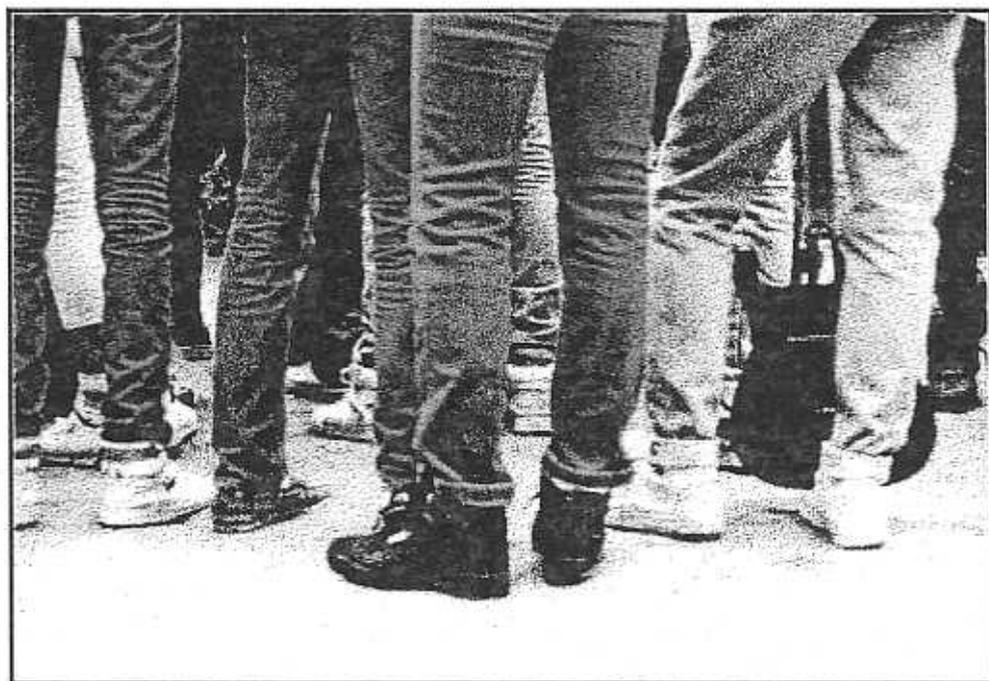


En la calle otra vez

ROSSANA REGUILLO

Las bandas:
identidad urbana
y usos de la comunicación



Instituto Tecnológico
y de Estudios Superiores
de Occidente

TESIS

que para obtener el grado
de Maestra en Comunicación
presenta

Rossana Reguillo Cruz

Guadalajara, Jalisco, agosto de 1990

En la calle otra vez

ROSSANA REGUILLO

Las Bandas:
identidad urbana
y usos de la comunicación



Instituto Tecnológico
y de Estudios Superiores
de Occidente

TESIS
que para obtener el grado
de Maestra en Comunicación
presenta
Rossana Reguillo Cruz
Guadalajara, Jal. agosto de 1990

*Para el comandante José Reguillo,
que nunca se ha rendido.
Los portadores de sueños
jamás se rinden.*



I ndice

□ Introducción	9
El Oficio de Aprendiz	9
La apuesta	11
Reconociendo el Terreno	13
Plan de Exposición	17
<hr/>	
□ Capítulo I	
Itinerarios para un Reconocimiento: Relaciones entre Comunicación e Identidades Culturales	
• Escenarios de la identidad: El espacio urbano vs. el territorio	21
• Del escenario a la constitución de identidades	23
• Sociedad y poder	27
• Comunicación: Del proceso a la competencia	31
• Los usos sociales de la comunicación	37
– Condiciones de producción	37
– Condiciones de circulación	38
– El producto de la comunicación	39
– Condiciones de reconocimiento	31
• Destino: Lo popular urbano	42
<hr/>	
□ Capítulo II	
Trazando los caminos: Estrategia metodológica	45
• De la pregunta al objeto construido	47
• De mapas y supuestos	48

• Delimitaciones	48
• Haciendo el camino: métodos, técnicas, instrumentos	50
- Observando la producción	52
- Observando la circulación	52
- El producto	53
- Hacia un modelo de Análisis	54
Algunos elementos de la semiótica greimasiana	55
De la enunciación	57
Articulando las propuestas	58
<hr/>	
□ Capítulo III	
Del Registro al Montaje:	
Memoria del trabajo de campo	61
• Los primeros contactos	62
• En el territorio	63
• Entre la participación y la distancia	65
• De roles, identidades y legitimación	66
• De espectadoras a intérpretes	67
• La etapa final	69
<hr/>	
□ Capítulo IV	
Re-conociendo al sujeto:	
la esquina, la transa y otras ondas	73
• El barrio	73
• El territorio de la banda	74
• Desenmascarando estereotipos	75
• Fenomenología de una reunión en la esquina: El encuentro	81
<hr/>	
□ Capítulo V	
El saber-hacer de la banda:	
La producción de comunicación	85
• Las reglas de la producción	88

• De las reglas a las competencias	90
• Rutinas y mediaciones	93
• Procedimientos	
1. Los boletines	94
2. Los placazos	95
3. El uso de la radio	95
4. El tatuaje	96
• Materiales	97
• Temporalidad	98
• Más información sobre la producción	100
• Las funciones de la producción	101
<hr/>	
□ Capítulo VI	
Condiciones de circulación:	
La comunicación como espacio de encuentro	105
• Los productos y los espacios	106
• Los mercados	114
• De las condiciones al producto	117
<hr/>	
□ Capítulo VII	
Hacia un análisis semiótico de los productos	121
• Consideraciones generales	121
• Análisis	
1. Los boletines	122
2. Los placazos	145
3. La radio	156
4. Los tatuajes	177
<hr/>	
□ Capítulo VIII	
Fin de Jornada. A modo de conclusión	187
• De los dispositivos teóricos y metodológicos	187
• De la comunicación al servicio de la identidad	189
• Otra vez, los sujetos	192



• De la comunicación y la vida cotidiana 195

Notas 197

Bibliografía 285

Anexos

- Catálogo de palabras de uso común entre los chavos de la banda 211
- Algunos datos sobre los sujetos 215
- Transcripción de entrevistas 217
- Análisis boletines (complemento) 227

*Esta no es la verdad. Bastante lo sabemos.
Solamente, tal vez, es la nostalgia
de la verdad. Acaso.
Solamente sombríos lo sabemos. Esta no es la verdad.
Miramos el mantel y es como si mirásemos
un mantel. Pero no es un mantel el mirado;
ni nosotros los miradores. Interminablemente lo sabemos.*

RICARDO YAÑEZ.



I ntroducción

Todo comienza, todo termina ahora,
todo pasa frente a mí como si se tratara
de que no debo olvidar nada.

RAÚL GARDUÑO

El trabajo que aquí presentamos es producto de un largo proceso, recoge una extenuante pero enriquecedora aventura en este camino de ir construyendo conocimiento, comprensión, explicación sobre la realidad que nos rodea. Un camino recorrido a veces de manera individual, solitariamente, pero las más de las veces he sido acompañada, sostenida y animada por múltiples voces y cálidas presencias.

■ "El oficio de Aprendiz".¹

La historia comienza hace casi cuatro veranos dentro del espacio académico llamado Maestría en Comunicación, su apellido: *ITESO*. Un espacio que me ofrecía la posibilidad de empezar a "cerrar" cosas, a plantearme otras y sobre todo de cuestionar y reflexionar acerca de mi pasado y de mi futuro en el ámbito de la comunicación, el reto era cómo aprovechar, articular, recuperar mi experiencia pasada, con los intereses que se venían perfilando. Si se tratara de nombrar las diferentes etapas por las que fui pasando, quizá ésta debiera llamarse "recuperar para proyectar".

En alguno de los múltiples trabajos desarrollados en la Maestría mencionaba que mi verdadero arribo a lo comunicacional se dió cuando fui capaz de incorporar a mis esquemas teóricos la dimensión cultural de las prácticas sociales. Este hecho me abrió un mundo de posibilidades de intelección del "hecho comunicacional" y terminó por explicar muchas de las interrogantes que se me planteaban y no encontraban los puntos de anclaje teórico-metodológico. Esta fue la etapa del "descubrimiento".

Fuí llegando así a la necesidad de entender la comunicación vinculada a los procesos culturales y sociales, donde la noción de "competencia cultural" como mediación entre el capital simbólico objetivado y las prácticas de los actores², se convirtió en el eje de todas mis "preocupaciones y ocupaciones" académicas.

Caí en un estado de seducción y pasión por la teoría. Se trataba de "leer, etiquetar y explicar" absolutamente todo, desde estos esquemas. El problema era que "mis pasiones" eran múltiples -y a veces desenfrenadas-; todo parecía digno de una pregunta "inteligente". El título adecuado para esta etapa sería "una pasión en busca de un objeto".

Poco a poco, a través de las discusiones académicas con maestros y compañeros, el contacto con otros marcos de explicación e interpretación, y el respetuoso acompañamiento de mi asesor, Carlos Luna, a quien debo mucho, terminaron por ir domesticando la pasión: el objeto empezaba a adquirir contornos más precisos.

Me situaba así en la "línea de arranque", los ritmos académicos demandaban la formulación de un proyecto de investigación.

A estas alturas el supuesto es que se han adquirido las competencias necesarias para elaborar un "plan de ataque", plantear la pregunta, elaborar el conjunto de supuestos teóricos y metodológicos que habrán de orientar la investigación. Parafraseando la terminología semiótica podría titular a esta etapa como "el tiempo de las pruebas".

Dentro de este "plan general" se ubica una tarea conocida como el "estado de la cuestión". Se trata de levantar piedras y recolectar especímenes de origen variado, reunir pilas y pilas de documentos, leer, revisar, sistematizar, cuestionar. Es una etapa tan fascinante que se corre el riesgo de eternizarse en ella (a veces suele utilizarse como pretexto para no dar un segundo paso en la larga lista del plan general).

Si se logra ser arrancado de la lectura y relectura de libros, revistas y documentos, bien sea de *motu proprio* o por la sutil presión que ejerce el asesor, uno está ya en condiciones de hacer el diseño de la investigación que habrá de orientar el trabajo. De igual manera uno se sorprende pronunciando un SI, ante el objeto, ante el asesor, los maestros y desde luego ante uno mismo. Se asume el compromiso con el temor "secreto e inconfesable" de no poder responder satisfactoriamente a los por qué.

Con todo y el temor se inicia la etapa de "la realización".

■ La Apuesta.

El interés fundamental en los planteamientos generales de la investigación era hacer un estudio que permitiera abordar una problemática de triple dimensión: social, cultural y por supuesto comunicacional. Se mantenía latente la preocupación por la competencia cultural de los actores, como mediación entre las estructuras sociales y las prácticas de estos mismos actores. La pregunta recurrente era de qué manera la exposición a un determinado tipo de discursos engendra determinado tipo de prácticas y que papel desempeña el sujeto en esta apropiación-producción.

Tenía, pues, una problemática de índole teórica que apuntaba a la relación entre la estructura social, la cultura como forma específica de apropiación y producción de ciertas formas de representación y un actor que desempeñaba un papel específico -en tanto sujeto competente- que tenía relación con los usos sociales de la comunicación.

Del lado teórico la apuesta estaba hecha.

Simultáneamente mi contacto con el tema de las bandas y algunos incipientes acercamientos en función de las materias de Comunicación Cultural y Sociología de la Comunicación que impartía en la licenciatura en comunicación del mismo meso, terminó por articularse con mis preocupaciones teóricas.

Las bandas representaban la posibilidad de hacer un estudio que abonara a una teoría de los usos de la comunicación.

Había una forma de organización social compleja, que poseía un discurso aparentemente propio sobre la realidad; había unos sujetos que se exponían a este discurso, para darle un uso específico a través de sus prácticas.

Sucesivos acercamientos a esta problemática me permitieron formular la pregunta de investigación planteada en términos de la relación entre identidad cultural y usos de la comunicación. Se trataba de observar cómo una organización, entendida como una "estructura", genera en los sujetos una identidad y cómo ésta es sostenida, avalada y promovida por la comunicación.

El planteamiento era complejo, implicaba un sustento teórico y metodológico que articulara diversas disciplinas y campos de estudio. Quedaba claro sin embargo que un planteamiento de esta naturaleza permitiría además tocar dos aspectos que para mí eran fundamentales: por un lado "lo urbano" y por otro "lo popular". El primero me permitiría ubicarme en un espacio de trabajo que era nuevo para mí y que a través de mi paso por la Maestría, en concreto en las clases del Dr. Jesús Galindo, se había convertido en una propuesta tentadora para "posicionar" el trabajo de investigación. Lo popular formaba parte de aquel conjunto de "saberes" no resueltos o mal resueltos, en la licenciatura, donde lo popular termina por convertirse en mito y lugar común.

Con más incertidumbres que certezas fué armándose este sustento que presentamos en los capítulos I y II de la tesis.

■ Reconociendo el terreno

Por el momento el tema de la banda ha saturado a la academia, hay demasiadas tesis, y, además los chavos banda no son tan sinceros como parecen, y nomás se encuentran a un investigador, actúan su rencor social al límite, le rompen la madre al género humano y juran que el futuro vale una chingada porque allí no caben...Inútil. Los compañeros no cejan, le tienen fe a sus proyectos y no admiten difamación de su tema de estudio.

Carlos Monsiváis.

El párrafo anterior, que en realidad "casi" no necesitaría firma, –es obvio que el autor es Monsiváis–, apareció en el No. 150 de Nexos, mes de junio de 1990, apenas días antes de poner el punto final a esta tesis que sin duda contribuirá –desde la perspectiva de Monsiváis– a la saturación de la academia. Quedará claro por qué me pareció interesante comenzar con esta cita el apartado destinado a ofrecer información sobre estudios preliminares acerca de las Bandas Juveniles en nuestro "país", pero antes y nomás de pasadita y por si el lector no conoce la revista aludida, permítaseme informar que el número está destinado a ...la ciudad de México, centro y paradigma de la vida urbana nacional, unidad de medida para quienes "pasean, viven o sufren la ciudad de México"³ y por supuesto para los que ni la paseamos, vivimos ni la sufrimos, sino la percibimos desde la "periferia" aceptando seguir "midiéndonos" con ese paradigma.

Volviendo al asunto que nos ocupa, habría que distinguir como bien lo hace Monsiváis, entre la Banda como "tema de estudio" o como "tópico" para algún artículo académico o no académico.

Ciertamente mucho se ha escrito sobre las bandas, no sólo tesis, que se van añadiendo a la larga lista sobre el tema, donde la colaboración de Monsiváis ha sido importante: "Dancing: El Hoyo Punk", en *Escenas de Pudor y Liviandad*⁴; "Diálogos con la Juventud: Monsiváis y la Banda", en *Revista Encuentro*⁵;

"Este es el Pachuco, un Sujeto Singular", en *A través de la Frontera*⁶; otro más, "La Onda", en *Amor Perdido*⁷. Hasta aquí la contribución de Monsiváis.

De entre "los estudios" revisados cabe señalar que la mayoría tienen enfoques sociológicos o antropológicos y han sido realizados en la *ciudad de México*. Sin restar méritos a ninguno, los más serios son los realizados y/o dirigidos por Francisco Gómezjara. Véase al respecto: *Las Bandas en Tiempos de Crisis*⁸, un libro que reúne a varios autores que desde diferentes enfoques abordan la problemática de las bandas de la ciudad de México, que concluye con una descripción y análisis del *CPJ*, "Consejo Popular Juvenil", una organización que aglutina a varias bandas del *D.F.* Véase también *Pandillerismo en el Estallido Urbano*⁹. Este libro reúne seis trabajos de varios investigadores que dan cuenta también del fenómeno "bandas" en la ciudad de México. En ambos libros, además de su propio trabajo, Gómezjara hace la presentación del material reunido, dejando en claro la importancia que en la recomposición de lo urbano tienen estos nuevos actores sociales considerados "simultáneamente como una forma de resistencia, búsqueda y un campo de manipulación y control".¹⁰

A pesar de que en los diferentes textos hay un intento por proponer una serie de elementos conceptuales y plantear una brillante crítica a las diferentes teorías con las que se ha trabajado el problema de los "jóvenes", especialmente en el texto de Gómezjara y Pacheco¹¹, queda la preocupación de que se está hablando de un tipo de banda particular, el del *D.F.*, que no se acaba de ajustar a lo que se observa en otras entidades del país.

De igual manera en los estudios de caso presentados se observa una tendencia a "la descripción" como modo de análisis, la narración de situaciones, de vivencias por parte de los mismos "chavos" sin que aparentemente medie un análisis. Lo cual provoca que los estudios se diluyan en lo anecdótico.

Una gran cantidad de artículos de revistas abordan la problemática de las bandas de manera descriptiva y poco

análitica. El común denominador de estos trabajos es reducir al chavo banda a su "lenguaje peculiar" y a los aspectos delictivos del grupo, utilizando siempre "el testimonio" directo.¹²

A este panorama que presenta y explica a la banda como unida solamente por el rencor social, por la desintegración familiar, por la desesperanza, ha contribuido ampliamente la prensa y algunas publicaciones periódicas¹³. Ciertamente en la superficie las bandas pueden presentar este tipo de manifestaciones, pero es necesario un trabajo más a fondo que pueda ser pensado en dos ejes: en el análisis de las características, modos, maneras y representaciones que subyacen a lo interno de las bandas y que no siempre se manifiestan; hacer estudios que puedan someterse a un análisis comparativo regional y nacional, para acabar con el mito de que todas las bandas son iguales y que es suficiente con describir, acumular datos estadísticos sobre la violencia y "conductas desviadas" de los jóvenes y reunir "testimonios" que demuestren "lo horrible" que es la sociedad.

El trabajo de Gomezjara y Pacheco, al que ya hemos aludido, plantea de entrada dos problemas con respecto al estudio de las bandas en relación a las ciencias sociales institucionalizadas en México. Dicen los autores:

- a) sustentan y reproducen los planteamientos de las ciencias sociales europeas y norteamericanas, las cuales son consideradas, erróneamente, como un saber objetivo y universal, y por tanto, a los científicos sociales mexicanos sólo les corresponde aceptarlos y aplicarlos sin importar la lejanía e incongruencia que estos planteamientos presentan con respecto a la realidad mexicana".¹⁴

La revisión de estudios nos lleva a avalar y a coincidir plenamente con esta posición, a la cual añadiríamos otro problema: el que los científicos sociales que han trabajado esta problemática, parecen asumir no sólo enfoques de la naturaleza

señalada, sino además tomar como "modelo" de "las bandas" a las que existen en la ciudad de México, olvidando que las características regionales imprimen a estos movimientos especificidades distintas, contribuyendo así a generar un conocimiento "colonizado" en doble sentido, sobre estos movimientos.

El otro problema que plantean los autores se refiere al tipo de "tratamiento" que se da a los estudios:

- b) Identifican a las pandillas como un problema social porque, según ellos, la conducta de estos jóvenes no se adapta, ni subordina, a los patrones de comportamiento ideal que el sistema propone.¹⁵

Es indudable que abundan estudios que consideran a las bandas como "desviadas" con respecto a la norma social, y por lo tanto como un "problema", lo cual, en un sentido, es perfectamente cierto, en tanto estos jóvenes se manifiestan en formas "distintas" escapando al orden normativo impuesto. El problema de esta perspectiva es que los investigadores que la asumen se convierten en una especie de jueces que se atribuyen el derecho –casi mágico– de establecer los criterios con los cuales "medir" qué es "lo normal" y qué es lo "anormal", qué es lo funcional y qué lo disfuncional. Pero ¿con respecto a qué parámetros, a qué modelo ideal, etc. es posible "calificar" una práctica?. Estos estudios son más ideológicos que científicos.

En las ciudades del norte del país, especialmente en la zona fronteriza, hay interesantes esfuerzos por "romper" con estas formas de conocimiento.¹⁶

En estos momentos tenemos en contra el centralismo que sigue operando en el país, la dificultad que representa el poco apoyo institucional a la investigación, la poca producción editorial y los problemas de distribución, pero principalmente la falta de diálogo entre la gente que está trabajando este asunto. Hay el ofrecimiento de la Red Nacional de Investigación

Urbana de apoyar encuentros interdisciplinarios que bajo el nombre de "talleres de convergencia" buscarían propiciar el diálogo, el intercambio de información, la comparación de resultados, la puesta en común de métodos y estrategias de investigadores, promotores e instituciones preocupados y ocupados en la búsqueda de una mayor comprensión de la problemática urbana en la que sin duda las bandas juegan un papel importante. Ojalá que este proyecto pueda llevarse a cabo, que podamos compartir y no "competir" por "el objeto", que no es –afortunadamente– propiedad de ningún campo de conocimiento, de ninguna institución ni persona alguna.

Cabe finalmente decir que, sin negar las características de violencia o delincuencia que tienen las bandas, nosotros hemos optado por un tipo de acercamiento que concibe al joven de la banda como un "sujeto competente" ¹⁷, que actúa sobre su realidad, que es capaz de un "saber-hacer" vinculado a una identidad cultural específica, que sus manifestaciones y expresiones no se inscriben en "la subcultura" sino en *otra* forma de cultura.

Este es un acercamiento comunicacional, aunque incorpore a sus esquemas de comprensión aspectos sociológicos y antropológicos. El trabajo no ofrece información sobre la génesis de las bandas, ni sobre "el problema" social que representan. Se sitúa en la visión del que quiere entender cómo diferentes actores urbanos van introyectando unas formas de ser-estar en el mundo y cómo a partir de esto, intervienen sobre su propia realidad. Este trabajo quiere entender, no calificar.

■ Plan de exposición.

El trabajo está organizado en ocho capítulos, en el capítulo I se presenta el mapa teórico-conceptual que orientó la investigación; pretende dar cuenta de las articulaciones, puentes y relaciones que fueron construyéndose para acercarse al objeto. En el capítulo II aparece la estrategia, dispositivos y

opciones metodológicas, que desprendiéndose de los planteamientos teóricos, guiaron el diseño de la investigación, el trabajo de campo y el análisis de "los datos".

Se presenta una narración descriptiva del trabajo de campo en el capítulo III.

A partir del capítulo IV, aparecen los resultados de la investigación; en éste se da cuenta del sujeto, de su territorio y de sus prácticas.

El capítulo V aborda la producción de comunicación.

Lo referente a las condiciones de circulación es tratado en el capítulo VI.

El capítulo VII corresponde al análisis de los productos de la comunicación y se subdivide en cuatro apartados: boletines, placazos, guiones de radio y tatuajes.

Finalmente en el capítulo VIII, se presentan las conclusiones a las que llegamos.

En anexos, aparece un "catálogo" con las palabras que utilizan los chavos, que se han empleado a lo largo del trabajo en los casos en que se consideró que su empleo era importante para respetar y conservar el sentido de una frase o de una acción.

Sólo me resta agradecer a algunas personas que contribuyeron directa o indirectamente en la realización de este trabajo:

Quiero agradecer de manera especial a Carlos Luna, mi asesor, maestro y amigo, por la claridad de sus críticas, su orientación, el tiempo -que sin sobrarle- me dedicó y por la confianza que depositó en mí al incorporarme al equipo de trabajo de la Maestría en Comunicación cuando esta tesis era sólo una idea.

A Jorge González a quién debo en gran parte el entusiasmo por este "frente" de lucha que representa lo académico.

A Jesús Galindo por su apoyo constante, sus críticas concisas y contundentes y principalmente por la amistad que fue consolidándose a partir del trabajo académico.

A mi amiga y compañera de trabajo Rosa Esther Juárez, con

quién compartí todo el camino de subida, por la seriedad y la risa, por la academia y la poesía, por la discusión y la vida.

A Raúl Fuentes, maestro, compañero y también amigo, por su exhortación constante y animosa para incrementar cotidianamente el número de bytes de esta tesis.

A mis alumnos de la licenciatura, por su confianza, por su ayuda, por creer en la posibilidad, por apostar su juventud, su fuerza, su entusiasmo en la aventura cotidiana de este ir haciendo universidad, especialmente a Sandra Cárdenas, Silvia Castillo, Angelina Macedo, Isabel Fregoso, Hugo Martínez, Maru Suarez, Luis Enrique López y Salvador Camarena, vinculados de una u otra manera en la investigación.

A Aristeo Macías, jefe de los laboratorios de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, por su ayuda y apoyo.

Por supuesto debo un agradecimiento especial a León y Daniela, mis hijos, por haber cedido –siempre a regañadientes– su espacio y su tiempo en nuestros fines de semana.

A Jabaz, mi compañero, por su solidaridad, su acompañamiento respetuoso y por los desvelos que compartió conmigo.

Finalmente a la Banda, a los chavos de Olivos que me permitieron acompañarlos una parte del camino, que me enseñaron y demostraron el valor de la solidaridad. A Ricardo Sotelo y al Güero Tatús, un gracias especial.

Me gustaría añadir que hace pocos meses, en una plática que Jesús Martín Barbero sostuvo con los miembros de la Maestría en Comunicación del ITESO, hablando sobre la investigación, los problemas en América Latina y la pérdida de fé en la utopía en las nuevas generaciones, citó a Spinoza en una frase que no puedo reproducir textualmente y que no he localizado, pero que decía más o menos así: "Hay que creer en que esto tiene remedio, y hay que creerlo aún sin esperanza", una frase que me impresionó profundamente. Hoy me pregunto si será demasiada necedad de mi parte conservar la esperanza contra todo pronóstico, apostarle a la vida y al amor. Sea pues, este trabajo es una apuesta en ese sentido.



I tinerarios para un reconocimiento: relaciones entre comunicación e identidades culturales

La verdad es de este mundo.
M. Foucault.

■ Escenarios de la Identidad: El espacio urbano vs. el territorio.

El espacio urbano es el referente material de la sociedad, la concentración de una serie de elementos materiales y simbólicos que con base en un modo de producción específico existen en una determinada zona. Espacio en permanente construcción, atravesado por mediaciones políticas, económicas y culturales.

Lo urbano está articulado sobre los sistemas de producción, organización y sobre los sistemas de representación simbólica que le dan sentido a esas relaciones de producción y organización social¹⁸.

Punto de concentración de la tensión del sistema social, el cual concebimos como un conjunto organizado de posiciones diferenciadas, el espacio urbano agudiza los antagonismos de intereses que se constituyen por una participación diferenciada y desigual en los procesos de producción y reproducción de la

vida social. Esto ocasiona que ciertamente la ciudad no sea experimentada de la misma manera por todos sus habitantes. Es decir, para unos será el espacio de ejercicio del poder y la dominación, mientras que para otros representa el instrumento de la opresión y la explotación ¹⁹.

El espacio urbano interesa en tanto posibilita la emergencia de hechos sociales que necesitan encontrar una relación identificada y reconocible con un espacio, a condición de no confundir analíticamente hablando, el hecho social con el hecho espacial. Como apunta Signorelli, "el espacio no es un contenedor de hechos sociales y estos últimos no son contenidos" ²⁰. El espacio urbano es acción y es representación; sólo analíticamente es posible pensar separadamente su dimensión material y su dimensión simbólica.

El espacio urbano, al propiciar la unificación de mercados y la centralización del poder en la figura del Estado, tiende a eliminar la diferencia cultural ya que esta puede resultar amenazante para el poder central que, como apunta Muchembled ²¹, necesita de una cultura nacional para legitimar las relaciones sociales, económicas y políticas en un afán por mantener el equilibrio entre el sistema de producción y el conjunto de las aspiraciones de los "ciudadanos".

Podría entonces pensarse al espacio urbano como:

- a) el lugar social que hace posible la emergencia de ciertos fenómenos. Relación entre espacio y prácticas.
- b) el punto de tensión donde confluyen los sistemas de explotación, de dominación y de hegemonía. Interesa destacar estas dos últimas ya que nos remiten a los conceptos de *poder y cultura*.

Desde luego no interesa aquí un marco general de lo urbano, sino destacar su dimensión como referente material y experiencial de la sociedad. En ese sentido utilizamos el

concepto en sentido restrictivo: importa lo urbano en tanto escenario situacional de ciertas prácticas.

Se concibe el espacio urbano como lugar social en el que circulan de manera regulada infinidad de discursos a propósito de la realidad que han sido transformados por los grupos dominantes en sistemas cognitivos y evaluativos capaces de construir y de dotar a la realidad de un sentido "natural", donde la organización y el ejercicio del poder es experimentado cotidianamente como algo inseparable de la vida social urbana.

Pero a todo poder en tanto impulso de movimiento se le opone, en diferentes grados, un movimiento inverso: una especie de poder contractual o poder de oposición que es expresado de manera explícita o implícita por los actores sociales involucrados en estas relaciones de poder.

Este enfoque permite observar y entender el espacio urbano como un escenario de luchas entre contendientes desnivelados y posicionados históricamente en un enfrentamiento por el poder de enunciación, capaz de imponer mediante la "coerción o la seducción" una representación a las prácticas sociales.

El actor urbano, en tanto lo concebimos como un sujeto históricamente posicionado, está expuesto desde el lugar social que ocupa en la estructura, a múltiples y variados discursos sobre la realidad que va introyectando en la forma de esquemas de percepción, valoración y acción²², que serán transformados en virtud de su subjetividad en competencias, en el sentido de Greimas²³, de índole simbólica y práctica que orientarán su acción.

¿Cómo explicar entonces desde esta perspectiva la lucha, el enfrentamiento, el intercambio y préstamo de valores entre los grupos que detentan el poder y los sectores marginados en nuestras sociedades urbanas?

■ Del Escenario a la Constitución de Identidades:

La ciudad contemporánea, la cual como ya se ha mencionado no se concibe en el sentido de la "polis griega", es decir

exclusivamente como el lugar administrativo de las decisiones, sino como la objetivación de "lo urbano", ha traído junto con su dosis de modernismo cada vez más fuertes problemas de despersonalización, de acceso de oportunidades al sistema productivo, de satisfacción de necesidades, de redes de convivencia, etc.

Este tipo particular de organización social en un espacio determinado y restringido por límites geográficos y simbólicos, pero fundamentalmente límites en la estructura de los procesos productivos produce grandes sectores de marginados que son solamente dueños de su fuerza de trabajo como valor de cambio en las relaciones de producción.

Atendiendo a este último punto podríamos pensar en un recorte artificial que nos permitiera agrupar a los actores urbanos en tres grandes categorías:

- a) los asimilados a la estructura de producción.
- b) los disponibles, los que sin estar dentro del sistema productivo son susceptibles de ser "reclutados".
- c) los circulantes que gravitan sin destino aparente en la estructura de producción.

Este recorte cobra sentido al postular que las relaciones con el espacio están determinadas por el posicionamiento social de los actores.

La ciudad como punto de referencia simbólico necesita ser transformada de espacio anónimo a territorio, a través de complicadas operaciones de nominación y bautizo, que los actores urbanos realizan en un intento por construir lazos objetivables que sirvan para fijar y recordar quiénes son; estas huellas en el paisaje urbano se constituyen en las garantías de continuidad del grupo²⁴, vínculo entre el espacio construido y la entidad social.

Las entidades sociales nos remiten a la noción de "identidad

social", que se construye en la interacción con otros sujetos que participan de características comunes en función de su posicionamiento social: "nosotras las mujeres", "nosotros los obreros", "nosotros los jóvenes", son recortes contruídos que atienden a los modos de relación en el sistema social de producción y organización.

La identidad no es algo ya dado, inherente, inamovible, la identidad es algo que se construye en la interacción cotidiana. "Lo más importante no es tanto su exactitud sino su impugnabilidad" ²⁵, y esta impugnabilidad se logra a través de un proceso de legitimación en el que se busca la aceptación y el reconocimiento de la propia identidad, que se tambalea cuando el sujeto no tiene la posibilidad real de pronunciarse con certeza sobre sí mismo.

La identidad es una relación objetiva que se establece entre su portador y el medio social donde se desenvuelve, una plataforma desde la cuál se interactúa con los demás, una pieza delicada cuyo funcionamiento requiere un mantenimiento constante y del soporte material que le da sentido: la identidad necesita exteriorizarse, objetivarse de algún modo.

Necesariamente una identidad requiere para constituirse de una alteridad, un "nosotros" frente a los "otros". En esta confrontación van tejiéndose invisibles elementos constitutivos de la identidad que, como ya dijimos, van exteriorizándose y tomando formas y contornos precisos. Así, hablar de identidad es hablar de clase social, de grupo, de oficios, de nombres y prácticas cotidianas, de espacios y territorios.

De la identidad interesa resaltar su dimensión social, es decir el *yo social* de los actores, contruído, armado y sostenido en la interacción cotidiana como modo de relación socialmente aprendido.

Ciertamente la preocupación por la identidad ha provocado infinidad de discusiones y planteamientos desde diversos enfoques y disciplinas. Se han ocupado de este asunto antropólogos, sociólogos, etnometodólogos, políticos y novelistas, contruyendo cada campo sus propias categorías y

puntos de anclaje de la identidad, que pueden ser puntos de encuentro o desencuentro. Sin embargo, una cosa parece quedar claramente planteada: la importancia de la constitución de las identidades para la dinámica sociocultural, espacio de lucha simbólico "por las clasificaciones sociales"²⁶.

Partiendo del postulado de que las identidades son de naturaleza simbólica y relacional, cuya constitución se inscribe en la dinámica cultural, proponemos de manera provisoria entender la identidad desde una triple referencia: la situacional, la del clan o grupo y la simbólica. Es necesario señalar que este recorte tiene sólo fines analíticos, ya que de ninguna manera se justifica sustancializar el problema de la identidad.

La primera noción, la situacional, nos llevaría a la idea de espacios, escenarios, lugares sociales que van introyectando en el actor una idea de quién es, quién ha sido y cuáles son sus posibilidades objetivas. El referente situacional se constituiría en el lazo entre el espacio y la representación que se hace el sujeto para sí mismo y para los demás sobre su identidad: estructuras de plausibilidad como determinantes del ajuste entre la situación y las posibilidades objetivas del sujeto. Es decir, el lugar social como determinante de los itinerarios cotidianos en los que se establecen las relaciones con la ciudad.

Para hablar del clan o del grupo, nos remitiremos a la creación de ritos y ceremonias con que la sociedad, a través de actos instituyentes "dota" de una identidad a los actores, una identidad que los califica y los capacita socialmente para determinadas acciones, una identidad que remite al grupo como una manera de autoidentificarse, en una heteropercepción que subordina la identidad individual a una mayor: "los ritos transfieren la creencias de todo un grupo o de una institución a un individuo: lo autorizan mediante actos de nombramiento"²⁷, ritos de iniciación, de pasaje, que tienen por objeto reactivar la institución y en un sentido más amplio, la estructura, que se realiza y se actualiza en virtud de la

incorporación que los actores llevan a cabo. Referente simbólico entre el sujeto y el grupo que convalida su identidad.

En cuanto a la objetivación simbólica, entenderemos aquí a las formulaciones tangibles y materiales de la identidad, que se vehiculan en el propio cuerpo, en el lenguaje, en los gustos, en los estilos, en el consumo cultural. Marcas visibles de las instituciones y grupos que los actores van incorporando en una revisión y transformación constantes como condición de la reactivación de las instituciones que les han dado origen. De esta manera la objetivación de la identidad siempre tendrá una referencia que en el ámbito de lo social posibilita las clasificaciones por oposición: hombre/mujer, joven/adulto, rico/pobre, conservador/moderno, fino/vulgar, etc. En la objetivación de la identidad se encontrará la "personificación" de un tipo de discurso, en sentido amplio, que termina por convertirse en manifestación "natural" inscrita en el mundo del sentido común.

Puede verse entonces que los elementos de esta triple referencia están íntimamente ligados entre sí y que el recorte propuesto, aunque de ningún modo pretende agotar el problema de la identidad, permite descomponer esta problemática en tres aspectos que apuntan hacia la comprensión del fenómeno de la identidad urbana.

Planteado en otros términos tenemos, visto a niveles micro, el espacio, el grupo de referencia y los modos de objetivación de la identidad. Visto desde una perspectiva macro, los esbozos de la dinámica social que desde las estructuras inciden en la constitución de identidades culturales.

■ Sociedad y Poder.

Ciertos desplazamientos teóricos y metodológicos en la década de los ochenta, han modificado los escenarios, las preguntas y las maneras de acercamiento a la realidad. Del interés por la investigación de las grandes determinaciones sociales, los macroespacios y los macrosujetos, se ha ido pasando al interés

por las estrategias grupales e intergrupales de organización social y de producción de sentido. Formas de organización y estrategias de lucha que van al mismo tiempo actualizando las formas de ejercicio y lucha por el poder.

Estas formas y estrategias de la "vida diaria" no escapan a las relaciones de poder como una manifestación de la totalidad de lo social; ahí es posible encontrar las huellas o marcas de la sociedad global, a la que entendemos como el conjunto de posiciones estructuradas y diferenciadas donde los sujetos actualizan relaciones objetivas que se encuentran determinadas en primera instancia por el lugar social que estos actores ocupan en la estructura. Este lugar social posibilita al sujeto apropiarse de una serie de esquemas que le servirán tanto como modelos de representación sobre la realidad, como de modelos para la acción, a través de su exposición y contacto con el discurso social.

Lo anterior podría ser planteado también en los siguientes términos: los actores sociales están expuestos a ciertas estructuras objetivas que, a través de sus discursos y prácticas difunden e inculcan determinados significados. En virtud del lugar social y de las competencias²⁸ que poseen, los actores realizan unas operaciones de lectura con el fin –no necesariamente consciente– de verificar o desmentir los significados propuestos por el discurso. Este proceso se constituye en el mundo de las prácticas sociales que pueden reforzar o cuestionar las estructuras sociales que las engendraron.

Si bien es cierto que las estructuras se constituyen por la actividad humana, es importante enfatizar que al mismo tiempo son el medio, instrumento y recurso para la acción y esta dualidad de "estructuras estructuradas y estructurantes"²⁹ es puesta en movimiento por la interacción.

La interacción es un modo de relación socialmente aprendido que pone en juego las competencias y el capital cultural/social que ha sido incorporado por los actores, en un continuo apropiarse de las reglas de la situación social donde se

realiza la interacción. Es decir, de acuerdo al lugar social de los actores es como van a ir incorporando y produciendo significados que determinarán la interacción, que a su vez se verá actualizada por las representaciones que sobre una situación determinada el actor posee.

Este complejo aspecto de la dinámica sociocultural puede ser abordado desde las relaciones de poder, donde poder –con minúsculas– no es el nombre de una institución o un aparato, sino el nombre de las relaciones de fuerza inmanentes y constitutivas de la organización social. En su *Microfísica del Poder*, Michael Foucault define el poder como una relación estratégica compleja que no está en posición de exterioridad con respecto a otro tipo de relaciones sociales, que no se sitúa en el nivel de la superestructura sino que tiene un papel directamente productor en el ámbito de las relaciones intersubjetivas. Dice también que donde hay poder hay resistencia y ésta nunca está en posición de exterioridad respecto al poder.³⁰

Si partimos entonces de que la interacción es una relación objetiva donde el poder se constituye en efecto y producto de la desigualdad, podríamos pensar la interacción como una relación de posiciones de enunciación que tienen como fin generar consenso con respecto al significado sobre la acción, los objetos, los valores, etc. Así el poder se objetiva en el discurso para hacer prevalecer ciertas visiones de la realidad, aún en las relaciones sociales más horizontales.

Se decía al principio de este apartado que ha habido grandes desplazamientos tanto teóricos como metodológicos, que han introducido a la discusión y debate en las ciencias sociales nuevos conceptos, nuevas categorías pero sobre todo nuevas maneras de interrogar y de pensar lo social. Al final de los sesenta surge entre los pensadores de habla inglesa una corriente de pensamiento conocida como fenomenología que intenta ofrecer una alternativa a la sociología tradicional ocupada en el análisis de los niveles macro de la estructura. No se pretende aquí hacer una crítica ni una recuperación

exhaustiva de la tradición fenomenológica como un cuerpo unificado de pensamiento, sino de rescatar algunos de los elementos que pueden servir para ilustrar y defender la propuesta que aquí nos ocupa.

Husserl, uno de los principales exponentes de esta corriente, se preocupaba por la relación entre "significado y acción", trabajando los elementos de la vida cotidiana y buscando la "actitud natural" que dota de significados precisos al mundo en que se vive³¹. Schutz, quien lleva más adelante los trabajos de Husserl, sostiene que el hombre en la actitud natural no suspende su creencia en la realidad material y social, sino que hace exactamente lo opuesto: suspende la duda de que sea algo distinto de lo que parece³². Desde esta perspectiva se puede inferir que "el mundo de vida" se constituye en la mediación entre la realidad que el sujeto vive y el conjunto de significados que dotan de sentido a esta realidad.

Atrás de este planteamiento está, como ya dijimos, la preocupación por la relación entre acción y significado, mediada por la capacidad designadora de los actores, adquirida a través de su exposición a las estructuras sociales objetivas o, si se prefiere, en un proceso de socialización.

El problema que se deriva de este enfoque es que se le asigna a la socialización una función meramente reproductora y deja de lado dos aspectos, uno de índole cognitiva y otro de índole social: la capacidad de significar una vez que ha sido estimulada progresa de relación en relación, escapando del control de la estimulación primaria; y por otro lado, aún siendo factible pensar que el actor tenderá a dotar a la realidad de un sentido y una explicación que no rompa las representaciones que se ha hecho del mundo, la *interacción* cotidiana posibilita trascender este "sentido común", ya que ésta se establece con base en contratos en los que el actor –ajustándose a una situación determinada– va confirmando o rechazando las múltiples lecturas sobre la realidad. El actor se debate entre la cercanía y el distanciamiento de lo inmediatamente dado.

Ya Gramsci anticipaba la necesidad de transformar "el

sentido común" de las clases populares como condición necesaria de la lucha política y la conquista de la hegemonía.³³

Como quiera que sea este tipo de aproximaciones, con todo y la riqueza de sus aportaciones para trabajar en los niveles de la vida cotidiana, no incorpora las determinaciones contextuales objetivas como las posiciones y competencias específicas de los actores. Si bien el estudio de lo micro permite acercamientos a la realidad distintos que las macroexplicaciones, obliga a la elaboración de categorías y conceptos que permitan trabajar y precisar un estatuto analítico, a través de la construcción de herramientas teórico-metodológicas que recojan e integren los logros y superen los errores. El reto es entonces articular esas grandes determinaciones sociales con ese sujeto real que ha demostrado a través de la historia capacidad no sólo de recibir y procesar "información", sino también de resistirla, de transformarla y de producirla.

■ Comunicación: del proceso a la competencia.

La comunicación es una dimensión de lo social, práctica regulada y reguladora de otras prácticas, una clave para entender los fenómenos entretejidos en lo social. Se parte del supuesto de que la comunicación tiene su fundamento en la interacción de sujetos históricamente situados que comparten un capital simbólico social, es decir convencional, que se objetiva en discursos –en sentido amplio– sobre la realidad, en un proceso de producción–recepción–producción de significados, determinado en primera instancia por el lugar social de los actores en la estructura. Este planteamiento nos lleva a pensar la comunicación como una doble competencia, entendida como la capacidad de los actores de entender y producir discursos.

En tanto práctica social, la comunicación es, en este sentido, una acción transformadora de los actores sociales que se definirá por la situación y la posición social de éstos. Esto

significa que la práctica comunicativa se inscribe en el conjunto de relaciones sociales que se encuentran condicionadas por un marco espacio temporal específico, es decir histórico.

Dentro de la estructura existen espacios sociales especializados, que se objetivan en instituciones legítimamente encargadas de la producción de un determinado tipo de discursos cuya función es poner en circulación los valores, los modelos, las normas y en general las representaciones que el propio espacio o institución define como legítimos³⁴.

Por otro lado, sabemos que las representaciones del mundo, tanto como las prácticas sociales, son resultado de la realización entre lo subjetivo y lo objetivo, entre lo individual y lo colectivo; relación conflictiva que se origina entre las necesidades y los valores, entre los deseos y las constricciones³⁵.

De ahí la necesidad de ajustes permanentes que el actor hace para interpretar la realidad, que por un lado le es propuesta por instituciones especializadas cuyo objetivo –planteado en simple– es la reproducción social; y por otro lado, la experiencia cotidiana que puede no corresponderse con esas "versiones" de la realidad que circulan de manera legítima y controlada.

Las implicaciones de esta concepción han significado una ruptura tanto teórica como metodológica, contra ciertos funcionalismos que "dotaron" al poder en abstracto, o al imperialismo, o al Estado, de una figura omnipresente y monolítica, controladora y modeladora de toda práctica social. Este fatalismo impidió pensar durante varios años las formas de organización, las estrategias de resistencia y la apropiación y el consumo por parte de los sectores dominados.

En la medida en que aumentan y se perfeccionan las modalidades de control social, aumentan las contradicciones y el conflicto; es decir el poder se torna vulnerable. Martín Barbero ha dicho que "se buscaban siempre las huellas de los dominantes, nunca las de los dominados"³⁶.

Los actores de la comunicación, en tanto se les concibe como sujetos competentes, van actualizando alternativamente los roles de emisor y receptor, papeles que se encuentran socialmente determinados. Los actores intercambian significados en relación a un referente específico inscrito en un universo signifiante; este intercambio supone una producción y un reconocimiento, que se implican mutuamente, es decir: "para que exista una producción debe existir primero un reconocimiento y un reconocimiento engendrará siempre una producción" ³⁷.

Visto a nivel de proceso pudiera pensarse que la interacción comunicativa es una relación simétrica y horizontal, pero toda vez que esta interacción, como ya dijimos, esta condicionada y determinada históricamente, los actores que participan en ella y que realizan la práctica comunicativa, al tiempo que actualizan un rol, son portadores de su posición en las estructuras sociales, económicas y políticas, lo que hace que la interacción comunicativa se convierta en una relación disimétrica en una sociedad de clases.

Se dibujan ya algunas consideraciones de carácter metodológico para abordar el estudio de la comunicación:

- 1/. En tanto práctica social, no podemos entender la comunicación aislada de sus condiciones sociales de producción.
- 2/. Ya que la comunicación se inscribe un un marco histórico, es necesario partir del análisis de la formación social dada que define el tipo de comunicación.
- 3/. Los actores de la comunicación no son individuos aislados, sino fundamentalmente "lugares" determinados por la estructura social.

- 4/. El intercambio de materia significativa, contenido de la comunicación, se da sobre un referente convencional.
- 5/. La comunicación pone en funcionamiento una doble competencia del actor involucrado, que puede ser entendida en los términos de producción-reconocimiento.
- 6/. El riesgo de que la concepción de la interacción comunicativa en términos disimétricos nos oculte el hecho de que aun así, hay una producción donde el actor menos "poderoso" tenderá a marcar -no siempre de manera visible- la producción del otro.

Esto nos posiciona en una dimensión más amplia y compleja de la problemática de la investigación de la comunicación. Queda claro que no bastará entender la intencionalidad del emisor al producir un determinado discurso; sino que el proceso se encuentra entrelazado en un conjunto de determinantes sociales, políticas, económicas, cognitivas y situacionales, que provocan que exista una indeterminación relativa entre producción y efecto de sentido.³⁸

El problema que enfrentamos una vez que el discurso ha sido producido y circulado nos remite al aspecto empírico, ya que no podemos inferir de un conjunto de postulados cuáles son las formas, los métodos, en suma las operaciones que los actores realizan para interpretar los discursos en que se encuentran involucrados, bien sean éstos debidos a la interacción cotidiana o a los producidos por los medios de comunicación u otro tipo de instituciones, para, a partir de esa interpretación producir su propia respuesta en términos comunicacionales o discursivos.

Hay formas de procesar, filtrar y relacionar datos y en un sentido más amplio, información, que se constituyen en estilos cognitivos dominantes. Estas estructuras de ordenación lógica a

través de las cuales se procesa la realidad se corresponden con un tipo de "inteligencia" que un grupo o sociedad considera más valiosa para afrontar sus necesidades y resolver sus problemas. El grupo tenderá a dotar a sus miembros, a través del proceso de socialización, de una forma regulada de organizar los sistemas de conocimientos y con unas formas de codificación que se conviertan en ideas comunicables. Si bien es cierto que la estructura cognitiva tiene bases biológicas y físicas que son "universales", las formas particulares de percibir, categorizar y conceptualizar están en función del tipo de cultura en el que son engendrados.

Entender, por lo tanto, las producciones discursivas, implica concebirlas no solamente como producciones discursivas en abstracto, sino como producciones de discursos ajustadas a una situación. De ahí que el análisis deba contemplar además de las condiciones sociales de su producción, las características del "mercado" que le da valor a la forma y al contenido del discurso.

Hemos dicho ya que la comunicación es una doble competencia de los actores, esto nos lleva a plantear la comunicación en términos de su eficacia social y a ubicar la noción de *situación* como un concepto clave para entender las prácticas comunicacionales. Situación implica una lógica específica de ejecución, que no se deduce únicamente del dominio de la competencia, olvidando que existen necesariamente unas condiciones de puesta en juego de dicha competencia³⁹. Los actores deberán de poseer además de un dominio virtual de las reglas del proceso, (estructuras de ordenación, conocimiento y manejo del código, etc.) un dominio real de las reglas de la situación como condición de "éxito" de la interacción comunicativa.

Este dominio de las reglas de la situación será tanto mayor en la medida en que el actor se encuentre más "cerca" del discurso social dominante, es decir en la medida en que su manejo del capital simbólico social sea mayor, ya que tendrá más elementos para ajustar su producción, todo esto inscrito en la dimensión de los implícitos sociales. Esto es especialmente

válido para la interacción comunicativa inter—clases. Este desnivel, visto desde una dimensión macro es el que posibilita que una clase o clases ordene, clasifique, nombre la realidad, convirtiendo su acción enunciativa en unidad de medida de toda enunciaci3n, fuera de la cual cualquier imputaci3n de sentido es il3gica o ni siquiera pensable.

Bajo esta perspectiva la comunicaci3n es manipulaci3n, poder que se objetiva en el discurso para hacer prevalecer una visi3n de la realidad, para hacer saber o para hacer hacer.

Al postular que toda producci3n engendra un reconocimiento que se encuentra ajustado a una situaci3n, no puede reducirse esta noci3n al conjunto de reglas y normas que determinan la interacci3n. Es necesario pensar que adem3s la situaci3n se encuentra condicionada por los "lugares" de los actores de la comunicaci3n; este "lugar" puede ser abordado desde dos perspectivas: como situaci3n o como posici3n de clase. La primera hace referencia al lugar objetivo del actor dentro de la estructura (obreros, campesinos, etc.); la segunda, a la representaci3n que el propio actor se hace en cuanto a su situaci3n de clase, es decir su identidad social. Se nos plantea as3 la necesidad de establecer una distinci3n anal3tica entre el orden de la realidad social y el orden de su representaci3n⁴⁰.

En t3rminos abstractos esta distinci3n es pertinente y posible, sin embargo, sabemos que el orden de la representaci3n es al mismo tiempo una realidad social, construida hist3ricamente y por lo tanto aprehensible por los actores que ir3n construyendo y asumiendo la identidad que "les toca" por situaci3n, por la memoria hist3rica de la dominaci3n y de la opresi3n, que asigna a los actores unos modos de comportamiento y de relaci3n que terminan por convertirse en atributos naturales.

Pero los dispositivos de la memoria y de la identidad no est3n ya dados en alguna parte de la realidad. En tanto que se inscriben en la din3mica sociocultural, est3n inmersos en el conflicto, en la contradicci3n, en el debatirse entre la sumisi3n y la resistencia, entre la asunci3n ac3rica y pasiva de una

realidad impuesta y la impugnación implícita o explícita de esta realidad. Este es el espacio donde se inscribe la *producción de comunicación*, intersticios del poder que dan lugar a la transgresión, no necesariamente para saltar el orden normativo, sino para dentro de ese mismo orden ser "otros" distintos, marcar a través del *uso* el espacio restringido y controlado, maneras divergentes de apropiarse de la norma. Espacios de conflicto que no pueden ser solamente leídos en términos de situación de clase.

■ Los Usos Sociales de la Comunicación.

Si se parte de concebir el discurso, y en un sentido más restringido, los textos producidos por los actores, como un campo de posibilidades determinadas por la estructura social, podemos plantear por lo menos cuatro preguntas que parecen pertinentes para ubicar nuestro objeto de estudio, la comunicación abordada desde sus usos sociales:

- 1/. Cuáles son las condiciones materiales y sociales de producción de comunicación.
- 2/. Cuáles son los medios, los espacios, las reglas y constricciones en la circulación de comunicación.
- 3/. Cuáles son los productos de la comunicación.
- 4/. Y cuáles las condiciones sociales y materiales de reconocimiento de la comunicación.

Condiciones de Producción:

El nivel de producción, entendido en un sentido amplio y general, nos remite a la creación, transformación o reproducción de un algo que puede ser de carácter social o

material; nivel en el que intervienen el lugar social y las competencias del sujeto que produce. La producción es un proceso de ordenación, estructuración y codificación inscrito en un marco espacio temporal específico, orientado a la consecución de ciertos fines, no siempre ni necesariamente estratégicos y conscientes, ya que la evaluación subjetiva de determinada acción pone en juego una sabiduría semiformalizada y ciertos principios o disposiciones que determinan conductas razonables o irracionales ⁴¹.

La producción de comunicación se concibe no como el punto de arranque o "encendido automático" del proceso, sino como un elemento de un modelo circular, en el que la producción tiende a ser una respuesta en una situación determinada.

Por tanto, proponemos entender la producción de comunicación como el conjunto de operaciones de naturaleza cognitiva y simbólica que los actores realizan siempre desde un lugar social, es decir unas condiciones tanto sociales como materiales que existen previamente al acto de producción.

Condiciones de Circulación:

En el ámbito de lo social, toda producción de comunicación está destinada para alguien sea éste alguien un sujeto real o no; la producción del actor una vez objetivada en un discurso ya sea escrito, oral o icónico, circula y es así como cobra un determinado valor social. La circulación puede ser entendida como el espacio simbólico imaginario que permite el encuentro entre una actividad de producción y un acto de reconocimiento.

Sin embargo no podemos pensar la circulación como un horizonte espacial común a los actores de la comunicación, ya que ésta se encuentra condicionada por determinantes económicas, sociales y políticas que sujetan la circulación de producciones comunicativas a determinadas reglas y constricciones, lo que significa que los discursos que no se apeguen a esta normalización tendrán pocas o ninguna

probabilidad de circular a través de los medios institucionalizados y legítimos.

Por ejemplo, la llamada comunicación de masas tendría como fin garantizar precisamente la circulación de un discurso social común que confiera cierta homogeneidad a las representaciones colectivas bien para el mantenimiento del *statu quo* o bien para impulsar nuevas interpretaciones de la realidad social.

La circulación es pues un elemento indisociable del proceso comunicativo, espacio de enfrentamiento y conciliación de los actores que afianza y extiende el poder de enunciación, es decir en la medida en que los actores tengan mayores espacios de circulación tanto más probable es que puedan proponer o imponer sus visiones del mundo sobre el supuesto de que esa explicación es la única legítima, razonable y viable.

Pero pensamos que hay una franja de este espacio de circulación que escapa a los controles institucionales, que posibilita el tránsito de "otras" producciones. Esta franja es la existencia cotidiana que va construyendo también modelos del mundo.

El Producto de la Comunicación:

El producto es el resultado de una actividad compleja de los actores que tiene varios niveles: la utilización de ciertos instrumentos para operar sobre una materia prima de carácter social o material, que gracias a una serie de operaciones materiales, cognitivas y simbólicas, es transformada por el actor en un *producto* comunicable.

Supone por parte de los actores la existencia de una competencia que opera en dos dimensiones: el volumen de capital cultural que ha sido incorporado por el actor, y por otro lado, su capacidad de ajustar este capital a una situación social donde el actor presupone, no de manera consciente, que su producción es la adecuada, es decir que el producto tendrá valor social. Estas dos dimensiones se encuentran determinadas

por la posición objetiva del actor y por la relación de fuerzas que al interior del espacio social establecen formas y modos legítimos de representar la realidad y determina el valor social y económico del producto.

Se entenderá por producto comunicativo a aquel objeto producido por un(os) sujeto(s) para otros sujetos; puede decirse entonces que el producto de la comunicación lleva su sello de fabricación, tiene una función y está sometido a leyes económico-políticas de producción ⁴².

En tanto objeto producido el producto se puede identificar desde una perspectiva doble, como acontecimiento material y como una objetivación inteligible de significado ⁴³.

Podemos afirmar que el producto es una unidad de sentido. Un poema, una novela, una pintura, una noticia, un ensayo teórico, una narración, son a fin de cuentas una cristalización de las diferentes visiones del mundo y en ese sentido un producto es una *propuesta* que invita a compartir o a rechazar una representación y una formas de apropiarse de la realidad. Esto significa que el producto es el "lugar" privilegiado para observar el proceso comunicativo en términos de un contrato que establecen dos o más interlocutores, el lugar donde se verifica la "puesta en común", el encuentro o desencuentro entre dos posiciones que convergen en un momento histórico específico.

El producto, al estar inscrito en un marco espacio-temporal permite encontrar los valores, las normas, las ideas vigentes en el momento de su producción toda vez que el productor es un sujeto históricamente situado.

Cabe añadir que en todo producto comunicativo habrá una necesaria correspondencia entre el objeto material y el nivel de su contenido, como forma de objetivación simbólica.

Condiciones de Reconocimiento:

Verón plantea que "la reconstrucción de una gramática de producción no permite inferir los efectos de sentido del

discurso involucrado, el primero define un campo de efectos de sentido y jamás un solo efecto" ⁴⁴. Esta hipótesis de la indeterminación relativa entre producción y reconocimiento, que puede hoy parecerles a los estudiosos de la comunicación una obviedad quizá innecesaria, pone el acento en un aspecto que durante mucho tiempo ha obstaculizado el avance de las ciencias sociales: el papel determinante del reconocimiento, apropiación o recepción para la eficacia social del discurso. Esta cuestión que ha venido introduciéndose paulatinamente y cada vez con mayor fuerza en el campo, —la pregunta por las operaciones y condiciones del reconocimiento—, es la pregunta por el sujeto, por la manera en que los actores significan sus prácticas sociales, por las formas en que el mundo es estructurado por los actores y las formas en que este mundo estructura a los actores.

El reconocimiento, así planteado se nos aparece fundamentalmente como una relación con objetos, con contenidos, con otros actores, relación que el sujeto del reconocimiento establece sobre la base de una posición desnivelada y disimétrica en la sociedad, relación que llevará a la construcción de sentido.

Esta actividad no será nunca una mera respuesta automática a determinado estímulo, ni en el mismo sentido descrito para la producción (vid supra p. 37) el fin o "apagado instantáneo" del proceso de la comunicación, sino la puesta en marcha de una competencia por parte del actor que genera otra producción.

Pocas certezas existen sobre cuáles son las operaciones implicadas en la actividad del reconocimiento. Diversas teorías y enfoques se ocupan en la actualidad de esta problemática, sin embargo sabemos que ésta se encuentra en estrecha relación con el repertorio de significados que los actores poseen y que sólo la evidencia empírica permitirá avanzar en la generación de teorías sobre el reconocimiento.

Provisoriamente y sin pretender soslayar el problema especialmente en lo que se refiere al nivel de las "operaciones",

el reconocimiento puede ser abordado a través de las prácticas y productos que engendra.

■ Destino: Lo popular urbano

A lo largo de las páginas anteriores hemos tratado de plantear una construcción teórica que nos permita un acercamiento a dos problemáticas: la identidad cultural por una parte y, por otra, los usos sociales de la comunicación.

Toda propuesta teórica debe ser capaz de generar su propia estrategia metodológica. En tal sentido pensamos que el destino de este constructo teórico es un aterrizaje en el terreno de lo que hoy llamamos "lo popular urbano", el cual concebimos, siguiendo una propuesta de Martín Barbero, "no como el tema, sino como el lugar metodológico desde el cual interrogar lo social"⁴⁵, posición estratégica para comprender los modos de articulación de la comunicación y de la cultura en la trama de lo social.

Contra el mito que persiste —tenazmente— y que atribuye a lo popular un carácter tradicional, puro, casi reducible a pieza de museo y por otra parte una especie de reacción en sentido contrario que se autoriza —mediante la intuición y el "chispazo"— atribuir a lo popular urbano una serie de "características" —casi siempre a priori— que estamos lejos de poder constatar, es importante poder plantear estudios que nos instalen precisamente ahí, en los espacios cotidianos de los sectores populares urbanos, no para evaluar sino para comprender.⁴⁶

La calle, el barrio, la casa, no solamente como espacios de dominación y reproducción del sistema, sino como estrategias de liberación y resistencia en la búsqueda de una vida más digna.

Apropiación cultural, formas de interiorización diferenciadas y desniveladas del capital social, tanto material como simbólico; usos de la comunicación, diversidad de prácticas, de estrategias, de puesta en forma de significados.

prácticas, de estrategias, de puesta en forma de significados. ¿Cómo articular metodológicamente esta dimensión de existencia de lo social?

¿Cómo trabajar la producción de comunicación, su circulación, los productos que generan los sectores populares? Primero, creemos que es necesario partir de entender la cultura como una competencia desnivelada que provoca usos socialmente diferenciados de la comunicación.

Para concluir este capítulo, una cita de García Canclini: "En la constitución de lo popular también intervienen los aspectos étnicos, sexuales, de consumo, las formas más diversas de lucha contra la represión...(pero) las determinaciones de clase son indispensables para evitar la disolución culturalista de lo popular"⁴⁷.





Trazando los caminos: Estrategia Metodológica.

Solamente ahí donde no hay, o ya no hay, camino trazado, se toma el riesgo del método: camino hacia el camino. Quien no se ha perdido permanece sin método, quien no se reconoce ciego no puede aprender a ver.

MARC KLEIN.

Todo proceso de búsqueda implica necesariamente ensayos, tentativas, la transformación paulatina de preguntas no pertinentes en preguntas pertinentes; implica movimiento, acción controlada en la que la oposición es sobre todo a uno mismo en un continuo re-conocerse "ciego" ante una realidad que no se deja aprehender de cualquier modo. Es entonces que tomamos "el riesgo del método", empezamos a trazar caminos, a planear itinerarios y es así que echamos a andar en un movimiento de adentro hacia afuera.

Antes de iniciar el planteamiento metodológico de este trabajo, creo conveniente explicitar algunos antecedentes y supuestos que me han conducido a la opción por esta investigación que busca establecer las relaciones entre los usos de la comunicación y la identidad en los grupos juveniles marginales conocidos como "bandas".

Tal vez resulte una obviedad decir que los jóvenes son un sector mayoritario en nuestro país. Este sector se ha caracterizado en los últimos 40 años por una gran capacidad

combativa y de cuestionamiento al sistema. Por otro lado sabemos que como etapa de vida, en la juventud la fuerza, la pasión, la frustración y la rebeldía se manifiestan con un potencial virtualmente transformador de los espacios sociales a los que el joven tiene acceso. ¿Qué estrategias utilizan los jóvenes para impulsar esta transformación?, ¿hay algo más que la categoría de "ser jóvenes" que los una e identifique?.

Alrededor de los jóvenes y del problema de la identidad pueden plantearse infinidad de preguntas, pero es necesario recortar, afinar, redondear el objeto-problema, puesto que hay el riesgo de que por el afán de generar respuestas ante un todo que se nos aparece indescifrable y complejo, perdamos de vista el problema que nos interesa.

Los jóvenes agrupados en bandas, que llamaremos de aquí en adelante "chavos banda" viven en condiciones de marginalidad y represión; sus formas de organización, de expresión y de manifestación artística han despertado el interés no sólo de investigadores y estudiosos, sino del mismo gobierno, que ha instrumentado sobre todo en el Distrito Federal campañas de atención a las bandas.

Entender su propio sistema de relaciones, de valores, de normas y sobre todo sus códigos de expresión, puede aportar luz sobre un movimiento que va más allá del simple "placazo" en la pared.

Este trabajo tiene una doble intencionalidad. Por un lado, aportar elementos que, sobre la base de una experiencia empírica, puedan contribuir al debate sobre la comunicación y sus relaciones con las teorías de la cultura, además de aportar información concreta sobre los usos que de la comunicación hacen los diferentes sujetos sociales; y por otro lado devolver a la banda su propia lectura de la situación que vive, que pueda en determinado momento servir para el avance de su organización.

En las páginas siguientes se da cuenta de los procesos, estrategias y opciones metodológicas seguidos en la investigación.

■ De la pregunta al objeto construido:

La pregunta que orienta la investigación debe ser formulada en términos precisos y sintéticos. A mayor claridad, a mayor sencillez en la formulación de partida, menor será el margen de ambigüedad en la metodología escogida para responder la pregunta. Para abordar el estudio de las bandas se partió de formular la siguiente pregunta: ¿De qué manera la comunicación sirve a la constitución de la identidad en las bandas juveniles en la ciudad de Guadalajara?

Los objetos problema empíricos sobre los que interesa trabajar son:

- a) las prácticas de producción, que se entenderán como el conjunto de operaciones, dispositivos, procedimientos y recursos que los jóvenes utilizan en su vida cotidiana, que intervienen en el proceso de la comunicación.
- b) las prácticas de circulación, que referirá a los espacios, reglas, mercados y límites que determinan la circulación de los productos discursivos de la banda.
- c) los productos, que son aquellos objetos culturales producidos por la banda, a través de los cuales plasma su visión del mundo.

Para la observación de cada uno de estos objetos se han construido diferentes estrategias, sin embargo hay dos ejes que han servido de manera indistinta para orientar la recolección de datos: la pregunta por el sujeto y las determinaciones que para sus representaciones sobre el mundo ejerce su pertenencia a la banda, y concebir los productos y prácticas como formas de expresión e identidad propias del grupo, entendidas como "usos de la comunicación".

■ De mapas y supuestos:

El principal supuesto que orienta el trabajo es el convencimiento de que en los productos de la comunicación es posible encontrar las huellas y las marcas de la identidad que remiten necesariamente a un "nosotros" frente a los "otros". Producto en el que cristalizan a manera de visión del mundo un conjunto de significados objetivamente estructurados en el que es posible encontrar objetos, valores y relaciones.

En ese mismo sentido partimos del supuesto de que al ser el actor un sujeto social históricamente situado, sus producciones estarán ajustadas a un marco espacio temporal específico, es decir a una situación que el actor experimenta y recrea cotidianamente.

Por lo que toca a la conceptualización del *sujeto colectivo*, podemos pensar que las formas y códigos de expresión que se objetivan en un producto tenderán a reforzar -por las características del grupo-, los símbolos de autoidentificación colectiva.

Por último pensamos que al observar las prácticas de producción, las prácticas de circulación y los productos de la banda, podemos encontrar *un conjunto significativo de los principales elementos de la cultura de base de las bandas en la localidad que constituyen su identidad y determinar cuál es el papel que la comunicación desempeña para salvaguardar, innovar o reproducir un discurso propio, frente a la sociedad global.*

■ Delimitaciones.

No existen datos confiables sobre el número de bandas que existen en la ciudad de Guadalajara, se dice que hay alrededor de 150 mil jóvenes agrupados alrededor de este tipo de organizaciones. Precisamente la falta de información y la naturaleza de las bandas nos impuso la necesidad de un primer

acercamiento etnográfico al terreno, donde pudimos descubrir una tipología relativamente sólida de las bandas.

- a) En referencia a la expresión simbólica que comprende maneras de vestir, gustos musicales, modos de pensar y de actuar, se detectaron tres tipos de bandas: los *metaleros*, los *punks*, y los *cholos*.
- b) En relación al referente espacial y la pertenencia a distintos barrios, se detectó una autodivisión la *gente del sur*, la *gente del norte* y la *gente del poniente*.
- c) Se pudo detectar también la existencia de una tipología sexual: bandas exclusivamente masculinas, otras femeninas y finalmente bandas mixtas.

Es importante aclarar que no existe correspondencia entre los diferentes niveles de estas tres categorías. Es decir, en un mismo barrio pueden existir diferentes tipos de banda, tanto en lo que se refiere a sus modos de expresión como a la tipología sexual.

Después de un trabajo de sistematización y de observación participante se optó por trabajar, a manera de muestra, a partir de marzo de 1989 con la *Banda Olivos* de la Colonia del Fresno por las siguientes razones:

Olivos es una banda masculina del tipo *cholos* (sobre esta forma específica de "ser" banda, se dará explicación más adelante), chavos nacidos en la ciudad, hasta por segunda generación, hijos de obreros que se debaten entre la contradicción de un origen proletario urbano y un modo importado de ser jóvenes. Formada por alrededor de 50 individuos que van de los 17 a los 23 años, pero que han sido iniciados en la banda desde los 7 u 8 años por sus hermanos mayores o por algún pariente. El grupo formado por estos niños recibe el nombre de *Killers*, cuando cumplen trece años pasan a formar parte del grupo *Chicanos* y finalmente, como ya se dijo a

los 17 pertenecen —con plenos derechos y obligaciones— a la banda *Olivos*.

La influencia de la banda se extiende más allá de sus límites territoriales principalmente a través de su boletín mensual ¡Que Role! y a través de su papel protagónico en la organización de distintos eventos culturales ⁴⁸.

Teníamos pues, un claro origen urbano, varios años de pertenencia a la banda, una clara delimitación territorial con influencia en otros sectores, una larga tradición de producción cultural y un modelo más o menos evidente de autoidentificación.

Toda vez que el supuesto metodológico principal nos lleva a afirmar que es posible contestar a la pregunta por la identidad de los chavos bandas a través del análisis de los usos de la comunicación, pensamos en la necesidad de que los datos que se reúnen para el análisis sean amplios y diversificados, de tal manera que nos permita encontrar en sus diferentes manifestaciones una triple referencia a la identidad: la de pertenencia al grupo, la espacial o territorial y la simbólica, cuya conceptualización ya hemos explicitado.

Como fruto de las primeras observaciones en el terreno, pudimos caracterizar el objeto de estudio como un conjunto de prácticas y productos observables; esto se tradujo en la necesidad de elaborar ciertos protocolos de observación y el diseño de instrumentos para el análisis.

En las páginas siguientes daremos cuenta de estos dispositivos metodológicos.

■ Haciendo el camino: métodos, técnicas, instrumentos.

Una vez decidido el lugar, los sujetos y visualizado el posible corpus de análisis se utilizó la observación participante etnográfica, para lo cual se elaboraron protocolos de observación que partiendo de considerar el *producto* como el núcleo metodológico del trabajo, ofrecieran respuestas a las preguntas por la *producción* y por la *circulación*.

Para poder entender el producto como el resultado de un proceso de producción sometido a ciertas reglas de circulación, era necesario primero caracterizar al actor y familiarizarse con sus prácticas y rutinas cotidianas que posibilitaran entender "desde dentro" los modos de comunicar de estos actores. Salvado el obstáculo de nuestra presencia en el territorio de la banda (de esto hablaremos ampliamente más adelante) se diseñó en un primer momento una entrevista a profundidad que recogía los siguientes elementos:

- a) Concepción del sujeto sobre sí mismo y en relación a la banda.
- b) Concepción del sujeto sobre: familia, escuela, gobierno, iglesia.
- c) Concepción del sujeto sobre: temporalidad, territorialidad.
- d) consumo cultural: música, cine, radio, prensa, espectáculos, etc.
- e) espacios de sociabilidad y redes de comunicación.
- f) proyectos a futuro.

En el mismo proceso de realización de las entrevistas detectamos que al poner al "chavo" en situación de entrevista, mucha de la riqueza narrativa se perdía, por lo que se optó por respetar la dinámica de la misma banda y obtener los datos a través de grabaciones de sus pláticas, donde nuestro papel se mantenía por lo regular en el plano del observador, con algunas intervenciones para aclarar palabras o pedir opiniones sobre algún tópico específico.

En resumen, para efectos de caracterización del sujeto se

utilizaron la observación, el diario de campo, la entrevista a profundidad y la grabación de algunas reuniones.

Observando la producción:

Toda vez que entendemos por producción la acción del sujeto sobre una materia prima de carácter social o material que se realiza siempre desde un lugar social, el trayecto metodológico seguido para observar estas prácticas se organizó en dos conjuntos:

- competencias comunicativas, entendidas como el conjunto de saberes implícitos en el sujeto de los que se sirve para organizar, categorizar y expresar sus visiones del mundo.
- procesos de producción, entendidos como hábitos, estrategias y materiales utilizados en las producciones comunicativas.

Para el abordaje de estos conjuntos se utilizó la observación, las grabaciones de relatos directos y dos talleres, donde a partir de la exposición de un audiovisual ⁴⁹ se pidió a los chicos que hicieran "algo" con el material al que acababan de ser expuestos. Se trataba de generar una estrategia que al tiempo que activara las competencias narrativas de los actores, respetara su dinámica interna.

Observando la circulación.

Pensamos la circulación fundamentalmente como el espacio en el que confluyen en relación a un producto, un productor y un lector, es decir como un espacio de encuentro de sujetos. Lo observable, para este caso, lo constituyen entonces, precisamente los espacios por donde circulan las producciones

le la banda y las reglas y constricciones que se tejen alrededor de las prácticas de circulación. Los espacios a observar son:

- el barrio, es decir el territorio de la banda, la calle, la esquina, la tienda y otros lugares de reunión.
- otros barrios, territorios de otras bandas con las que el grupo seleccionado tiene contacto.
- lugares para eventos, galerías, salas de concierto, hoyos fonkies (bodegones, terrenos baldíos convertidos en improvisadas salas de conciertos y pistas de baile).
- medios de comunicación, radio, prensa, publicaciones periódicas, televisión, etc.

Como estrategias operativas de abordaje para este objeto se utilizó básicamente la observación y la recopilación de información a través de testimonios.

El Producto.

En un primer nivel se consideraron como material para análisis, todos aquellos "textos" que entendidos como productos permitieran observar las prácticas de producción y circulación. El criterio fue el de trabajar exclusivamente sobre aquellos "textos" objetivados con cierta permanencia. El segundo paso fue seleccionar del conjunto del material reunido aquellos productos que partiendo de procesos de producción y estando sujetos a condiciones de circulación diferentes entre sí, dieran cuenta de los mecanismos con que los jóvenes van armando su identidad.

Así el corpus final quedó constituido por:

- 1/. Los boletines *¡Que Role!*, desde el número 1 publicado en marzo de 1984 , hasta el número 19, de abril de 1989.

- 2/. Los placazos, que se redujeron por su temática, de un total de 25 en el territorio de la banda Olivos, a 5.
- 3/. Programas de radio, que difundidos a través de XHUG Radio Universidad de Guadalajara, fueron producidos por la banda.
Ya que estos programas implicaban la participación de varias bandas de la ciudad, se seleccionaron exclusivamente los "guiones" elaborados por Olivos, que en 1988, fueron dos.
- 4/. Los tatuajes comúnmente "portados" por los chavos banda que en referencia a su temática fueron agrupados en diferentes categorías.

Consideramos que estos productos son lo suficientemente representativos como para permitirnos obtener a través de su análisis las evidencias de la identidad asumida por este grupo.

Hacia un modelo de análisis:

Ya que la pregunta central que orienta la investigación apunta a las relaciones entre identidad y usos de la comunicación, se necesita un modelo que dé cuenta de ciertos tópicos esenciales.

Para la construcción de este modelo se articulan dos tipos de herramientas analíticas: el análisis de la enunciación y el análisis semiótico.

Es importante aclarar que en ningún caso se consideran para el análisis las tematizaciones individuales obtenidas durante el trabajo de campo. El corpus ha sido sometido a un proceso de homogeneización que permite la aplicación de un modelo.

Los textos obtenidos después de este proceso se entienden como manifestación de la enunciación, es decir, como aquel acto en el que el enunciador toma la lengua por instrumento y

la moviliza por su cuenta, siempre en relación a la diversidad de situaciones en que es producida la enunciación⁵⁰.

Para clarificar los criterios que nos han llevado a la decisión de emplear la semiótica y la enunciación para nuestro modelo de análisis, nos ha parecido pertinente primero presentar un breve resumen de ambos métodos y segundo, dar cuenta de cómo han sido utilizados en este trabajo.

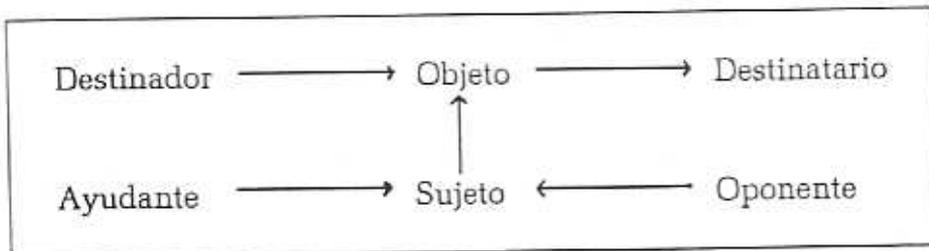
Algunos elementos de la semiótica Greimasiana.

La semiótica puede entenderse como la teoría general de los sistemas de significación. No sobra señalar que el signo es, además de una relación, un producto histórico.

Desde esta perspectiva "el texto" no se aparece ya como algo estático, movido por un acto individual de voluntad, sino como una organización donde operan diferentes sistemas semióticos y semiológicos. En otras palabras "el texto" se entiende como un objeto cultural que produce sentido y la semiótica trabaja precisamente ahí en la "formalización del sentido".

Para el trabajo de "formalización" en el análisis semiótico se establecen dos niveles en el discurso-relato: el profundo, que remite a la estructura elemental de la significación y el nivel de superficie, que nos remite al modelo actancial.

En este modelo "el actante" es una categoría fundamental ya que en el relato es la figura nominal capaz de asumir al menos un rol actancial, estos elementos quedan explicitados en el cuadro actancial



El modelo permite encontrar y ubicar la serie de transformaciones que van afectando a través de diversas acciones la relación sujeto-objeto, que constituye los "programas narrativos". Tenemos un sujeto al que define el "deseo", que puede estar en estado de conjunción ($S \wedge O$) o en disyunción ($S \vee O$) con su objeto de deseo, lo cual da dos estados fundamentales: el de la virtualización (disyunción) y el de la realización (conjunción).

La pareja formada por sujeto-objeto está ubicada en el eje del deseo.

El destinador es el rol actancial que cumple en el relato la tarea de otorgar (mediante la atribución o la renuncia) el objeto de deseo. El destinatario por su parte es el rol actancial que "recibe" el objeto. La pareja destinador-destinatario se ubica en el eje de la comunicación, ya que supone "la comunicación" de un objeto-valor.

Ayudantes y oponentes, situados en el eje de la participación, son roles actanciales que van ayudando u oponiéndose al sujeto para la consecución del objeto deseado.

En la medida en que el sujeto va emprendiendo la búsqueda del objeto, van sucediéndose transformaciones de estado que revisten cuatro modalidades: deber, querer, poder, saber.

Acciones que modalizan el hacer del sujeto:

deber - querer (son modalidades virtualizantes)

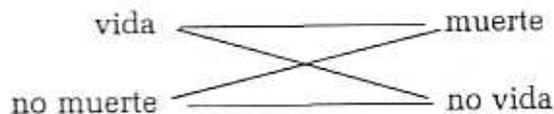
poder - saber (son modalidades actualizantes)

Establecidos los niveles de la estructura superficial, que permite ubicar la relación sujeto-objeto, las transformaciones de estado, las competencias del sujeto (que comprende la adquisición y manipulación de las modalidades de saber-poder-querer-deber) y la intervención de los distintos roles actanciales, es posible pasar a la estructura profunda del relato.

Los roles actanciales son soportados por "actores", éstos a su vez son definidos por una serie de roles temáticos, "figuras" que

de sentido en el relato; estos semas corresponden a nivel más profundo a los "semas dominantes" que organizan la isotopía fundamental del texto en cuestión.

Estos elementos generan a su vez distintos cuadrados semióticos que por oposiciones van organizando el sentido profundo del texto, por ejemplo:



Desde luego esto es una síntesis muy reducida del modelo, pero ya que nuestro afán no es "semiótico" sino comunicacional, creemos que es suficiente para elaborar un planteamiento operativo del método que sirva para los fines que nos hemos propuesto.

De la Enunciación.

En lo que se refiere a la enunciación, hemos adoptado los estudios desarrollados por Emil Benveniste⁵¹ y los realizados por Gilberto Giménez⁵².

Giménez nos dice que la teoría de la enunciación se ocupa fundamentalmente del sujeto emisor y de su relación con el propio enunciado y con su interlocutor⁵³.

En términos de Benveniste, tendríamos como un primer parámetro al "locutor" que enuncia su posición mediante indicios específicos. En cuanto ha asumido esta posición, implanta al *otro* delante de él, cualquiera que sea el grado de presencia que atribuya a este otro⁵⁴.

Así, lo que constituye a la enunciación es la misma relación del enunciadador con su enunciación, "introduciendo al que

habla en su habla⁵⁵ a través de una serie de formas específicas y de indicios.

Un primer indicio es *la persona* (yo-tú), donde "yo", es el enunciador y "tú", el enunciatario.

Un segundo elemento corresponde a la dimensión temporal, que a través de los tiempos verbales introduce en la misma enunciación la categoría *tiempo*, como un organizador de la existencia.

Benveniste plantea otros elementos en el marco formal de la enunciación, sin embargo, hemos optado por seguir el modelo propuesto por Giménez ya que nos parece más pertinente en función del problema que nos ocupa.

Así introducimos, siguiendo a Giménez, una categoría más que es la dimensión *espacial*, o el lugar desde el cual el enunciatario habla.

Articulando las propuestas.

- a) Toda vez que buscamos en el corpus las huellas de la identidad, parece pertinente trabajar en un primer nivel con la enunciación, encontrar primeramente en los "textos" al sujeto de la enunciación. Buscamos aquí al YO-NOSOTROS, que puede manifestarse de manera "inclusiva" (yo + ustedes) o de manera exclusiva (nosotros frente a ustedes)⁵⁶.

Un segundo elemento de este nivel es encontrar "desde cuándo habla este sujeto", es decir el manejo del tiempo que puede encontrarse en la enunciación.

Enseguida se buscará "desde dónde habla el sujeto", o las marcas espaciales en el texto.

Importante en el nivel de la enunciación es encontrar los posibles interlocutores y las alianzas que sostienen al enunciador y que en determinado momento pueden hacerlo hablar con más autoridad.

Hasta aquí utilizaremos la enunciación, ya que con esto

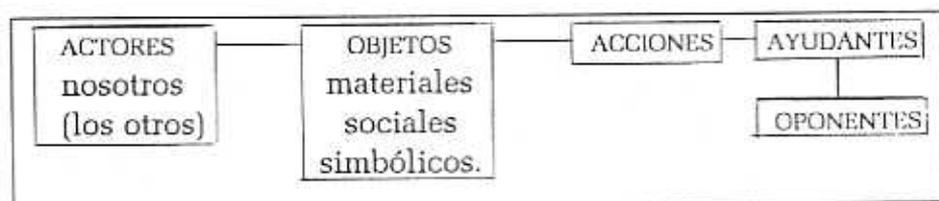
podemos construir un "nosotros que habla desde una configuración espacio-temporal específica".

- b) En el nivel semiótico buscamos las relaciones sujeto-objeto, la participación de diversos actores en el relato, los objetos de valor y las acciones modalizadas de los sujetos.

Para lograr este fin, procederemos primero a descomponer los distintos textos del corpus en programas narrativos, que nos permitan reconocer:

- a) transformaciones de estado.
- b) competencias del sujeto.
- c) roles actanciales y roles temáticos.
- d) objetos de valor
- e) isotopías en los textos (claves de lectura y plano de su significación)

Estos elementos pueden articularse en el siguiente esquema:



Hay unos sujetos que persiguen ciertos objetos de valor, a través de una serie de acciones; en este proceso son ayudados u obstaculizados por personas o fuerzas.

Se trata de hacer un análisis del enunciado en términos semióticos, partiendo del supuesto de que *él que se comunica a través de la palabra escrita, oral o icónica, se posiciona con respecto a otros, al mundo y a sí mismo.*