

## ¿PARA QUE ME SIRVE LA TEORIA DE LA COMUNICACION?

*Carlos Sandoval G.\**

La pregunta, que sirve de título a este texto, fue formulada por una estudiante en una evaluación oral y colectiva del curso de Teoría de la comunicación en 1987. Ella, futura publicista, se preguntaba qué sentido tenía interrogarse por la comunicación, si lo que deseaba era realizar comerciales y otras tareas relativas a la publicidad.

Ante una pregunta tan contundente, la respuesta fue más o menos la siguiente: La teoría no interesa porque vivimos en una sociedad que privilegia el tener para ser. La teoría cuestiona lo que se da por "cierto", "lógico" o "natural"; incluido el tener para ser, de ahí que resulte "chocante".

Sumado a eso, los estudiantes resisten aquellos cursos en que la principal actividad es pensar porque exige un esfuerzo de abstracción, al que no están habituados.

El primer argumento remite a las condiciones sociales en que se elabora y discute la teoría y el segundo da cuenta de las características de los estudiantes. Si seis años después alguna o alguno formulara una pregunta semejante, convendría agregar un tercer punto y es que aquella crítica exige una autocrítica: en general, no hemos sido capaces de relacionar la teoría con la vida ni la vida con la teoría y por ello resulta aburrida y a veces sin sentido. Dicho con un "metalenguaje", el discurso académico pierde legitimidad.

¿Qué implica relacionar la teoría con la vida y viceversa? Una analiza puede ayudar en la respuesta. Con la teoría ocurre lo que pasa a veces con los juguetes de los niños o niñas de sectores medios y superiores<sup>1</sup>. Algunos padres o madres compran juguetes delicados, pero ellas y ellos no los disfrutan, pues se rompen, ensucian o dañan. Los adultos no entienden por qué prefieren juguetes que se puedan bañar, cargar de tierra o desarmar.

Con la teoría pasa algo semejante. En ocasiones los temas son muy interesantes, complejos o actuales, pero las y los estudiantes se sienten lejanos de lejanos; no pueden discutir y hurgar las proposiciones de los textos.

A fin de cuentas la teoría resulta como el castigo que se requiere para obtener un título universitario, de alguna manera guarda relación con la "fobia" que se tiene a las matemáticas en la secundaria. En otros casos se le llama y mira como la cultura generales, aquello que es útil en un café o fiesta entre intelectuales, pero nada más.

Frente a este panorama, conviene discutir el "para qué" de, la teoría y apuntar algunos tópicos de la teoría

---

\* Profesor de la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva. Universidad de Costa Rica.

<sup>1</sup> No resulta trivial recordar que para miles ya los juguetes son un lujo inalcanzable.

comunicación que puedan ser discutidos, desmontados, rearmados, modificados o criticados.

Una manera de sintetizar la analogía con los juguetes es desplazarse de la teoría al teorizar. Repetir teorías es resumir, copiar, imitar lo que la o el profesor dice para "quedar bien" o "aprobar el curso". Teorizar es pensar, crear, relacionar, contrastar, imaginar. Lo uno es conformismo, lo otro es riesgo. Como aquel niño o niña que puede reconstruir su juguete sin temor, que lo siente y asume como suyo.

La analogía con los niños y las niñas no debe interpretarse en el sentido de convertir el teorizar en una "regresión infantil"; por el contrario, es recuperar esa cualidad de los niños y las niñas por asombrarse y preguntar y preguntar y no darse nunca por satisfechos. Brecht (Heller, 1991:15) lo propone así:

"Han asistido a lo cotidiano, a lo que sucede cada día  
Pero les declaramos:  
Aquello que no es raro, encuéntralo extraño  
Lo que es habitual, hállelo inexplicable.  
Que lo común los asombre.  
Que la regla les parezca un abuso.  
Y allí donde den con el abuso póngale remedio."

## I. TEORIA Y SENTIDO COMUN

Alguna o alguno puede estar insatisfecho con la tesis anterior y contraargumenta: ¿Qué pasa con la gente que no conoce de teorías y sin embargo, vive, trabaja y desarrolla una gran cantidad de actividades? La pregunta es legítima y merece una respuesta.

Teorizar en las ciencias sociales es una actividad indispensable para la comprensión y explicación de los sujetos, procesos y estructuras sociales y sus posibles conexiones o cambios. Junto a la teoría, y en múltiples relaciones con ella, es posible reconocer algo difuso, que no siempre recibe el mismo nombre, pero que se puede nombrar como sentido común.

Esas personas que no son especialistas en teoría social o de la comunicación, encuentran muchas respuestas en el sentido común. De la misma manera que quienes son especialistas en teoría de la comunicación echan mano del sentido común para explicarse, por ejemplo, los temblores, que son materia especializada de geólogos.

De manera semejante, la experiencia enseña que al bajar de un autobús en movimiento hay que seguir caminando porque de lo contrario se pierde el equilibrio. Se trata de un aprendizaje a partir de la experiencia personal o de amigos. Sin embargo, un repaso de algunos rudimentos de Física permite relacionar este ejemplo con la *Ley de la Inercia* propuesta por Newton: Todo cuerpo que está en movimiento y se le suspende el movimiento, tiende a mantenerse en movimiento. ¡Nadie requiere saber de Física para evitar caerse al bajar de un autobús!

En el caso anterior, sentido común y teoría coinciden. Sin embargo, no siempre ocurre así. Un ejemplo

contrario podría ser el siguiente: "¿Viste todo lo que dijeron los candidatos a la presidencia en el noticiero de la noche? Esta pregunta puede surgir durante el período más álgido de la campaña electoral en Costa Rica. La pregunta podría ocurrir entre hombres o mujeres de las áreas urbanas en el trabajo o en un encuentro casual.

Desde la teoría de la comunicación la pregunta sería otra: ¿Viste todo lo que no se dijeron ni nos dijeron los candidatos? No hablan de programas y propuestas políticas ni detallan cómo enfrentar a la llamada "globalización" (eufemismo que indica el control del mercado mundial por los proclamados "siete grandes") en un país pequeño, sensible a los cambios en los mercados nacionales y que pretende al menos mantener sus indicadores sociales.

Los mensajes de la: televisión y los demás medios o, mejor, las representaciones del acontecer que producen las y los comunicadores que laboran en éstos, son apenas una versión entre otras posibles.

Desde luego es importante reconocer los antecedentes y calidades de los candidatos más cuando heredan el tamaño, pero no la estatura política de sus progenitores. Sin embargo, es más importante aún saber qué proponen, más allá de las frases huecas como "Volvamos a la tierra", "Paz para mi gente", "Costa Rica se supera", etc.

Este segundo caso muestra una contradicción entre sentido común y teoría, desde la teoría, el "todo lo que se dijeron" de la conversación inicial es un estereotipo.

El sentido común y la teoría, por lo tanto, son dos modos de representar o construir la realidad que en algunos casos coinciden y en otros difieren. El primero es de uso diario y el segundo es especializado. El sentido común es "la filosofía de los no filósofos", en palabras del maestro Gramsci (1984).

El proyecto de la teoría es hacer del sentido común un *buen* sentido (Gramsci, 1984:13-4). Bueno en cuanto desprenderlo de estereotipos, prejuicios, falacias; pero, al mismo tiempo, el sentido común es la materia prima del teorizar, pues sólo con un contacto permanente con los no filósofos, el teorizar se depura de los elementos intelectualistas de naturaleza individual y se hace vida.

Depurar el teorizar de elementos intelectualistas es un enorme problema, tan grande como reconocer los estereotipos del sentido común. Es, para decirlo con un refrán, separar la paja del grano, tan sencillo y tan complejo como eso. Es dar respuesta a problemas y no sólo vivir de modas foráneas.<sup>2</sup> Sin embargo, tampoco se pueden, desestimar contribuciones que, surgidas, en otras latitudes, enriquecen lo propio. Distinguir lo uno de lo otro es una constante y delicada.

## II. ALGUNAS TAREAS DEL TEORÍAS

Hay tantas y variadas contribuciones acerca de la teoría social y de la comunicación, que sin intento de proponer una síntesis sólo puede ser una empresa colectiva (Cfr. Giddens y Turner, 1991). Pese a ello es posible reconocer, al menos tres modos de asumir el teorizar:

---

<sup>2</sup> Los intelectuales, poseedores de tanto de las modas como los poseedores de capital económico. Los objetos difieren, pero la lógica es compartida (Cfr. BOURDIEU, 1988).

Como *crítica* de lo existente, como el esfuerzo de reconocer que no todo lo que existe es lo mejor, de *pensar lo imposible para alcanzar lo posible*.

Como actividad cognoscitiva indispensable para explicar o interpretar la realidad, pues el *análisis*, *implícita y explícitamente, parte de premisas*.

Como saber instrumental que puede acompañar la práctica, pues *no hay nada más práctico que una buena teoría*.

Los tres no son necesariamente complementarios ni excluyentes. En ciertos casos se prioriza uno y excluyen otros. No se trata pues de un dogma, sino de un proyecto que siempre está por hacerse de un desafío que reta a integrar y no fragmentar.

## **PENSAR LO IMPOSIBLE PARA ALCANZAR LO POSIBLE**

Una manera de asumir la crítica a través de la ironía. Hein (1992:25) decía que es una enorme ventaja que existan pobres. Si todos botáramos la cantidad de papel que tiran diariamente los sectores sociales medios y altos y las grandes industrias, ya hubiésemos acabado con el planeta. ¿Qué ocurriría si todos empleáramos platos y vasos desechables como en las grandes cadenas de comidas rápidas? Por el mismo motivo es una dicha que no todos dispongamos de automóvil porque de otra manera, si no perecemos en los tumultos, nos ahogaríamos con los gases.

El argumento es un ejercicio de cinismo que nos pone frente al absurdo en que vivimos: el desperdicio se ha establecido como una norma internacional de "progreso" (Ewen, 1991:272) y si el llamado *bienestar* fuese comparado moriríamos porque su posibilidad pasa por acabar con la vida. Mientras tanto, día a día, 40 mil niños y niñas, según Naciones Unidas, mueren en el mundo y sólo bastaría el 0,07 por ciento del PNB mundial para evitarlo...

Ahora es tiempo de volver al campo de la comunicación. ¿Será posible que profesionales talentosos y creativos inviertan buena parte de su vida a promocionar esas comidas o bebidas que aterran de basura? ¿Merece dedicarle una profesión a una hamburguesa o a unas llamadas pronunciado retorciendo la boca?

Aclaremonos. La labor de ellos y ellas es tan compleja o profesional como atrás, pero quizá conviene discutir si el trabajo podría situarse en otras prioridades. Por supuesto, vivimos una *Mcdonalización* de la cultura y de la vida (Hamelink, 1991:65): por cada *gallo pinto* que nos comemos quién sabe cuántas hamburguesas adquirimos. Sin embargo, el teorizar es, precisamente, no asumir lo existente como lo necesario; por el contrario, es construir u~, que armonicen los sueños Personales Y Profesionales con los sueños de país.

¿Tendrá algún sentido entrevistar a diario a los mismos funcionarios? A esos que no dicen nada más que lugares comunes y promesas; los que contratan profesionales para mejorar la imagen personal o institucional y olvidan que "el mejor decir es el hacer", como recuerda el maestro Martí.

Mientras tanto, mujeres, hombres, ancianos, jóvenes, niños realizan individual y colectivamente actividades sociales relevantes y pasan desapercibidos. Ustedes dirán: Ah no, eso es pura fantasía. Eso se dice

en la universidad, pero el mercado es otra cosa. Un ejemplo para mostrar que imaginar lo imposible es condición para hacer lo posible:

"Cansado de las trivialidades de los políticos daneses, el principal periódico del país, Ekstra Bladet, les cerró sus columnas durante m meses. Durante cien años el periódico principal de Dinamarca por su tiraje (220 mil ejemplares diarios) dejó en el silencio todos los debates políticos. Tuvimos 'la idea de hacer este boicot porque los daneses desertaban cada vez más de los partidos políticos y los comités electorales', explica el jefe de redacción, Sven Ove Gade. '¡La Asociación para la Protección de la Naturaleza cuenta con más miembros que todas las asociaciones políticas juntas! En cambio, cada vez más electores participan en las elecciones, cerca de 90% cada vez. El público, entonces, se interesa por la política, pero ante todo quiere ver cómo se resuelven los problemas locales. Nuestro periódico ya no está en posición de monopolio, y nuestra acción no ponía en peligro la democracia'. A dos días de que finalizara el boicot, el periódico afirma haber recibido millones de cartas de felicitación de sus lectores. Durante ese período, sin embargo, las ventas ni disminuyeron ni se beneficiaron de la operación. Cuando terminen los cien días, el boicot habrá tenido, en primer lugar, efectos duraderos dentro del periódico mismo: el servicio político fue disminuido en cinco periodistas, y se formó un nuevo servicio de Sociedad, con doce rectores. (En segundo lugar, CS) al boicotear los debates políticos, el periódico paradójicamente ha contribuido a reanimar la vida política de Dinamarca" (Morch, 1992:3).

Alguno o alguna insistirá: Bueno, pero es que no depende de nosotros, "así es la vida" o la "programación social". Sí y no. Somos *producto* de una cierta sociedad, pero también somos *productores* de tales condiciones que hacen posible esta sociedad, y como legitimamos éstas también las podemos variar con distintos grados de intensidad profundidad y durabilidad (Giddens, 1986).

Discurso caduco dirá otro u otra, entonces no quedaría más que decir lo que Benjamín (Marcuse: 1972:286), al inicio de la era fascista: "Sólo gracias a aquellos sin esperanza nos es dada la esperanza"...

## CONOCER PARTE DE PREMISAS

¿Qué les permite a los miembros de la redacción del periódico danés cuestionar la modorra de los funcionarios públicos y proponer otras fuentes?

Reconocen que lo político no se acaba en el Estado y el gobierno, que las personas y los grupos tienen y ejercitan formas y recursos de poder. Se percatan que existe una sociedad política integrada por esos gastados políticos, pero también una sociedad civil conformada por aquellos que "no son (¡o somos!) noticia".

Es a través de esta clave conceptual, sociedad civil, que ellos reorganizan sus fuentes. Y esta es la gran tarea de la actividad cognoscitiva: ofrecer pistas para leer de maneras diversos procesos, sujetos y estructuras sociales.

Al comparar medios de difusión de ideologías diferentes a veces las conclusiones sorprenden: tanto los

nos como los otros suelen recurrir a fuentes asociadas al estado y a sus instituciones; por eso los conceptos son decisivos, permiten ver más allá de lo aparente. Sin conceptos vemos, pero no observamos.

Otro ejemplo. En 1992, un grupo de estudiantes de comunicación analizaba prácticas culturales en un mercado y una de las actividades era caracterizar a los grupos de sujetos o actores allí presentes. Los agruparon en compradores, vendedores e intermediarios, pero llegaron a un grupo que no sabían cómo llamarlos eran aquellos que pedían o deambulaban en el mercado. Una estudiante sugirió que les llamaran "parásitos".

Es evidente que quien propone llamarles así no es miembro de ese grupo, es decir, no estaría dispuesta a que la llamen "parásita". De manera similar ocurre cuando los "iluminados de la política" y las "iluminadas de la moda" se refieren a las 'masas' que no se dan cuenta que las, explotan o que no tienen buen gusto y son unos "polos". En unos casos las izquierdas y en otros las derechas -si es que esas palabras dicen algo- se encuentran y se dan la mano para descalificar. Desde luego, ni unos ni otros se consideran "masas"...

Conocer, por lo tanto, también demanda sensibilidad para reconocer al *Otro*, para percatarse de las diferencias y las desigualdades. Tareas nada fáciles porque la vida individual, personal, se va convirtiendo en una generalidad y tiende a ser el parámetro para mirar la vida de los demás (Heller, 1991:108).

El conocimiento de lo social puede partir de, al menos dos lugares claves: cuando se sitúa la pregunta de investigación los *sujetos* importa estudiar sus representaciones y de pensar y sentir o actuar. A este punto de vista se conoce como la perspectiva de la comprensión. Aproximarse, por ejemplo, a las personas que trabajan en un diario o en una agencia de publicidad y reconocer sus aspiraciones, imaginarios, expectativas, ideologías, para mencionar algunas. O bien reconocer esos aspectos en el público que sigue noche a noche las telenovelas.

Otra posibilidad se sitúa ya no en los sujetos, sino en lo *estructural*, es decir, los recursos y reglas que posibilitan o no ciertas prácticas e instituciones sociales (Giddens, 1986). Muestra de esto sería analizar las repercusiones de los Programas de Ajuste Estructural en la industria de la comunicación. A este punto de vista se le conoce como la perspectiva de la *explicación*.

Si la *comprensión* trabaja con *significados*, la *explicación* analiza *causas*. Alguno o alguna podría preguntar ¿Pero es que los fenómenos se pueden separar en 'estructurales' y 'subjetivos'? La pregunta es clave porque obliga a eliminar esquematismos. No hay sólo estructuras o sujetos; por el contrario, los procesos sociales son precisamente la conjugación de ambos. No se trata de estudiar las reglas de un medio de comunicación ni sólo las actividades de los profesionales o del público, sino ambas y, sobre todo, sus relaciones.

Conjuntar *comprensión* y *explicación* es un horizonte de las ciencias sociales, que como muchos no siempre se alcanza, pero que orienta el camino.

Este horizonte también viene jaloneado por los desafíos que plantean los llamados problemas globales, cómo la degradación del ambiente y la contaminación, citados al inicio de este texto: ¿Estos problemas son tarea de las ciencias, sociales, naturales o de la tecnología? Constituyen tareas que necesariamente reúnen a biólogo(a)s, planificadore(a)s urbanos, ingeniero(a)s, comunicadore(a)s y muchos otros profesionales; es decir, demandan una perspectiva cada vez más amplia e integradora y con ello plantean un enorme reto cognoscitivo:

¿Cómo abandonar las parcelas del conocimiento ('disciplinas') para aportar contribuciones ya no sólo a la ciencia sino a la misma sobrevivencia de la humanidad? No se trata de leer las ciencias sólo desde sus diferencias, sino desde sus posibilidades de cooperación.

## ACOMPañAR LA PRACTICA

Acompañar la práctica es un intento de diálogo entre el teorizar y el ejecutar, entre quienes se plantean la comunicación como *problema académico* y quienes lo asumen como *quehacer profesional*. No se trata de priorizar una u otra, el desafío es cómo aprender de los contrastes, cómo respetar las diferencias, cómo confrontar puntos de vista. La formación ideal no es la coincidente sino la polémica, en la que importan más las preguntas que las respuestas (Freire, 1986)..

Acompañar no quiere decir que la teoría sea un modelo infalible que sólo se trata de "aplicar". Las conclusiones de las ciencias sociales son pistas, pero no formulaciones o modelos, mucho menos recetas. Tampoco se quiere afirmar que cada caso sea único y resulte imposible considerar rasgos comunes entre fenómenos. No, hay posibilidades de relación con otras situaciones, de las que se puede aprender, pero no copiar.

Este acompañamiento es una praxis, siempre en busca de modos de resolver problemas y formular nuevas preguntas, de poner en discusión lo establecido y buscar innovaciones.

Otro ejemplo. Para millones de hombres (y también mujeres) resulta natural que las mujeres suelen encargarse del trabajo doméstico. Abuelas, mamás, hermanas, esposas, novias o empleadas domésticas lo repiten, a diario. La repetición termina en rutina "lógica" y "natural" (estructura), pero algunas mujeres (sujetos) ponen en entredicho esta ideología patriarcal: ¿Estamos frente a una división sexual del trabajo, que no es ni "lógica" ni "natural" sino injusta e histórica!

Lo apasionante es reconocer cómo es puesta en cuestión una práctica con cientos de años de actualizarse día con día. Surgen conceptos como los de *género*, es decir, un intento de comprender las divisiones, socioculturales e históricas de los sexos. Y más apasionante, son los desafíos que este concepto de género plantea a los y las comunicadoras. ¿Es posible crear mensajes que no reproduzcan patrones sexistas como "Mamá amasa la masa y papá lee el periódico"? ¿Es posible que mujeres profesionales de la comunicación no empleen a otras mujeres, como objetos de sus mensajes para "poseionarse del mercado de acuerdo con la segmentación del público"? ¿Es posible romper los estereotipos de que las mujeres, son sentimientos y los hombre razón? ¿Es posible que la comunicación organizacional, no se asocie a mujeres que organizan fiestas? ¿Es posible considerar noticias no sólo lo público-político, sino también lo privado-personal, donde suelen haber tanta desigualdades entre hombres y mujeres?

La lista no es exhaustiva, es apenas un ejemplo de muchas otras preguntas que pueden surgir de las experiencias personales y profesionales de las y los lectores.

### **III. ALGUNAS PERSPECTIVAS EN LA TEORIA DE LA COMUNICACION**

Muy diversas son las perspectivas acerca de los procesos de comunicación, mensajes y medios y una de las mayores dificultades es cómo reconocer constantes en tal variedad de conceptos, autores, contextos, etc.

Un punto de partida es conceptualizar la comunicación como una relación social construida por sujetos individuales y colectivos a partir de sistemas sígnicos en la actividad, es decir, en las relaciones sociales que conforman la vida cotidiana.

Cualquier intento por reconocer constantes implica simplificar, pero conviene escribir algunas notas introductorias que requieren, desde luego, ser enriquecidas con otros textos, contextos o experiencias. Estas áreas o perspectivas están en especial vinculadas con las relaciones entre sujetos sociales, medios de difusión y discursos.

#### **LA COMUNICACION COMO RELACION DE PODER**

La comunicación como relación de poder procura reconocer la disposición de recursos y reglas en los sistemas de comunicación en diversas escalas y dimensiones (Giddens, 1986; Sánchez Ruiz 1991). Indaga contextos y condicionamientos en los procesos de comunicación y con frecuencia recurre a una perspectiva histórico estructural.

En el estudio de los medios de difusión y sus mensajes, la perspectiva histórico estructural es empleada, por ejemplo, cuando interesa analizar relaciones entre propiedad, control de los medios y políticas informativas. También cuando se estudian tendencias de desarrollo de los medios: ¿Cómo se articulan procesos de uniformidad en los mensajes con la diversidad tecnológica? (Sandoval y Al-Ghassani, 1990). ¿Por qué los sectores políticos que llegan al poder después de 1948 en Costa Rica no logran consolidar medios afines a sus intereses emergentes? ¿Cuáles son los rasgos organizativos y de propiedad de la industria del video en Costa Rica? ¿Qué perspectivas presentan la reducción de las salas de cine en el país?

#### **LA COMUNICACION COMO PRACTICA SOCIOCULTURAL**

La comunicación como práctica sociocultural prioriza el reconocimiento de mediaciones entre instituciones mediales, discursos, sujetos y grupos sociales. Las culturas son una de las mediaciones más decisivas; son el sedimento que otorga sentido a los mensajes.

Importa reconocer cómo los medios de difusión legitiman ciertas prácticas culturales y cómo ciertas prácticas culturales legitiman ciertos mensajes y medios de difusión.

Algunas preguntas a propósito de una perspectiva sociocultural son: ¿Por qué algunos modos de hablar, vestir, comer o divertirse, son considerados distinguidos y otros no? ¿Cómo los sujetos desarrollan modalidades de percepción, valoración y acción semejantes o distintas? ¿Por qué la disothèque Members es distinguida y



Zadidas no lo es? ¿Por qué al Centro Comercial El Pueblo no va el pueblo, aunque lleve su nombre? ¿Por qué algunos grupos empiezan a "tutearse" en sus conversaciones? ¿Cuáles son las fuentes de esta variante? ¿Cómo se socializa esta práctica? ¿Por qué algunos periódicos ya en sus mismos nombres procuran aglutinar a toda la población, como es el caso de La Nación o La República?

## **LA COMUNICACION COMO INTERACCION PSICOSOCIAL**

Desde la perspectiva de la interacción importa reconocer cómo los sujetos sociales configuran representaciones de sí mismos y de los otros.

El sentido común expresa y condensa esas representaciones que no están escritas en ningún documento, pero que son indispensables en la construcción o alteración de un cierto orden social. Cuando alguien pronuncia "¿Cómo estás?", el o la interlocutora no responde "¿De qué?", pues infiere que se trata de un saludo.

De la misma manera, para algunos o algunas es "lógico" que los políticos y empresarios sean los que aparezcan en las noticias. No imaginan cómo una persona común y corriente podría ser protagonista, ¡excepto si se saca la lotería, comete un delito o es futbolista!

También es el caso ya mencionado de no cuestionar que las mujeres se asocien con lo privado, emocional y doméstico y los hombres con lo público, racional y político.

El análisis de los mensajes y medios de difusión desde la perspectiva de la interacción psicosocial intenta aproximarse a los factores grupales y de personalidad que caracterizan las relaciones interpersonales de los sujetos y de éstos con los medios de difusión.

Al respecto se podrían enumerar también múltiples preguntas (Sandoval, 1993) ¿Cómo algunas mujeres emplean las representaciones autoritarias de los hombres para referirse a otras mujeres? ¿Cómo elaboran su representación de sí mismos los llamados "niños bien"? ¿Qué ocurre cuando se vive en una sociedad consumista y los ingresos apenas permiten sobrevivir? ¿Cómo se concilia el bienestar con el malestar? ¿Cómo se vive esa violencia simbólica? ¿Cómo se reconocen en el consumo las fracciones de clase que han acumulado capitales en los años ochenta, la llamada década perdida para las economías latinoamericanas, porque "no se vale" olvidar que el *empobrecimiento* de unos es *acumulación* para otros? ¿Qué representaciones configuran de los medios de difusión y sus mensajes políticos y empresarios, hombres (y algunas mujeres) de éxito que son noticia, para quienes los temas generales de la economía y la política son sus problemas particulares?

## **LA COMUNICACION COMO SIGNIFICACION**

Desde la perspectiva de la significación, las prioridades consisten en reconocer cómo se construye el sentido, es decir, cómo los textos verbales y no verbales escritos o no son producidos y reconocidos por sujetos o grupos sociales en ciertos contextos.

Los chistes son textos idóneos para reconocer la producción de sentido, pues se elaboran a partir de lo dicho y no dicho. Lo dicho son las significaciones y referentes compartidos, lo no dicho es lo inferido. Algunos

chistes se consideran de "doble sentido", es decir, suponen un sentido primero que es el evidente o explícito y uno segundo, sugerido o, insinuado y su relación provoca las risas. Aquí está uno, aunque al relatarlo por escrito pueda perder el encanto y los tonos del habla:

Llega un presidente latinoamericano a Japón y observa que en uno de los salones hay multitud de relojes, pero lo más llamativo es que cada uno marca la hora a distintas velocidades. Nota que los relojes de los países nórdicos y escandinavos casi no avanzan; en cambio los latinoamericanos son de los más rápidos. No pregunta, pero tampoco comprende las diferencias. Ignora el mandatario que los relojes marcan la hora de acuerdo con los porcentajes de corrupción e injusticias prevalecientes en cada nación. La angustia crece cuando se percata que no aparece el reloj de su país. Al rato se entera del motivo de las diferencias de velocidad y decide preguntar por el reloj ausente. La respuesta no se hace esperar: ¡Ah, es que lo usamos de ventilador!

¿Qué hace que esta "gramática de producción" o modo de elaborarlo sea identificable en las "gramáticas de reconocimiento" o comprensión del chiste? La clave es compartir condiciones semióticas semejantes: disponer tanto de una competencia para seguir el relato como de referentes políticas para reconocer las características de los diferentes países.

Estas páginas son apenas una invitación a reconocer diversas tendencias y perspectivas, cuyo estudio demanda rigurosidad e imaginación; muy especialmente en una época en que, como nunca antes, el potencial tecnológico, presente en la creciente diversidad de medios de difusión, podría favorecer la comprensión y algunos niveles de bienestar. Sin embargo a lo mejor, nunca como ahora hemos estado tan lejos de alcanzar tales anhelos.