

Sebastià Serrano

LA SEMIÓTICA

una introducción a la teoría de los signos

MONTESINOS

Comunicación

Si en la historia del pensamiento de los últimos treinta años hemos de buscar una palabra clave, sin duda esta palabra es «comunicación». Ya señalábamos en el primer capítulo la importancia excepcional que ha tenido el tema de la comunicación, verbal y no verbal, en el desarrollo de la semiótica. En realidad, y como es natural, el estudio de los signos siempre ha sido relacionado con el concepto de comunicación, así como con el de pensamiento. Decíamos: no hay pensamiento sin signos; y decimos: no hay signos sin comunicación. En estricta lógica podemos decir: no hay pensamiento sin comunicación.

Todos estaremos de acuerdo en que buena parte de nuestra actividad resulta ser una actividad comunicativa. Es tan natural en nosotros que incluso prácticamente no le damos importancia. Nos es tan natural y familiar como el respirar. Pues bien, este proceso tan común y tan familiar se había simplemente aceptado hasta hace poco pero no se había intentado analizar de una forma rigurosa a fin de explicitarlo. Esto es lo que se empezó a hacer a partir de los años cincuenta. Ahora, paradójicamente, estamos en condiciones de afirmar que este proceso tan común y familiar es extraordinariamente complejo y heterogéneo. Que en él intervienen una gran cantidad de factores y que las estrategias que rigen el comportamiento de los elementos son de lo más variadas.

En el presente capítulo no pretendemos más que dar

una idea somera de los elementos que intervienen en dicho proceso, y su relación con el proceso general de la acción humana. En realidad este capítulo se continúa en los dos siguientes que tratan de los universos verbal y no verbal copartícipes del fenómeno de la comunicación.

DEFINICION Y ELEMENTOS

La lista de definiciones de comunicación es muy larga, casi cada autor propone la suya. Nosotros vamos simplemente a partir de una definición de trabajo, coherente con lo que hemos dicho hasta ahora y que nos dé un margen de libertad: denominamos comunicación al proceso por el cual, unos seres, unas personas, emisor y receptor(es), asignan significados a unos hechos producidos y, entre ellos, muy especialmente al comportamiento de los otros seres o personas. Un caso particular, naturalmente, es el de la comunicación lingüística, y aún de esta la que se establece, en este momento, entre el autor de este libro y el lector. El concepto de comunicación presupone, pues, otros dos conceptos: el concepto de relación y el de transmisión. La relación es entre seres, entre personas, y la transmisión es de información, de significado.

La primera condición para que exista comunicación es la presencia de un *emisor* (o sistema emisor) y un *receptor* (o sistema receptor). Es verdad que ambos pueden coincidir en un mismo individuo, pero se trata de un caso particular. Emisor y receptor son pues los primeros elementos del proceso de comunicación. Al mismo tiempo, si queremos que exista transmisión de información, de significado, hace falta que exista también un *mensaje*. Y para producir el mensaje es necesario un código conocido por los seres que se comunican. El proceso de producción del mensaje por el emisor se denomina *codificación*, y *decodificación* es el uso del código por el receptor para interpretar el mensaje.

El mensaje es transmitido gracias a la estructuración, modulación, de un medio físico determinado que es el *canal*. La importancia relativa de los canales es función tanto de la especie de los seres que se comunican, como de las circunstancias precisas que condicionan la emisión de un mensaje. En el caso de las personas, los canales más usados son el auditivo y el visual. Para los animales de fácil desplazamiento en una selva, por ejemplo, como aves o primates arborícolas, el canal auditivo les permite el control de la dispersión tanto en la luz como en la oscuridad.

El canal olfativo ofrece la ventaja de signos que pueden persistir durante un cierto tiempo y que funcionan en ausencia del emisor. Fue necesaria la introducción de la escritura para que la persona por medio del canal visual, poseyera esta propiedad. Los mensajes orales se desvanecen al ser producidos. Esto implica que una sociedad oral para conservar sus tradiciones necesita que sus miembros posean una memoria muy desarrollada. Se precisa también, en estos casos, el uso de estrategias que favorezcan la memorización y esto implica poner los ojos en el mensaje para hacerlo fácilmente almacenable. La función poética del lenguaje probablemente tiene este origen. El lenguaje poético sería la estrategia más importante elaborada por diferentes culturas, orales, de la humanidad con el fin de almacenar la mayor cantidad de información. Es decir, de memorizar su concepción del mundo, sus mitos, sus leyes, sus técnicas...

Ciertamente, en una sociedad oral tiene mucha importancia la persona mayor, la que posee más memoria, más conocimientos almacenados. El viejo, el anciano, es respetado y venerado y, hasta cierto punto, conserva el poder dentro del clan familiar. Con la invención de la escritura empezó a cambiar la historia de la humanidad. El alfabeto ha sido el más grande descubrimiento hecho por la persona humana. Si el origen de la humanidad hay que buscarlo en el origen del lenguaje, el paso decisivo de esta humanidad

en su desarrollo hay que buscarlo en el origen del alfabeto. Resulta difícil hacer predicciones, pero creo que ahora ya solo vamos a vivir el desarrollo del alfabeto.

Si la cultural oral tiene la función poética como base de las estrategias de almacenaje de información o, en otras palabras, si la cultura oral genera poesía, la cultura escrita no necesita de estas estrategias y desarrolla sobretudo la función de representación implícita en el lenguaje. Y de la representación, al uso de lenguajes simbólicos, de lenguajes formales. La cultura escrita genera lenguajes matemáticos. Los pasos: alfabeto, libro, televisión... señalan las grandes etapas de nuestra cultura occidental, que se edifica sobre una base oral a la que va desplazando paulatinamente. Primero, pocos sabían leer. Los que «leían» tenían el poder, porque además controlaban las escrituras que, a mano, resultaban de difícil transmisión. Después vino el libro impreso, en la edad Moderna, con el cual la información se transmitía con gran facilidad. Esto permitió desarrollar la ciencia, sobretudo las ciencias empíricas ya que gran cantidad de observaciones podían estar al alcance de todos los estudiosos. La imprenta fue un extraordinario invento. Con todo, el libro, y aún la lectura, no han llegado a todas las personas hasta hace poco. La escolarización obligatoria es reciente en el mundo occidental y aun casi de nuestros días en nuestro país. Esto quiere decir que el componente oral de nuestra cultura llega, para una gran parte de personas de nuestra comunidad, hasta hoy. El proceso de sustitución de una cultura por otra, pues, no es puntual y total sino gradual si bien, eso sí, es irreversible. Así por ejemplo, ciertos desarrollos de la cultura, como la religión, la base de transmisión de la cual es fundamentalmente oral, se van viendo cada vez más desplazadas.

Si el libro representó un eslabón importante en este proceso de sustitución, la televisión resulta determinante. El libro no llega a todo el mundo, aunque los efectos sí puedan llegar. En el caso de la televisión su presencia ya es

universal. Todos los miembros de la comunidad pasan largo tiempo delante de ella. Ha empezado una nueva época de la humanidad. La «escritura» ha llegado a todos. La pregunta es, ¿quién tiene la televisión? ¿De quién son los medios de comunicación? Es un inmenso poder, es el Poder mismo. Un poder que tiene un púlpito en cada casa y cuya voz llega a todos los rincones de nuestra sociedad.

El uso de un canal determinado, aparte de las condiciones de la situación comunicativa, depende también, como decíamos, del grado de evolución de las especies. Así, por ejemplo, el olfato, que era predominante en los mamíferos inferiores, va perdiendo importancia con el paso a las formas superiores. Los quasisimios poseen aún unas glándulas especiales para los mensajes olfativos. El canal químico es sin duda el medio más antiguo y más primitivo de comunicación. La información se transmite a través de unas sustancias llamadas feromonas. En los últimos años se ha demostrado la importancia de este canal con el desarrollo de los estudios sobre comunicación animal.

El canal químico, que basa su potencialidad en una modulación de la frecuencia y de la amplitud, en el uso de diferentes formas de feromonas, en el curso de la evolución ha sido poco a poco suplantado, pero no anulado, por otros medios. Podemos observar en el desarrollo humano cómo el canal olfativo que tiene una gran importancia en el niño va perdiendo poco a poco esta importancia. Lo mismo podría decirse del tacto, muy utilizado los primeros años de vida, va reduciendo su uso hasta quedar reducido al dominio de la intimidad y del sexo.

Dado un canal, del tipo que sea, la producción de un mensaje se hace de acuerdo con un código. El código hace pasar el contenido de la información de un emisor (un sistema emisor) a un receptor (sistema receptor) gracias a una transformación determinada, mediante un mensaje. El código más usual en la comunicación humana es la lengua, el código por antonomasia. En una situación comunicativa

habitual de la vida cotidiana de las personas confluyen un haz de códigos de manera que las ejecuciones de unos inciden sobre las de otros, como veremos en los capítulos siguientes.

El proceso de comunicación se fundamenta, pues, en los conceptos de *relación* entre seres, y de *transmisión* de un mensaje. Existen unos elementos que forman parte del proceso de comunicación y justamente ponen en contacto la relación y la transmisión, son el *contexto* y el *feed-back* (*retroalimentación*). El término *contexto* se refiere, en sentido amplio, a la situación en que el mensaje es producido por el emisor e interpretado por el receptor. El contexto incluye un conjunto de factores de tipo psicológico, sociológico y físico que configuran el entorno en que tiene lugar el acto (relación + transmisión) comunicativo, incluye el *contacto*, es decir, condiciones que hacen posibles la comunicación, el *referente*, realidad objetiva a la que se refiere el mensaje y el *entorno* ecológico, biológico, sociológico y psicológico de la relación.

El término contexto lo podemos utilizar como término vector resultante de la composición de dos vectores que tiene su origen en el mensaje y dirigido, uno a los elementos que entran en relación y otro a la realidad. A esta última contextualidad la denominamos *presuposicional* y a la primera *de acción*. Desde luego ambas contextualidades tienen un mismo problema de partida, el problema de la referencia en las lenguas naturales, y en los sistemas de comunicación en general. El contexto presuposicional hace referencia a la relación entre el mensaje y la realidad mientras que la contextualidad *de acción* se refiere a la relación entre el mensaje, el emisor y una realidad subyacente a ambos. Queremos decir que los fragmentos del mensaje no son solo modelados por el contexto de una cierta realidad presupuesta, sino igualmente por la presencia de un emisor, un «enunciador», un *actor*, el que hace, con el receptor, actor también, que el proceso de comunicación sea una

El canto de las ballenas

Descubiertos por Schevili y analizados luego por Payne y McVay, los cantos duran desde 7 hasta más de 30 minutos. El hecho realmente extraordinario establecido por Payne y McVay es que cada ballena observa una variación peculiar del canto, consistente en series muy largas de notas, siendo capaz de repetirlo indefinidamente. Los cantos presentan una intensidad muy elevada, lo bastante como para ser escuchados con claridad a través de la quilla de los barcos y por los hidrófonos, a lo largo de varios kilómetros. Las notas son incluso bellas al oído humano. Los gemidos profundamente bajos y los casi inaudibles sopranos altos se alternan con repetidos chillidos que aumentan o disminuyen de forma abrupta. Las funciones de este tipo de canto aún permanecen en la oscuridad. No hay evidencia de que las secuencias particulares de notas encierren una información especial. La hipótesis más plausible es la de que sirve para identificar a los individuos y para mantener agrupados a los mismos durante las prolongadas migraciones transoceánicas. Pero la verdad no se conoce y el fenómeno todavía, sin duda, encierra nuevas y grandes sorpresas.

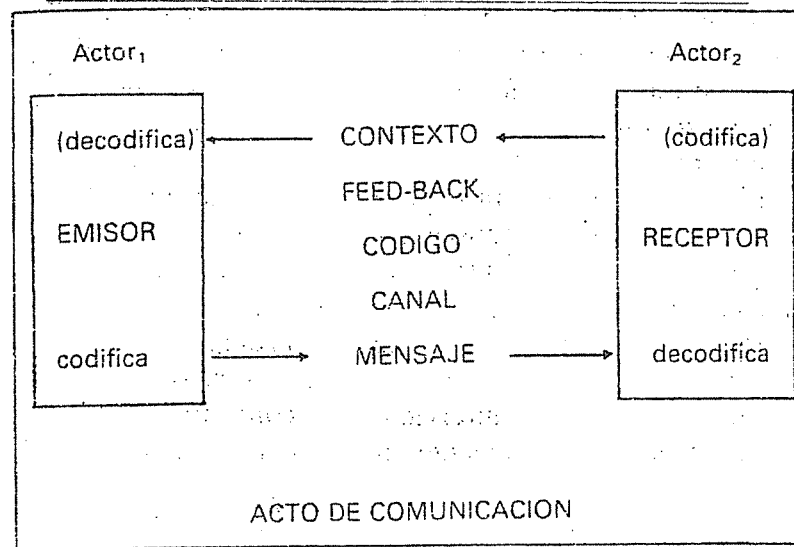
WILSON *Sociología*

actividad. Esta presencia de los *actores* constituye precisamente la contextualidad de acción.

Estas diferentes variantes en que desplegamos el concepto de contexto se pueden reducir siempre a un par, de forma que resultan dos tipos de estudio recubiertos respectivamente, por la semántica y la pragmática. De todas formas, y como ya tendremos ocasión de ver más adelante, semántica y pragmática están interrelacionadas y formando un todo con la sintaxis. Sin embargo, la semántica tratará de las relaciones del mensaje con la realidad y por tanto tendrá como objeto establecer unas condiciones de verdad del enunciado, del mensaje, al tiempo que la pragmática ha de resolver el problema de las condiciones de adecuación, y de éxito, del acto comunicativo como tal.

Otro elemento que cabe señalar como presente en una situación comunicativa es el *feed-back* o *retroalimentación*. Con este término nos referimos a una información procedente del receptor como respuesta al mensaje recibido y que tiene una influencia sobre el comportamiento subsiguiente del emisor original. Afirmemos que no todas las respuestas constituyen retroalimentación. Para que lo sean son necesarias las condiciones: 1) es una respuesta a un mensaje del emisor que no habría ocurrido en ausencia del mensaje original, y 2) si influye el comportamiento subsiguiente del emisor. Además, el *feed-back* puede ser intencionado o no. Así, en según qué circunstancias, un gesto o un silencio no intencionado del receptor pueden influir en la conducta del emisor.

El conjunto de elementos que participan en el proceso de comunicación lo podemos representar mediante el siguiente esquema:

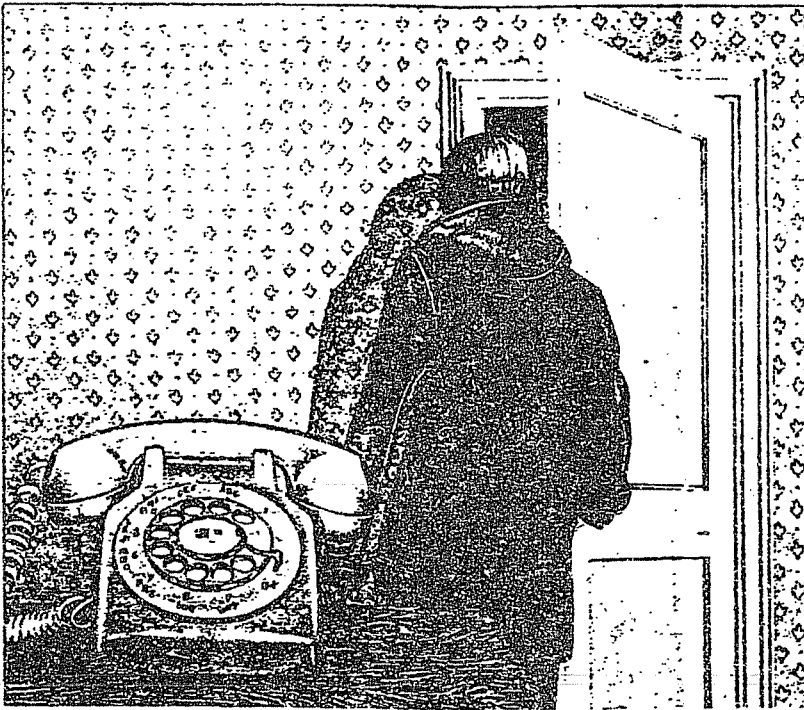


Los conceptos base del acto de comunicación son *proceso* y *participación*. Un proceso es un concepto abstracto que designa una relación dinámica entre objetos concretos, una secuencia organizada de hechos o acontecimientos. El proceso es de transmisión de información mediante el mensaje. A menudo resulta difícil determinar de manera precisa dónde y cuándo el proceso se inicia o finaliza. Como acto de comunicación, un saludo, por ejemplo, o una conversación, en qué momento empieza y cuándo finaliza. O el caso de una conferencia, ¿Cuándo empieza el acto? ¿En el momento de entrar en la sala el conferenciante? ¿En el momento de iniciar su alocución? ¿En el momento en que se sienta? Muchas preguntas de este tipo nos podemos hacer, si bien siempre estamos de acuerdo en que se trata de un proceso fácilmente esquematizable pero del que resulta muy difícil fijar los límites.

Un aspecto importante de la comunicación es el de que todos sus componentes sufren cambios constantemente, y de manera especial los elementos más importantes del pro-

ceso, los participantes en el acto, los actores. Así, por ejemplo, cuando el emisor le da una noticia desagradable al receptor este modifica inmediatamente su comportamiento, cosa que se nota tanto a través de manifestaciones verbales como no verbales. Normalmente, en una conversación, emisor y receptor irán experimentando cambios de manera continuada como consecuencia del intercambio de información a través de mensajes verbales y no verbales.

La comunicación, el acto comunicativo, lo podemos considerar, pues, como un proceso de participación. La realización de este proceso puede resultar exitosa o un fracaso. Como en el proceso intervienen un conjunto de elementos, de cada uno de ellos depende, en cierto modo, el



El teléfono. Un imprescindible paradigma de vehículo de comunicación en nuestro siglo XX.

éxito o el fracaso del acto. En primer lugar fijémonos en el código: los participantes han de codificar y decodificar correctamente es decir que han de conocer el código. Ciertamente, el emisor puede tener más o menos habilidad en codificar una idea en un mensaje eligiendo una de las posibilidades de los mecanismos de creatividad que ciertos códigos les ofrecen, así como el receptor tendrá más o menos habilidad en llegar a la idea que poseía el emisor, mediante la decodificación. Señalemos el gran interés que tienen para la semiótica estos procesos como estrategias para obtener resultados positivos. Pasar de una idea a un mensaje es tomar una opción, elegir una estrategia entre un universo de posibilidades. En toda elección hay riesgos y el éxito de la empresa, del acto, siempre es proporcional a la bondad de la elección.

Naturalmente, según las situaciones tendremos más o menos tiempo para codificar un mensaje. A veces podemos seleccionar cuidadosamente las distintas unidades del mensaje, las palabras, por ejemplo, y en otras las hemos de elegir rápida y espontáneamente. Lo mismo le ocurre, en según qué circunstancias, al receptor. Además, en el caso de la comunicación humana, los elementos del mensaje son portadores de una información que va mucho más allá del que les sería atribuible como unidades lingüísticas. Estas unidades no sólo la base de la comunicación lingüística. Señalemos que el oyente asignará algún tipo de información, de significado, a un cierto número de variables que acompañan los sonidos del lenguaje tales como tono, velocidad, intensidad, pausas, inflexiones sin contar la gran variedad de gestos y posturas adoptadas por el emisor en la ejecución de su mensaje.

De ahí que si estos elementos, por el motivo que sea, no son percibidos, el éxito de todo el proceso se verá disminuido. Muchas de las llamadas barreras de la comunicación son de este tipo y se deben fundamentalmente a los canales de transmisión. Hemos de tener en cuenta que, casi siem-

pre, los signos mediante los cuales nos comunicamos, compiten con otros elementos que participan del canal que nos sirve de medio de comunicación. Estos elementos son los conocidos *ruidos*. Ciertamente, los *ruidos* adquieren muchas formas en el proceso de comunicación. Por extensión se los puede definir como el conjunto de todos los elementos que representan perturbaciones de hecho en la comunicación. Así, una persona muy soñadora, o que frecuentemente se haga ilusiones, puede tener los ruidos en su interior, en su propia cabeza al igual que la persona muy atemorizada, o simplemente miedosa, que siempre tiene presente la valoración que los otros hacen de ella. Estos son *ruidos psicológicos*, muy frecuentes en la comunicación entre personas distanciadas desde el punto de vista del poder. Así se dan entre amo y obrero, entre médico y enfermo o entre profesor y alumno. Estos ruidos psicológicos, auténticas barreras en el caso que acabamos de señalar, siempre perjudican a la parte que goza de menos poder.

Serán ruidos, en una conversación, la perturbación producida por el paso de un avión, el funcionamiento de un motor, una taladradora, o la voz de personas que participan de otra conversación cerca de nosotros. En el caso de un mensaje escrito, el paso del tiempo puede haber borrado alguna letra o alguno de los signos usados en el mensaje. Así ocurre también con el cambio de tesoritura de la corteza de un árbol y que con el tiempo hará desaparecer un mensaje, unas palabras, unas iniciales o un dibujo que se haya podido hacer en un momento determinado.

Una cierta cantidad de ruido es inevitable en todo proceso de comunicación y hay que decir que mientras algunas fuentes de ruido son fácilmente controladas otras resultan muy difíciles de controlar y, a veces, incluso de detectar. Señalemos que el proceso de comunicación, aparte de los ruidos, o en relación con ellos, se ve afectado por el problema de la variación de los índices de atención de los participantes, del tiempo de que disponen, del rendimiento del

canal, etc... Estas fluctuaciones afectan de alguna manera el desarrollo del proceso. A fin de que la información sea transmitida y que los resultados sean lo más positivos posible se produce una repetición de la información. A esta repetición de información la denominamos *redundancia*. La redundancia se puede incrementar incluso (a veces es muy necesario) repitiendo el mensaje.

Obviamente, el lenguaje oral es mucho más redundante que el lenguaje escrito. Tengamos en cuenta que la redundancia no se refiere tan sólo a la repetición de mensajes, total o parcialmente, de manera idéntica, sino también, repetir ideas, o simplemente categorías lingüísticas. Así la plural de nombre y adjetivo concordando es redundante en uno de los casos. En general, los lenguajes naturales son redundantes en más del 50 %. En algunos casos de conversaciones informales se llega al 85 % de elementos redundantes. Esto quiere decir que, en estos casos, dado un máximo de atención y un funcionamiento óptimo de los canales, se podría prescindir del 85 % de los elementos del mensaje.

Fijémonos en esta expresión:

(1) La lengua española es bastante redundante

y ahora en la siguiente:

(2) La lengua española es bastante redundante
resultado, simplemente, de haber omitido algunos elementos del mensaje. Necesitamos más tiempo y más atención para reconstruirla. El emisor usa de la redundancia, que como vemos ya viene determinada por la propia constitución del lenguaje, para facilitar la tarea del receptor. Así, incluso, se pueden hacer un par de cosas a la vez como es natural, en estos casos la redundancia será máxima. En cambio en los casos en que se exige mucha atención, se puede ser mucho menos redundante. Imaginemos que nos comunicáramos con mensajes como el (2) lo engorrosa que resultaría la comunicación. Puede servir simplemente como juego. Pero así como resulta engorrosa una tal situación,

resulta enormemente aburrida una situación en la que se pida mucha atención y sea tal la redundancia que prácticamente ahogue la información. Así, en una clase se pueden dar ambas situaciones.

Existen situaciones informativas, sin embargo, en las que se manifiesta una gran proporción de redundancia en tanto la información es muy baja y en las que no se puede hablar de fracaso del acto comunicativo, ni lo calificaríamos de engorroso o difícil ni de aburrido. Sería, por ejemplo, una asamblea religiosa, una misa o un miting político. En estos casos la transmisión de información no es lo que priva, sino la participación de las personas involucradas en el acto comunicativo. Con ello nos salimos del mensaje y entramos en el contexto. Evidentemente, existen muchas barreras contextuales. Una promesa, por ejemplo, no será, como acto comunicativo, un éxito si la persona que promete no puede prometer, sino que será un abuso o un acto absurdo, aunque de hecho haya pronunciado las palabras adecuadas.

Con lo que acabamos de señalar queremos decir que a los participantes se les exige cumplir unas normas de actuación comunicativa de manera que su incumplimiento representaría también poner barreras a la comunicación. Si una persona me pregunta la hora y no la sé le diré que no la sé. Si no puedo prometer no prometeré. Las normas o compromisos en que se ven involucrados los participantes en un acto comunicativo, son tanto respecto a la realidad, no ocultar información, como consigo mismos, no hacerse pasar por lo que no son.

Resumiendo, en este capítulo hemos pretendido sólo traducir algunos de los conceptos fundamentales usados en teoría de la comunicación y que sin duda desarrollaremos en capítulos posteriores. Hemos partido de un modelo cualitativo señalando básicamente los elementos que intervienen y, en relación con ellos, aquellas perturbaciones que puedan representar barreras más o menos grandes al paso

de la información. Hemos definido la comunicación como un proceso de participación basado en conceptos primitivos como *relación y acción*. Naturalmente, y como veremos, el acto comunicativo es un acto complejo y heterogéneo y será necesariamente tarea semiótica tratar de poner luz para que se resuelva el problema de dicha complejidad y heterogeneidad.