación contra el uso no significa que los textos no puedan ser 'utilizados'. Sin embargo, el libre uso que puede hacerse nada tiene que ver con la interpretación, aún cuando interpretación y uso se presuponen siempre, tanto uno como otro, en la referencia a un texto-origen no será más que como pretexto" (Eco, 1987: 26).

Si consideramos la variable subjetiva de toda actividad comunicativa, y según los planteamientos reseñados, pareciera ser que la semiótica estructural-generativa es más restrictiva, en cuanto a sus modelos de interpretación, que la semiótica de la recepción. Sin embargo, acercarse a la discursividad comunicativa es ingresar en un ámbito donde las huellas de los destinatarios y destinatarios se hacen continuamente patentes por su carácter simbólico. También, aunque tuviésemos una imagen polémica, de un "versus" entre ellas, es innegable que como dijo A.J. Greimas al respecto

"el texto existe, sostenido por su coherencia interna, su lectura apunta al mismo tiempo, a la identificación de la matriz estratégica del autor y a la construcción del objeto que es el texto" (Eco, 1987: 3).

Una y otra semiótica son de gran utilidad para aproximarse al hecho comunicativo, marcando su opción por la subjetividad se dirigen a establecer parámetros de descripción de lo que la investigación comunicacional actual demanda: lo que le acontece a la comunicación cuando se encuentra con los usos sociales que de ella pueden hacerse.

Si apostamos por el destinatario en la investigación semiótica, obviamente apostamos por una probabilidad, pues la respuesta

interpretativa del destinatario es muchas veces imprevisible. No obstante, una semiótica de la recepción es un proyecto para identificar los términos que definan las posibilidades interpretativas, según las situaciones y los contextos particulares, con las que cuenta un destinatario colocado ante la textualidad comunicativa. Por su parte la semiótica estructural-generativa frente a la textualidad comunicativa, desmonta los términos que hacen posible la inteligibilidad de un texto. La naturaleza discursiva de la comunicación social puede ser exhaustivamente descrita con los modelos que provee la semiótica estructural-generativa de la Escuela de París en lo que atañe al problema de la subjetividad.

Las teorías que han asumido la interpretación como campo de conocimiento son las que con mayor fuerza pueden explicitar las condiciones que manifiesta todo proceso de comunicación. En el campo de la semiótica estructural generativa se puede observar una semántica interpretativa, desarrollada por F. Rastier (1987) atenta a las operaciones interpretativas que permiten producir el contenido de un texto. También hay que situar la perspectiva interdisciplinaria de T. Van Dijk (1990) quien con modelos estructurales busca dar cuenta de la práctica social e institucional de los discursos de la comunicación y ello según dos componentes: el textual, de tipo estructural y el contextual, que analiza los factores cognitivos y sociales en sus consecuencias y posibilidades. Finalmente la semiótica audiovisual de G. Bettetini (1986) que explora las elecciones realizadas por un sujeto para la producción de todo discurso, considerando el proceso de enunciación como matriz para reflexionar respecto al sujeto enunciado y al sujeto empírico.

Es fundamental poder trabajar en la consideración del aparato simbólico subtendido por la comunicación y el modo en que éste se inscribe la subjetividad comunicativa. Los sistemas de representación comunicados por la textualidad y la discursividad comunicativas son siempre formas de representación de la experiencia humana del mundo dirigida hacia otro. En esto es lo que radica la cooperación interpretativa de la comunicación. De ahí que los modelos teóricos de la semiótica estructural-generativa y de la semiótica de la recepción puedan ser de gran valor en el dominio científico de la comunicación social. Apostar por el discurso y su variable interpretativa (subjetiva) es una opción que la investigación comunicacional puede adoptar desde los sistemas de representación comunicados.

BIBLIOGRAFIA

- BAJTIN, M. (1969) *Estética de la creación verbal*. México, Siglo XXI, 3ª ed. española.
- BENDEZU, R. (1988) "Semiótica y Comunicación: correlaciones" (en colaboración con D. Blanco). En: *Dia-logos*, Revista teórica de la FELAFACS, Nº 22, Lima.
- . (1989) "Comunicación y Significación: límites y perspectivas para el estudio semiótico de la comunicación social. A partir de la obra de D. Blanco". En: *Lienzo* Nº 9, Universidad de Lima.
- . (1990) "Comunicación publicitaria, eficacia y lógica cultural". En: *Dia-logos*, Nº 27, Lima.
- BETTETINI, G. (1986) *La conversión audiovisual*. Madrid, Cátedra.
- BLANCO, D. (1989) *Claves semióticas*. Lima, Universidad de Lima.
- COQUET, J.C. (ed.) (1982) *Sémiotique. L'Ecole de Paris*. Paris, Hachette.
- COURTES, J. (1991) *Analyse sémiotique du discours*. Paris, Hachette.
- ECO, U. (1979) "¿El público perjudica a la televisión?". En: Miguel de Moragas (ed.) *Sociología de la comunicación de masas*. Barcelona, Gustavo Gili.
- . (1987) "Notes sur la sémiotique de la réception". En: *Actes sémiotiques. Documents*, IX, Nº 81.
- . (1988) *De los espejos y otros ensayos*. Barcelona, Lumen.
- ECO, U. y FABBRI, P. (1978) "Progetto di ricerca sull'utilizzazione dell'informazione ambientale". En: *Problemi dell'informazione*, año III, Nº 4, octubre-diciembre.
- FLOCH, J.M. (1990) *Sémiotique, marketing et communication*. Paris, PUF.
- GREIMAS, A.J. y COURTES, J. (1991) *Semiótica. Diccionario razonado de la teoría del lenguaje II*. Madrid, Gredos.

- GREIMAS, A.J. y FONTANILLE, J. (1991) *Sémiotique des passions*. Paris, Seuil
- LATELLA, G. (1985) *Metodología y teoría semiótica*. Buenos Aires, Hachette.
- MC QUAIL, D. (1985) *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona, Paidós.
- PEREZ TORNERO, J.M. (1986) "El estado de la cuestión". En: *Estudios Semióticos: Sociosemiótica de la comunicación*, Associació d'Estudis Semiòtics de Barcelona, Nº 9.
- (1988) "Las claves de la publicidad". En: J.L. Rodríguez Illera (ed.) *Educación y comunicación*. Barcelona, Paidós.
- QUEZADA, O. (1988) "Semiótica y comunicación social en el Perú". En: *Dia-logos*, Nº 22, Lima.
- (1992) *Semiótica generativa. Bases teóricas*. Lima, Universidad de Lima.
- RASTIER, F. (1987) *Sémantique interprétative*. Paris, PUF.
- RODRIGO, M. (1989) *Los modelos de la comunicación*. Madrid, Tecnos.
- TAYLOR, S.J. y BOGDAN, R. (1986) *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Buenos Aires, Paidós.
- VAN DIJK, T. (1990) *La noticia como discurso*. Barcelona, Paidós.
- WOLF, M. (1987) *La investigación de la comunicación de masas*. Barcelona Paidós.
- (1988) "Desarrollos teóricos en la communication research". En: *Dia-logos*, Nº 20, Lima.