

El mensaje

Pacto comunicativo

Gabriel Alba G.
Enrique Serrano L.*

"Convencer es estéril"
Walter Benjamin

Queríamos abstenernos de hablar del mensaje en este momento. Pensábamos más prudente mantenerlo en un olvido voluntario con el único propósito de preservarlo de la 'herrumbre' de la inmediatez. Sin embargo, la serie de equívocos y malentendidos que se han desatado en torno de este tema nos obliga a volver una vez más sobre él. No para defenderlo, no es nuestro oficio ni nuestro propósito, sino para hacerle justicia y presentarlo en algunas de sus posibilidades expresivas. Ese es pues el motivo de nuestra reflexión.

Tomaremos como punto de partida **'la comunicación problemática'**, porque es desde allí desde donde nos interesa el fenómeno de la comunicación. 'La comunicación problemática' es la contrapartida de la comunicación evidente; aquella que se produce de por sí entre un 'hablante' y un 'oyente', sin misterio alguno sin **'enigma'**: transparente, digerible, intercambiable en un acto de fría interacción entre uno y otro, y para el cual no se requiere ni esfuerzo, ni competencia, ni saber alguno.

El resultado de ese abordaje 'transparente' es una visión mecánica, que considera el proceso comunicativo como una mera transmisión correcta de

* Profesores de Metodología de la Investigación I y de Teoría de la Comunicación II y III respectivamente; y miembros del Seminario Permanente de Profesores del Departamento de Comunicación de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Javeriana.

datos (contenidos, informaciones) entre un emisor y un receptor, pensados en abstracto y como **pareja**, a través de un medio y teniendo en cuenta un código común y un contexto. La comunicación termina en el momento en que el receptor recibe el contenido y lo decodifica.

Esta es la explicación de los lingüistas, para quienes la comunicación es un **hecho** a partir del cual su ciencia es posible, toda vez que el mensaje llega, tiene lugar, y comprendemos inmediatamente lo que quieren decir todas las palabras. Aquí se obvian dos cosas importantes: en primer lugar no se toma en cuenta la **intención** del acto comunicativo; en segundo lugar, se olvida el hecho de que la decodificación requiere necesariamente de la interpretación (la recepción en lingüística era descrita sólo a través del acto de llegada del mensaje). Se quedan al margen, entonces, las categorías profundas de la dinámica comunicativa: intención - construcción e interpretación - afección.

La 'comunicación problemática' propuesta por Paul Ricoeur¹ supone reemplazar la **diada** emisor-receptor por una relación entre **mónadas**. Es decir, entre conjuntos sin intersección: dos series de acontecimientos psíquicos tales, que ningún evento de una serie pueda pertenecer a la otra. La comunicación se convierte entonces en '**milagro**', '**enigma**', '**maravilla**'; algo difícil de alcanzar, temporal y problemático, y no un hecho fatídicamente verificable y uniforme.

Lo que primero se constituye no es ya la idea de comunicación, sino mejor, de incomunicabilidad de **mónadas**. La diada requerida para el intercambio comunicativo se constituye como diada, cuando las dos series de acontecimientos se comprenden como series cerradas, que para comunicarse deben franquear un límite, derrumbar una barrera, transgredir un espacio 'vedado'. ¡Ahí está la maravilla! lo incomunicable se comunica, el sentido del discurso logra pasar de un conjunto a otro², se convierte en **mensaje**.

El discurso, cuya función es comunicar, es el elemento fundamental para penetrar la densidad 'silenciosa' de las **mónadas**. Es el **acontecimiento**³ por el cual el locutor expresa su intención, a través de actos de habla completos, con contenido proposicional y fuerza ilocucionaria, a un oyente que pone en juego su capacidad para comprender un discurso. En efecto, el discurso se produce como acontecimiento (fugaz, irrepitable, que aparece y desaparece), pero se com-

1. Véase Paul Ricoeur. "Discurso y Comunicación" *Universitäts Philosophica*, 1989, 11-12, p. 69.

2. Aquí pasar significa ser comprendido.

3. Sobre el discurso como acontecimiento véase el trabajo de Paul Ricoeur, "La acción considerada como un texto", en *Hermenéutica y Acción* (Buenos Aires, 1985), p. 48.

prende⁴ como sentido (fijable, inscribible, traducible). El locutor se apropia del sentido a través de la fuerza y de la referencia.

El mensaje es entonces lo que queda del discurso una vez desaparece como acontecimiento. Lo que queda puede ser inscrito, **construido**. He ahí el alma del mensaje: **obra** de la fugacidad discursiva, que puede ser habitada y transformada por el oyente toda vez que reconoce su sentido, que es siempre múltiple. Es el corazón de toda comunicación, más aún, cuando la comunicación no puede establecerse cara a cara; cuando el tiempo y el espacio se suman a la barrera monádica de la comunicación; cuando es uno sólo de los miembros de la serie monádica el que habla por los dos. Este es el caso de todos los mensajes **mediados**.

Con esta manera de comprender la comunicación, de explicar el mensaje, ya estamos muy lejos de esa comunicación que intenta el emisor de teléfono a teléfono. La comunicación se opera **desde** el mensaje (el poema, el cuento, la película, etc.) no **por medio** de él. El productor del mensaje crea, para decirlo con palabras de Cortázar, "criaturas autónomas, objetos de conducta imprevisible⁵" que el intérprete rescata de entre la maraña de signos sin vida y pone a funcionar.

A diferencia del Golem de Judá León, que era rabino en Praga —al que Borges cantó con maestría en su poema *El Golem*, el mensaje no es una criatura estúpida que nunca aprende a hablar. Todo lo contrario: habla por los dos componentes de la relación monádica, simula la voz humana. Es **simulacro**, mas no simula ser un aprendiz de hombre, sino que se convierte en 'cuerpo' del deseo que no puede ser dicho más que a través de esa 'hechicería'.

Como el rabí, quien crea mensaje puede preguntarse:

"¿Por qué di en engendrar a la infinita Serie un símbolo más? ¿Por qué a la vana Madeja que en lo eterno se devana, di otra causa, otro efecto y otra culpa?"

La respuesta no está fuera de sí, sino adentro. Producir mensajes manifiesta la razón de ser de toda comunicación: **necesidad de reconocimiento**. Esfuerzo discursivo para que el otro reconozca mi intención y justifique ese acto aventurado de decirme. Aquí se conjugan el ser y el conocer. Porque, finalmente,

-
4. Comprender aquí depende del reconocimiento de lo que otro sujeto quiere decir o piensa sobre la base de todas las especies de signos en que se exprese su vida psíquica.
 5. Véase Julio Cortázar, "Del cuento breve y sus alrededores", en *Ultimo Round* (México, 1984, p. 79).

lo no intencional de la vida, lo **psíquico** en cuanto tal, es abrumadoramente comunicable.

“Voluntad de sentido y deseo de reconocimiento anidan en el corazón del mensaje”. Lo dijo ya el profesor en otra parte, a quien no tenemos que citar porque sabemos que él se reconoce con esta frase.

CONOCER EL CONSTRUIR: LA PIPA Y LA BURBUJA, EL CABALLO, EL CRISTAL Y LLAMA

Edgar Poe en su *Filosofía de la Composición* manifiesta lo interesante que sería que en un artículo de revista “un autor quisiera —o mejor dicho pudiera— detallar paso a paso el proceso por el cual una de sus composiciones llegó a completarse”. Pide Poe, la vuelta sobre lo vivido, sobre lo realizado, la reconstrucción del mensaje. Este trabajo, de azarosa reflexión, y que por supuesto también exige composición, es tan apasionante como la composición misma: conocer el construir se convierte en un enigma por descifrar como los acertijos que el mensaje propone.

Es el mismo Poe quien se da entonces a la tarea que deseaba ver realizada. Reconstruye paso por paso, con el rigor y la precisión lógica que se sigue en la resolución de un problema matemático, la forma como compuso su poema *El cuervo*. Mucho tiempo después, a Borges se le pidió el mismo trabajo con sus cuentos. Paul Valery, escribió un hermoso texto sobre el método de Leonardo Da Vinci y Umberto Eco sus famosas *Apostillas a El nombre de la Rosa*.

En todos es el **deseo** el punto de partida y la fuerza que los motiva a componer. ¿Acaso no es el deseo el motivo y la causa de toda acción humana? ¿No es el deseo, mediador de la comunicación? Es tan evidente el deseo como punto de partida, que Poe le deja de lado como ajeno al poema *per se*, que en primer término hizo nacer la intención de escribir un poema. Igualmente Eco responde: “escribí una novela porque tuve ganas. Creo que es una razón suficiente para empezar a contar”. ¿De qué deseo se trata aquí?, del deseo de expresar dicho deseo; o mejor aún, de darle la palabra al deseo, aunque nunca pueda decir la última palabra.

Son tan variadas las maneras de darle ‘figura’ al deseo hasta convertirlo en mensaje, que bien valdría la pena inventar una enciclopedia del mensaje, donde se recopilaran testimonios variados de múltiples ‘compositores’ (¿por qué se llamará así solamente a los que hacen música?): poetas, narradores, pintores, músicos, escultores, cineastas, caricaturistas, publicistas, grafiteros, seductores, etc. Que presentara gráficos, cuadros, mapas, análisis de las composiciones acerca de su sentido y de su referencia. Que explorara sobre la levedad, la rapidez, la exactitud, la visibilidad y la multiplicidad de dichos mensajes, cualidades que Italo Calvino propone para los mensajes narrativos del próximo milenio. Que indagara acerca de las imágenes visibles e invisibles contenidas en ellos, de las metáforas triviales y vivas que se han creado. ¿No sería esta una

enciclopedia total? ¿No sería una enciclopedia imaginaria como la que soñó Borges? ¿No sería, en fin, la tarea más preciosa de una teoría de la comunicación?

Una teoría del mensaje sólo sobrevive si se propone objetivos desmesurados. Objetivos incluso más allá de toda posibilidad de realización. Tendrá una razón de ser si constructores de mensajes se proponen empresas que ningún otro osa imaginar. Esto implicaría una ciencia de la comunicación que entreteja los diversos saberes y los diversos códigos en una visión plural, facetada del mundo. Que renuncie a ser una ciencia que desconfía de las explicaciones generales y de las soluciones que no sean sectoriales y especializadas.

Esa 'nueva' concepción de ciencia asume el conocimiento como multiplicidad, como juego, como agonística⁶ en el que lo importante es descubrir y establecer las reglas de ese juego para hacer mejores jugadas; como apuesta para establecer relaciones entre los discursos, los métodos, los niveles. Una '**enciclopedia abierta**': potencial, conjetural, que nazca de la confluencia y el choque de una multiplicidad de métodos interpretativos, modos de pensar, estilos de expresión.

¿No nos acerca esta perspectiva a la novela moderna? ¿No es la novela polifónica de que nos habla Mijail Bajtin un espacio propicio para una teoría de la comunicación? ¿No se maravillaban Borges y Cortázar con las posibilidades de invención que produciría una teoría de la comunicación pensada desde el mensaje? ¿No son teoría de la comunicación y ciencia interpretativa **El nombre de la Rosa y El Péndulo de Foucault**? ¿No lo es también **Seis Propuestas para el Próximo Milenio** de Italo Calvino?

Una teoría que se reconozca en estas propuestas requiere exactitud de imaginación y de lenguaje, apreciables en obras con la rigurosa geometría del cristal y la abstracción de un razonamiento deductivo. Calvino encuentra conjugadas estas cualidades en la obra de un autor: Jorge Luis Borges. Y lo justifica de esta manera:

*"Cada uno de sus textos contiene un modelo del universo o de un atributo del universo: lo infinito, lo innumerable, el tiempo eterno o copresente o cíclico; porque son siempre textos contenidos en pocas páginas con una ejemplar economía de expresión; porque a menudo sus cuentos adoptan la forma exterior de alguno de los géneros de la literatura popular, formas que un largo uso ha puesto a prueba convirtiéndolas en estructuras míticas"*⁷.

6. Para esta noción de agonística como teoría de los juegos. Véase Jean Francois Lyotard. **La condición postmoderna** (Madrid, 1984), p. 27.

7. Italo Calvino. **Seis Propuestas para el Próximo Milenio** (Madrid, 1989), p. 133.

Borges asegura que sus cuentos en realidad son un solo cuento: un objeto mágico intercalado en lo que se llama mundo real (Barthes citaba que nosotros hablamos continuamente una misma y única frase, que sólo la muerte interrumpe). En torno al objeto mágico se forma como un campo de fuerzas que es el campo narrativo. El objeto mágico es una constante en la construcción de mensajes: desde el momento en que un objeto aparece en un mensaje, más aún en una narración, se carga de una fuerza especial, se convierte en algo como el polo de un campo magnético, un nudo en una **red** de relaciones invisibles. "El simbolismo de un objeto puede ser más o menos explícito, pero siempre existe. Podríamos decir que en una narración un objeto es siempre un objeto mágico"⁸.

Hemos dicho, una 'red de relaciones invisibles', y esa tal vez es la mejor figura para describir el mensaje; una gran red que nos contiene: "¿Qué somos, qué es cada uno de nosotros sino una combinatoria de experiencias, de informaciones, de lecturas, de imaginaciones? Cada vida es una enciclopedia, una biblioteca, un muestrario de estilos donde todo se puede mezclar continuamente y reordenar en formas más posibles"⁹.

El mensaje como telaraña que atrapa las burbujas que salen de la pipa. Cortázar es quien utiliza esa bella metáfora para decir lo que es un cuento corto, un mensaje autárquico: cuando se desprende de su autor como una pompa de jabón de la pipa de yeso.

He ahí la vida del mensaje, ha nacido de su autor pero se desprende de él y marcha a su propio ritmo. Es un "caballo"; un medio de transporte con su armadura propia, trote o galope, según el itinerario que haya de seguir. Por eso notamos como lectores la gran diferencia entre los mensajes de la información y los mensajes del arte. La información viaja a un ritmo acelerado, son mensajes hechos para ser consumidos, intercambiados, negociados. El arte en cambio produce mensajes para ser **habitados**, vividos. La información se parece más a los postmodernos centros comerciales: lugares de paso, de circulación. El arte en forma de relato, en cambio, es un apartamento alquilado.

El mensaje de la información es como el vidrio plano y transparente. El mensaje múltiple es un cristal tallado que refracta la luz, pero también es llama. Es el modelo de la perfección: **crystal** (imagen de invariabilidad y de regularidad de estructuras específicas), y por el otro la **llama** (imagen de constancia de una forma global exterior, a pesar de la incesante agitación interna).

En una época en que los mensajes de los medios masivos achatan la comunicación, convirtiéndola en una costra uniforme y homogénea, es función

8. Ibid., p. 47.

9. Ibid., p. 138.

de una teoría de la comunicación rescatar los mensajes que preservan la diferencia y establecer así una comunicación entre lo que es diferente en tanto es diferente, sin atenuar la diferencia sino exaltándola.

EL RELATO: DE FANTASMA A OBRA

El valor del relato estriba en su condición de 'figurativizador' del deseo. La voluntad de comunicación, que nace difusa y oscura en el interior de la mónada, tiene la posibilidad, no obstante, de realizarse en algo que ya no es tan 'opaco'; se hace obra por intermediación del discurso. Así gana por lo menos tres cosas: de una parte, consolida al ser en la tarea de rastrearse a sí mismo; en segundo lugar, obliga al otro a involucrarse con ese producto tan cargado de subjetividad; finalmente, permite que haya multiplicidad de interpretaciones, puesto que se presenta como un espacio abierto que puede ser usado en diversos órdenes y para obtener resultados también diversos.

En primera instancia, se hace imprescindible alcanzar un alto grado de motivación para "arriesgarse" a construir mensajes: esta motivación está asegurada con la tarea inacabada del hombre por **autocomprenderse**. En efecto, los acontecimientos psíquicos que conforman series separadas en su interior, necesitan de un desarrollo complejo para salir de la profundidad inexpresable en la cual tienen origen. Todos los recónditos avatares de sentido nacen en medio de la sensación y van surgiendo, a su vez, como intentos por traducir esa sensación y vincularla con la **afección** que provoca. La mónada no puede hacer ni decir nada que no tenga alguna posibilidad de revertir sobre sí misma como beneficio de sentido. Esta tarea es, sin embargo, eterna, y necesita ser renovada sin descanso. Por ello —justamente— se encubre siempre detrás del intercambio mismo de los mensajes: pareciera que "lo comunicativo" se encuadrara exclusivamente en esa exterioridad fáctica en la cual floreció la concepción diádica y "automática" que ya hemos descrito. Pero, en un flujo subterráneo, un verdadero esfuerzo de autocomprensión, casi un intento por alcanzar la plenitud del propio sentido potencial subyace a toda empresa comunicativa, contagiándola de subjetividad y "cargándola" con los matices de la emotividad que no hace más que apreciar y valorar el mundo. El relato empieza a deshacer este fantasma interior y consigue lanzarlo hacia los otros.

Pero, como ya lo hemos dicho, el mensaje adquiere su propia vida cuando sale del control de quien lo ha construido. Se convierte en un "engendro" y, en cualquier caso, en mucho más que un mero resultado. Obliga a las mónadas a ocuparse de él. Por una parte, no se mueve en cualquier dirección, sino en aquella que mejor se adapta a su naturaleza. Se adhiere así a la red, en un cierto orden y con algún objeto. Forma así parte de un relato; allí, lo inexpresable encuentra un lugar, consolida un refugio, esto es, **se muestra** para ser leído de cierta manera y pasa a formar parte de alguna familia de mensajes¹⁰.

10. Este es el origen del concepto de "género" que vemos más pertinente del lado de la recepción que del lado de la producción.

Nace como obra, lo que Ricoeur define como "secuencia acabada de discurso que puede ser considerada como un texto" siendo, a partir de entonces, un componente histórico en un sentido estricto, un rasgo más —entre otros muchos— de algún modo de entender y valorar la vida. Su instrumento más destacado, el discurso, le sirve de materia prima para consumarse. La obra perdura puesto que vive en el discurso y, gracias a él, logra responder a las prerrogativas mínimas de sentido. Si muchas mónadas pueden sentirse "tocadas" por ella, entonces —y sólo entonces— ha alcanzado el nivel medio de su interpretación, o aún, el nivel profundo. Antes de ello no es más que un texto que flota, difícil de distinguir y de relacionar con otros. Movido por muchos hilos sutiles, el relato consigue a su vez un carácter de "cuerpo viviente" que le da un brillo singular a sus "burbujas": los mensajes se *fijan* en él con una fuerza mayor que la que aislados podrían tener.

Finalmente, en el tránsito de fantasma a obra, el relato gana otra cosa: interpretaciones. Si bien es cierto que estas interpretaciones lo deforman, también, por decirlo así, lo forman de nuevo, dándole una o más dimensiones diferentes que lo enriquecen y completan, que lo vinculan con algo más y que hasta lo enfrentan con aquellos que lo niegan como portador de sentido. La interpretación es la serie de actos de sentido de que es susceptible cualquier mensaje. Es la readopción y reconstitución del sentido, que implica al interior de la mónada un esfuerzo de **acercamiento** y casi la **fusión**, por oposición al de desprendimiento que caracteriza a la construcción de mensajes. Es un ejercicio de recepción sí, pero con cierto "decantamiento" adicional; es mucho más complejo que una mera "ingestión" de sentido como lo supone la lingüística: abarca no sólo la complejidad de quien lo construyó; no sólo los juegos de sentido de quienes le dieron un orden un lugar en el intercambio comunicativo, sino también la complejidad final de quien lo interpreta en un contexto de sentido también determinado y particular.

El poder del relato para figurativizar el deseo se muestra así en esta triple dimensión que hemos mostrado. Ello, por cuanto el deseo no se expresa simplemente como carencia interior que quiere ser llenada desde lo que no es la mónada, sino también como **juego**, es decir, como aventura de autocomprensión que revierte directamente sobre la serie separada de acontecimientos psíquicos. Esta red de sentido que es propiamente el relato logra entrelazarse con otras muchas que tienen relaciones —aun cuando sean sutiles— con ella, determinando de esta manera y muy profundamente una cierta "**visión del mundo**" que es lo que más íntimamente une o separa, según el caso, a las mónadas entre sí.



*César Augusto Sabogal - Título: El espectro, la musa y la pared.
Segundo puesto. I semana de la Comunicación Javeriana.*