

Del recuento de bits al análisis del discurso (Algunos apuntes al modelo informacionalista de la comunicación)

JORGE LOZANO

«Comunicación se refiere a algo más que a la simple transmisión de mensajes.»

Th. C. Shelling

Si pusiéramos juntos los nombres de (y cito al azar) Shannon, Watzlawick, von Foerster, Wiener, Bateson, Jakobson, Kolmogorov, Levi-Strauss, Goffman, Argyle, Birdwistell, Moles, Brillouin, Lazarsfeld, Laswell, Eco, Serres, Wilden, Klapper, Shelling, Hymes, Cherry, Hall, Gumperz... se podría pensar que tales nombres forman parte de la bibliografía de un virtual trabajo sobre información/comunicación.

Y, sin embargo, a nadie se le escapa la enorme diferencia de escuela, de pertenencia teórica, de supuestos metodológicos e incluso de disciplina que existe entre cualesquiera de ellos. Más difícil todavía sería decidir, si ello fuera plausible, quién, de entre ellos, pudiera tener más «derechos» para pertenecer a la —difusa— categoría de teórico, investigador o estudioso de la comunicación.

Con lo hasta ahora dicho no pretendo otra cosa que destacar algo que pueda parecer obvio a quien de estos temas se ocupe, cual es la imprecisión «disciplinaria» en lo concerniente a la noción de comunicación. Mas también se remarca la multi y/o transdisciplinariedad que caracteriza a esa área cognoscitiva llamada comunicación.

Es más, el anhelo de una ciencia de la comunicación siempre fue ideado como una hipótesis en la que confluían diversas disciplinas. Así, por ejemplo, Levi-Strauss (1958, 329) al referirse a la antropología social, ciencia económica y lingüística y evocando la teoría de los juegos de von Neuman y Morgenstern, así como la teoría de la información de Shannon y Weaver, predecía que «(estas disciplinas) se asociarán algún día para fundar una disciplina que será la ciencia de la comunicación».

Muy atento a la propuesta de Levi-Strauss de interpretar la sociedad en su conjunto en función de una teoría de la comunicación,

Jakobson destacó la posición central que debía ocupar la semiótica dentro de la ciencia de la comunicación en su globalidad y propuso grados de pertenencia para cada disciplina: así, del estudio de la comunicación de los mensajes verbales, se ocuparía la lingüística; del estudio de la comunicación de los mensajes de todo tipo, se ocuparía la semiótica (que comprende la comunicación de los mensajes verbales), y en fin, el estudio de la comunicación, desde la antropología social y la economía (que comprenden también la comunicación de mensajes) (Jakobson, 1974).

Mas, sin entrar en taxonomías disciplinarias, fue en la Segunda Guerra Mundial cuando comienzan a emerger propuestas que se acercan a los estudios de comunicación.

En un artículo titulado precisamente «Communication», Bateson (1971, 11-40) describe el panorama intelectual que se desarrolló durante la Segunda Guerra Mundial y que promovió diferentes acercamientos teóricos en distintos lugares y que sin duda alguna facilitaron las premisas para una teoría de la comunicación en sentido amplio.

Cabe reseñar a Wiener, en el Massachusetts Institute of Technology, diseñando los fundamentos de lo que se llamaría cibernética; en Pricenton, von Neuman y Morgenstern concebían la teoría de los juegos; en Cambridge (Inglaterra), Craik escribía *The Nature of Explanation*, donde se aborda la manera en que son codificados los mensajes en un sistema nervioso central reticulado; Bertalanffy cons tituía en Viena las bases de la teoría de sistemas; Shannon trabajaba con un equipo en los laboratorios de la *Bell Telephone*, donde elaboró la estructura de lo que hoy se llama teoría de la información; Ashby en Gloucester (Inglaterra) concebía nuevos modelos destinados a las teorías del aprendizaje y de la evolución del cerebro, etc.

Todos ellos, dice Bateson (op. cit.), contribuyeron a desarrollar ideas que afectaban todas ellas a la naturaleza de la comunicación en general.

También Turing y su teoría de los calculadores y el propio Bateson forman parte de lo que Wilden (1977) ha llamado la primera generación de los teóricos de la cibernética, de la información y de la comunicación.

Por su uso cotidiano, por el desarrollo tecnológico, por la extensión a todo tipo de señales, de sistemas y de estructuras, ha sido quizá el concepto de información el que mayor trascendencia ha tenido en los estudios que se desarrollaron a partir de la Segunda Guerra Mundial, y que posibilitó el emerger de la Teoría de la Comunicación.

Comienza así en la historia de los estudios de comunicación la hegemonía de los «ingenieros». Y la teoría de la información, que

computa la cantidad de información contenida en un determinado mensaje, comienza a expandirse.

No es mi objetivo explicar aquí la importancia del concepto de información, ni mucho menos la información métrica de la teoría clásica de la información tal como la formalizó Shannon¹. Sí me quiero referir en cambio a la concepción de comunicación que subyace en los «informacionistas» y que pienso que puede ser enriquecida por las propuestas de la semiótica textual que niega que la comunicación sea mera transmisión de información y propone incluir la operación comunicación dentro de las estrategias discursivas del texto cualesquiera fuere.

El entusiasmo que provocó la hegemonía de los «ingenieros» llevó, por ejemplo, a Norbert Wiener a una posición en la que negaba «cualquier oposición fundamental entre los problemas que nuestros técnicos afrontan en la medida de la comunicación y los problemas de nuestros filósofos».

En efecto, se vio en la medida de la comunicación la panacea que podría resolver y enriquecer cualquier área de expresión. Por ejemplo, en la Poética. La utilización y los desarrollos de la teoría de la información se fueron ampliando, y por citar un solo caso, en la Unión Soviética las aportaciones informacionistas del matemático Kolmogorov, supuso un hito en la historia de la Poética, alejándose del formalismo imperante (Lotman, 1967).

Del mismo modo, la lingüística vio en estos estudios la posibilidad de grandes avances. Como botón de muestra sirva el famoso artículo de Jakobson intitulado precisamente «Lingüística y teoría de la comunicación» (Jakobson, 1961).

Se puede sospechar, pues, que en el campo que nos atañe, esto es, el de la información/comunicación, el paradigma elaborado por la teoría de la información fue el predominante. El llamado paradigma de Lasswell, $E \rightarrow M \rightarrow R$, que concibe la comunicación como transfert de información de (una fuente) un emisor (E) a un receptor (R), entró de lleno en los análisis de las comunicaciones de masas.

Como se sabe, los desarrollos de la teoría de la información han sido cuantitativos: se trata de cuantificar (en cantidades de información, *bits*) la información que pasaba de un E. a un R.

El entusiasmo fue creciendo y Weaver llegó a decir que el análisis de la comunicación «ha clarificado la situación en modo tan penetrante que ahora, quizá por primera vez, se abre el camino para la formulación de una auténtica teoría del significado».

McKay, sin embargo, mantuvo una cierta cautela, poniéndonos

¹ Sobre *La teoría matemática de la Comunicación*, de Shannon y Weaver, cfr. Los trabajos de nuestro compañero Santiago Montes.

Sobre la física de la Información, Edgard Marín y A. Wilden.

en guardia contra la confusión que se producía al no diferenciar entre el intercambio de mensajes verbales y la posibilidad de extraer informaciones del mundo físico, dos aspectos —decía— que han sido reunidos abusivamente bajo la denominación de «comunicación». Para McKay el término comunicación contiene inevitablemente una connotación *antropomórfica* «que embrolla toda discusión».

Por su parte, Jakobson denuncia un peligro análogo cuando se presenta, dice, la intercomunicación humana en los términos de la información física. Y así dice Jakobson: «Los intentos de construir un modelo del lenguaje sin relación alguna con el hablante o con el oyente, hipostasiano un código aislado de la comunicación efectiva, corren el riesgo de reducir el lenguaje a una ficción escolástica.»

En los textos originales de los teóricos de la información se puede observar con nitidez cómo distinguen la *información*, entendida como medida estadística, de la equiprobabilidad de los sucesos en la fuente, o sea, como entidad medible en términos puramente cuantitativos, del *significado* que es el valor que atribuimos a uno o más elementos de información sobre la base de un código que hace corresponder al sistema de los elementos informativos otras entidades (correlacionadas a ellas por conversión) y que de hecho no se han transmitido. En Shannon, por ejemplo, se encuentran perfectamente separados el significado de un mensaje, irrelevante para una teoría matemática de la información, y la medida de la información que se produce cuando un determinado mensaje es seleccionado dentro de un conjunto de mensajes equiprobables.

Tal posición teórica, así como los desarrollos cuantitativos de la teoría de la comunicación y su aplicación para análisis de las comunicaciones de masas, provocó en el investigador lo que, parafraseando a Goffman, se ha denominado «prejuicio de la cabina telefónica»: atención a la cantidad de bits, a la entropía, a la neg-entropía, al ruido, a la redundancia...

Se ha dicho que en este nivel el investigador era similar a un empleado de Correos y Telégrafos, que ante un telegrama controla al Destinador y al Destinario, cuenta con precisión el número de palabras a las que aplica una tarifa, pero que en ningún caso atiende al significado de cada palabra, ni mucho menos al significado global.

Morin (1981, 342) pone un ejemplo sobre lo que acabamos de indicar: Isolda espera el regreso de Tristán, sabe que una vela blanca anunciará el regreso de su amante; una vela negra, su muerte; para ella las dos ramas de esta alternativa son equiprobables. Y añade para caústico Morin: «Cuando del mar infinito surja una vela, blanca o negra, el observador shannoniano facturará: ¡un bit!»

Desplazándose de una teoría de la información que se iba des- arrollando con el objeto práctico de acrecentar al máximo la efica-

cía de la transmisión de las señales en términos de costo y de fiabilidad, a una teoría de la comunicación, que tuviera en cuenta el intercambio verbal entre Destinador y Destinario, donde la información no sólo se refiere a hechos², Jakobson propuso su famoso esquema de la comunicación:

Destinador	Contexto
Mensaje	Mensaje
Contacto	Destinatario
Código	

A los seis factores ligó Jakobson, como es sabido por todos, seis funciones de lenguaje: referencial, emotiva, conativa, fática, metalingüística y poética.

No cabe duda que este esquema de comunicación entraña una gran analogía con el de Shannon. Como hemos señalado, Jakobson estuvo convencido de la coexistencia entre teoría de la información y lingüística estructural.

Es de destacar asimismo el uso del concepto de código propuesto por Shannon en la elaboración (crítica) del código fonológico propuesto por Jakobson³.

Debemos a Eco una serie de trabajos donde profundiza sobre el concepto polisémico de Código (Eco, 1975-1976), abordando los diferentes usos y acepciones que de tal término utilizaban distintas disciplinas. Ha establecido la distinción entre una semiótica de la significación que se ocuparía de los códigos y una semiótica de la comunicación que abarcaría una teoría de la producción signica (Eco, 1975).

Al fijar la atención en sus objetos de estudio, la mirada semiótica, se interesa por las propiedades signicas, es decir, por la capacidad de transmitir significados a través de la difusión de materiales significantes. Se da por así decir, con tal mirada, una transformación de las «cosas» en «relaciones»: relaciones entre lo que es de hecho transmitido y lo que consiente la transmisión, entre estructuras de contenido y fórmulas expresivas. Por ello para el semiólogo la «realidad» de los objetos no consiste en lo que se muestra empíricamente de ellos, sino en la relación a través de la cual los fenómenos observables reenvían a cualquier otra cosa (Ferraro, 1981, 14). Por ello, la semiótica es estudio de códigos, entendiendo someramente por código el elemento que asocia a un elemento físicamente perceptible y presente (expresión), un elemento no perceptible y no presente (contenido).

Y es en el elemento código del esquema de comunicación donde

² Lyons (1978: 47 y 55) distingue información descriptiva, social y expresiva.

³ En Jakobson (1961) y en Eco (1976).

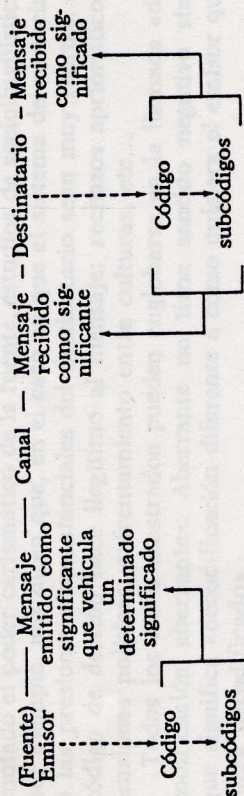
intervino fundamentalmente lo que ha sido llamado por Eco y Fabbri (1978) modelo semiótico-informacional.

EL MODELO SEMIOTICO-INFORMACIONAL

Llamado así, por una parte, porque se sitúa bajo la égida del informalismo, teniendo como referencia el esquema de la teoría matemática de la comunicación. Por otra parte, para diferenciarlo del modelo semiótico-textual.

Como representativo de este modelo puede ser la propuesta que en 1965, en un encuentro interdisciplinar sobre comunicaciones de masas, en Perugia, ofrecieron Eco y Fabbri, traduciendo el esquema clásico.

Fuente — Emisor — Mensaje — Canal — Mensaje — Destinatario en:
Código



Al descubrir este esquema señalaban la existencia, según las diferentes situaciones socioculturales, de una diversidad de códigos que operaban como reglas de competencia y de interpretación.

Asimismo caracterizaban al mensaje con una fuerza significativa que puede ser «llenada» con diversos significados si existen diferentes códigos que establezcan distintas reglas de correlación entre significantes y significados.

Aun si se dieran códigos de base aceptados por todos, existen diferencias en los subcódigos, por lo que una misma palabra comprendida por todos en su significado denotativo más difuso puede connotar para unos algo y para otros otra cosa.

Debemos reconocer que tales observaciones se traducían en términos semiológicos, algo ya comprendido por la sociología académica americana, esto es, el que el mensaje a la llegada sufría el filtro de los así llamados «leaders de opinión», de modo tal que la comprensión se modulaba sobre las exigencias y sobre el sistema de expectativas del grupo destinatario, a veces con efecto dañosísimo para el Emisor, como pueden ser los llamados «efectos boomerang».

Tomando como referencia las investigaciones sobre comunicaciones de masas, con este esquema en la mano, revisaron los índices de audiencia destacando su irrelevancia, los índices de «gratificación» (el que un programa haya gustado no nos dice qué ha visto la gente), el análisis de contenido (tal investigación nos dice qué efectos de conciencia se querían producir, no cuáles realmente se han producido), etc.

No sin gran entusiasmo reconocieron que «hoy estamos en condiciones de comprender que la superación de la concepción comunicacional (de un contenido que discurre entre $E \rightarrow M \rightarrow R$, permaneciendo inmodificado) puede ocurrir en clave semiótica, localizando los procesos que llevan al Emisor a codificar según reglas propias los significados y que llevan a cada individuo y a cada grupo del público a decodificar, es decir, a leer el mensaje según reglas que encuentran en la experiencia cultural, etc. (posteriormente, Eco hablará de «enciclopedia»).

Y comenzó a expandirse el concepto de «decodificación aberrante» para indicar la distinta interpretación de los mensajes, según los sujetos y sus códigos/subcódigos.

De este modo, la intervención de la semiótica (el modelo semiótico informacional) alteró de modo irreversible ciertos postulados de la *communication research* y de la sociología de la comunicación de masas (Fabbri, 1972).

Sirvan, sucintamente, de ejemplo algunas investigaciones sobre «comprensión» a la luz de estas aportaciones donde se pudo observar.

— Incomprensión (rechazo) del mensaje por total carencia de código.

El resultado de esta situación es que gran parte de la información de masas (prensa, radio, TV) llega en cuanto *señal física*, pero no es decodificada.

Son señales físicas que no son entendidas como significantes correlados a significados. Pasan como puro *ruido*. Eco (1971) demostró cómo en determinadas situaciones sociales la prensa, por ejemplo, no actúa como transmisión de noticias entre el centro y la periferia, sino como transmisión de mensajes en clave entre diversos grupos de poder, por encima de la cabeza en sus aparentes destinatarios (por ejemplo, en la prensa franquista, Melloni, Peña-Marín, 1979).

(A este respecto cabe señalar la diferencia establecida por Goffman entre receptor, que es cualquiera que recibe la información, y destinatario, aquel a quien realmente va dirigida y destinada.)

— Incomprensión del mensaje por disparidad de códigos.

Por ejemplo, se conoce mal el significado del término, o se atribuye al término otro significado que al tera totalmente el sentido al contexto en que se aparece.

Cabe señalar en el campo no verbal los estudios de E. Hall sobre relaciones espaciales y comportamientos sociales: el blanco como luto en una cultura y como boda en otros, etc.

— Incomprensión del mensaje por interferencias circunstanciales. El destinatario posee el código del emisor y comprende el mensaje. Sin embargo, movido por exigencias en conflicto con el tipo de persuasión que el mensaje quiere inducir, refiere el mensaje a sus propios sistemas de expectativas, y lo usa como confirmación de lo que cree, aunque de hecho constituya la negación. Podríamos señalar en este caso una evolución desde la resistencia a la persuasión de Klapper de 1950 hasta las más recientes tesis etnometodológicas sobre «asunciones incorregibles».

— Rechazo del mensaje por deligitimación del emisor.

Aunque teorías de los mass-media basadas sobre conceptos como «persuasión oculta» o manipulación de las opiniones dan por descontado el poder carismático de la fuente, estudios de sociolingüística, por ejemplo, nos dicen que, en el caso en que el sistema de creencias o las presiones circunstanciales del destinatario sean muy fuertes, el código de destino hace ilegítimo al mensaje: rechazos apriorísticos, tensiones políticas, enfrentamiento entre culturas, etc...

Todos los casos mostrados pueden englobarse en la llamada «decodificación aberrante». Aberrante no tiene sentido negativo sino que significa «decodificación diferente a como quisiera el emisor que fuera decodificado».

Desde la semiótica de la cultura, Lotman (1977) hizo una serie de comentarios acerca del esquema comunicativo, propuesto por Jakobson. Observa Lotman cómo el proceso comunicativo allí representado presupone que el destinatario recibe el mismo mensaje que le ha sido enviado y advierte que al representar el mecanismo del proceso comunicativo, dicho esquema no sólo no consigue explicar de modo claro tales mecanismos, sino que excluye también la posibilidad de que surjan nuevos mensajes en el interior de la cadena emisor-destinatario.

La posibilidad de generación de nuevos mensajes, la contaminación de culturas, los fenómenos de criollización y pidginización, estudiados tanto por la semiótica de la cultura como por la sociolingüística, no cabe en un esquema informacionalista que trabaja con la idea de que sobre la base de una homogeneidad de códigos, y evitando a toda costa el ruido (que sin embargo es esencial a la comunicación [Serres, 1968, 40 y ss.], el mensaje de salida sea idéntico al de llegada: condición de una comunicación no distorsionada.

Desde la culturología lotmaniana, que ve la cultura como jerarquías de códigos, su propuesta de culturas gramaticalizadas/culturas

textualizadas (ver Lozano, 1979) apunta, desde la revisión del «código», a «complejos textuales».

En lo hasta aquí dicho podemos ver cómo los distintos elementos del esquema clásico van sufriendo, a partir de la reflexión semiótica sobre los códigos, modificaciones que ponen en cuestión no ya sólo el esquema, sino la propia concepción de información y de comunicación.

Si nos fijamos por ejemplo en el componente «mensaje» que en el proceso comunicativo puede existir sólo sobre la base de un código, podemos observar la necesidad de sustituir el impreciso «mensaje» por la unidad comunicativa denominada texto, puesto que mientras el mensaje dimana de un código con sustancia expresiva única, el texto «manifiesta una estructura de significación a través de un recorrido transductivo entre varios códigos» (Fabbri, 1973, 71).

No se trata de un capricho terminológico (donde había mensaje ahora hay texto), sino de aceptar un cambio de pertinencia teórica y de reconocer que con nuestra competencia de hablantes producimos textos y no, por ejemplo, agregados incoherentes de frases. Que nuestra competencia es textual (Lozano, Peña-Marín, Abril, 1982). Que expuestos a los mass-media no recibimos mensajes, sino complejos textuales. Que, en fin, comunicamos y nos comunicamos con textos. El texto es la unidad de comunicación.

A partir de estas consideraciones, expuestas muy brevemente, se puede entender las diferencias existentes entre un análisis de contenido, que permite, según Berelson, una «descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación» de la investigación semiótica. Sin comentar los adjetivos *objetivo* y *sistemático*, y reconociendo la posibilidad de un análisis de contenido cualitativo y no meramente cuantitativo, quizá sea el concepto de contenido manifiesto el que más aleje los desarrollos del viejo *content analysis* de las propuestas semiológicas. Los análisis de tipo psicosociológico a lo Lazarsfeld, por ejemplo, fracasaron en cuanto sólo pudieron alcanzar el nivel de superficie de la significación y no la significación profunda. La semiótica no se ocupa sólo de lo dicho, sino también de lo no-dicho (presuposiciones) en el discurso. La forma, por su parte, es tan significativa cuanto el contenido. Es explicando la organización discursiva de un texto en sus distintos niveles e interrelacionando sus distintos componentes como se puede apprehender la significación y la producción de sentido social de la «información».

No dudamos la importancia de las investigaciones específicas que se han ido desarrollando sobre elementos particulares del esquema de la comunicación, según específicas disciplinas: así, de E se ocupó una cierta sociología (institucional, de las profesiones, etc.); de R,

una psicología social ocupada de efectos, actitudes, motivaciones; de *M*, el análisis de contenido, etc... Pero aun a costa de pérdida de especificidad privilegiarnos un análisis de interrelaciones los distintos elementos en el texto. Pensamos que el objeto del análisis de contenido hoy es el texto, tal como lo define la semiótica textual.

Quisiera, antes de pasar a lo que podríamos llamar modelo semiótico textual, hacer una —otra— breve observación sobre el cambio experimentado en el concepto de comunicación: En lo que llevamos visto, la comunicación desde los orígenes de la teoría de la información, esa transmisión de información, con las aportaciones de la antropología (Levi-Strauss, Marcel Mauss, pero también Malinowski—no en vano introductor de la comunión/comunicación fálica), fue vista como intercambio de mensajes. Con la dimensión social, a partir de los «cultural studies», pero también de la sociología interaccional, sociolingüística, etc., la decodificación cobra una dimensión (estratégica) de negociación, haciéndose así relevante la postura de Goffman de considerar la comunicación como interacción estratégica. Y se puede entender mejor el exergo de Shelling con que se comienza estas notas: la «comunicación» es algo más que la simple transmisión de mensajes. Y añade Shelling: «Para comunicar una amenaza uno tiene que comunicar el compromiso que la acompaña y lo mismo puede decirse de la promesa; y la comunicación de un compromiso requiere algo más que una comunicación de palabras. Uno tiene que comunicar la evidencia de que existe el compromiso» (Schelling, 1964).

EL MODELO SEMIOTICO-TEXTUAL

Como hemos visto del esquema de la teoría matemática de la comunicación a la intervención del instrumental semiótico en lo que se ha llamado modelo semiótico informacional hay una gran evolución en los análisis de los fenómenos comunicacionales.

Debemos decir, no obstante, que pese a que el estudio sobre los códigos en la propuesta semiológica consistió en notables modificaciones en la comprensión del proceso comunicativo, continuaba operando bajo la égida del informacionalismo. O por decirlo con otras palabras, subyacía también en esta propuesta una concepción de la comunicación que se podría encontrar en los «ingenieros» de la comunicación.

Si no se producía una «buena» comunicación, si no se «entendía» al emisor, si la «comprensión» era errónea, el modelo semiótico-informacional explicaba tamaño error, tamaño «aberrancia» en términos de deshomogeneidad de códigos.

Y si bien es cierto que estos análisis permitieron extrapolaciones

a los elementos de emisor y de receptor, alejándose de la posición de puntos de destino, polos de un proceso de transmisión, para convertirse en sujetos competentes, no se explicaban los comportamientos comunicativos. No bastan los códigos y los subcódigos para explicar la comunicación sistemáticamente distorsionada (Hall, Habermas), sino que es necesario contar con las estrategias comunicativas. La operación de codificación y de decodificación no da cuenta de todos los fenómenos que se dan en una interacción comunicativa.

Los códigos y subcódigos de emisor y destinatario no bastan para comprender las intenciones y atribuciones de intención, la representación que de el destinatario se hace el destinatario, las selecciones contextuales, las presuposiciones, los elementos intertextuales.

Los códigos denotativos y connotativos eran suficientes para analizar «mensajes», pero en absoluto para analizar textos, que poseen muchos más niveles todos ellos pertinentes para el proceso de comunicación.

En Lozano, Peña-Marín, Abril, 1982, hemos tratado de definir en sus distintos niveles al texto, conjunto coherente de significación, que es el artificio semiótico con el que nos comunicamos y en cuyo detenido análisis podemos observar el fenómeno de comunicación efectiva.

De una visión reificada del mensaje (concebido como objeto de simple transmisión) se pasa en el análisis discursivo a una concepción de la realidad textual como espacio en que se realiza una compleja interacción social, uno de cuyos niveles y formas es precisamente la comunicación.

Es en el discurso donde podemos observar la dimensión comunicacional como una operación cognitiva (pero no sólo) que se establece entre los actuales sujetos, constituidos en y por el discurso.

A la hora de describir el discurso (J. Lozano, C. Peña-Marín, G. Abril, 1982) podemos destacar alguna de sus características:

- El discurso, considerado en términos generales como «un todo coherente de significación», es una estructura formal capaz de subsumir contenidos diferentes. Su descripción vendrá dada no por los contenidos que el discurso vehicula y manipula, sino por las formas de organización.
- La organización del discurso no reposa sobre el contenido de los enunciados, sino que depende de los actos que realizan estos enunciados. Esta organización obedece a reglas «secuenciales».
- El discurso está formado no sólo por un conjunto de acciones. De ese modo se privilegia respecto a lo que el discurso repre-

- senta o lo que el discurso dice, lo que el discurso *hace*, o si se quiere lo que el discurso *hace* al decir.
- El dominio discursivo desde la semiótica no es frástico o interfrástico (Harris, *Discourse Analysis*), sino transfrástico. El significado global de un texto excede a la sumatoria de las frases que lo componen. Hay un suplemento de significación, por así decir, peculiar del texto en cuanto estructura.
 - Si se considera la narratividad como el nivel fundamental de la organización discursiva (Greimas), el discurso es un recorrido que lleva, de un estado inicial a un estado final, una serie de transformaciones.
 - Toda producción de enunciados es una forma de interacción social; todo enunciado es producido para alterar la posición interaccional del otro; comunicándole, persuadiéndole, etc...
 - Dimensión dialógica de intercambio, de interacción en el texto.
 - Hay un aspecto *instruccional* del texto: el texto da instrucciones al destinatario para que se comporte de tal modo que aquél puede ser comprendido y la interacción pueda seguir su curso.
 - Se puede decir con Lotman (1980) que el «texto selecciona su público». Cabe en este sentido destacar la cooperación textual entre destinatario y destinatario (Eco, 1979), entendido como *estrategias discursivas* (Lozano, 1982).

A la hora de describir el discurso se debe distinguir dos niveles:

- a) El discurso como «enunciado», identificando el discurso con lo que es enunciado.
- b) El conjunto de procedimientos que generan y organizan el discurso, es decir, el nivel de la enunciación.

En su interrelación los dos niveles mencionados, el enunciado, el discurso enunciado, aparece como el *resultado* de la enunciación (que lo presupone) y que posee elementos que reenvían a la instancia de la enunciación (localizadores espacio-temporales, formas pronominales, etc.). Los sujetos, destinatario y destinatario, enunciator y enunciatario, son un efecto producido y constituido en el acto de la enunciación.

Pensamos (Lozano, 1982) que las estrategias discursivas (con las que se comunica, se manipula, se persuade, etc.) son, en primer lugar, las estrategias del sujeto de la enunciación, mediante las cuales el sujeto se re-presenta en el texto (responsabilizándose del propio enunciado, delegando, cancelándose, camuflándose) asumiendo su identidad como yo, etc., y también representa a su interlocutor.

7

Los sujetos también son definidos por su relación con el universo de los objetos de valor (y donde los valores que los rodean son ellos mismos modalizados como deseables, indispensables, posibles, verosímiles, etc.).

En una comunicación simple, operación cognitiva de transmisión de objeto saber (un hacer saber), los participantes de la comunicación negociarán sobre el estatuto de valor del objeto: se establecerá, por ejemplo, un *contrato fiduciario* (Greimas), o lo que es lo mismo, un sistema axiológico compartido por los sujetos que permite una buena regulación de la comunicación.

Tal tipo de contrato reposa en una estrategia que se ha dado en llamar estrategia de veridicción (decir verdad). En el discurso, la verdad no es algo que se adecúe a la realidad externa (*verum Factum*, diría Vico) con correspondencia factual, sino que es veridicción: significándola así como algo producido por el discurso, es en última instancia un efecto de sentido: un efecto de verdad. (Un enunciado no es verdadero ni falso en sí mismo, lo deviene —verdadero o falso— en el seno de una enunciación particular.)

En la comunicación simple, a la que aludíamos un poco más arriba, el objeto de valor, que se transfiere e intercambia, en el proceso de comunicación, es la *verdad*, tal como la hemos definido. (Por ello el contrato fiduciario es un contrato de veridicción, un contrato enunciativo.)

El nivel de simulación que entraña todo discurso en cuanto constructo hace que la operación cognitiva, producción de verdad, consista más que en producir discursos verdaderos, en construir un discurso que produzca un efecto de sentido («verdad»). Surge así un hacer cognitivo particular: un *hacer parecer verdadero*; es decir, se trata de la construcción de un discurso cuya función no es ya el decir verdad sino el parecer verdadero (Greimas, 1980, 80). Así podrá hacer un discurso *eficaz*.

Para que resulte eficaz, el actante de la comunicación, destinatario entablará con el destinatario tal contrato cognitivo. El hacer del destinatario se dirigirá a garantizar la adhesión de su interlocutor.

A tal hacer del destinatario, se le puede llamar *hacer persuasivo*, o hacer creer (verdad). Por su parte en el contrato, la *adhesión* del destinatario se efectúa mediante un *hacer interpretativo* o creer (verdad) (Lozano, 1981).

Si comparamos esta propuesta con la concepción informacionalista, podríamos observar la «evolución» de un hacer emisor y un hacer receptor (E y R) a un hacer persuasivo y un hacer interpretativo de Destinatario y Destinatario, respectivamente.

Podemos en este punto insistir cómo los sujetos en el proceso comunicativo, no son semánticamente neutros, poseen lo que Greimas

ha llamado *competencia modal* («el querer y/o deber y/o poder y/o saber del sujeto que presupone su hacer realizativo»).

La comunicación y sus estrategias no pueden anclarse exclusivamente en la *operación cognitiva* hacer saber, y hacer creer (persuasión), con la dimensión pragmática hacer, sino que debe considerar también la *manipulación modal*.

Si el elemento modal expresa «el rol que el hablante ha elegido adoptar en la situación y el rol o las opciones de rol que ha elegido asignar al oyente» (Halliday), la operación estratégica de la comunicación, incluye una manipulación modal, que consiste en alterar la competencia modal del otro, para que pueda aceptar el programa propuesto. Aunque éste se limitara hipotéticamente a una mera transmisión de información.

BIBLIOGRAFÍA

- Bateson, G.: *Communication* en colección microfilmada de manuscritos sobre antropología cultural, núm. 95, serie XV, Biblioteca de la Universidad, Chicago, 1971.
- Eco, U.: *Trattato di semiotica generale*, Milán, 1975 (existe trad. en castellano en Lumen, Barcelona).
- : «Codice», *VS*, Versus. Quaderni di studi semiotici, 14, 1976.
- Eco, U., y Fabbri, P.: *Progetto di ricerca sull'utilizzazione dell'informazione ambientale*. Bologna, 1978.
- Fabbri, P.: «Le comunicazioni di massa in Italia: Sguardo semiotico e malocchio della sociologia», *VS*, 5, 1973.
- Ferraro, G.: *Strategie comunicative e codici di massa*, Torino, 1981 (trad. en Espasa-Calpe, en prensa).
- Greimas, A. J.: «Le contrat de veridiction», in *Le Vraisemblable et la fiction*. Montreal, 1980.
- Jakobson, R.: «Linguistic and Communication Theory», in *Ensayos de Lingüística General*, 1961.
- : *Main Trends in the Science of Language*. Nueva York, 1974.
- Levy-Strauss, C.: *Anthropologie Structurale*. París, 1958.
- Lotman, J.: «Metodi essatti nella scienza letteraria sovietica», *Strumentici Critici*, II, 1967.
- : *Testo e Contesto*. Bari, 1980.
- Lotman, J., y Escuela de Tartu: *Semiotica de la cultura*, Madrid, 1979.
- Lozano, J.: *Introducción, selección y notas a Lotman y Escuela de Tartu* (1979).
- : *Problemi e definizioni (?) del credere nel discorso persuasivo*, RAI, Roma, 1981.
- : *Estrategias Discursivas*, en curso *Perspectivas en el Análisis del Discurso*, UIMP, Santander, 1982.
- Lozano, J.; Peña-Martín, C., y Abril, G.: *Análisis del discurso. Hacia una semiótica de la interacción textual*. Madrid, 1982.
- Montes, S.: *Teoría de la información*, Madrid, 1976; «Introducción» a Shannon y Weaver, 1982.
- Morin, E.: *El Método. La naturaleza de la naturaleza*. Madrid, 1982.

- Melloni, A., y Peña-Martín, C.: *El discurso político en la prensa madrileña del franquismo*. Roma, 1980.
- Serres, M.: *Hermes I. La comunicación*. París, 1968.
- Shannon y Weaver: *Teoría matemática de la comunicación*, Madrid, 1982.
- Shelling, T. C.: *La estrategia del conflicto*. Madrid, 1964.
- Wilden, A.: «Informazione», *Enciclopedia Einaudi*, 1977.