

Codificación y descodificación en el discurso televisivo

Encoding and decoding in the television discourse¹

Stuart HALL²

Traducción de Ana I. SEGOVIA y José Luís DADER

ABSTRACT

This legendary article puts for the first time in the centre of the communication's debate the asymmetry between the process of encoding and decoding in emission and reception in massive communication. Analysing how denotative significations can have different functions and they can hide some aspects to each audience, and how connotative significance have broad ideological, social and cultural aspects that are important to be competent about to understand the messages, the author gives as TV examples and alerts about the danger of developing a study of communication too formalist, but also recommends the necessity of distinctions between the different process of expression and interpretation of messages.

Key words: encoding, decoding, connotative, denotative meanings, cultural frames, social, ideological context and communication, TV, iconical signs.

¹ Conferencia presentada para el Council of Europe Colloquy sobre «Enseñanzas para la lectura crítica del lenguaje televisivo» («Training In The Critical Reading Of Televisual language») organizado por el Council & Centre for Mass Communication Research, University of Leicester, septiembre 1973.

² En 1973 STUART HALL escribe este artículo que se ha convertido en un clásico de los estudios de la Comunicación de Masas, al ocuparse de la codificación y descodificación. En los años 70 el concepto de código entendido del modo más laxo como sistema de reglas y que ya usaran los padres de la Teoría de la Información SHANNON y WEAVER, era un concepto clave y guía en los estudios de LÉVY STRAUSS, JAKOBSON, BARTHES, Eco —quien después lo revisaría y dejaría de usarlo—, LOTMAN o BASIL BERNSTEIN: era el apogeo del Estructuralismo, la Semiótica y la Comunicación en general. Este texto que presentamos corresponde a esa época y acaso sea el origen de los así llamados Estudios Culturales.

Este legendario texto puso por primera vez en el centro del debate sobre comunicación la cuestión de la asimetría en los procesos de codificación y descodificación en las posiciones de emisores y receptores en la comunicación de masas. Analizando cómo los significados denotados tienen muy diversas funciones y pueden ocultar unos de otros los aspectos para cada audiencia, y cómo los significados connotativos se extienden en aspectos ideológicos, sociales y culturales que deben entenderse para comprender los mensajes, el autor proporciona ejemplos de televisión y alerta sobre el peligro del excesivo formalismo en el estudio de la comunicación de masas, pero recomienda también hacer distinciones precisas en los diferentes procesos expresivos e interpretativos de los mensajes comunicativos.

Palabras clave: codificación, descodificación, significados denotativos, connotativos, marco cultural, social, ideológico y contexto de comunicación, iconos, TV.

Ce légendaire texte met par la première fois au centre du débat sur la communication la question de l'asymétrie entre les procès communicatifs de codification et décodification des émetteurs et récepteurs de la communication de masse. Analysant comment les significations dénотatives peuvent avoir différentes fonctions et occulter des aspects par chaque audience, et comment les connotations se répandent en aspects idéologiques, sociales et culturels, l'auteur utilise des exemples de la télévision pour alerter sur le danger d'un excès de formalisme dans les études de la communication, ainsi comme recommande faire des distinctions entre les différents procès expressifs et interprétatifs des messages communicatifs.

Mots clé: codification, décodification, signifiés connotatifs, dénотatifs, Tv, icônes, "frames" culturels, sociales, idéologiques.

Encoding-Decoding in the Television Discourse

Este coloquio ha sido convocado ante dos temas: uno muy específico sobre la naturaleza del 'lenguaje televisivo',³ y otro de preocupación más general y difusa sobre 'programas y políticas culturales'. A primera vista ambas temáticas parecen apuntar en direcciones opuestas: la primera hacia cuestiones formales,

³ NT: Los entrecomillados y subrayados de la presente traducción siguen fielmente el texto original del autor.

la segunda hacia cuestiones políticas y sociológicas. Mi objetivo es sin embargo intentar tratar ambos asuntos desde una misma perspectiva. Pretendo sugerir que en el análisis cultural la interconexión de las estructuras y procesos sociales con las estructuras formales y simbólicas es absolutamente crucial. Procuraré organizar mis reflexiones en torno al momento de la codificación/descodificación en el proceso comunicativo; y, a partir de este punto, argüir que, en sociedades como la nuestra, la comunicación entre las élites que producen los contenidos audiovisuales y las audiencias constituye necesariamente una modalidad de 'comunicación sistemáticamente distorsionada'. Este argumento conecta por tanto de manera directa con 'políticas culturales', especialmente con políticas educativas y similares que pudieran encaminarse a 'ayudar al público a recibir la comunicación televisiva de manera mejor o más efectiva'. Me interesa, por tanto, mantener una línea de acercamiento semiótica/ lingüística al 'lenguaje televisivo' para sugerir, no obstante, que esta perspectiva conecta por una parte con las estructuras políticas y sociales y por otra con lo que Umberto Eco ha llamado hace poco 'la lógica de las culturas'⁴. Esto significa que aunque adopte una perspectiva semiótica, no lo considero como una enumeración formal cerrada que afecte tan sólo a la organización inmanente del discurso de la televisión. Ha de incluir también una preocupación por las 'relaciones sociales' del proceso comunicativo, y especialmente por los diversos tipos de 'competencias' (en la producción y recepción final) en el uso de ese lenguaje.⁵

En su ponencia⁶ el profesor HALLORAN ha abordado acertadamente la cuestión de estudiar 'el proceso de la comunicación de masas en su totalidad', desde la estructura de la producción del mensaje, en un extremo, a la percepción de la audiencia y su 'uso' en el otro. Este énfasis en 'el proceso comunicativo completo' resulta exhaustivo, adecuado y oportuno. Sin embargo, merece la pena que recordemos primero que hay algo específico en el producto comunicativo, así como en la producción y circulación comunicativas, que lo distingue de otras formas de producción. El 'objeto' de las prácticas y estructuras productivas en televisión es la producción de un mensaje: esto es, un signo-vehículo, o mejor, unos vehículos-signos de un tipo específico, organizados, como cualquier otra

⁴ UMBERTO ECO: «Does the Public Harm Television?». Copia ciclostilada para el Italia Prize Seminar, Venecia, 1973.

⁵ Ver crítica de DELL HYMES a la perspectiva transformacional del lenguaje a través de los conceptos de «acto» y «competencia», en «On Communicative Competence», en *Sociolinguistics*, Price & Holmes Penguin Education, 1972.

⁶ J. D. HALLORAN: «Understanding Television». Comunicación para el Council of Europe Colloquy, Leicester, 1973.

forma de comunicación o lenguaje, a través de la aplicación de códigos, dentro de la secuencia sintagmática de un discurso. El aparato y estructuras de producción cristalizan, en cierto momento, en la forma de un vehículo simbólico construido dentro de las reglas del 'lenguaje'. Es en esta 'forma aparente' en la que la circulación del 'producto' tiene lugar. Por supuesto, incluso la transmisión de este vehículo simbólico requiere de su sustrato material: cinta de vídeo, película, aparato emisor y receptor, etc. Es también en esta forma simbólica en la que la recepción del 'producto' y su distribución a los diferentes segmentos de la audiencia tiene lugar. Una vez que esto se produce, la traducción de ese mensaje a estructuras sociales debe hacerse de nuevo para que el circuito quede completado. Por tanto, no queriendo restringir la investigación 'al seguimiento de aquellas líneas que derivan del análisis del contenido'⁷, debemos reconocer que la forma simbólica del mensaje ocupa un lugar privilegiado dentro del intercambio comunicativo; y que los momentos de 'codificación' y 'descodificación', aunque 'relativamente autónomos' en relación con el proceso en su totalidad, son instantes determinantes. El suceso histórico desnudo no puede ser, por ello, transmitido en, digamos, un informativo de televisión. Sólo adquirirá su significado dentro de las formas auditivo-visuales del lenguaje televisivo. En el momento en el que ese suceso histórico pasa bajo el signo lingüístico, se convierte en sujeto de todas las complejas 'reglas' formales gracias a las cuales el lenguaje confiere significación. Para expresarlo de forma paradójica, los sucesos han de convertirse en 'historias' antes de poder ser un suceso comunicativo. En ese momento, las reglas secundarias del lenguaje 'dominan', sin que se subordine, por supuesto, el suceso histórico así representado, o las consecuencias históricas de tal acontecimiento que ha sido que ha sido representado de esa determinada manera. El 'mensaje-forma' es la expresión formal necesaria de la apariencia del suceso en su paso de la fuente al receptor. Por tanto la trasposición hacia dentro y hacia fuera del 'mensaje-forma', o la dimensión significativa (o modos de intercambio del mensaje), no es un 'instante' casual, que podemos considerar o ignorar dependiendo de la conveniencia o la simplicidad. El 'mensaje-forma' constituye un momento determinado; aunque, en otro nivel, se refiera sólo a movimientos superficiales dentro del proceso comunicativo, y requiera, en otra fase del análisis, integrarse dentro de las relaciones esenciales de comunicación de las que tan sólo es una parte.

Desde esta amplia perspectiva, deberíamos caracterizar el intercambio comunicativo de una forma tan simple como sigue a continuación: Las estructuras institucionales de la radiodifusión, con sus estructuras institucionales y redes de

⁷ Ibid. HALLORAN.

producción, sus rutinas organizacionales e infraestructuras técnicas, son todas ellas necesarias en la producción de programas. La producción, por tanto, inicia el mensaje; en un sentido, pues, el circuito comienza aquí. Por supuesto que el proceso de producción está enmarcado por todo tipo de significados e ideas: el conocimiento operativo de las rutinas de producción, habilidades técnicas, ideologías profesionales, conocimiento institucional, definiciones y prejuicios, ideas preconcebidas sobre la audiencia, etc., enmarcan el tránsito del programa a través de esta estructura productiva. Sin embargo, aunque las estructuras productoras de la televisión originan el mensaje televisivo, no son un sistema cerrado. Ellas configuran los temas, tratamientos, agendas, acontecimientos, personal, imágenes de la audiencia o 'definiciones de la situación' a partir del sistema sociocultural y político más amplio del que aquéllas sólo constituyen una parte diferenciada. Philip Elliott ha tratado sucintamente este punto en su presentación de la audiencia como fuente y receptora, al mismo tiempo, del mensaje televisivo. Por tanto circulación y recepción son 'momentos', de hecho, del proceso de producción televisivo; y son incorporados en el proceso productivo mismo a través de un número de 'feedbacks' asimétricos y estructurados. El consumo o recepción del mensaje televisivo es pues un 'momento' del propio proceso productivo, aunque 'predomina' este último ya que es el 'punto de partida para la realización' del mensaje. La producción y la recepción del mensaje televisivo no son por tanto idénticos, pero están relacionados: son momentos diferenciados dentro de la totalidad constituida por el proceso comunicativo global.

Sin embargo, en algún momento las estructuras radiodifusoras deben emitir un mensaje codificado en forma de discurso comprensible. Las relaciones socioinstitucionales de producción deben penetrar dentro y a través de las formas del lenguaje para que su producto sea 'entendido'. Se inicia así un nuevo momento diferenciado, en el que entran en juego las reglas formales del discurso y el lenguaje. Antes de que este mensaje pueda producir un 'efecto' (sea como fuere que se defina), o satisfacer una 'necesidad' o engendrar un 'uso', debe ser primero percibido como un discurso con sentido y descodificado con un significado. Es ese conjunto de significados descodificados los que 'tienen un efecto', influyen, entretienen, instruyen o persuaden, con unas consecuencias perceptivas, emocionales, cognitivas, ideológicas o de comportamiento complejas. En un determinado momento, la estructura emplea un código y produce un 'mensaje': en otro momento determinado, el 'mensaje', a través de sus descodificaciones, se transforma en estructura. Somos ahora completamente conscientes de que esta reentrada en las estructuras de recepción de la audiencia y su 'uso' no pueden entenderse en términos simplemente comportamentales. Efectos, usos, 'gratificaciones', son también enmarcados dentro de estructuras de interpreta-

momento de la recepción por parte de la audiencia así como su respuesta. Debemos ser cautos, ya que en la investigación comunicativa nuevos puntos de partida y finales de etapa han sido establecidos en otras ocasiones. Sin embargo, parece haber una base para pensar que estamos ante una excitante nueva fase en la investigación de audiencias, bastante novedosa y aperturista. En cada uno de los extremos del intercambio comunicativo la aplicación del paradigma semiótico promete disipar el persistente conductismo que ha perseguido a la investigación comunicativa durante tanto tiempo. Aunque sabemos que los programas de televisión no producen un input comportamental, como el reflejo automático del golpecito en la rodilla, ha resultado casi imposible para los investigadores conceptualizar el proceso comunicativo sin volver a una u otra variante de conductismo rampón. Sabemos, como GERBNER ha señalado, que las representaciones de la violencia en la pantalla televisiva ‘no son violencia sino mensajes sobre la violencia’⁸; pero se ha continuado investigando la cuestión sobre la violencia como si fuéramos incapaces de comprender esa distinción epistemológica.

Tomemos un ejemplo de la programación televisiva de entretenimiento y tratemos de mostrar cómo el reconocimiento de la televisión como discurso, un acontecimiento comunicativo y no un simple hecho comportamental, tiene su reflejo en la investigación clásica sobre la relación entre televisión y violencia.⁹ Es el caso de la estructura básica de la temprana televisión occidental (y ahora la infantil), que seguía modelos basados en el género hollywoodiense de series B del Oeste, con su perfectamente delineado universo moral maniqueísta de buenos y malos, su designación de héroes y villanos según patrones morales y sociales rotundos, la claridad de su línea narrativa y desarrollo de la trama, su construcción iconográfica de personajes, su clímax claramente evidenciado en la violencia de tiroteos, persecuciones, confrontaciones, duelos callejeros o de salón. Durante mucho tiempo éste ha sido el género dramático de entretenimiento predominante en la televisión americana y británica. En términos cuantitativos, esos filmes y programas contenían un grado elevado de incidentes violentos, muertes, heridos, etc. Bandas enteras de forajidos, tribus enteras de indios, se encaminaban cada noche hacia la muerte. Sin embargo, investigadores como Himmelwit entre otros han argüido que la estructura de esta temprana televisión

⁸ GERBNER et al., *Violence in TV Drama: a Study of Trends & Symbolic Functions*, Annenberg School, University of Pennsylvania, 1970.

⁹ Este ejemplo está más ampliamente desarrollado en la Parte II, “New Approaches to Content”, *Violence In The TV Drama-Series*. CCS Report to Home Office Inquire into TV/Violence, Centre for Mass Communication Research. Shuttelworth, Carmargo, Lloyd & Hall. Birmingham University.

de series B era tan evidente, su acción tan convencional y estilizada, que la mayoría de los niños (curiosamente antes que las niñas, interesante descubrimiento por sí mismo) pronto aprendían a reconocer y ‘leer’ estas series como un ‘juego’: uno de ‘indios y vaqueros’. Se planteaba por tanto la hipótesis de que los *westerns*, con su estructura obvia, eran menos propensos a generar una imitación agresiva de ese comportamiento violento u otras ‘actuaciones’ agresivas comparados con otros programas con una ratio elevada de violencia pero con las estructuras no tan estereotipadas. Es por tanto interesante preguntarse qué es lo que conlleva o significa este reconocimiento del *western* como un ‘juego simbólico’.

Supone que existen una serie de ‘reglas’ marcadamente codificadas, y que hay una serie de historias de un tipo reconocible, cuyo contenido y estructura son fácilmente codificados en las formas del *western*. Y aún más, que estas ‘reglas de codificación’ están tan difundidas, son tan simétricas entre productor y audiencia, que el ‘mensaje’ probablemente será descodificado de una manera muy simétrica a como fue codificado. Esta reciprocidad de códigos es, precisamente, la que subyace en la noción de estilización o ‘convencionalismo’, y la presencia de esos códigos recíprocos, por supuesto, es precisamente la que define o hace posible la existencia de un género. Este reconocimiento conduce a primer término los momentos de la codificación y descodificación, y hace que el caso parezca carente de problematización.

Pero llevemos la cuestión un poco más allá. ¿Cómo y por qué aparecen (y desaparecen) esas áreas de convencionalismo? Las historias del Oeste beben de circunstancias históricas reales (aunque pronto dejen de ser conformes a ellas): la expansión del Oeste americano. En parte, lo que la producción de códigos del género del Oeste consiguió fue transformar de manera selectiva un Oeste históricamente real en un ‘Oeste’ simbólico o mítico. Pero ¿por qué se produce esta conversión de la historia en mito, gracias a una serie de códigos concretos establecidos, para nuestro tiempo y lugar, justamente en relación con esta situación histórica? Este proceso, en el que intervienen las reglas del lenguaje y el discurso en un determinado momento para transformar y ‘naturalizar’ un conjunto específico de circunstancias históricas, se convierte en uno de los casos de estudio más importantes para cualquier semiólogo que pretenda basarse en realidades históricas. Conocemos, y podemos esquematizar, los elementos que definen la formación de códigos en la historia. Se trata aquí de la historia arquetípica americana, la América de la frontera, del Oeste inmenso y sin colonizar, la ‘tierra virgen’ aún sin ley ni orden social establecido, más cerca de la Naturaleza que de la ley y el orden. Es la tierra de los hombres, de los tipos independientes, solos ante la Naturaleza o el Mal. De lo que derivan historias sobre bravura masculina, destreza poderosa y destino, de hombres ‘al aire libre’, abocados a su

destino por sus pulsiones internas o los imperativos externos 'el Destino, o 'aquello que un hombre debe hacer'?; por tanto una tierra en la que la moralidad es de justificación interna y nítida: completamente objetivada, aunque no a través de argumentos sino de gestos, andares, vestimenta, 'arreas', apariencia. Una tierra en la que las mujeres están, o bien subordinadas (en su papel de 'pequeñas reinas del hogar' o damas del 'Este abandonado'), o en caso de aparecer de alguna manera más liberadas (por ejemplo chicas de cantina buenas o malas), destinadas a un inadvertido y conveniente enfoque de cámara o tal vez a echar mano de ellas en el penúltimo rollo de la película. Si queremos hacer un análisis semiológico estricto, podemos rastrear los códigos específicos empleados para significar estos elementos en las estructuras aparentes de determinados filmes, argumentos, programas. Lo que es evidente es que, a través de estos códigos profundamente estructurados, drásticamente limitados en sus elementos, se obtenían un gran número de tramas y transformaciones externas: durante un tiempo en el cine y la televisión esta estructura profunda aportaba el relato que se daba por supuesto en todas las historias, el paradigma de la acción-narrativa, el mito perfecto.

Para la perspectiva semiótica, por supuesto, es justamente esa variedad de manifestaciones de superficie, sobre la base de unas transformaciones limitadas, lo que define al *western* como un objeto de estudio. Tampoco las transformaciones que hemos podido constatar desde los primeros tiempos son tan sorprendentes. Siguiendo tan sólo los métodos básicos necesarios podemos observar y constatar las transformaciones de esta estructura simple del *western* inicial en el *western* psicológico, el extravagante (Left Handed Gun), el de 'época final del Oeste', el cómico, el 'spaghetti-western', incluso el japonés o de Hong-Kong, el paródico (Butch Cassidy), o paradójicamente la vuelta del *western* violento (Grupo salvaje -The Wild Bunch), el doméstico, el de serial (la serie televisiva de El virginiano) o el latinoamericano de Oeste revolucionario. La secuencia de inicio de Hud, uno de los momentos en los que el *Western* 'heroico' comienza su conversión hacia el 'ocaso del western' (cuando el héroe aparece conduciendo un Cadillac a través de ese paisaje tan familiar, o donde el caballo va en la parte trasera de una camioneta Oldsmobile), lejos de suponer una ruptura del código muestra precisamente cómo se puede conseguir un significado opuesto traspasando un número limitado de los 'ítems lexicales' del código para llegar a una transformación del significado.

Desde esta perspectiva, la insistente preocupación de los investigadores en comunicación de masas por la violencia en relación con las películas del Oeste se hace cada vez más arbitraria y estrafalaria. Si renunciamos, por un momento, a encasillar y aislar la cuestión de la violencia, o el episodio violento, de su matriz de complejos códigos que rigen el género, percibiríamos cuántos otros

muchos significados cruciales se estaban transmitiendo mientras los investigadores estaban ocupados contando el número de cadáveres. Esto no quiere decir que la violencia no sea un elemento en el Western televisivo, ni sugerir que no existan códigos bastante complejos regulando los modos en los que puede significarse la violencia. Se trata sólo de recalcar que lo que las audiencias estaban recibiendo no era 'violencia' sino mensajes sobre violencia. Una vez que esta cuestión ha quedado establecida, se desprenden ciertas consecuencias para la investigación y el análisis: aquéllas que rompen irrevocablemente la suave línea continua que se propone en sí misma como una especie de 'lógica natural', en la que podrían trazarse conexiones desde los tiroteos en OK Corral hasta los delinquentes de Sounthorpe derribando viejecitas.

El elemento violento, o su cadena en la estructura narrativa simple del Western (tiroteo, reyerta, emboscada, robo de banco, primer enfrentamiento, herido, duelo o masacre) no puede significar nada por sí mismo, como ocurre con cualquier otra unidad semántica en un discurso estructurado. Sólo puede significar en concordancia con el significado estructurado del mensaje como un todo. Además, su significación depende de su relación (o suma de relaciones de similitudes y diferencias) con otros elementos o unidades. BURGELIN¹⁰ nos recordó de manera definitiva, hace bastante tiempo, que los actos violentos o perversos del villano sólo tienen significado en relación con la existencia o ausencia de buenos actos.

No podemos delinear de forma clara ninguna inferencia válida a partir de una simple enumeración de sus actos malvados (no hay diferencia bien sean 10 ó 20). Porque la raíz del problema es qué significado se confiere a esos actos malvados debido a su yuxtaposición con una única buena acción ... se podría decir que el significado de lo que es frecuente se revela por oposición a lo excepcional ... Por tanto el problema central estriba en identificar cuál es el ítem excepcional u obviado. El análisis estructural brinda una posibilidad de acercamiento que el tradicional análisis de contenido no ofrece.

De hecho, tan firmemente construidas estaban las reglas que regían la economía moral de la simplificada estructura del *western*, que una buena acción del 'villano' no sólo podría sino que debería suponer alguna modificación o transformación de su final. De tal manera que la presencia de actos violentos malva-

¹⁰ O. BURGELIN, «Structural Annalysis & Mass Communications», *Studies in Broadcasting*, n.º 6. Nippon Hoso Kyokai, 1968.

dos (marcados), dividido por la ausencia de cualquier acto bueno de redención (no marcado) es igual a un villano impenitente: puede morir de un disparo, sin excusa, en el episodio final y representar una muerte breve y 'mala' o pasar inadvertida (dando por hecho que el héroe no le disparó por la espalda, ni pillándolo desprevenido, ni desenfundando primero). Pero: presencia de actos violentos malvados (marcados), dividido por la presencia de una buena acción redentora (marcada) es igual a una posible salvación o regeneración del villano, la reconciliación con el héroe o sus antiguos compinches en el lecho de muerte, la restitución a la comunidad agraviada, o como mínimo una muerte memorable y 'buena'. Deberíamos preguntar entonces, ¿cuál es el significado de la 'violencia' cuando sólo aparece y significa algo dentro de la economía moral férreamente organizada del Western?

Hemos argüido que A) el acto o episodio violento de un *western* no puede significarse de manera aislada, fuera del campo de significados estructurados que constituyen la película o programa; B) sólo significa algo en relación con el resto de elementos, y de acuerdo con las reglas y convenciones que rigen su combinación. Ahora debemos añadir que C) el significado de tal acto o episodio violento no puede ser inamovible, único e inalterable, sino que debe ser capaz de significar diferentes valores dependiendo de cómo y con qué se articula. Como elemento significante entre otros elementos en un discurso se ratifica como polisémico. De hecho, la manera en que se estructura en relación con el resto de elementos sirve para delimitar su significado dentro de ese campo específico, y produce una 'clausura' de tal manera que se sugiere un significado preferente.

Nunca puede haber un significado único, unívoco, para un ítem léxico sino que dependiendo de su integración en el código bajo el cual ha sido elaborado, sus posibles significados podrían organizarse en una escala que transcurre desde los dominantes a los subordinados. Esto evidentemente tiene consecuencias en el otro extremo de la cadena comunicativa: la recepción. No existe ninguna ley que asegure que el receptor va a tomar el significado preferente o dominante de un episodio de violencia, precisamente de la misma manera en que el productor lo había codificado.

Habitualmente el aislamiento de los elementos 'violentos' del *western* por parte de los investigadores se ha hecho desde la presunción de que todos los demás componentes (escenario, acción, personajes, iconografía, movimiento, conducta y aspecto, estructura moral, etc.) estaban presentes como meros soportes inertes de la violencia: sólo para justificar o apoyar el acto violento. En la actualidad lo evidente es que esa violencia podría mostrarse sólo para justificar

o apoyar al personaje. Por tanto ahora podríamos delinear más de un camino posible de significados a través del cual el así llamado ‘contenido’ se organiza siguiendo unos códigos. Tomemos como ejemplo ese ítem semántico ubicuo del *western* elemental: el héroe desenfunda su arma, más rápido que cualquier otro (parece que siempre ha sabido cómo hacerlo) y dispara al villano a bocajarro. Por utilizar el término de GERBNER,¹¹ ¿qué norma, proposición o significación cultural se significa aquí? Se podría descodificar este ítem de la siguiente forma: «La figura del héroe sabe cómo desenfundar su arma más rápidamente y apuntar mejor que su enemigo: enfrentado con el villano, le mata de un solo disparo». Ésta podría denominarse una interpretación ‘behaviorista’ o ‘instrumental’. Pero lo que sugieren las investigaciones es que este ‘mensaje’ behaviorista se ha estilizado y convertido en una convención gracias a la intervención de un conjunto de códigos y convenciones de género fuertemente organizadas (un código de códigos o metacódigo). Parece que la intervención de códigos hace que se neutralicen una serie de significados al mismo tiempo que pone otros en movimiento. O, para decirlo de otra manera, los códigos producen una transformación y desplazamiento de la misma unidad de contenido denotativo desde un código de referencia a otro, provocando como consecuencia una transformación en la significación. BERGER y LUCKMANN¹² arguyen que la ‘habitación’ o ‘sedimentación’ sirve para hacer rutinarias ciertas acciones o significados, así como para abrir el camino para nuevos significados innovadores. Turner¹³ y otros han demostrado cómo las convenciones rituales redistribuyen el foco de atención de actuaciones rituales desde un territorio (por ejemplo el emocional o personal) hacia otro (el cognitivo, cosmológico, social...). FREUD¹⁴ a su vez, tanto en sus análisis de ritualización en la formación de síntomas como en sus trabajos sobre la interpretación de los sueños, ha demostrado la posición fundamental de la condensación y el desplazamiento en la codificación de materiales y significados latentes a través de simbolizaciones manifiestas. Teniendo esto en cuenta podríamos especular en torno a una ‘lectura’ connotativa alternativa del ítem: «Para ser un determinado tipo de hombre (héroe) es necesario dominar todo tipo

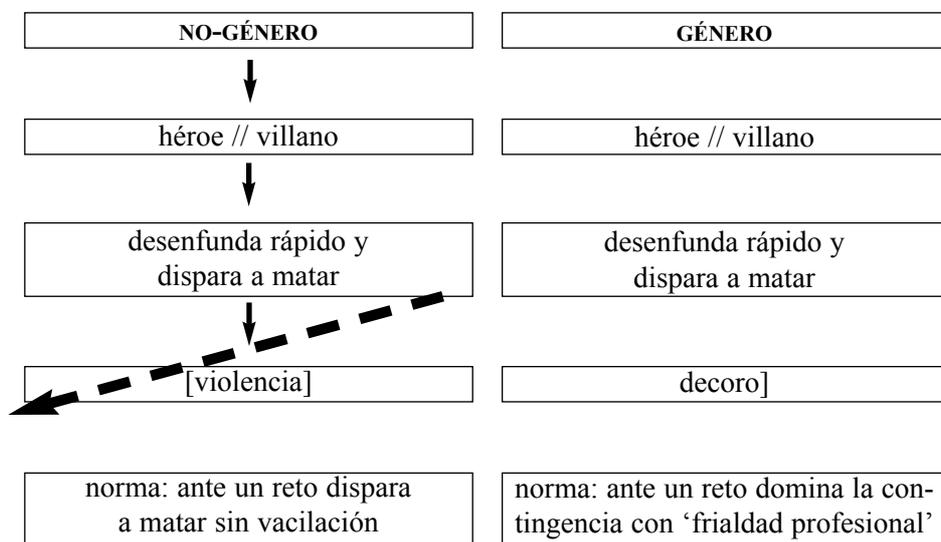
¹¹ Sobre ‘análisis proposicional’ ver GERBNER: “Ideological Perspectives & Political Tendencies in News Reporting”, *Journalism Quarterly*, n° 41, 1964; y E. SULLEROT: “Use Etude de Presse...”, *Temps Modernes*, vol. XX, n° 226, 1965. Sobre ‘análisis normativo’ ver GERBNER, en *Violence & The Mass Media*, Task Force Report to Eisenhower Comisión On Causes & Prevention Of Violence, US Printing Office, 1969.

¹² BERGER y LUCKMANN, *Social Construction of Reality*, Penguin, 1971.

¹³ V. W. TURBER, *The Ritual Process*, Routledge & Kegan Paul, 1969.

¹⁴ Especialmente en *Interpretation of Dreams*.

de contingencias demostrando una ‘frialdad’ experta y profesional». Esta lectura traspone el mismo contenido (denotativo) desde su referencia connotativa instrumental behaviorista hacia el decoro, conducta, lenguaje y estilo de la acción (masculina). El ‘mensaje’ o la ‘proposición’, entonces, podrían entenderse no como un mensaje sobre la ‘violencia’ sino un mensaje sobre la conducta, incluso el profesionalismo, o quizás la relación del profesionalismo con la personalidad. En este punto recordamos la intuitiva observación de ROBERT MARSHOW al señalar que el *western* no es ‘sobre’ la violencia sino sobre códigos de conducta.



Estoy tratando de sugerir (sin llegar muy lejos con los ejemplos) que la atención hacia la naturaleza simbólica/lingüística/codificada de las comunicaciones, lejos de encasillarnos en el universo cerrado y formal de los signos nos abre precisamente al terreno en el que se transmite un contenido cultural de un tipo muy difundido pero también ‘latente’. Y especialmente la manera en la que la interacción de códigos y contenidos sirve para desplazar significados de un marco a otro, y hacer emerger por tanto formas ‘disfrazadas’ del contenido reprimido de una cultura. Merece la pena tener en cuenta en esta conexión la observación de ECO¹⁵ de que «La semiótica nos muestra el universo de ideologías fijadas en códigos y subcódigos dentro del universo de los signos». Mi propia opinión es que lo que se ha avanzado gracias a la perspectiva semiótica no debe per-

¹⁵ U. Eco: «Articulations of Cinematic Code» *Cinematics*, nº 1.

derse por culpa de un nuevo tipo de formalismo, y es este otro enfoque el que debemos fomentar.¹⁶

Vayamos ahora hacia un área distinta de programación y hacia un aspecto diferente de la operación de códigos. El signo televisivo es particularmente complejo, como ya sabemos. Es un signo visual con un soporte auditivo-visual suplementario muy fuerte. Es uno de los signos icónicos en los que, siguiendo a Peirce, aunque la forma escrita sea arbitraria en relación con lo que significa, el signo icónico reproduce algunos elementos del significado en la forma del significante. En palabras de Peirce, «posee ciertas propiedades de la cosa u objeto representado».¹⁷ De hecho, dado que el signo icónico traduce un mundo tridimensional a dos planos de representación, su ‘naturalismo’ con respecto al referente recae no sólo en la parte de codificación del proceso, sino más bien en las percepciones aprendidas con las que el espectador descodifica el signo. Por tanto, tal y como Eco ha expuesto convincentemente, los signos icónicos ‘se ven como objetos en el mundo real’ porque, para decirlo sin rodeos (por ejemplo la fotografía o dibujo de una ‘vaca’ y el animal ‘vaca’), «reproducen las condiciones de percepción del receptor».¹⁸ Estas condiciones de ‘reconocimiento’ por parte del espectador constituyen uno de los códigos perceptivos fundamentales que comparten todos los miembros de una cultura. Precisamente porque estos códigos perceptivos están tan extendidos es probable que los signos visuales denotativos den lugar a menos ‘malentendidos’ que los lingüísticos. Un inventario léxico del idioma inglés expondría miles de palabras que el interlocutor común no podría comprender denotativamente; sin embargo, si se da suficiente ‘información’ los miembros de una cultura serían capaces o competentes para descodificar, denotativamente, un espectro mucho más amplio de significantes visuales. En este sentido, es probable que en el nivel denotativo el signo visual sea más universal que el signo lingüístico. Dado que en sociedades como la nuestra la competencia lingüística se distribuye de forma tan desigual entre distintas clases y segmentos de población (básicamente a través de la familia y el sistema educativo), lo que llamaríamos ‘competencia visual’ está mucho más universalmente difundida en el nivel denotativo. (Sería bueno recordar, no obstante, que no es de hecho ‘universal’ y que estamos ante un espectro: hay diferentes tipos de representaciones visuales, del tipo ‘puramente abstracto’, que

¹⁶ Para desarrollar este argumento ver S. Hall: “Determinations of The News Photograph”, *WPCS* 3, CCCS, 1972; y “Open & Closed Uses of Structuralism”, CCCS, 1973.

¹⁷ C. S. PEIRCE: *Speculative Grammar*.

¹⁸ Eco, *op. cit.*

crean toda clase de puzzles visuales para los espectadores comunes, por ejemplo dibujos animados, ciertos tipos de representaciones diagramadas, representaciones que emplean convenciones poco frecuentes, diferentes clases de montaje y edición fotográfica o cinemática, etc.). También es cierto que el signo icónico puede producir 'lecturas equivocadas'¹⁹ debido a su carácter tan 'natural' o 'transparente'. Pueden surgir errores no porque como espectadores no podamos descodificar literalmente el signo (es perfectamente obvio que es una fotografía de algo) sino porque estamos tentados, por su propia 'naturalización', a 'leer mal' la imagen por la cosa que significa.²⁰ Sin embargo, una vez hecha esta salvedad, digamos que nos sorprendería descubrir que la mayoría de la audiencia televisiva tuviera muchas dificultades para identificar denotativa o literalmente aquello a lo que se refieren o identifican los signos visuales que ven en la televisión. Mientras la mayoría de la gente necesita de un largo proceso de aprendizaje para llegar a ser medianamente competente en el lenguaje de la comunidad lingüística a la que pertenece, parece ser que obtiene sus códigos perceptivo-visuales a una edad muy temprana, sin un aprendizaje formal y siendo pronto capaz de utilizarlos.

El signo visual es, no obstante también, un signo connotativo. Y lo es de forma preeminente en el discurso de la moderna comunicación de masas. El nivel de connotación del signo visual, su referencia contextual, su posición en los distintos campos de significado asociativos, es precisamente el lugar en el que el signo se cruza con las estructuras semánticas profundas de una cultura y toma una dimensión ideológica. Por ejemplo en el discurso publicitario podemos señalar que prácticamente no hay comunicación 'puramente denotativa'. En publicidad, cada uno de los signos visuales 'connota' una cualidad, situación, valor o inferencia que presenta una implicación o significado implícito, según su referencia de connotación. Es muy probable que todos estemos familiarizados con el ejemplo de BARTHES sobre el término 'suéter' ("sweater"), que en la retórica publicitaria y de la moda siempre connota, como mínimo, 'una prenda abrigada' o 'que abriga', y por tanto en una elaboración más profunda alude a 'la llegada del invierno' o 'un día frío'. En los subcódigos especializados de la moda 'suéter' puede connotar 'un estilo de moda elitista *haute couture*' o por el contrario 'un estilo informal de vestir'. Pero situado en el contexto adecuado, y posicionado en el código romántico, podría connotar 'un largo paseo otoñal por el bosque'.²¹ Los códigos de connotación de este tipo están de hecho suficiente-

¹⁹ En inglés original «misreadings»; <malentendido> corresponde a «misunderstanding».

²⁰ Ver S. HALL, "Determinations of The News Photograph", *op. cit.*

²¹ R. BARTHES: "Rethoric of The Image", *WPCS 1*, CCCS, 1971.

mente estructurados para significar, pero son sin embargo más ‘libres o ‘abiertos’ que los códigos denotativos. Aún más, implican una serie de relaciones con el universo ideológico de una cultura, con la historia y la etnografía. Estos códigos connotativos son las herramientas lingüísticas a través de las cuales manifiestan sus significados las esferas de la vida social, las segmentaciones de la cultura, el poder y la ideología. Hacen referencia a los ‘mapas de significado’ dentro de los cuales se organiza una cultura, y esos ‘mapas de realidad social’ abarcan todo tipo de significados sociales, usos y prácticas, poder e intereses, ‘escritos’ sobre ellos. Barthes nos recuerda que los significados connotados «están en estrecha comunicación con la cultura, el conocimiento y la historia, y a través suyo podríamos decir que el mundo que nos rodea invade el sistema semántico y lingüístico». Constituyen, si se prefiere decir así, fragmentos de ideología.²²

El nivel denotativo del signo televisual puede inscribirse dentro de ciertos códigos muy complejos pero limitados o ‘cerrados’. Sin embargo, en su nivel connotativo, aunque condicionado, permanece abierto, sujeto a la formación, transformación y deterioro de la historia, y es fundamentalmente un signo polisémico: cada uno de esos signos es susceptible de ser proyectado dentro de más de una configuración connotativa. Sin embargo no debe confundirse ‘polisemia’ con pluralismo. Los códigos connotativos no son iguales entre sí. Toda sociedad o cultura tiende a imponer a sus miembros sus propias segmentaciones, sus clasificaciones del mundo social, cultural y político, con diferentes grados de clausura. Éste se convierte en el orden cultural dominante, lo que no quiere decir unívoco o incuestionable. La cuestión de la ‘estructura de dominación’ en la cultura es un punto sumamente crucial. Se podría sugerir por tanto que las distintas áreas de vida social están enmarcadas aparentemente en esferas connotativas dotadas de significados preferentes o dominantes. Antes de poder decir que ‘tienen sentido’, es necesario asignar a sus correspondientes dominios de connotación a los nuevos, problemáticos o dudosos objetos o eventos ‘que rompen nuestras expectativas y se enfrentan a nuestras ‘construcciones de sentido común’, a nuestro conocimiento de estructuras sociales de lo ‘dado por sentado’?: y la manera más sencilla de ‘enmarcarlos’ es enmarcar lo nuevo dentro de una esfera u otra de los ‘mapas de la problemática realidad social’ ya existente. Decimos ‘dominante’ y no ‘determinado’ porque siempre es posible ordenar, clasificar, asignar y descodificar un hecho dentro de más de un ‘mapa’. Pero utilizamos ‘dominante’ porque existe un patrón de ‘lecturas preferentes’, y esas inserciones

²² R. BARTHES: *Elements of Semiology*, Cape, 1967.

en un mapa tienen un orden institucional/político/ideológico impreso de la misma manera que ellas mismas se institucionalizan.²³

Todo el orden social está incrustado en esferas de ‘encuadres preferentes’ a través de un conjunto de significados: prácticas y creencias, el conocimiento cotidiano de las estructuras sociales, el ‘cómo deben funcionar las cosas desde el punto de vista práctico en esta cultura’, la jerarquía de poder e intereses y una estructura de legitimaciones y sanciones. De esta forma, para aclarar ‘malentendidos’ en el nivel denotativo, necesitamos referirnos en primer lugar al mundo inmanente del signo y sus códigos. Pero para aclarar y resolver ‘malentendidos’ en el nivel de connotación, debemos referirnos, a través de los códigos, a las normas de la vida social, de la historia y la situación diaria, de la economía y el poder político y, en último lugar, de la ideología. Además, ya que estas inserciones en los mapas de connotación (“connotational mappings”) resultan ‘estructurados en posición de dominio’ pero no cerrados, el proceso comunicativo consiste, no en asignaciones claras para cada ítem visual de su correspondiente posición dentro de un conjunto de códigos preestablecidos, sino en reglas performativas (reglas de competencia y uso, de lógica de uso) que pretenden reforzar o pre-seleccionar una esfera semántica por encima de otra, así como en ítems normativos respecto al dentro y el fuera de sus adecuados bloques de significación.

La semiótica formal ha descuidado con frecuencia este nivel de trabajo interpretativo, aunque realmente éste constituye la estructura de fondo de una buena parte del tiempo de emisión en televisión, en especial en el contenido político y otras ‘áreas sensibles’ de la programación. Cuando hablamos de significados dominantes, por tanto, no nos referimos sólo a un proceso en una única dirección que rige cómo será significado cada suceso (podríamos referirnos como ejemplo al reciente golpe de estado en Chile), sino que también hay que tener en cuenta el ‘trabajo’ necesario para reforzar, hacer plausible y conseguir la legitimación de una descodificación del suceso dentro de la definición dominante en la que se ha significado connotativamente. El profesor Terni puso de relieve en su ponencia²⁴ que «Con la palabra lectura no sólo nos referimos a la capacidad de identificar y descodificar un cierto número de signos, sino también a la capacidad subjetiva de relacionarlos entre ellos y con otros signos de manera creativa: una capacidad que constituye en sí misma la condición necesaria para una toma de conciencia de nuestro entorno total». Nuestra única disensión

²³ Ver la parte de “Codes of Connotation” en S. HALL, *op. cit.*; y para una idea más general “Deviance, Politics & The Media”, en *Social Control Deviance & Dissense*, McIntosh & Roch, TAVISTOCK (en prensa).

²⁴ P. TERNI: *Memorandum*. Council of Europe Colloquy, Leicester, 1973.

en este sentido es la noción de ‘capacidad subjetiva’, que parece sugerir que la referencia denotativa del signo televisivo fuera un proceso objetivo, mientras que los niveles de connotación y conjunción fueran una cuestión individualizada y privada. Nuestra percepción es más bien la contraria. El proceso televisivo toma una responsabilidad ‘objetiva’ (es decir, sistémica) precisamente debido a las relaciones que signos dispares contraen entre sí, por tanto delimitando y ordenando de forma continua los ítems establecidos de lo que es la ‘toma de conciencia de nuestro entorno total’.

Esto nos conduce al asunto crucial de los ‘malentendidos’ entre codificadores y descodificadores del mensaje televisivo y por ende a través de un largo pero necesario rodeo a la cuestión de las ‘políticas culturales’ diseñadas para ‘facilitar una mejor comunicación’ y ‘hacer la comunicación más efectiva’?. Los productores televisivos o ‘codificadores’ (que saben que su mensaje tiene problemas para ‘llegar al otro lado’) a menudo se preocupan por desenredar los bucles de la cadena comunicativa y facilitar así la ‘efectividad’ de sus mensajes. Se han dedicado muchos estudios a intentar descubrir qué cantidad del mensaje retiene o recuerda la audiencia. En el nivel denotativo si contamos con esa distinción analítica por el momento no hay ninguna duda de que existen ‘malentendidos’, aunque no contamos con ningún dato real sobre su amplitud. Se pueden aportar varias explicaciones a esta cuestión. El espectador no ‘hable el lenguaje’ figurativamente, ni tampoco literalmente: él o ella no puede seguir la lógica compleja del argumento o la exposición, o los conceptos son demasiado extraños, o la edición (que organiza ítems dentro de una determinada lógica expositiva o ‘narrativa’ y como consecuencia propone conexiones entre objetos distintos) resulta demasiado vertiginosa, truncada, sofisticada, etc. En otro nivel, los codificadores se dan cuenta de que su audiencia ‘ha entendido’ el mensaje de manera diferente a como se pretendía. Lo que realmente quieren decir es que los espectadores no están operando dentro del código dominante o preferente. El ideal es la comunicación perfectamente transparente. Pero en lugar de eso tienen que enfrentarse a una ‘comunicación sistemáticamente distorsionada’.

En los últimos años las discrepancias de este tipo se justifican habitualmente en términos de lecturas individuales ‘aberrantes’ atribuidas a la ‘percepción selectiva’. La ‘percepción selectiva’ es la puerta a través de la cual se reserva en las investigaciones recientes un hueco para un pluralismo residual en la esfera de una operación cultural altamente estructurada y asimétrica. Por supuesto que siempre habrá lugar para lecturas individuales, particulares, variadas. Pero mi opinión provisional es que la ‘percepción selectiva’ no es casi nunca tan selectiva, casual o individualizada como el propio concepto sugiere. Los patrones de

reacción muestran más estructuraciones y agrupaciones de lo que se asume normalmente. Cualquier nueva aproximación a los estudios del concepto de ‘descodificación’ debería hacerse desde una crítica a la teoría de la ‘percepción selectiva’.

Eco ha establecido recientemente un nuevo nivel de estructuración intermedio entre competencia del código dominante y lecturas individuales ‘aberrantes’: un nivel constituido por formaciones subculturales. Pero ya que las subculturas son, por definición, articulaciones diferenciadas dentro de una cultura, resultaría más útil especificar esta mediación a través de un esquema de alguna manera distinto.²⁵

La tipología esbozada anteriormente es un intento de reinterpretar la noción de ‘malentendido’ (que consideramos inadecuada) siguiendo ciertas perspectivas sociales —definidas de manera más amplia— que la audiencia podría adoptar respecto al mensaje televisivo. Intenta aplicar los trabajos de Gramsci sobre formaciones ideológicas ‘hegemónicas’ o ‘corporativas’ y también el reciente trabajo de Perkins sobre clases de sistemas de significados²⁶ Me gustaría ahora someter a consideración la existencia de cuatro posiciones ideales ¿adaptando el esquema de Perkins? a través de las cuales la audiencia puede descodificar las comunicaciones de masas; y por tanto re-presentar la noción comúnmente aceptada de ‘malentendido’ en términos de una teoría de ‘comunicaciones sistemáticamente distorsionadas’.²⁷

Los ‘errores’ literales o denotativos son relativamente poco perturbadores: representan una modalidad de ruido en el canal. Pero las ‘lecturas equivocadas’ de un mensaje en su nivel connotativo o contextual son una cuestión diferente. Tienen una base fundamentalmente social, no comunicativa. En el nivel del ‘mensaje’ significan conflictos estructurales, contradicciones y negociaciones de la vida política, económica y cultural. La primera de las posiciones que queremos identificar es la del código dominante o hegemónico. (Existen por supuesto muchos códigos y subcódigos diferentes que se requieren para producir un suceso dentro del código dominante). Cuando el espectador adopta el significado connotado de manera literal y directa, por ejemplo de un informativo televisivo o un programa de actualidad, y descodifica el mensaje siguiendo el código de referencia en el que ha sido codificado, podríamos decir que el espectador está operando dentro de código dominante. Éste es un caso tipo de ‘comunica-

²⁵ ECO: “Does The Public Harm Television?”, *op. cit.*

²⁶ ANTONIO GRAMSCI: *Selections From Prison Notebooks*, Lawrence & Wishart, 1971. F. Parkin: *Class Inequality & Political Order*, McGibbon & Kee, 1971.

²⁷ Ver J. HABERMAS: “Systematically Distorted Communications”, en *Recent Sociology* 2, P. Dretzel (ed.), Collier McMillan, 1970.

ción perfectamente transparente’, o lo más cerca posible que podremos llegar a este tipo ‘a todos los efectos prácticos’. A continuación quisiera mencionar el código profesional (ampliando aquí el modelo de PERKINS). Éste es el código o conjunto de códigos, porque aquí tratamos con algo que sería mejor denominar metacódigos que emplean los profesionales de la radiodifusión cuando transmiten un mensaje que ha sido previamente significado de manera hegemónica. El código profesional es ‘relativamente independiente’ del código dominante, ya que aplica criterios y operaciones propias (especialmente aquellos de naturaleza técnica o práctica), pero sin embargo opera dentro de la ‘hegemonía’ del código dominante. De hecho, sirve para reproducir las definiciones dominantes precisamente por ese encajonamiento de la cualidad hegemónica, y por operar con codificaciones profesionales que se relacionan con cuestiones del tipo cualidad visual, valores noticiosos y de presentación, cualidad televisual, ‘profesionalismo’, etc.

La interpretación hegemónica de las políticas referentes a Irlanda del Norte, del golpe de estado chileno o el proyecto de *Ley de Relaciones Industriales* la proporcionan las elites políticas: bajo una determinada elección de formatos y ocasiones de presentación, la selección de personal, la elección de imágenes, la ‘puesta en escena’ de debates, etc. operan las selecciones del código profesional.²⁸ La manera en la que los profesionales de la radiodifusión son capaces de operar códigos propios ‘relativamente autónomos’ mientras reproducen al mismo tiempo (no sin contradicciones) la significación hegemónica de los sucesos, es una compleja cuestión sobre la que aquí no vamos a profundizar. Debería bastar con señalar que los profesionales están ligados a las elites no sólo por la posición en sí misma institucional de la radiodifusión como ‘aparatos ideológicos’,²⁹ sino también intrínsecamente por la estructura de acceso (es decir, el ‘sobre-acceso’ sistemático a la televisión del personal de las elites y sus ‘definiciones de la situación’). Incluso puede decirse que los códigos profesionales sirven para reproducir las definiciones hegemónicas deformando específica pero no abiertamente sus operaciones en esta dirección: la reproducción ideológica tiene lugar de forma inadvertida, inconsciente, ‘de espaldas’. Por supuesto que habitualmente hay conflictos, contradicciones e incluso ‘malentendidos’ entre las significaciones dominantes y las profesionales y sus departamentos generadores de significación.

²⁸ Ver S. HALL: “External/Internal Dialectic In Broadcasting”, en *Fourth Symposium on Broadcasting*, Departamento de Extra Mural Studies, University of Manchester, 1972.

²⁹ Ver L. ALTHUSSER: “Ideological state Apparatuses”, en *Lenin & Philosophy, And Other Essays*, New Left Books, 1971.

La tercera posición que podemos identificar es la de posición o código negociado. Es probable que la mayoría de las audiencias entiendan de manera bastante adecuada lo que ha sido definido de forma dominante y significado de forma profesional. Sin embargo las definiciones dominantes son hegemónicas precisamente porque representan definiciones de situaciones y hechos que están ‘en posición de dominio’ y que son globales. Las definiciones dominantes conectan, implícita o explícitamente, acontecimientos con importantes totalizaciones, con las grandes ‘visiones de mundo’ sintagmáticas: toman ‘perspectivas generales’ de los sucesos relacionándolos con el ‘interés nacional’ o con el nivel geopolítico, incluso aunque realicen estas conexiones de forma trunca, invertida o mistificada. La definición de una perspectiva ‘hegemónica’ es la siguiente: a) define dentro de sus límites el horizonte mental, el universo de significados posibles de toda una sociedad o cultura; b) lleva consigo el sello de la legitimidad (aparece como límite con lo que es ‘natural’, ‘inevitable’, ‘dado por sentado’, acerca del orden social). La descodificación dentro de la versión negociada contiene una mezcla de elementos adaptados y de confrontación: tiene en cuenta la legitimidad de las definiciones hegemónicas para dar forma a las significaciones fundamentales mientras que, en un nivel más restringido y concreto, fabrica sus propias reglas sobre el terreno y opera con ‘excepciones’ a la regla. Reconoce la posición privilegiada de la definición dominante al mismo tiempo que se reserva el derecho de hacer una aplicación más negociada de acuerdo con las ‘condiciones locales’ y sus propias posiciones más corporativas. Esta versión negociada de la ideología dominante es de esta forma atravesada por contradicciones, aunque éstas se hacen totalmente visibles sólo en determinadas ocasiones. Los códigos negociados operan a través de lo que podríamos llamar lógicas particulares o concretas: esas lógicas surgen de la posición diferenciada de aquellos que ocupan esta posición en el espectro, y de su relación desigual y diferenciada con el poder.

El ejemplo más sencillo del código negociado es aquel que rige la respuesta de un trabajador a la noción de un proyecto de Ley de Relaciones Industriales (que limita el derecho a la huelga) o a argumentos a favor de una congelación salarial. Adoptará la definición hegemónica del debate económico en el nivel del interés nacional, estando por ejemplo de acuerdo en que ‘todos debemos cobrar menos para combatir la inflación’. Sin embargo, esto puede tener poca o ninguna relación con su voluntad de ir a la huelga por unas mejores condiciones o salario, o de oponerse al proyecto de Ley sobre relaciones Industriales en el nivel laboral o de su sindicato. Sospechamos que la gran mayoría de los así llamados ‘malentendidos’ proceden de las discrepancias entre las codificaciones dominan-

tes/hegemónicas y las descodificaciones negociadas/corporativas. Son precisamente estos emparejamientos erróneos entre niveles los que elites y profesionales identifican como un 'fallo en la comunicación'. Por último puede ocurrir que un espectador sea perfectamente capaz de entender tanto la modulación literal como la connotativa dada a un suceso, pero decidir descodificar el mensaje de manera totalmente contraria. En tal caso, el espectador sitúa el mensaje en el código preferente para luego resituarlo en un marco de referencia alternativo. Éste sería el caso de un espectador que escucha un debate sobre la necesidad de congelación salarial pero que 'lee' toda mención a 'interés nacional' como 'intereses de clase'. Opera con lo que denominaríamos código oposicional. Uno de los momentos políticos más significativos (que suelen coincidir con momentos de crisis dentro de la organización radiodifusora, por razones obvias) es el punto en el que los sucesos que normalmente se significan y descodifican de manera negociada comienzan a leerse de manera oposicional.

La cuestión de las políticas culturales llega así, de forma tortuosa, a primer término. Cuando se trata de comunicación social, es extremadamente difícil identificar como neutral, como un objetivo educativo, la tarea de 'mejorar la comunicación' o de 'hacer la comunicación más efectiva', una vez que se pasa más allá del nivel estrictamente denotativo del mensaje. El educador o diseñador cultural de medidas públicas está llevando a cabo uno de sus actos más partidistas cuando conspira en la re-significación de conflictos reales y contradicciones como si fueran simplemente ligeras derivaciones en la cadena comunicativa. Los errores denotativos no son estructuralmente importantes. Pero los 'malentendidos' connotativos o contextuales sí son, o pueden ser de la máxima trascendencia. De hecho, interpretar elementos esenciales en las distorsiones sistemáticas del sistema socio-comunicativo como si fueran problemas técnicos de la transmisión es malinterpretar un proceso de raíces profundas tomándolo por un fenómeno superficial. La decisión de intervenir para hacer que los códigos hegemónicos de las elites resulten más efectivos y transparentes para la mayoría de la audiencia no es una cuestión técnicamente neutral, sino plenamente política. 'Leer mal' una opción política, como si fuera un problema técnico, representa el tipo de connivencia inconsciente con los intereses dominantes, una forma de connivencia a la que los investigadores sociales son también muy propensos. Aunque la fuente de tal mistificación es tanto social como estructural, ese proceso se ve realmente facilitado por la actuación de códigos discrepantes. No sería la primera vez que los investigadores científicos juegan 'inconscientemente' un papel en la reproducción de la hegemonía, no sometiéndose directamente a ella, pero sí operando como el 'brazo profesional'.