

Los «juegos» de la recepción*

JAIME RUBIO ANGULO**



Modelizar el proceso de recepción es uno de los mayores retos para el comunicador. La forma que esta problemática ha ido adquiriendo se puede definir a partir de las categorías «uso» y/o «consumo».¹ La comprensión del fenómeno, a los ojos de los investigadores, «rebaso el paradigma comunicativo, ya sea el de la transmisión o el de los efectos, exigiendo un acercamiento transdisciplinar capaz de asumir su envergadura histórica y antropológica».² Igualmente, se ve la necesidad de modelizar las formas de recepción (consumo-uso) desde lógicas «simbólicas, económicas, políticas». El estudio de la recepción, por otra parte, ha producido desplazamientos teórico-metodológicos privilegiando nuevos campos e inéditas formas de relación que permitan reubicar estas prácticas en la red de «razones, condiciones y escenarios» en donde se producen. El modelo de la lectura, que nosotros desarrollaremos en el siguiente capítulo, es sin duda el más fecundo en este momento. Este ejercicio permite dar cuenta tanto de los procesos de apropiación como de los

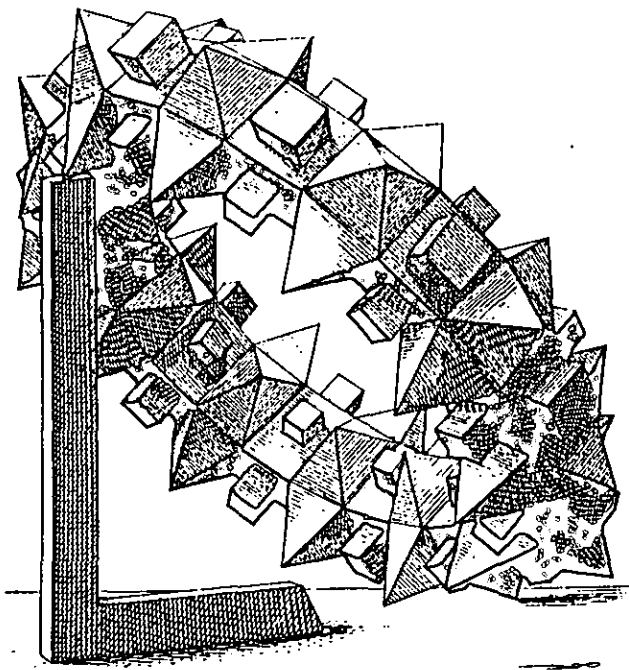
* Este artículo forma parte del libro de Jaime Rubio, *Interpretar la comunicación* (en prensa.)

** Filósofo. Maestría en Ciencia Política. En la actualidad es director del Seminario de Profesores dedicado este año a la "Historia del cuerpo" en la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Javeriana. Es profesor de la Maestría en Comunicación en la misma Universidad y de la Facultad de Artes de la Universidad Nacional.

¹ Cfr. *Día-Logos de la comunicación*. (Felafacs) No. 30, 1991. Dedicada al problema de la Recepción. Seguimos en esta introducción las ideas de Jesús Martín Barbero en la presentación de este número de la revista.

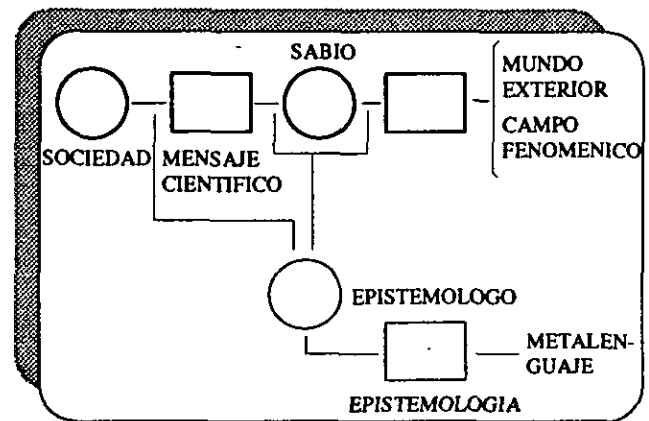
² *Ibid.*, pg. 4.

mecanismos que marcan la distinción y la integración social de los grupos. El consumo se convierte en metáfora; vale decir, en «errancia», lo que igualmente supone un acercamiento a modelos de análisis cultural cuyo sentido y ubicación general estudiaremos en el siguiente capítulo. Lo que resulta más interesante de todo esto es, sin duda, la «necesidad» de abandonar el modelo de la comunicación, como incapaz para comprender el complejo mecanismo de la recepción. Por nuestra parte y desde la perspectiva general que hemos mantenido en este libro, vamos en este capítulo a volver al modelo comunicacional para estudiar, desde él, cómo es posible modelizar la recepción. Al centrarnos, una vez más, en el mensaje abrimos el campo para el juego infinito posibilitado por la doble presencia virtual de un hablante y oyente humanos en el mensaje. Pero antes de intentar formalizar la recepción como juego, veremos otros modelos de recepción, correlativos a los modelos presentados en los capítulos anteriores: a la información corresponde la interpretación perceptiva y a la significación la re-semantización. Los guías seguirán siendo A. Moles y U. Eco.



Recepción como interpretación perceptiva

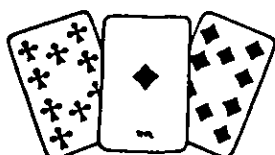
Retomemos lo que hemos dicho antes, siguiendo a Moles, cuando nos presenta el mensaje como «supersigno». Lo primero que debemos recalcar es el aspecto complejo y denso del mensaje. En efecto, el mensaje considerado como obra (gracias a la forma) se constituye de elementos simples memorizados y reconocidos de forma intuitiva por el receptor y el emisor, y analizados por el investigador.



Comunicar es servirse de algo que se tiene en común, dice Moles. Desde esta perspectiva, es decir, desde el mensaje como supersigno se plantea, entonces, el problema de los «modos a través de los cuales el espectador aprehenderá un mensaje cuyos elementos más simples son numerosos o con mayor precisión, unidos de manera demasiado compleja para su capacidad o asimilación temporal.»³ Lo que merece destacarse aquí es el papel que juega el tiempo en el proceso de recepción, tiempo unido a la percepción. Por ejemplo, sabemos que la esencia de la imagen cinematográfica es la **continuidad** y no la periodicidad que sólo concierne al técnico y no al espectador. Lo que nos ayuda a comprender mejor esto son los fenómenos que ocurren en nuestra escala como la **repetición**,

³ A. Moles. *Teoría de la información y percepción estética*, pg. 112-ss.

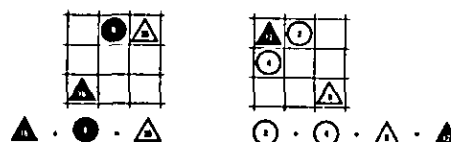
el **ritmo**. La repetición es la oposición de la multiplicidad a la unicidad que nos impone la **posibilidad** de la espera. No podemos separar la noción de ritmo de la noción de espera, que a su vez es condición de la previsibilidad: después de un acontecimiento se espera el siguiente.



Desde la teoría de la información, la percepción se describirá como el desarrollo de la probabilidad de asociaciones en los repertorios del receptor en diferentes niveles. Este proceso, independientemente del nivel del análisis, es un proceso arquitectónico. En el modelo 'emisor-canal-receptor y forma' se puede dar una interpretación de las relaciones entre la forma previa del mensaje (su previsibilidad) y la sensibilidad del receptor. Podemos, en la teoría de la información, distinguir dos aspectos del mensaje: su **contraste** o su receptibilidad, de una parte, y su forma o su **previsibilidad**, de otra. La previsibilidad es la capacidad que tiene el receptor de saber el orden en el que se desarrollará el mensaje, sea temporal o espacial, lo que seguirá a partir de lo que ha sido ya transmitido; es decir, extrapolar la serie temporal o espacial de elementos del mensaje, imaginar el futuro de un fenómeno partiendo de su pasado. Esta previsibilidad sólo puede ser de naturaleza estadística, y no tiene carácter absoluto, sino cuantitativo: hay un grado de previsibilidad que no es otra cosa que un grado de coherencia del fenómeno, una tasa de regularidad. Ejemplo: si interrumpimos la transmisión de un mensaje a un sujeto receptor, la existencia de una forma o de una estructura expresa la capacidad que el sujeto tiene para reconstruir, al menos aproximadamente, lo que ha de seguir; es decir, de extrapolar la contigüidad del mensaje. Otro ejemplo más inmediato que se nos ofrece es el de la «periodicidad de una señal cualquiera que posea cierta amplitud en relación con los ruidos».

Así, la Teoría de la Información podrá sentar una especie de principio de «incertidumbre de la percepción declarando que, de cualquier manera, el producto del contraste por la previsibilidad de la forma que es capaz de recibir es constante.»⁴ Esto significa que cuanto más sensible es la forma, es decir, cuanto más redundante o previsible es, más capaces somos de descubrirla, mayor es nuestra sensibilidad.

Todo perceptor que busca mensajes o señales en el mundo llegará a encontrarlas tanto mejor cuanto mejor sepa lo que espera, como sucede en la observación astronómica. «En efecto, si debemos consagrar un tiempo de observación cada vez más largo para descubrir un fenómeno cada vez más sumergido en la agitación inútil del campo de observación (canal), aún es preciso que ese fenómeno subsista idéntico en sí mismo durante un plazo que exceda por lo menos el tiempo de la observación. Se establece, así, un enlace entre la frecuencia del fenómeno y su duración, que es una limitación a lo que el filósofo llamaría juego de las causas y los efectos.»⁵



La aplicación de este principio a otras disciplinas puede ser especialmente fecundo cuando abordamos el problema de la creación intelectual: «percibir es discernir formas; comprender, es discernir estructuras», afirmación ésta que ya suena a fenomenología. Así, podemos sacar las siguientes conclusiones del estudio de Moles:

⁴ A. Moles. *Teoría informacional de la percepción*, pgs.151-156.

⁵ *Ibid.*, pg. 152.

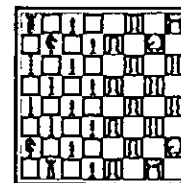
1. Percibir es percibir formas; es proyectar sobre el mensaje una serie de previsiones que lo hacen inteligible. La condición para lograr eso es que el mensaje presente una cierta redundancia que a su vez será la medida de sus formas. La forma será algo que no aparece como resultado exclusivo del azar.
2. Existen tantas formas perceptibles como niveles de observación. El sujeto retor pasa de un nivel a otro examinando las agrupaciones de signos que constituyen los supersignos que a su vez se organizarán en repertorios de nivel superior. La aprehensión de esa jerarquía es esencial.
3. El receptor humano sufre fluctuaciones constantes de niveles de atención, cosa que no sucede con las máquinas. De ahí que el estudio de las jerarquías, repertorios, frecuencias, etc., implique el trabajo de una psicología de la percepción.
4. La teoría del mensaje muestra que existen principios de incertidumbre de la percepción que fijan límites al determinismo del mundo concebible por el receptor.

Para Moles la suposición según la cual «al percibir el mensaje los elementos venideros se agruparán de igual modo que los elementos transmitidos, se trata de una afirmación cada vez más acertada, por cuanto que el número de acontecimientos pasados es mayor: puede decirse que, partiendo de un muestreo constituido por los acontecimientos pasados, el receptor extrapola en el futuro una ley que se cumple con certidumbre progresiva».⁶ Moles puede concluir su análisis con esta afirmación: «La **estrategia perceptiva** del receptor descansa sobre un nivel en el que la aprehensión, o sea la adecuación de la información relativa, nos

da la información óptima aceptable y, luego, la exploración de los demás niveles posibles de supersignos».⁷ Los modelos de las máquinas de secuencia digital controlada siguen siendo tomados de la percepción de los mensajes sensoriales.

Recuperación de los mensajes perdidos

Consideramos que la **re-semantización** es un segundo momento en la modelización de la recepción. Ha sido desarrollado por Umberto Eco en un estudio que tiene el sugestivo título de «Formas y comunicación»⁸. Eco, a diferencia de Moles no se centrará en el supersigno, que él también considera con el nombre de «uso poético» del lenguaje, sino en la «recuperación», por parte del receptor, de los «mensajes perdidos».



Junto con los mensajes informativos ya analizados por Moles, existen otros mensajes, configuraciones visuales o combinaciones de sonidos cuya significación no nos es clara o, mejor dicho, aparece demasiado rica para ser agotada en una sola inspección. Estos mensajes son altamente informativos porque remiten a las reglas de un código, pero lo hacen de **manera ambigua**, violándolo, traicionándolo en el momento en que parece conformarse con él. Lo hemos visto en el caso analizado en el capítulo anterior. Podemos decir que estos mensajes se ajustan al código para provocarlo, para oponerse a él. El mensaje vive de una manera ambigua porque hace lo que ningún código había previsto.

⁶ A. Moles. *Teoría de la información y percepción estética*, pg.128.

⁷ Ibid., pg. 281.

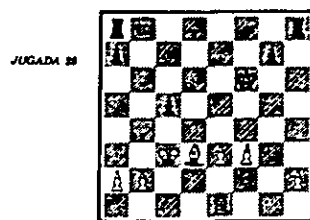
⁸ U. Eco. *Formas y comunicación*, en *Revue Internationale de Philosophie*, 1967, pgs. 231-239. Elementos de este texto se encuentran en otra disposición y referidos a la arquitectura en el libro de U. Eco *La estructura ausente*. Barcelona, Ed. Lumen, 1978, pgs. 323-357.

Igualmente, estos mensajes significan, ante todo, la manera misma como se dicen; es decir, lo que significan es su propia estructura, son autorreflexivos. En este momento debemos reconocer que la dialéctica código-mensaje no resuelve todos los problemas. Esta relación es, a los ojos de Eco, una simplificación que no sirve en usos concretos. La estructuración semánticamente ambigua de los mensajes, unida a una determinada estructura física, nos ofrece una verdadera dispersión del sentido. En esta ronda de las significaciones, el mensaje puede ser deformado, reencontrado, enriquecido, perdido en la dialéctica entre el sistema convencional y los usos concretos, entre formas y contexto humano que son los que dan un sentido.

A pesar de los diagnósticos sobre nuestra época, considera U. Eco que es uno de los períodos históricos en los cuales las formas se recuperan con una gran rapidez y se conservan más allá de su aparente usura. Nuestro tiempo tiene gran agilidad filológica (i.e., aprender a leer un mensaje según los códigos sobre la base de los cuales ha sido emitido), los usuarios aprenden a reencontrar los códigos de la lectura de las formas que consideramos desuetas, a reencontrar ideologías desaparecidas y a hacerlas vivir para comprender los objetos que se formaron sobre su fondo.

El paso siguiente lo da Eco en el plano de la comunicación cuando nos dice que «ya que nos desplazamos sobre el plano de la comunicación estamos obligados a interpretar los objetos de uso como hechos de comunicación en relación con una metodología semiológica general».⁹ Aquí, siguiendo a Barthes, Eco afirma que desde el momento en que hay sociedad, todo uso se convierte en signo de este uso. El objeto explica una función, pero cuando lo conocemos, se convierte en signo denotativo convencional de esta función. Es decir, «la adherencia entre forma y función

elaborada a nivel teórico significa también y principalmente que la forma del objeto, la manera como se articulan sus elementos, deben comunicarme, ante todo, la función a la cual está destinado, hacermela evidente, incitarme a ejercerla. Diremos, pues, que el *objeto de uso es bajo el aspecto de la comunicación, el significante de este significado exacta y convencionalmente denotado que es su función* «.¹⁰ Cuando Eco dice que significa «convencionalmente», esto quiere decir que siempre hay que recurrir a elementos de codificación.



Para que el objeto de uso «me diga algo» debo remitirlo a un código conocido o estar en posesión de un código nuevo. De lo contrario, la «forma» no me dice (aún) nada. Los objetos de uso oscilan entre la **utilidad** inmediata en sentido convencional más elemental de las significaciones denotadas por el objeto (**función primaria**) y el complejo de connotaciones simbólicas (**función segunda**). Los significados son «funciones» y no únicamente las que reconocen los discursos funcionalistas ingenuos. En el transcurso de la historia, las funciones primarias y las segundas están sujetas a pérdidas, recuperaciones, sustituciones de toda clase que son corrientes en la vida de las formas y operan como normas de lectura. En el momento actual, una de las oscilaciones típicas en la decodificación, en el espacio y el tiempo de los objetos de uso, consiste en una serie de rupturas entre la decodificación de la función primaria y la decodificación de la función segunda. Eco nos ofrece una clasificación demostrativa, si bien no exhaustiva de «lecturas».

⁹ U. Eco. Art. cit., pg. 244.

¹⁰ Ibid., pgs. 245-247. Subrayado en el original.

«En el curso de la historia, o bien al pasar de un grupo humano a otro, un objeto puede estar sometido a las siguientes «lecturas»:

- «1. 1 a *El sentido de la función primaria se pierde.*
 2 b *Las funciones segundas subsisten de manera razonable.*

(Este es el caso del Partenón griego, que no se entiende como lugar de culto, pero se reconocen buena parte de sus connotaciones simbólicas, fundándose en el conocimiento filológico suficiente de la sensibilidad griega).

- «2. 2 a *La función primaria permanece.*
 2 b *Las funciones segundas se pierden.*

(El candil o la lámpara rústica, admitidas sin respeto por el código de origen e insertas en otro contexto estilístico -como objeto de decoración sofisticado- conservando su funcionalidad inmediata y utilizándose todavía para iluminar).

- «3. 3 a *La función primaria se pierde.*
 3 b *Casi todas las funciones segundas se pierden.*
 3 c *Las funciones segundas se reemplazan por sub-códigos de enriquecimiento.*

(El típico caso de las pirámides. Ya no se conocen como tumbas de un monarca; y en general se ha perdido del código simbólico -astroológico y geométrico- que presidía a su eficacia connotativa para los antiguos egipcios. Las Pirámides, al contrario, significan muchas cosas: desde los famosos «cuarenta siglos» de Napoleón hasta una suma de connotaciones literarias más o menos autorizadas)

- «4. 4 a *La función primaria se convierte en función segunda..*

(Es el caso del 'ready made': un objeto de uso es elegido como objeto de contemplación para connotar irónicamente su utilización anterior. Es el caso del cómic ampliado de Lichtenstein: la imagen de la mujer que llora ya no denota mujer que llora -denota fragmento de cómic- sino que connota, entre otras cosas, la imagen de una mujer que llora según la civilización del cómic).

- «5. 5 a *Se pierde la función primaria.*
 5 b *Se sustituye por otra función primaria.*
 5 c *Se deforman las funciones secundarias por medio de códigos de enriquecimiento.*

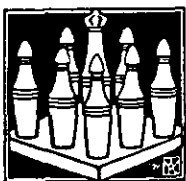
(Por ejemplo, las cunas rústicas de los Alpes que se transforman en forma de revistero -adaptadas a una nueva forma de utilidad- entanto que las connotaciones unidas a la decoración del objeto, válidas para los usuarios primitivos, se deforman, connotan otra cosa como analogías con las formas del arte primitivo o el actual, ingenuidad popular, etc.).

- «6. 6 a *Las funciones primarias son vagas desde el principio.*
 6 b *Las funciones segundas son imprecisas y deformables.*

(Es el caso de la plaza de las Tres Poderes de Brasilia. Las formas cóncavas y convexas de los anfiteatros de las dos Cámaras y la forma vertical del edificio central no denotan de una manera inmediata la función de las construcciones. Desde el principio los ciudadanos han interpretado maliciosamente los símbolos y han entendido la forma cóncava de la Cámara de Diputados como una gran cazuela en la que los elegidos por el pueblo devoran las finanzas públicas.)¹¹

¹¹ Ibid., pgs. 246-248. La estructura ausente, pgs. 348-349.

Este juego de oscilaciones entre las formas y sus funciones es un juego entre estructuras y acontecimientos; entre configuraciones «objetivas» estables y los variables acontecimientos que les confieren nuevos significados. Sobre este mecanismo se funda el llamado «consumo». Hoy asistimos a la rápida pérdida del sentido de los mensajes y a su capacidad para adquirir sentido nuevos: que éstos sean adecuados o aberrantes poco importa, el uso los legitima. El reto consiste en «proyectar funciones primarias variables y funciones segundas «abiertas»». El objeto nos aparece, así, como un estímulo para la comunicación, para posibles variaciones imaginativas; ésto implica invención de códigos nuevos y así la historia deja de ser la mentira cíclica para volverse proyección del futuro. El problema se puede plantear así: si tengo una nueva estructura global de la comunicación que desafíe mi concepción habitual del mensaje, entonces mis códigos de base entran en crisis y debo reestructuralos para comprender lo que haré y, evidentemente, decidir comportarme de otra manera. La **re-semantización** no es otra cosa que la proyección de formas nuevas, de nuevas retóricas, que comportan posibilidades de cambio. Las formas nuevas se pueden transformar si decido hacerlo y si decido las direcciones de dicha transformación.



Para Eco la re-semantización es «uno de los numerosos capítulos de esta actividad *comunicativa global* que es la *praxis* como transformación de la naturaleza en cultura, de los *accidentes naturales en hechos de comunicación*, en apropiación del mundo por el hombre».¹²

Hacia una estilística del mensaje

Proponemos como idea directriz de esta parte considerar al mensaje, objeto de una teoría de la recepción, como una **obra**. El mensaje como obra se puede caracterizar por los siguientes rasgos: En primer lugar, la **composición** o, como diremos más adelante, la **sobredeterminación**. Gracias a su naturaleza, la obra está sometida a esa singular codificación que conocemos con el nombre de «**géneros**». El mensaje, como «obra» de la comunicación, presenta las características de organización y estructuración comunes a los productos del trabajo y de la praxis humana. Al recibir una configuración única, el mensaje se asimila a un individuo y ésto nos permitirá hablar del **estilo**.

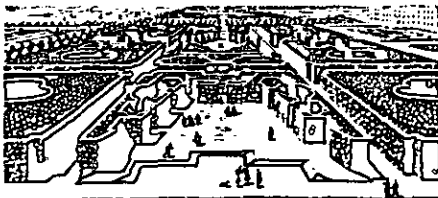
Desarrollemos un poco más este último rasgo puesto de relieve por la obra de Gastón Granger, **Philosophie du style**. La obra expresa la relación de una forma con un contenido como resultado de un trabajo; inversamente, el trabajo es una cierta manera de poner en relación, suscitándola, una forma y un contenido. Esta «producción» forma parte de una filosofía de la práctica. La «práctica es la actividad considerada con su contexto complejo, y en particular, con las condiciones sociales que le dan significación en un mundo efectivamente vivido». Así, el trabajo no es una «de las estructuras de la práctica sinó «la» estructura de la práctica: es la actividad práctica la que se objetiva en las obras.»¹³ Para Granger «el estilo es un uso del simbolismo; concierne no sólo a la textura de este último, sino también a su relación con una experiencia que lo engloba. Dicho de otra forma, nos parece que un simbolismo, tomado estrictamente en sí mismo, no tiene, propiamente hablando, estilo, y así podríamos enunciar una especie de principio de relatividad de los sistemas simbólicos: los componentes de estilo de un sistema varían con lo referencial, el punto de aplicación de su simbolismo»¹⁴. El caso aparentemente simple

¹² Ibid., pg. 251. Subrayado nuestro.

¹³ G-G. Granger. *Essai d'une philosophie du style*, pg.6-12.

¹⁴ Ibid., pg.10.

de la escritura como transcripción de una lengua produce hechos de estilo. Igualmente se producen hechos de estilo en el caso de la utilización del alfabeto latino para transcribir lenguas fonológicamente distintas como el francés o el inglés. Así puede puntualizar Granger: «Toda práctica, en efecto, comporta un estilo, y el estilo es inseparable de una práctica».¹⁵ Pero si hemos empleado la expresión «hechos de estilo» no podemos reducir el estilo a los «hechos». El estilo pertenece también a la significación. Digamos por el momento, y en este contexto, que «la significación es lo que resulta de la puesta en perspectiva de un hecho en el interior de una totalidad, ilusoria o auténtica, provisoria o definitiva, pero en todo caso vivida como tal por una conciencia. Ya que el hecho de estilo nace, por decirlo así, al contacto de las estructuras funcionando como proyecto y de una situación dada de un acto posible, es inseparable por naturaleza de una significación; es el hecho significativo por excelencia o, si se quiere, el hecho propiamente humano.»¹⁶ Por esta razón, las obras presentan problemas de interpretación irreductibles a la simple comprensión de los códigos. El «hecho de estilo» subraya la escala del fenómeno de la obra como significando globalmente, en tanto que obra, frente a un proyecto de situación y a una situación singular.¹⁷

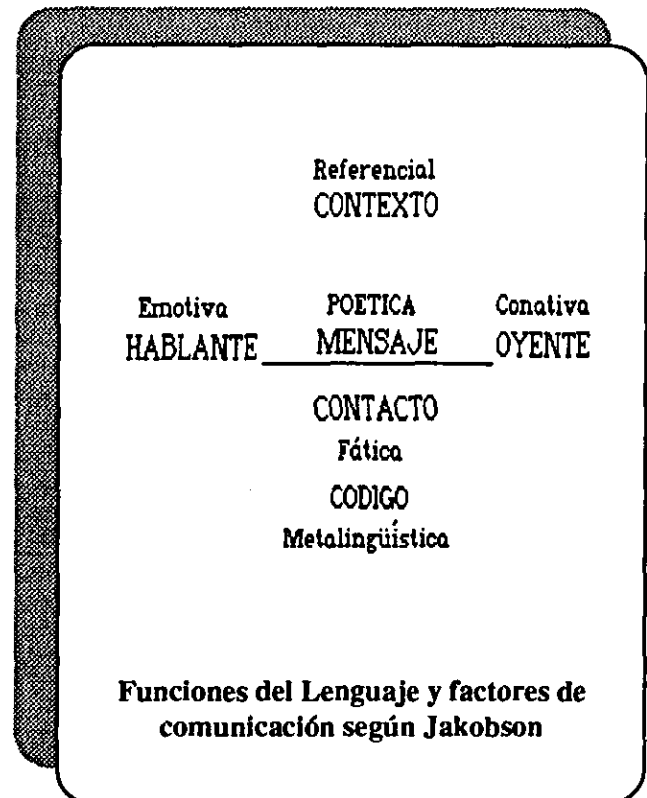


Con estas ideas podemos comprender que el lenguaje se presenta, en primer lugar, como un sistema de estructuras establecidas (lengua, decía Saussure). La primera intención del locutor es de

utilizarlas y no de constituir las. Así mismo, en el capítulo segundo y en otras partes hemos intentado analizar estas estructuras. De lo que se trata ahora es de comprender el mensaje como un «hecho de estilo».

Sobrecodificación del mensaje como «hecho de estilo»

Recordemos el modelo de la comunicación de Roman Jakobson:



Este modelo ampliamente conocido y estudiado nos ofrece una visión estilística del mensaje que nos permitirá enfrentar el problema de la recepción como «juego de estrategia».

¹⁵ Ibid., pg.11.

¹⁶ Ibid., pgs.11-12.

¹⁷ Cfr. Paul Ricœur. *Cours sur l'herméneutique*. Louvain, [1974], p.24-30.

Como se sabe, Roman Jakobson¹⁸ ha intentado abarcar la totalidad de los fenómenos lingüísticos a partir de los «factores» que contribuyen al proceso de comunicación verbal; a los seis «factores» de comunicación -destinatario, emisor, código, mensaje, contacto, contexto- hace corresponder las seis «funciones», según sea que el acento esté puesto de manera predominante sobre uno u otro. «La estructura verbal de un mensaje depende, ante todo, de una función predominante pero no exclusiva». La función poética corresponde a la puesta en relieve del mensaje por sí mismo: «Esta función, que pone en evidencia el lado palpable de los signos profundiza, por ese camino, la dicotomía fundamental de los signos y de los objetos». Con esta definición, Jakobson establece una oposición fundamental entre la función poética centrada en el mensaje y la función referencial orientada hacia el contexto no lingüístico.

Debemos recordar, ahora, las observaciones que hace el propio Jakobson: en primer lugar, «la función poética» del lenguaje no define al «poema»; no es necesario identificar lo poético con el poema. Por otra parte, no olvidemos que la centralidad de esta función no significa la abolición de las otras; se trata tan solo de una alteración en la jerarquía. Podemos decir que el análisis de la función poética es un momento preparatorio para la determinación del **mensaje en tanto obra**.

Estilo e individuación del mensaje

La idea de Jakobson para definir la sobrecodificación estilística nos parece más rica en contenido que otros modelos de sobrecodificación; se trata, ciertamente, de determinar el uso «poético» de la lengua; pero como hipótesis podrá servir, sin duda pero con precauciones, para caracterizar en general los efectos de estilo.

Recordemos el análisis que hace Jakobson de la función poética como tal.¹⁹ Las operaciones del lenguaje se dejan representar por la intersección de dos ejes ortogonales; sobre el primer eje, el de las combinaciones, se anudan las relaciones de contigüidad y, en consecuencia, operaciones de carácter sintagmático; sobre el segundo, el de las sustituciones, se desarrollan operaciones de semejanza y, por lo mismo, paradigmáticas. Todo mensaje reposa sobre este doble juego de ordenamiento. La función poética se caracteriza por la alteración de la relación de las operaciones situadas sobre uno u otro eje. La función poética consiste en proyectar el principio de equivalencia del eje de la selección sobre el eje de la combinación. Esto lo comprendemos mejor si lo comparamos con el discurso ordinario: en el discurso ordinario, la equivalencia no sirve para construir secuencias, sino para elegir, en una esfera de semejanza, las palabras convenientes; la «anomalía» de la poesía, como dice Ricœur, es precisamente que la equivalencia no sirve sólo para la selección sino para la conexión; dicho de otra forma, en poesía podemos hablar del «uso secuencial de unidades equivalentes».

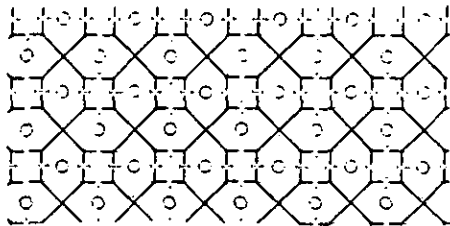


Para Paul Ricœur la explicación de Jakobson es ya una «estrategia de sentido»; y es este juego de sentido el que asegura el «relieve» del mensaje. Y, a su vez, este relieve afecta la geografía global de la comunicación. En efecto, la sobrecodificación poética tiene de particular que se da, en relación con los códigos del lenguaje, como organización *a-posteriori* del mensaje. Un mensaje rico en efectos de estilo debe ser más redundante que un

¹⁸ Roman Jakobson. *Closing Statements: Linguistics and Poetics*, en T. A. Sebeok. *Style in Language*, New York, 1960. Trad. al castellano. Madrid, Cátedra, 1980.

¹⁹ Cfr. Paul Ricœur. *La metáfora viva*. Bs.As., Ed. Aurora, 1977, pg. 334-ss.

mensaje neutro, porque se somete a una múltiple red de reglas, reforzando la organización lingüística de base. Cada elemento se encuentra atrapado en las mallas de esta red y, así, al satisfacer las condiciones suplementarias que constituyen la sobrecodificación, aporta una información disminuida.²⁰



¿Cómo se puede explicar esto? Lo que sucede es que la relación entre redundancia y productividad solo está perfectamente definida por un sistema simbólico simple que comporta un vocabulario cuyos elementos tienen probabilidades *a priori* y una sintaxis bien definida, casos analizados por Moles en los niveles más simples del modelo comunicativo informacional.

Cuando se trata de un lenguaje natural complejo donde la semántica tiene un carácter móvil o cuando las reglas de construcción se superponen en diferentes niveles, el alto número de restricciones acumuladas en estos niveles no se traducen simplemente como aumento en la predictibilidad del mensaje. «Al contrario, se puede decir que las «cristalizaciones del cuadro de expresión» pueden ser correlativas de un recurso a los exponentes más raros que satisfagan estos vínculos y, por consiguiente, los menos esperados por el receptor.²¹ Así, las restricciones nos conducen al estereotipo y a la vanalización del mensaje o nos inducen, por el contrario, a la investigación de los recursos paradigmáticos prácticamente inagotables a escala individual.

Conviene volver a la expresión «cristalización del cuadro de expresión» que utiliza Granger. Esto significa que la sobrecodificación, lejos de ser la obediencia a las reglas *a priori* y vanalizadas como son las condiciones indispensables de la estructuración lingüística, es lo que ordena de forma inmanente los rasgos del mensaje que la lengua deja libres. La sobrecodificación nunca se nos da por adelantado. El destinatario la siente globalmente, pero nunca se da por adelantado como clave del mensaje. «La sobrecodificación se nos ofrece más como problema que como solución», dice Granger.

La «cristalización» del cuadro de expresión trabaja, a la vez, sobre los elementos que ya se encuentran presentes en las estructuraciones *a priori* comunes a las formas neutras del mensaje y sobre los diversos entramados superpuestos, imbricados presentes solamente como estructuras nacientes y *a posteriori* en el mensaje estudiado. Se puede llamar **redundancia virtual**.

La función de esta redundancia virtual es doble: por una parte tiende a facilitar, en cierto sentido, la comunicación; y, por otra, a la individualización del mensaje. Sin embargo, la primera no se podría afirmar sin algunas reservas. Si bien, la idea ingenua de redundancia debe ser criticada, debemos reconocer que la percepción de la forma, de una figura de discurso, se refuerza ciertamente con la idea de estilo. Así mismo, es importante observar que la noción de «desciframiento» sigue siendo muy vaga porque la lengua autoriza registros que justamente condicionan el estilo. De todas formas, no se puede afirmar que un mensaje marcado estilísticamente es más fácil de interpretar que un mensaje neutro. Al contrario: para un destinatario poco perspicaz, los efectos de estilo pueden funcionar como «ruidos» que enmascaran el contenido literal del mensaje.

La redundancia que nace del estilo es «virtual» y sólo es operante si es activada. Y la activación es un fenómeno que depende esencialmente del receptor y de los contextos infra y extralingüísticos

²⁰ G-G- Granger. Op. cit., pgs.200-216. Seguiremos de cerca la exposición de Granger.

²¹ Ibid., pg. 200.

que podemos llamar experiencia. Determinar las condiciones en las que esta «activación» se opera exige una investigación objetiva, psicológica, sociológica o histórica. Y es lo que haremos en el siguiente capítulo bajo el modelo hermeneúutico. Lo importante es no olvidar que se deben estudiar todos los aspectos de una estructura y no limitarse a las intenciones del «hablante», porque pueden ser insuficientes y arbitrarias. Tampoco podemos reducir la percepción a lo que es conscientemente recibido, porque a veces deja escapar lo esencial. Será necesario recordar lo que dice Jakobson: centrarse en primer lugar en el mensaje. Ciertamente esta «centralidad» del mensaje es fundamental si queremos que la teoría de la comunicación sea algo más que una psicología del uso lingüístico. Nosotros hemos enfrentado la comunicación, desde el comienzo y con la ayuda de la Estilística, como teoría de las obras. Pero pensamos, igualmente, que una ampliación al emisor y al receptor merece la pena. El primero enriquece la teoría de la comunicación desde el punto de vista de la psico-sociología, y el otro ayuda a un conocimiento objetivo de la expresión individual; pero lo que interesa ahora es aquello que posibilita la expansión; es decir, la individuación del mensaje, de la obra, por el estilo.²²

Un mensaje se individualiza cuando muchas estructuraciones concurrentes son simultáneamente posibles. El efecto de la individualización depende a la vez de la riqueza de las organizaciones sobrepuestas presentes en el mensaje y de la percepción del receptor. El mensaje como proceso de codificación de una experiencia sirve, entonces, como mediación. Es decir, hace sensible tanto al sentimiento como a la inteligencia, a la individuación intencional de un objeto. Toda obra humana se puede ver como objeto y como mensaje.

²² Ibid., pgs.203-204.



Los «juegos» de la recepción

Como sabemos, la teoría de los juegos es un técnica de investigación operacional²³; es decir, que desde la teoría de los procesos aleatorios se puede hacer un análisis de la decisión y de la acción humanas. La teoría de los juegos tiene por objeto construir y estudiar los modelos matemáticos que den cuenta de situaciones en las que muchas personas toman decisiones de las que depende un resultado que les concierne. Los «jugadores» tienen intereses que se pueden complementar en algún caso y oponerse en otros, de manera que la cooperación y la lucha son los componentes esenciales de la teoría.

Para abordar un problema de juego es necesario construir un modelo²⁴ que permitirá guiar a los

²³ Cfr. J. von Neuman y O. Morgenstern, *Theory of Games and Economic Behavior*, 2a. ed., Princeton University Press, 1947.

²⁴ ¿Cómo construir un modelo? Jacques Attali en su *Analyse économique de la vie politique*, Paris, Quadrige/ Puf., 1982, pgs. 20-21, nos ofrece el siguiente método en seis fases sucesivas:

1) Definición del fenómeno estudiado. Es importante discernir el objetivo del análisis: el modelo no puede ser el mismo para todos los casos.

2) Discernir los conceptos privilegiados. Las intuición, la experiencia, otros modelos nos permiten forjar conceptos que vamos a privilegiar los comportamientos que vamos a estudiar.
3) Definición axiomática de los conceptos. La definición operatoria los relaciona de tal manera que se pone en obra el principio de causalidad. Se trata de una obra de rigor pero también de imaginación matemática.

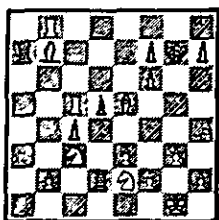
4) Estudio de las propiedades axiomáticas del modelo.

5) Verificar si se encuentran algunas constataciones de evidencia dentro del modelo. Si sí, entonces el modelo tiene valor explicativo; si no, no tiene ningún valor. Hay que comenzar de nuevo.

6) Consecuencias predictivas. Ahora comienzan los problemas de la imbricación del modelo en los problemas de decisión real.

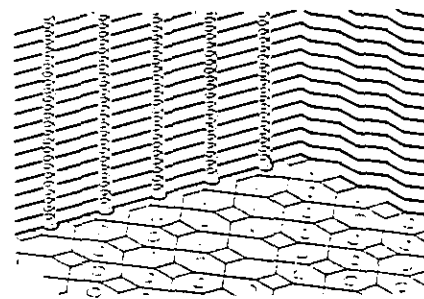
jugadores en su manera de jugar eficazmente; ayudarlos ya sea por regateo o arbitraje es una solución de compromiso que tiene en cuenta sus medios de acción y sus intereses; explicar la evolución de una situación concreta por referencia a principios unificadores de alcance más general. El modelo nos ofrecerá conceptos no intuitivos. Por ejemplo, la noción de estrategia que usaremos más adelante, es decir, una probabilidad de decisión. Claro que el modelo mismo debe ser confrontado con lo percibido para encontrar un sentido. El modelo del juego es, pues, un «tipo ideal» ofrecido por el matemático al economista, al estratega, y en este caso al investigador en comunicación. Si tiene fecundidad se debe a que, en el modelo, el azar no es natural sino artificial; es decir, fabricado por el hombre. Se puede estudiar un azar controlable.

En los juegos llamados de estrategia (llamados igualmente de reflexión pura e información perfecta) como el ajedrez, la solución es pura estrategia; esto es, no se cuestiona la inteligencia ni la aptitud para comprender globalmente la situación con sus consecuencias; dependen únicamente de un encadenamiento de acciones previsibles; hay una estrategia que resulta la mejor para cada jugador. Así, la teoría consiste en conceptualizar el esquema de las soluciones de pura estrategia. En cualquier caso, lo importante es que los agentes se definen, con exclusión de cualquier rasgo psicológico, a partir de su situación de jugador; es decir, por la sumisión a las reglas del juego que regulan la amplitud de las opciones permitidas y que definen las maneras de terminar el juego. Queremos insistir sobre este punto: la teoría de los juegos sólo considera la estructura lógico-matemática del juego y nunca las características psicológicas de los jugadores.

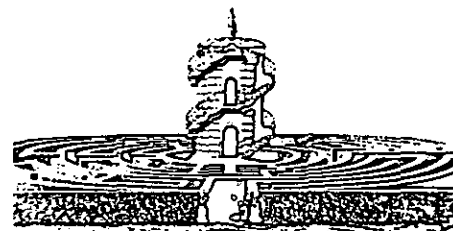


JUCADA 30

La teoría de los juegos puede ser utilizada como modelo de descripción. Pero igualmente se pueden preguntar si este modelo sólo se limita a los casos en donde prima el cálculo y el interés: ganancia, pérdida. Es más, podemos preguntarnos si la teoría no nos lleva a una cierta economía de beneficio que es de hecho la realidad más cercana a los modelos elaborados por la teoría de los juegos. Pero en este caso la aplicación del modelo supone poner entre paréntesis el carácter heterogeneo del campo axiológico en el cual se despliega la acción humana concreta.²⁵



Intentemos, ahora con ayuda de la teoría de los juegos, modelizar la recepción para dar cuenta de este hecho de estilo; no se trata de un modelo acabado sino más bien de un **pseudo-juego**²⁶ que puede ayudarnos en el análisis de casos concretos y, eventualmente en determinadas situaciones, a establecer verdaderos modelos.



Centrarse en el mensaje, es decir en la obra y no en los modos de producción no es olvidar, de ninguna manera, la situación que es la condición primera;

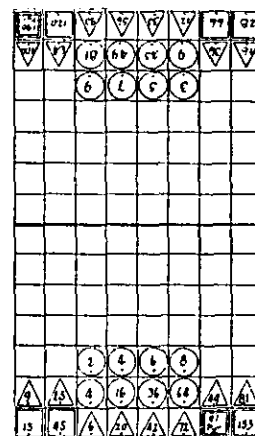
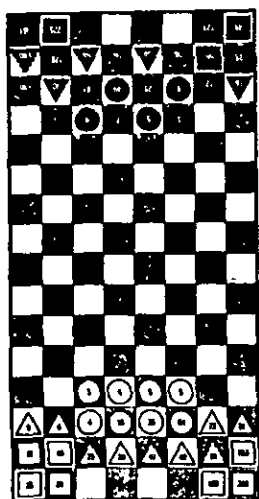
²⁵ Cfr. Paul Ricœur. *Semantique de l'action*. Louvain, Université Catholique de Louvain- Chaire Francqui, 1970-1971, pgs. 91-104.

²⁶ La expresión de G. Granger, a quien seguimos en toda esta parte. Op. cit., pgs. 210-216.

es decir, la doble presencia virtual de un emisor y un receptor humano. El estudio de estas situación interesa por igual, como lo mostraremos en el siguiente capítulo, al psicólogo, al sociólogo, al lingüista y al pedagogo de la comunicación.

Si privilegiamos el mensaje es para ver en él el equilibrio esperado en las acciones afrontadas del locutor y del oyente, las unas marcan actualmente el mensaje y las otras lo marcarán por retroacción gracias a la imagen más o menos consciente que del primero se forma el segundo cuando éste usa la palabra.

Desde el punto de vista de la construcción de un mensaje es el emisor quien está actualmente presente y activo, y el receptor es sólo una imagen virtual a la que se quiere dirigir. Desde el punto de vista del desciframiento del mensaje la situación es inversa, y es, entonces, el emisor quien deviene imagen virtual adversa del cual el receptor acepta las proposiciones. Se trata, pues, de dos esquemas de juegos distintos y ligados entre sí por los elementos materializados comunes a los dos sistemas; es decir, al mensaje.

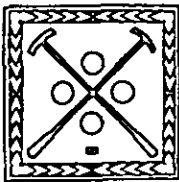


El juego se juega así:

1. Un código es común al receptor virtual y al emisor; es el código de la lengua. Este cuadro, más o menos estrictamente determinado, al cual pueden añadirse regulaciones específicas que caracterizan un uso de la lengua o un género determinado, pero supuesto siempre como previamente conocido por el receptor.
2. El tema de juego para el emisor no es transmitir directamente un contenido de sentido en un mensaje; esto concierne a la infraestructura de la actividad de comunicación que no es aquí determinante. Para el emisor el tema será, por una parte, crear en su mensaje una sobrecodificación de la cual debe hacer «adivinar» las reglas al receptor; y, por otra parte, «maximizar» para el receptor tanto la sorpresa como la incertidumbre en la expectativa del mensaje.
3. El tema del juego para el receptor será, ante todo, comprendiendo el sentido «literal» del mensaje, adivinar las reglas de sobrecodificación añadidas por el locutor. *Adivinar* no significa de ninguna manera *reconocer* conscientemente y de manera explícita, sino de mostrarse sensible a ciertas regularidades de las cuales el mensaje es el portador, independientemente de las regularidades macroscópicas que ordenan el uso ordinario de la lengua.

Son muchas las dificultades que se encuentran al elaborar un modelo siguiendo la teoría de los juegos. Se trata, como hemos dicho, de pseudo-juego que nos permite, al menos, dar un sentido conceptual a las limitaciones impuestas por el éxito estético a las invenciones generadoras de estilo. Es necesario concebir el mensaje, en un sentido amplio, como solución de una pluralidad de pseudo-juegos articulados en el interior de un pseudo-juego global que genera las características estilísticas del conjunto del texto.

La noción de solución o de estrategia de equilibrio dará lugar a la noción de zona óptima, o aceptable, de sobrecodificación, fuera de la cual el desciframiento por el receptor se volvería o muy fácil o excesivamente arduo.



Poner en obra este esquema de análisis del «hecho estilístico» supone, en primer lugar, delimitar un campo de sobrecódigos a *posteriori*; después, proponer un principio de opción entre las pseudo-estrategias que constituyen la combinación de los usos de muchos códigos.

1. El sistema natural de la lengua y los sobrecódigos impuestos *a priori* deben definirse con anterioridad a los análisis de los efectos de estilo. El establecimiento preliminar de este campo operatorio es a la vez lingüístico y filosófico y es aquí en donde el estructuralismo se encuentra como en su casa ya que no son los detalles los que forman la base neutra de los efectos del estilo.
2. Una vez determinado el código *a priori*, es necesario reconocer en el mensaje estudiado las **dimensiones** efectivas de la sobrecodificación estilística. Para ésto se utilizarán diferentes mé-

todos, los expuestos en capítulos anteriores. Es claro que traducimos al plano explicativo las operaciones de integración que a nivel intuitivo hace el receptor natural del mensaje. Esto es lo que hace diferente, por ejemplo, contemplar el ocaso y el análisis espectral de la luz. Igualmente, en el cine, sabemos que una cosa es ver y otra «leer» la película. Supongamos que hemos concluido esta discriminación de los diferentes registros, según las cuales se efectúa la sobrecodificación.

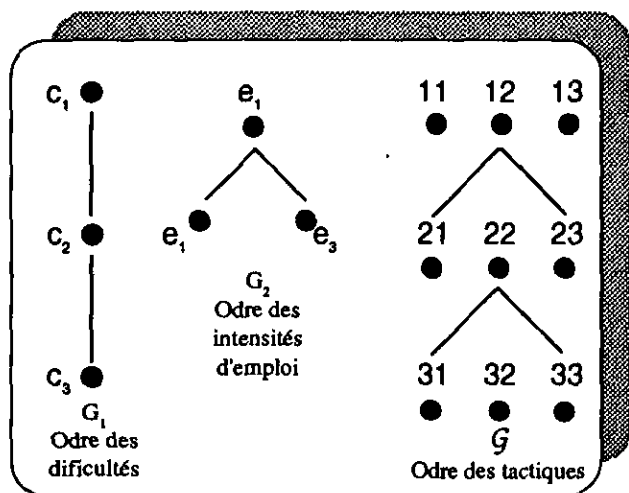
3. Para definir las regiones críticas, éxito estético, será necesario asignar a los diversos sobrecódigos un orden que corresponda a los grados de sutileza o de dificultad en el desciframiento. Por otra parte, hay que asignar un peso correspondiente a la importancia del uso que se hace en el mensaje o, al menos más modestamente, asignarles un nivel de orden según esta importancia relativa.

La primera de estas hipótesis no es muy difícil de formular a partir de consideraciones empíricas, y podemos concebir las verdaderas experiencias con los diferentes jugadores determinando o confirmando el contenido.

La segunda es más delicada: si los sobrecódigos se definieran solamente por la organización estadística de elementos podríamos resolver el problema tomado como índice del ordenamiento la variación de cada una de las series que definen el registro de sobre-codificación; es lo que hace Moles desde el punto de vista del emisor. Pero si ciertas dimensiones se determinan por transformaciones o por parejas, en el sentido de Jakobson, la empresa es mucho más difícil.

Nos encontraremos en presencia de un conjunto de sobrecódigos supuestamente bien definidos, parcialmente ordenados en cuanto a su intensidad de empleo, y cada uno de ellos asociado a un índice determinante de un orden, esta vez total en cuanto a su dificultad de desciframiento. Se puede representar esta estructura compleja por el producto de

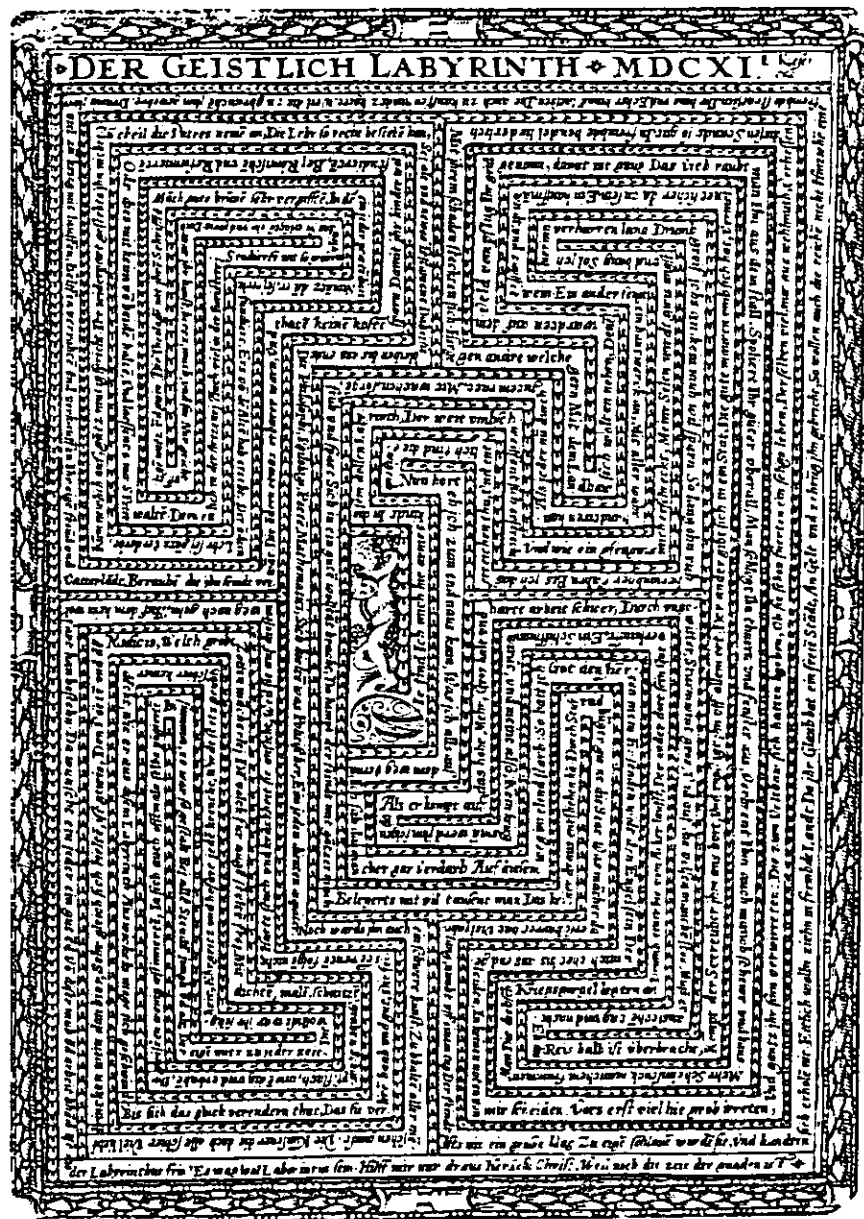
dos grafos en donde el G_1 caracteriza la dificultad, es un camino simple; el otro, G_2 , caracterizando el empleo es, en general, cualquier cosa; cada suma (i j) del grafo producto G representa el empleo del nivel «i» del código de dificultad «j» (ver figura).



Podríamos denominar, con Granger, tal suma «táctica estilística». Una «estrategia estilística» estaría, entonces, representada por un sub-grafo parcial G tal que cada uno de los sobrecódigos utili-

zados sea representado en una suma y en una solamente. En el grafo G figura así un pseudojuego en el sentido que nos ofrece al mismo tiempo tanto la estrategia definitivamente realizada en el mensaje estudiado como la representación de todas las estrategias posibles que comportan la misma sobrecodificación y los mismos niveles de empleo (pero diversamente repartidos). Esta estructura es puramente descriptiva. El examen de las diversas estrategias efectivamente realizadas por un mismo grafo permitirán formular hipótesis precisas sobre criterios del éxito estético y de orientarnos hacia la definición abstracta de una «buena estrategia». Una tipología de soluciones estilísticas también se podría sacar de allí en la medida en que los sobrecódigos y su grafo G_1 habrían sido definidos de manera suficientemente «operacional»; el modelo se presta para verificaciones y determinaciones empíricas.

Tales modelos tal vez nunca serán puestos en práctica. Pero la idea al menos nos parece válida como guía heurística. Es, como dice Granger, un «juego de ajedrez sin tablero».



Laberinto constituido por palabras (s. XVII)