

Condiciones de producción y efectos del discurso político

Ramón Oscar Murillo Serna

RESUMEN

Este ensayo tiene como objetivo estudiar las condiciones de producción y efectos del discurso; con el propósito de desentrañar el rol que el discurso juega, dentro de la estrategia de acceso al poder de un partido político, en un sistema plural y democrático.

Las condiciones de producción del discurso político –para el autor– no son meras circunstancias que actúan sobre el discurso, sino los factores mismos que constituyen el contenido, la forma y la “instancia” de la configuración semántica del mismo.

Esta visión social del lenguaje (tanto como sistema y como producto histórico), en el que se acentúa el papel fundamental de la lengua en la interacción, es estudiado siguiendo un riguroso orden lógico-teórico: Teoría de la comunicación pragmática/lingüística y análisis semántico o funcional.

INTRODUCCIÓN

A partir de los años 60 se dio inicio (particularmente en Francia) a una serie de investigaciones sobre el discurso político. Los alcances y resultados de estos trabajos dieron origen a una “disciplina” o corriente de pensamiento hoy conocida como ANÁLISIS DEL DISCURSO. En el status, contenido o metodología de esta disciplina, los especialistas difícilmente se ponen de acuerdo, priman más los desacuerdos que los puntos de vista comunes. Esto es así, porque el análisis del discurso (a pesar de casi cincuenta años de desarrollo) es aún un campo de conocimiento en formación.

En el contexto de esta disciplina no se da un manejo homogéneo de conceptos, y muchas veces un mismo fenómeno está designado con varios conceptos a la vez, lo que complica la lectura, y pone de antemano en cuestión el modelo axiológico del que parte todo investigador.

Pareciera que el camino a seguir en estas condiciones se acaba al borde del precipicio. Nos tiramos a él y abandonamos el análisis del discurso o continuamos con dificultades por el camino ya trazado. Hacemos, entonces, el mismo recorrido pero con itinerario propio. Algo de esto último hemos seguido en este ensayo. En principio, porque no existe un marco teórico único ni homogéneo para analizar el DISCURSO o los discursos (político, literario, científico, filosófico, histórico, etc.) y en seguida, porque en el análisis de un mismo discurso, las investigaciones muchas veces alcanzan un carácter interdisciplinario, difícil de seguir. Esta amplitud del análisis del discurso (que va de lo lingüístico a lo social y de lo social a lo histórico) quizás sea la causa de que hoy no podamos hablar del análisis del discurso como una sola disciplina, sino de tantas otras, como puntos de vista teóricos existentes.

En esta situación resulta casi innecesario presentar una historiografía del análisis del discurso, tal como se acostumbra en la introducción de un (nuevo) modelo. Nos parece más importante delimitar el marco teórico con el cual operaremos, antes de presentar una VISIÓN (por muy breve que esta sea) de las distintas corrientes (pasadas o presentes) del análisis del discurso político. Las referencias a otros autores o a otras teorías que se hacen en este ensayo tienen la finalidad de definir de mejor manera el proyecto del cual partimos.

Un punto de vista como éste se presenta parcial, los riesgos teóricos de esta parcialidad son conocidos, (ontológicos y epistemológicos), pero lo que interesa más en este momento es definir los límites del modelo con el cual operaremos sobre un material bruto –CORPUS–. Tenemos que acercarnos a estudiar cualquier situación de comunicación o cualquier resultado de estas situaciones con un modelo heurístico.

Un modelo que proponga categorías relevantes y que incluso pueda presentar una jerarquía posible de esta relevancia. Este modelo no puede ser otro que heurístico. Una ayuda para la investigación y no una teoría del análisis del discurso político. La pertinencia de este modelo, su capacidad de presentar (nuevos) resultados, en fin, su rentabilidad operatoria se pondrán a prueba al momento de su aplicación.

En este trabajo, por otra parte, no estamos interesados en estudiar la complejidad lingüística de un texto, no nos interesa examinar la frase, el sintagma, ni los procesos semánticos o sintácticos; nos interesa más bien, la funcionalidad del discurso o del texto. Nos inscribimos en aquella línea de investigación inaugurada por Bajtin, que considera la situación social o las relaciones sociales como determinantes de las condiciones de producción y/o estructuración de un discurso.

Para M. Bajtin (1992), el estudio de una lengua no se sitúa al nivel de las formas lingüísticas abstractas sino en las situaciones de comunicación concretas. La comunicación social constituye el aspecto central de esta teoría. En la perspectiva de Bajtin, la palabra o las palabras son los puentes necesarios de la intercomunicación e interacción humana, esconden un poder mágico, una situación omnipresente. "No lo podemos observar desde el exterior porque el más allá del lenguaje es impensable. Lo que resulta pensable y comunicable lo es desde el lenguaje. El lenguaje es el elemento constitutivo de la intersubjetividad y de la vida social". (Sebastià Serrano, en J. Tuson: 1989, 21).

Digamos, un territorio común a los hombres; pero un territorio desde el cual se puede transformar, intervenir y hasta destruir a quien nos escucha. Es justamente este aspecto social y funcional del lenguaje el que nos interesa y ha interesado muy poco a los lingüistas. Para algunos como Chomsky y sus seguidores la lingüística no se ocupa de ellos.

He aquí, otra vez más, transportados al territorio de las incertidumbres, casi arrojados a los extramuros del lenguaje mismo, ni que decir de la lingüística. En estas condiciones: ¿cómo definir el objeto de estudio del Análisis del Discurso?

Desde nuestro punto de vista, a diferencia de la lingüística, que tiene como objeto de estudio la frase, el Análisis del Discurso (evitando hacer referencia a las discusiones que sobre este punto se dan entre las distintas tendencias, como la denominada análisis del discurso de tradición francesa, el método distribucionalista de Harris o los trabajos de la enunciación de Jakobson o Benveniste y otras) se ocupa del DISCURSO. Definimos el discurso como el resultado de un proceso de enunciación, que comprende una situación de comunicación concreta que supone un emisor y un destinatario, ambos en interacción mutua, lo que no descarta a un emisor la posibilidad (de hecho se da en la mayoría de las situaciones de comunicación política) de influir, intervenir, persuadir o conquistar al destinatario, receptor o auditorio.

Una definición como ésta comprende, tal como ya lo señaló R. Barthes (1981), una metodología (o metodologías) propia, unidades de análisis diferentes a las de la lingüística y cómo no, una "gramática" propia. Comprende en los términos de este autor una "segunda lingüística".

No creemos que el análisis del discurso haya alcanzado este nivel, pero desde luego no es el conocimiento lingüístico de la lengua. Para D. Maingueneau (1995) es un nuevo conocimiento de la lengua, que desemboca en una disciplina autónoma preocupada por examinar las relaciones existentes entre la

enunciación y el lugar social donde se lleva a cabo. El discurso, resultado de esta relación, se suscribe al lugar (físico) social. Se parte del género para determinar la situación, pero se circunscribe el lugar para determinar los géneros discursivos asociados a él. En esta concepción el discurso aparece como una actividad de los sujetos que interactúan en determinadas situaciones. El análisis del discurso, en este caso, tiene como objetivo estudiar el uso del lenguaje (discurso) en relación a una situación real, sea ésta política, social o histórica en la que se produce el discurso. Una concepción como ésta abre nuevas perspectivas para el análisis del discurso porque se trata de estudiar la lengua o su "uso" de ella en relación a un REFERENTE específico. Este hecho permitiría superar las situaciones de comunicación porque aquí se trata de determinar a través de, o por medio del discurso, el referente "discursivo" (campo social específico). Se parte de un género (político, histórico, religioso u otro) para ubicar el campo social específico (un hospital, una escuela, un estudio de T.V., etc.) pero se delimita el lugar con el propósito de definir el género que pertenece a éste.

Una concepción como ésta nos parece muy útil para examinar unidades sociales "micro", donde el discurso aparece como una actividad de la institución, pero difícilmente puede ser aplicado a unidades sociales "macro" (abstractas), como los grupos o clases sociales a quienes está destinado el discurso político.

En esta investigación no nos ocuparemos de relacionar lugar de enunciación enunciado, de todas maneras en la base de esta teoría encontramos la misma idea por la que partimos: el estudio social del lenguaje y la construcción de las relaciones sociales por medio del lenguaje. El análisis del discurso pese a su pluriteoricidad estudia el discurso tal como éste es: un producto finamente elaborado y acabado en las situaciones de comunicación social de todos los días.

Este ensayo no tiene ambición de cubrir el campo amplio del estudio social del lenguaje, nos limitaremos en él a estudiar la naturaleza "social" de las condiciones de producción del discurso político, con el propósito de desentrañar el rol particular que un discurso político juega dentro de la estrategia de acceso al poder de un partido político en un sistema político plural y democrático.

Caractericemos brevemente los postulados fundamentales sobre las cuales está estructurado nuestro modelo:

En primer lugar, conviene situarnos en un plano en el cual ubicarnos para estudiar el discurso político. En este sentido, lo que interesa son las condiciones de producción y efectos del discurso político. Responde a las

siguientes interrogantes: ¿De qué manera se elabora, construye y/o produce un discurso y cuál o cuáles son los efectos, consecuencias o fines de esta producción?

Es necesario esclarecer aquí por qué estudiamos los efectos y no, por ejemplo, el grado de veracidad o falsedad de esta producción discursiva. La respuesta es sencilla. Para nosotros los discursos políticos no pueden ser evaluados en relación a la verdad o a una situación verdadera (real), porque el discurso político no describe una realidad, todo lo contrario, está elaborado exclusivamente en función a los intereses del emisor con un fin o propósito específico: convencer, persuadir o conquistar para acceder al poder. La evaluación de un discurso político se hace entonces en función al objetivo(s) que pretende alcanzar el emisor, en este caso, en función a los efectos (reales o deseados). Desde este punto de vista debemos considerar el discurso político como una emisión (enunciado) preformativa (o realizativa).

La disciplina que estudia la manera de comprender este tipo de emisiones, que tratan con los diferentes usos del lenguaje, es la pragmática. Definimos la pragmática como aquella disciplina que estudia el uso del lenguaje en la comunicación. Estudia las maneras, las condiciones que determinan la utilización de un enunciado (discurso) concreto por parte de un emisor, en una situación de comunicación concreta y la interpretación (aceptación) de este enunciado por un destinatario. La pragmática es, por tanto, una disciplina que toma en consideración los factores extralingüísticos que determinan el uso del lenguaje, precisamente todos aquellos factores a los que no puede hacer referencia un estudio puramente gramatical.

En el estudio de las condiciones de producción del discurso político, esta perspectiva "lingüística" no es suficiente, debemos llevar las condiciones de producción a una matriz más profunda (genética). A una matriz CULTURAL, que permite insertar los enunciados en el interior de un esquema durable de costumbres, que modelan las actividades y expectativas de un grupo. La mecánica de la relación entre universo cultural y discurso político será estudiada a partir del modelo de la interlocución que propone W. Ossipow, y que no consiste sino en la tentativa de explicar la producción del discurso más apropiado, tomando en cuenta la significación imaginaria del destinatario.

La matriz cultural, por otra parte, nos lleva a una matriz mayor, a una matriz SOCIAL, donde se cristaliza el conjunto de funciones del discurso político. Si la producción discursiva se hace en función a una finalidad, es decir, a una búsqueda de eficacia, el discurso necesariamente asume una dimensión funcional (de integración, movilización, legitimación o adaptación, etc.). Estas funciones cuando tratamos con el discurso se llevan a cabo en el contexto de una situación de comunicación, a través de los actos de lenguaje

que encierra toda comunicación, donde la ideología se erige como una estrategia verbal, que define en parte el contenido de un discurso político.

La situación de comunicación, como se puede ver, es el contexto que permite la circulación de la información, pero a la vez es la instancia, el momento en el cual se configura el contenido y forma del discurso. En un sistema político competitivo la aceptabilidad social del discurso depende de la naturaleza del contenido. Dicho contenido se elabora en función a un conjunto de estrategias específicas que se plantea el emisor. Desde el punto de vista de la comunicación comprender una frase no consiste simplemente en recuperar significados sino también en identificar referentes. No basta con entender las palabras; hay que saber a qué objetos, hechos o situaciones se refieren (Escandell, 1993, 24). De la misma manera al nivel del signo, la transformación de la relación, la transformación de significación a la necesidad que tiene un emisor de regular su discurso como un discurso con fines de aceptación. De esta manera, las unidades lingüísticas componentes del contenido -CORPUS- revelan las condiciones de producción de un discurso, la situación del emisor y su relación con el destinatario, dentro de una citación de comunicación concreta.

Las condiciones de producción del discurso, en nuestra perspectiva, no son meras circunstancias que actúan sobre el discurso sino los factores mismos que constituyen el discurso y configuran la dimensión semántica del mismo. El análisis del discurso no trata con el estudio lingüístico de la lengua, sino de todo aquello que hemos tratado de definir como el estudio de las condiciones de producción. El propósito final no consiste en describir lingüísticamente un documento sino extraer de este documento una "realidad" sociológica, pero para llevar a cabo esta tarea nos apoyamos en algunos análisis de naturaleza lingüística.

Las perspectiva teórica que se plantea en este modelo es evidente. Se trata de combinar el análisis sistemático o funcional con la teoría de la comunicación y la pragmática. Esta concepción teórica ha sido estudiada por muchos investigadores, pero los que mejor se han ocupado del objeto que nos interesa han sido los profesores Ch. Roig, W. Ossipow, I. Papadopoulos, entre otros. De ellos tomo las ideas centrales para este ensayo; en lo que a mí me concierne, quizás no tenga una semilla propia, pero sí una tierra donde esta semilla crece diferentemente.

I. EL DISCURSO Y LA TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN

Con la aparición de la obra: *The mathematical theory of communication*, en 1940 (Univ. of Illinois Press, Urbana, Illinois) del ingeniero C.E. Shannon,

sobre la teoría matemática de la información, se dio inicio a todo aquello que hoy se conoce como la teoría de la comunicación. Los trabajos de Shannon interesaron muy rápidamente a todos los intentos de mecanizar la información: radio, teléfonos, T.V., analizadores eléctricos y desde luego a los medios de comunicación que dio origen la ingeniería cibernética. La lingüística no fue una excepción, la aplicación de la teoría matemática de la información en este campo fue notable; tal como aparece en numerosos trabajos de los lingüistas de los años cincuenta. Gleason (1955) por ejemplo.

Aunque en realidad no exista un parecido o semejanza entre una interacción verbal y la teoría matemática de la información, los aportes, por así decirlo, de la teoría de la comunicación al estudio del lenguaje fueron importantes. A partir de este período, la incorporación de nuevos conceptos desde la teoría de la comunicación a la lingüística se dio de manera permanente. Categorías como: emisor, receptor, redundancia, codificación, descodificación, etc., difícilmente pueden desvincularse en la actualidad de la teoría del lenguaje. Pero más allá de la importancia evidente de una formalización matemática de la información, que el modelo de Shannon propone, lo que más sedujo a los lingüistas fue la posibilidad de argumentar matemáticamente con resultados; es decir, formalizar el estudio del lenguaje que hasta entonces no era sino una hipótesis. Con esta posibilidad se dio inicio a una importante tradición lingüística, que reemplazó el psicologuismo ingenuo por un tecnicismo; tal como aparece en las conocidas corrientes mentalistas o biologists del lenguaje.

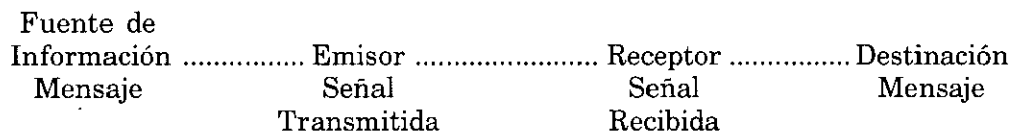
La teoría de la comunicación es suficientemente conocida como para ocuparnos de ella en este ensayo. Es necesario, sin embargo, retener algunas ideas generales por los alcances de esta teoría en nuestra propuesta de análisis del discurso.

Entendemos por comunicación la transmisión de información de un punto a otro (lugar o persona). La información está constituida por mensajes que han recibido una cierta forma; es decir, han sido codificados. La primera condición para que pueda establecerse la comunicación es la codificación, es decir, la transformación del mensaje en un sistema de signos o CÓDIGO. La característica principal de un código es el de ser una convención previa, sistemática y categórica. La comunicación se establece cuando una de las partes -EMISOR- emite o transfiere el mensaje a "otra" -RECEPTOR- por medio de un -CANAL- (radio, teléfono, aire, carta, etc.). La recepción del mensaje implica un proceso de descodificación de parte del receptor. A menudo en el curso de la comunicación puede haber y hay, recodificación. En este caso el mensaje codificado y después descodificado, recibe una nueva forma. Por ejemplo, se dicta un telegrama (forma acústica), luego se transcribe

a una hoja de papel (forma escrita), más tarde, traducido al Morse (forma mecánica) y finalmente, transmitido en forma de impulsos eléctricos.

En resumen: decimos que hay comunicación cuando la sustancia codificada es EMITIDA, TRANSMITIDA y RECEPCIONADA.

Entre los esquemas de la comunicación que acabamos de describir el más conocido es el de Shannon y Weaver (ob., cit.):



R U I D O

En este tipo de comunicación, como podemos darnos cuenta no se da transferencia de SENTIDO, la comunicación es una transferencia "mecánica" de la información. La línea telefónica por ejemplo transporta energía, las señales comunicativas no pueden ser otras que físicas (eléctricas o electrónicas) y son monosémicas, el telégrafo ignora el contenido semántico del telegrama que transmite y en general hay transferencia física de la información, pero no sentimental (humana), porque la teoría de la comunicación ignora este proceso. El sentido tiene que ponerlo un "receptor humano al cabo de una última codificación, atribuyendo a cada forma un equivalente semántico extraído de su memoria, que es un repertorio de asociaciones convencionales entre las formas del código y sus propias experiencias" (P. Guiraud. 1977, 155). La comunicación humana se diferencia de la física, además de los factores comunes que podamos asociar, por el nivel SEMÁNTICO en la que ésta se da. La comunicación es un intercambio verbal entre un Yo (ego), que produce un enunciado y un destinatario (tu y/o él) de quien se espera una respuesta, porque lo que se habla o de lo que se habla (objetos o seres) es común a ambos. Se da a un nivel subjetivo y cualquier intento de querer describir una comunicación humana (por muy formalizada que ésta sea), sin tomar en cuenta las estructuras de la significación, condena el intercambio verbal, como decía Jakobson (1963), a una ficción escolástica.

Es justamente Jakobson, quien sin romper con las estructuras básicas de la comunicación, el que introduce la noción de CONTEXTO (o referente) y la noción de CONTACTO en el estudio funcional del lenguaje. En todas sus obras no deja de criticar las experiencias mecánicas y reduccionistas de aplicación de la teoría física de la comunicación al estudio del lenguaje. Para él, el problema no consiste en una "traducción" de las estructuras de la comunicación en estructuras lingüísticas, pese a que él mismo reconoce en el signo lingüístico una nueva dimensión: el de ser señal (constituyente del código de señales que es la lengua).

La idea principal de Jakobson –nos parece–, es descubrir, en el modelo matemático, el universo social de la comunicación; lo que implica, plantearle al modelo, una serie de interrogantes sociales y estudiar el lenguaje “en toda la gama de sus funciones” (Jakobson, 1985, 32). Esta situación, pensamos, lo lleva a retener el modelo matemático, por una parte; y por otra, a reducir las complejas relaciones sociales a un único proceso esquematizado, en las 6 funciones del lenguaje.

No queremos hacer de Jakobson el precursor de los estudios sociales del lenguaje, pero muchos investigadores se inspiraron en él, al hacer “corresponder” lengua y sociedad. Lévi-Strauss (1969) representa el ejemplo más clásico. Para el investigador, como sabemos, el lenguaje debería ser susceptible de ser tratado como un producto de la cultura. Un reflejo de “la cultura general de la población” (ob. cit., 63).

Los aportes del modelo de Jakobson, sin embargo, no parecen encontrarse aquí. Resulta demasiado primario reducir las situaciones sociales a las seis funciones lingüísticas. Pero, por otra parte, limitar los alcances de esta teoría al solo modelo, como casi siempre lo hacemos los no lingüistas, no es sino ignorar la riqueza de estas investigaciones. A no dudar, la comprensión de la obra de Jakobson tiene que ser global. Según C. Bachmann y J. Simonin; Jakobson: “il a maintenu une conception qu’il a voulu extrêmement large de ce qu’est le langage. Le bref article qu’il a consacré au “oui” et au “non” mimiques en est la preuve. Par là même, il a ouvert la óbice aux études actuelles qui posent avec acuité le problème de l’acteur social dans les interactions langagières (1981, 28). Una perspectiva como ésta, evidentemente permitirá restaurar, por ejemplo, las nociones de significación y finalidad (que no aparecen en el modelo y a las cuales no hace explícitamente referencia Jakobson), tanto así como la noción de acto lingüístico, tan importante en la teoría de la enunciación de este investigador.

Nosotros no podemos ocuparnos de los alcances o limitaciones de esta teoría, los problemas teóricos llevan generalmente al estudio de una tradición lingüística compleja, aquella que estudia la lengua como ENUNCIADO / y ENUNCIACIÓN (véase sobre todo Benveniste, 1974). En esta ocasión nos limitaremos a presentar la situación de comunicación tal como lo entiende Jakobson.

Veamos, entonces, los factores que forman parte de cualquier acto de comunicación o cualquier hecho del habla:

En primer lugar, Jakobson distingue el emisor que envía un mensaje al destinatario, pero para que este mensaje sea eficaz, el mensaje requiere un CONTEXTO de referencia, captable por el destinatario. Este contexto, es

verbal o susceptible de ser verbalizado. En seguida, la comunicación al igual que en el modelo matemático no puede darse sin un CÓDIGO que debe ser TOTAL, o por lo menos parcialmente común al emisor y al destinatario (recordemos que en un tipo de comunicación física, el emisor y el destinatario no tienen el mismo código, lo que da lugar a nuevas formas de recodificación). Y por último, es necesario lo que Jakobson denomina CONTACTO: un canal físico y conexión psicológica que permite al emisor y al destinatario entrar en comunicación y mantenerse en ella.

Cada uno de estos factores da origen a distintas funciones del lenguaje. En cada caso, el carácter de una expresión o unidad lingüística está determinada por una de estas seis funciones. Si la expresión insiste, por ejemplo, sobre el emisor, la función que se exterioriza vendría a ser la “denominada EMOTIVA o “expresiva”, enfocada hacia el HABLANTE, aspira a una expresión directa de la actitud de ésta hacia lo que está diciendo” (Jakobson, 1985, 33). Si hay insistencia en el destinatario, la función es CONATIVA; mientras que una orientación hacia el contexto supone un énfasis en la función DENOTATIVA (o referencial). La función FÁTICA tiene como objetivo “establecer, prolongar o interrumpir la comunicación, para comprobar si el canal funciona” (Jakobson, ob. cit., 36). El ejemplo más comúnmente subrayado es el DÍGAME, del otro lado del hilo telefónico. La función fática o de contacto, según Jakobson (ob. cit.), comprende en todas las lenguas un profuso intercambio de fórmulas ritualizadas, que tiene como propósito prolongar la comunicación. Es la primera función verbal que adquirimos y la única que compartimos con el reino animal, porque el esfuerzo de comenzar y mantener la comunicación se da también en las aves cantoras. Por el contrario, la función METALINGÜÍSTICA recalca más en el código usado entre el emisor y el destinatario. La función POÉTICA es la última, se centra sobre el mensaje en sí y trata de la capacidad inventiva del lenguaje que Jakobson estudia a través del género poético.

El esquema del modelo lingüístico que acabamos de describir es el siguiente:



Las funciones correspondientes a cada uno de estos factores son a su vez los siguientes:

REFERENCIAL
EMOTIVA POÉTICA CONATIVA
FÁTICA

METALINGÜÍSTICA

Jakobson (1985, 32, 29)

- Función referencial, cuando se trata de comunicar la información.
- Función emotiva, cuando el emisor se expresa personalmente.
- Función conativa, cuando el emisor actúa sobre el interlocutor.
- Función fática, cuando se inicia y mantiene el contacto con el destinatario.
- Función metalingüística, cuando el emisor y/o el destinatario necesitan comprobar si emplean el mismo código, el habla fija la atención en el código. Las definiciones de un diccionario, por ejemplo.
- Función poética, cuando hay creación de parte del emisor.

El modelo del lenguaje que propone Jakobson evidentemente no es el único, en el campo de la lingüística hay muchos otros: Bally (1941), Bühler (1952), F. De Saussure (1972), Husserl (1962), etc. En el campo de la filosofía del lenguaje, el más antiguo es el esquema de Platón (1983) que aparece en el *Kratylos*. Aristóteles en su retórica enuncia también lo que vendría a ser una situación del lenguaje. No es difícil ver reaparecer los modelos clásicos renovados en esquemas más recientes. Un estudio crítico de los principales esquemas y a la vez una descripción de una citación de comunicación más reciente, que tomaremos como ejemplo, puede encontrarse en F. Martínez (1972).

En efecto, para Martínez (ob., cit.) la frase dicha caracteriza a una acción como acción comunicativa y esta acción comunicativa define por así decirlo la situación, como situación comunicativa. "La acción del hablante está dirigida al oyente y es relativa a un objeto del campo común de percepción. La frase dicha es producto y medio de la acción comunicativa. Una acción como ésta tiene por finalidad influir en el otro; ... conformar el estado del otro ... hacerle compartir alguna experiencia, la de hacer común para oyente y hablante cierto estado de conciencia, o, simplemente cierta conciencia. Esta conciencia comunicada es conciencia de una situación. En virtud de la frase, hay una nueva situación estrictamente común para ambas personas. Actuar comunicativamente sobre alguien es: ponerlo mediante frases en determinada situación. Los momentos determinantes de esta situación de comunicación son: el objeto, incluido en ella por la acción comunicativa que lo hizo intencio-

nalmente presente; la actitud del hablante, puesta de manifiesto en su acción y la acción misma, cuya transitividad... una expectativa de actitud de respuesta -ya que sin ella no es concebible una acción comunicativa, necesariamente intencional. Esta expectativa es esencialmente una llamada o apelación. La dimensión apelativa de la frase ... es ... el ser momento de la acción comunicativa". (F. Martínez, 1972: 106, 107).

La situación comunicativa (reconstruimos el pensamiento de Martínez) abarca además de la situación comunicada, la realización misma de la comunicación, mediante el proceso de recepción y aceptación que realiza el oyente de lo comunicado. En esta aceptación se encuentra la clave de la actitud de respuesta del oyente. De esta actitud depende también que la situación comunicada resulte perfecta o imperfecta. Será imperfecta cuando el oyente voluntaria o involuntariamente se substraiga de la comunicación por incompreensión o rechazo (ver Martínez, 1972: 107, 108).

No es difícil darnos cuenta en esta descripción del carácter estrictamente lingüístico de ella, aunque en esta descripción no figura el signo y la dimensión semántica del signo, que Martínez examina en el capítulo VI. La descripción ilustra bien la tendencia de considerar el estudio del lenguaje como un MEDIO de la comunicación y haciendo esto, se aleja de la tendencia predominante en el estudio del lenguaje, iniciada por Chomsky y sus seguidores. Para muchos investigadores, la lingüística chomskyana deja de lado uno de los aspectos más interesantes del estudio del lenguaje, aquel que se refiere a su funcionamiento en sociedad.

El interés por el estudio del lenguaje en *contexto* (Jakobson y Martínez en nuestros ejemplos) probablemente ha tenido también que ver con una suerte de rechazo de las corrientes biologists o mentalistas del lenguaje, por lo menos ésta es la opinión que Lavandera (1992) retiene de la obra de Chomsky, a quien considera indirectamente responsable del desarrollo de la sociolingüística y la etnolingüística de los años 60 y de la pragmática y el análisis del discurso de los 70. "Por paradójico que pueda parecer al retomar la dicotomía *langue-parole* de Saussure (bajo las rúbricas de competencia y actuación) y lo que ha resultado aún más importante el propugnar la autonomía de la sintaxis. Chomsky ha espoleado el interés por el estudio del lenguaje en su contexto socio-cultural" (Lavandera, 1992, 15).

No es el objetivo de este ensayo adentrarse en esta discusión, los caminos (o las tendencias) inevitablemente no conducen a la genial distinción (y superación) que Saussure (1972) propone del lenguaje entre: lengua y habla. El problema teórico que estamos tratando de desarrollar es otro, aquel de superar el estricto marco de la lengua en sí misma y por sí misma. De lo contrario, no tendríamos por qué haber partido del modelo matemático de la

información ni ocuparnos del modelo lingüístico que propone Jakobson. (Para una crítica de este modelo, véase, F. François, 1977). Incluso así, quedaremos siempre atrapados en esa relación dicotómica del lenguaje. Pero más allá de esta oposición que ha terminado por desembocar (por uso o abuso) en una oposición entre código homogéneo o sistema de reglas universales y una libertad o espontaneidad que escaparía a toda regla, porque aquí se trata del uso de la lengua, el problema consiste, como lo refiere Maingueneau (1976), en saber si en el sentido de una frase las condiciones socio-históricas (referente o contexto, en la terminología de Jakobson) juegan un rol secundario, o por el contrario son constitutivas de éste.

La problemática es decisiva, tan decisiva que terminará por reemplazar la idea de considerar el lenguaje como un repertorio de signos combinados sistemáticamente; por otra, funcional, en la que un emisor se apropia del aparato formal de la lengua y anuncia su condición de locutor, tal como intentamos demostrar al referirnos a la obra de Jakobson, donde el emisor y su actividad quedan registrados en el enunciado que emite. Según F. Armengaud (1990), la lingüística de la enunciación, inaugurada por Jakobson y Benveniste, es determinante en el estudio del lenguaje porque el problema no se plantea más en términos de la relación diádica, Lengua/Habla, sino ENUNCIADO/ENUNCIACIÓN (Enunciado = lo que se dice y Enunciación = el acto de decir). "Cet acte de dire est aussi un acte de présence du locuteur. Et cet acte est marqué dans la langue: en instituant une catégorie de signes mobiles et un appareil formel de l'énonciation, le langage permet à chacun de se déclarer comme sujet". (Armengaud: ob., cit., 8).

La perspectiva de la enunciación, sin embargo, no es suficiente para el estudio del lenguaje como un instrumento de la comunicación. Las limitaciones del modelo lingüístico que propone Jakobson (y en general de cualquier otro modelo lingüístico) parecen evidentes cuando examinamos el lenguaje como comunicación. Veamos sino la descripción que Martínez hace de una situación de comunicación. Dicha situación está caracterizada por la acción de decir la frase. La acción de decir la frase que es una acción comunicativa es aquella que conforma el estado del otro. La interrelación locutiva (EMISOR-DESTINATARIO) se da a través de la función apelativa de la frase (momento constitutivo de una acción del hablante) que posibilita la realización de la comunicación. La dimensión apelativa de la frase es un atributo de la frase y se desprende de una acción comunicativa.

Todo el enigma de esta situación de comunicación se reduce al PARADIGMA EXPRESIVO de la frase, cuando el problema en el PARADIGMA DE LA COMUNICACIÓN consiste en conocer la utilización que un emisor hace de la frase o de los signos lingüísticos. Qué actos lleva a cabo cuando pronun-

cia una frase. Un acto de lenguaje, en este caso, no debe ser confundido con una frase o cualquier expresión lingüística que es utilizada para llevar a cabo dicho acto. Más aún, no se trata simplemente de saber la utilización que un emisor hace de la frase sino del uso que este hace de ella, en una situación concreta, es decir, la utilización que el emisor hace de la frase en una acción determinada, que se ocupa del estudio de las acciones humanas, que derivan del uso del lenguaje (véase Ducrot, ob. cit. 173).

El punto de vista a retener en esta perspectiva es obvio: la significación de las unidades lingüísticas (frase, enunciado o discurso) no está dissociado de la situación de utilización que hace el emisor de las "frases". El sentido de la frase que en el modelo lingüístico de la comunicación se "realizaba" en el lenguaje mismo y por el lenguaje mismo, aquí deriva hacia una situación extra-lingüística, hacia una situación por sí más explícitos de utilización "oportunista" del lenguaje.

Una situación de comunicación humana no puede limitarse, como lo dice Escandell (ob. cit.), a un proceso de codificación y decodificación de la información, que permitiría una elección de las representaciones fonológicas correspondientes al contenido semántico que deseamos transmitir. No, porque una visión como ésta es parcial e inexacta, puesto que las palabras cambian, varían de significación en función al emisor. Aquel que dice la palabra, pero lo dice en relación al receptor, aquel a quien le dirigimos la palabra y de quien esperamos una reacción por la palabra dicha.

Lo importante del análisis del lenguaje en la comunicación es darnos cuenta de que en ella: "No hay una correspondencia biunívoca constante entre representaciones fonológicas e interpretaciones" (Escandell: 1993, 19), porque la lengua en la comunicación no funciona como código. Comprender una frase en la comunicación, dice Escandell (ob. cit.), no consiste en recuperar significados sino, además, debemos identificar REFERENTES. No basta con entender las palabras, hay que saber a qué situación, hechos u objetos se refieren. La situación de comunicación justamente es la que proporciona los datos necesarios para saber a que se está específicamente refiriendo el emisor cuando hace uso del lenguaje. Los elementos que restauran la comunicación dependen directamente del contexto: de la situación de comunicación, en este caso. La interpretación de un discurso o un enunciado, dentro de esta perspectiva, depende de los factores extralingüísticos, que configuran el acto comunicativo y permiten la comunicación.

Por ello, en la teoría clásica de los actos de lenguaje de J. Austin (1990), la unidad mínima de la comunicación humana no es la frase ni ninguna otra expresión sino la realización (performance) de determinados tipos de actos. Con justa razón Armengaud (ob., cit.) define la teoría de los actos de lenguaje

como un estudio sistemático de la relación que los usuarios establecen con los signos.

Es que la pragmática en su acepción más general, tal como lo define Ch. Morris, es una parte de la semiótica que trata de la relación del signo con sus usuarios: "the science of the relation of signs to their interpreters" (Morris: 1970, 30). Definición muy amplia, por cierto, que desborda el campo de la lingüística (hacia la semiótica) e incluso la humana (hacia las máquinas).

En los últimos años se ha precisado mejor el campo específico de la pragmática como lo testimonian los libros de Escandell (1993), Serle (1969), Roulet (1991) que, por nombrarlos en una lista que puede resultar demasiado larga, representan enfoques diferentes. Armengaud (ob., cit.) en este sentido presenta un esquema "genealógico de la pragmática" interesante, porque agrupa a los autores en función a lo que ella denomina una "línea de análisis" (Línea de análisis del lenguaje ordinario, formalista, empirista de la semiótica, etc.)

Cuando se estudie la pragmática, habrá que examinar detenidamente estos diversos enfoques que desbordan los alcances de este trabajo. Pese a ello, podemos decir que la mayoría de las corrientes coinciden con el objetivo central de la teoría: en esta investigación (como hemos dicho más arriba) entendemos por PRAGMÁTICA "el estudio de los principios que regulan el uso del lenguaje en la comunicación, es decir, las condiciones que determinan el empleo de enunciados concretos emitidos por hablantes concretos en situaciones comunicativas concretas, y su interpretación por parte de los destinatarios. La pragmática es, por tanto, una disciplina que toma en consideración los factores extralingüísticos que determinan el uso del lenguaje, precisamente todos aquellos factores a los que no puede hacer referencia un estudio puramente gramatical". (Escandell: 1993, 16).

Esta definición, para ser mejor comprendida, necesita ser desarrollada. Para llevarlo a cabo tomaremos prestadas algunas ideas a Escandell. Desarrollemos éstas:

- Para hablar nuestra lengua o al menos para hablarla con propiedad debemos aprender sus reglas gramaticales.
- Al mismo tiempo que aprendemos las reglas gramaticales, por experiencia, adquirimos una serie de conocimientos sobre la manera cómo debemos usar el lenguaje en cada una de las situaciones que la empleamos y en función a los objetivos que pensamos alcanzar.
- De esta manera, cuando utilizamos el lenguaje en una situación de comunicación, en la práctica lo que hacemos es poner en funcionamiento

definir el contexto, como un factor "material", físico y descriptible objetivamente, porque hace corresponder el contexto con el lugar donde se lleva a cabo el acto del habla, es decir, con la situación de comunicación inmediata.

Para Escandell, la situación de comunicación (léase contexto), vendría a ser el elemento sustancial que configura materialmente el acto comunicativo, esto es, la producción e interpretación del habla. La interpretación de Escandell desde el punto de vista pragmático nos parece justa, porque como la mayoría de los pragmáticos trata con un contexto interpersonal o interaccional y hace hincapié en los individuos, generalmente dos, que participan en la interacción. El contexto, que se considera esencial para la comprensión de los enunciados, en este caso es la situación de comunicación inmediata, que puede incluir, según los enfoques, elementos psicolingüísticos. La teoría de la relevancia (la pertinence) de Sperber y Wilson (1986) es un bello ejemplo de lo que hoy en día puede hacerse en este campo.

Pero esta perspectiva a la que acabamos de hacer referencia no puede ser trasladada de manera mecánica al estudio del discurso político, en principio, porque no tratamos con dos individuos sino con instituciones sociales (partidos) y grupos o clases sociales a quienes está destinado el discurso en cuestión. Este solo hecho nos permite darnos cuenta del carácter profundamente social que asume la construcción de un discurso político. En una interacción personal la comunicación queda por así decirlo "concentrada" en un único acto de habla, más aún, lo que caracteriza estos enfoques es la manera como ignoran la realidad social en la configuración de las ESTRATEGIAS discursivas. En el análisis de la producción de un discurso político no puede dejarse de lado esta realidad social. El discurso político necesariamente está impregnado de la distribución problemática del poder en la sociedad, la cuestión de acceder al poder y del discurso con el cual se accede queda fuera del campo de investigación de la pragmática. Si no tomamos en cuenta el CONTEXTO SOCIAL en el estudio de las condiciones de PRODUCCIÓN, INTERPRETACIÓN y ACEPTACIÓN (EFECTOS) del discurso no podremos explicar por qué, por ejemplo, un soldado en el ejército está obligado a aceptar una "orden" que el superior le imparte. La aceptación de la orden no es un problema de comprensión. Se puede perfectamente comprender una orden y no aceptarla, pero en este caso la situación social (status) que ocupa el superior es que imprime al mensaje su condición de aceptación. Es aquí donde el análisis socio-político se presenta como un complemento indispensable del planteamiento estrictamente pragmático y del trabajo, en general, del lingüista o del filósofo del lenguaje.

Desde nuestro punto de vista, el contexto abarca además de las situaciones de comunicación, la organización de la sociedad con sus diferencias,

tensiones, grupos, etc., aparece (o reaparece) como marcas lingüísticas en el discurso. En nuestra perspectiva, es indispensable trascender el paradigma pragmático y establecer conexiones entre el discurso y lo social porque cuando se trata de una comunicación política el problema no consiste en saber si uno de los participantes (o ambos) se sienten satisfechos o insultados por el acto comunicativo llevado a cabo, sino en producir un tipo de discurso que permita acceder al poder. Situación ésta que supone un conjunto de estrategias discursivas diferentes.

- El discurso en relación, o “como discursos diferentes en su organización interna se refieren al mismo tema” (Lavandera, ob., cit. 27).
- El discurso en interrelación o intertextual, “esto es, aquellos casos en que cada discurso prepara el camino por el que habrá de discurrir el discurso que le sigue, producido por el mismo hablante o por otros distintos” (idem).
- Y la manera cómo la función social de un discurso queda alterada por la ideología “en cuyo seno se produce o se recibe”, (idem). En esta perspectiva un sólo elemento queda ausente, la pragmática como modelo del esquema de comunicación para completar el estudio social del discurso político, tal como nos ocuparemos en los siguientes apartados.

II. LAS CONDICIONES DE PRODUCCIÓN DEL DISCURSO

J. Austin (1990), denomina enunciados realizados a un tipo de enunciado que, por decirse, algo realiza o produce un efecto. Por ejemplo, yo puedo argumentar, o defender una posición, pero al hacerlo produzco un efecto concreto, digamos, el efecto de alarmar. Entendámoslo bien, un efecto diferente al de la simple comprensión del enunciado en sí. “Cuando una persona hace una emisión de este tipo decimos entonces que está haciendo algo en vez de meramente diciendo algo”. (Austin: 1990, 219c) Cuando yo digo en el curso de una ceremonia “bautizo este barco el Queen Elizabeth” o “te apuesto cinco duros que lloverá mañana”, lo que yo estoy haciendo no es describir una realidad (la ceremonia del bautizo o de la apuesta) sino llevar a cabo una ACCIÓN, que en uno y otro caso corresponde a la ACCIÓN de BAUTIZAR y APOSTAR.

En la teoría de los actos del habla el enunciado realizativo se realiza en el acto de la enunciación y en función a una situación concreta. Podemos decir que encierra en sí un discurso integral, puesto que hace referencia a su producción y situación a la vez. Por eso mismo la evaluación de estos enunciados no se hace en relación a lo “real” sino a los efectos que incluso

pueden derivar de efectos, otros que los puramente lingüísticos como: la mímica, la voz, los gestos, etc. (ver Armengaud, ob., cit.)

Para Austin, los enunciados performativos (y en general, todos los actos de lenguaje) son acciones. Un emisor, al emitirlos no sólo está transmitiendo una información sino al hacerlo está actuando, ejecutando un acto. “Precisamente es su carácter de acción, y no de descripción, lo que confiere a los enunciados realizativos sus propiedades especiales. Puesto que son expresiones no descriptivas, no pueden considerarse ni verdaderas ni falsas”. (Escandell: 1993, 59).

Ahora bien, la mayoría de los investigadores que estudian los actos de habla (que debe entenderse como una realización del lenguaje tanto escrito como oral), hacen hincapié en la necesidad de diferenciar los enunciados realizativos en tres tipos de actos: actos locutivos, ilocutivos y perlocutivos. Esta es la famosa tricotomía que Austin expuso en sus no menos famosas conferencias reunidas bajo el título de “How to do things with words”, (Como hacer cosas con hacer cosas con palabras).

La distinción de los actos realizativos en tres tipos, sugiere en principio, que todos los actos tienen algo en común y si todos ellos son realizativos, el algo en común es la acción. Este hecho, nos hace pensar que la distinción de los enunciados realizativos en tres tipos de actos obedece más a fines teóricos que prácticos. Un acto locutivo (decir algo que tiene sentido), en realidad es (o puede ser) a la vez un acto ilocutivo (que se realiza al decir algo) que desemboca en un acto perlocutivo (acto que se realiza por haber dicho algo).

Según Escandell, con quien estamos de acuerdo, los tres actos “se realizan a la vez y simultáneamente: en cuanto decimos algo, lo estamos haciendo en un determinado sentido y estamos produciendo unos determinados efectos. Pero es interesante distinguirlos porque sus propiedades son diferentes: el acto locutivo posee significado; el acto ilocutivo posee fuerza; y el acto perlocutivo logra efectos. Y de hecho, podemos referirnos a ellos como si fueran realidades independientes” (Escandell: 1993, 69).

Esta manera de comprender los tres tipos de actos, como un único acto, o como tal acto efectivo, ayuda a comprender mejor la relación existente entre enunciado y acción. Si partimos de la idea que cualquier acto locutivo es en sí portador de acción, cualquier enunciado deviene perlocutivo porque contiene en su “seno” las propiedades que lo acercan a las acciones (perlocutivas). Esta última afirmación nos obliga a tener que precisar lo que entendemos por enunciado y saber diferenciarla de una expresión lingüística que se confunde con ella que es la oración. “Una oración es un tipo de estructura gramatical, abstracta, no realizada. Un enunciado, en cambio, es la realización concreta

de una oración emitida por un hablante concreto en circunstancias determinadas". (Escandell: 1993, 57). Un enunciado, según Austin, "se hace y el hacerlo es un evento histórico ... Una oración está hecha de palabras, un enunciado se hace con palabras ... Los enunciados se hacen, las palabras o las oraciones se usan" (1970, 121). Una misma oración se puede usar en distintos enunciados como cuando yo digo "es mío", y tu dices "es mío", puede también usarse en diferentes ocasiones y/o por personas diferentes, pero para ello la emisión debe referirse a la misma situación o el mismo evento. Hablamos del enunciado de Pedro, como realización concreta de una oración, como utilización, entonces, del lenguaje en situación y no como una unidad abstracta no realizada.

Lo interesante a subrayar en toda esta teoría es el hecho de considerar el lenguaje como una forma de conducta, porque cuando hablamos no sólo transmitimos un mensaje sino al mismo tiempo actuamos (sobre el otro, o sobre el interlocutor): cuando en un momento cualquiera utilizamos el lenguaje, lo hacemos con un determinado objetivo, casi siempre lo hacemos con una intención. La intención actúa como un principio regulador de la conducta puesto que permite a un emisor utilizar todos los medios que dispone para alcanzar los objetivos que se propone. Ciertamente la teoría de los actos de habla que nos descubre el habla como una forma de comportamiento no se limita exclusivamente a la teoría de Austin (véase los trabajos de Searle: 1969; Récanati, 1981 y otros). La teoría austiniana es importante para nosotros en la medida que nos permite comprender un acto de lenguaje –por así decirlo–, como un "discurso total", porque hace referencia tanto a su producción como a su situación, al mismo tiempo. Desde este punto de vista, para concluir con la teoría de los actos de lenguaje podemos decir que el discurso político es un ENUNCIADO REALIZATIVO (o preformativo).

En efecto, el discurso político es un discurso acción, por medio de él, o por el uso que el emisor (partido) hace de él, lleva a cabo la consecución de su objetivo, en este caso: el acceso al poder. El discurso político aparece en esta perspectiva como un conjunto de enunciados preformativos destinados no sólo a la interpretación del mundo, sino a la transformación del mundo, en todo caso, son enunciados que se realizan en el contexto de una situación de comunicación concreta. En la perspectiva pragmática el discurso político es algo más que un acto específico, es una acción que forma parte un EMISOR, sujeto real (institución) con conocimientos, actitudes y creencias, capaz de establecer toda una red de diferentes relaciones con su CONTEXTO y por otra un DESTINATARIO, persona o grupo a quien el emisor dirige su enunciado. El destinatario en este sentido no es un receptor cualquiera o un oyente ocasional sino un individuo escogido por el emisor, porque el mensaje está específicamente elaborado para él; más aún, a diferencia del modelo de

comunicación lingüístico como el de Jakobson, que da una idea de linealidad; el destinatario condiciona aquí en gran medida la forma del discurso a elaborar. En cierta medida, el propio conductor del discurso, puesto que el emisor debe producir un discurso acorde con las expectativas del destinatario.

En la perspectiva pragmática, el esquema de comunicación del análisis del discurso político comprende: el estudio de las condiciones de utilización que un EMISOR hace del discurso político emitido por un EMISOR CONCRETO, en una situación de COMUNICACIÓN CONCRETA y la ACEPTACIÓN (interpretación) de este discurso, por parte de un DESTINATARIO CONCRETO. Tal es la mecánica que involucra el uso efectivo del lenguaje en una situación de comunicación política donde el objetivo a alcanzar (acceso al poder) requiere un conjunto de ESTRATEGIAS COMUNICATIVAS, que el emisor ha ido aprendiendo (por ensayo error) al hacer uso efectivo del lenguaje en las distintas situaciones de comunicación (las elecciones por ejemplo).

Pues bien, el análisis pragmático del discurso político tiene como objeto estudiar las condiciones de construcción de un discurso, las estrategias y fines que derivan del uso efectivo que un emisor hace del lenguaje en una situación de comunicación. Lo importante a subrayar, en lo que acabamos de decir, es la manera como una situación de comunicación puede quedar modificada por la posición que UN EMISOR ocupa dentro de este sistema. Por ejemplo, cuando otro partido accede al poder. Esta circunstancia es particularmente evidente, cuando comprobamos que la comunicación política es una situación capaz de ser conquistada, conservada o cambiada, a la cual como lo dice Roig, (1980) puede estar asociado un sistema de poder. Según Pye, "En todas las sociedades existe una relación directa entre la estructura y la organización de las comunicaciones, por una parte, y el carácter, el tono y hasta cierto punto el contenido de la expresión política, por otra" (1969, 79). Incluso si nos limitamos a la más simple de las relaciones interpersonales: el diálogo. Podemos imaginar aquí una situación en la que la conducta de un individuo queda alterada por el otro. En alguna medida, en este último caso, si dejamos de lado la utilización de la fuerza física, la conducta del otro quedará alterada por el uso del lenguaje que el emisor hace en la situación de comunicación.

En un sentido más amplio, el proceso de comunicación política encierra esta misma lógica, porque es en el interior de una situación de comunicación donde se configura materialmente el discurso político y se lleva a cabo la producción y la comprensión del discurso. En una situación de comunicación, el discurso político aparece como una "traducción" de las distintas posiciones que los emisores ocupan dentro de este sistema. Expresa: las preocupaciones,

ambiciones, luchas o conflictos de los emisores y la manera cómo estos intentan relacionarse con el destinatario. El discurso político, en este sentido, nos descubre el itinerario seguido por un partido hacia el poder, puesto que reconstruye en cada caso las situaciones de comunicación (o los procesos electorales).

Uno de los primeros en formalizar la comunicación, desde el punto de vista que estamos tratando, fue Harold D. Lasswell (1965). Según este investigador, una acción comunicativa puede ser descrita si respondemos a las 5 preguntas que el se formula: Quién, dice algo, por qué canal, a quién y con qué efecto. Cada una de estas preguntas, según Lasswell, tiene un campo de valoración diferente. La primera, trata con los factores que dirigen y producen la comunicación. La segunda, se refiere al contenido de la comunicación y la tercera a los medios o canales de comunicación de masas: radio, prensa, cine, T.V., etc. La cuarta pregunta, trata con el receptor de la información que en la perspectiva de Lasswell son sujetos o individuos. En lo que concierne a la última pregunta Lasswell introduce una modificación entre lo que podría denominarse comprensión del mensaje (*audience analysis*) y el impacto verdadero que pueda tener el mensaje entre los receptores (*effect analysis*).

Como se puede ver, el esquema propuesto por Lasswell tiene casi un parecido con el esquema de comunicación que hemos presentado más arriba. Este esquema, obviamente retiene las estructuras básicas de toda situación de comunicación, pero corre el riesgo de presentarnos una visión distorsionada de la comunicación. Desde la perspectiva pragmática (ya lo hemos señalado también), el acto comunicativo se lleva a cabo en una situación de comunicación. Pero además, éste es el lugar fundamental donde se da la configuración semántica del discurso. En esta perspectiva, y es necesario subrayarlo, la significación está asociada a la utilización que el emisor hace del lenguaje. Las palabras en una relación de acción, no son en sí portadoras de significación, las palabras cambian de significación en función al usuario y a los objetivos que este piensa alcanzar. Esta situación es decisiva en la teoría de la comunicación, porque nos permite comprender la manera cómo la inteligibilidad del discurso está restaurada por factores extra-lingüísticos.

Por este mismo hecho parece ser que Roig sugiere retener una distinción entre la significación del texto referido al texto en sí, constituido por una organización semántica y estructural, y una significación del texto en relación a un sistema de comunicación. La significación de un texto, dice Roig: "n'est pas un rapport simple comme l'est par exemple le couple signifiant-signifié au niveau du signe, mais une construction symbolique complexe faisant intervenir une grammaire mais aussi une situation de communication avec émetteur et récepteur socialement situés" (1980, 179).

A no dudarlo, la construcción simbólica en la comunicación es compleja, lo importante es comprender la manera cómo a través de la situación de la comunicación relacionamos el contenido y forma discursiva. El contenido y forma del discurso no están separados de la situación en su interior. Más aún, este contenido y forma honesta, desvinculados de los objetivos que un emisor pretende alcanzar, son estos últimos los que le dan el toque distintivo.

Según Papadopoulos, el contenido y la forma discursiva aparecen: "comme autant de marques des positions changeantes de l'émetteur dans le réseau de communication ... De même, les transformations des rapports entre signifiants et signifiés ne prennent tout leur sens dans une perspective politologique que si elle sont mises en rapport avec la nécessité de regulation du discours a des fins d'acceptabilité" (1989, 20).

La idea de considerar el contenido y forma como una "expresión" lingüística de las diferentes posiciones que un emisor ocupa en una situación de comunicación, nos parece muy productiva, porque la DINÁMICA DEL DISCURSO puede ser estudiada en función a la utilización que hace el ACTOR SOCIAL (emisor) del discurso y no específicamente en base a las solas estructuras internas, al tratar los cambios de significación de la relación significado-significante del signo, como un efecto buscado por el emisor en su afán de producir un discurso socialmente aceptado, imprimen al estudio del discurso político una concepción diferente al de la lingüística. En una situación de comunicación las palabras pueden adquirir, como lo dice Escandell (ob., cit.), contenidos significativos que no se encuentran directamente en el significado literal de las palabras que las componen sino que dependen de la manera cómo el emisor actúa en la comunicación, este hecho permite comprender por qué la significación, que un emisor desea comunicar, no puede ser reductible al modelo de un código que empareja convencionalmente significantes y significado, sino que depende de las situaciones en que el discurso es emitido.

En resumen, en el estudio del discurso político no podemos limitarnos exclusivamente a la dimensión semántica o gramatical del signo, debemos además tomar en cuenta la manera cómo la acción de los emisores (actores sociales), para utilizar una figura óptica, se refracta en la organización semántica.

"Esta visión funcional de la lengua, tanto como sistema que como producto histórico, en el que se acentúa el papel social predominante de la lengua en la interacción, es un correctivo necesario de la visión "psicologista" de la lengua y del uso de la misma, para lo cual nuestra competencia en el hablar es esencialmente un objeto de la filosofía de la mente. Sin lugar a dudas, nuestro conocimiento de la lengua es un sistema mental complejo.

Pero este sistema mental, como todos los sistemas convencionales, por una parte se ha formado por las exigencias de la conducta social efectiva y satisfactoria y por otra, se usa y cambia bajo estas constricciones". (Dijk: 1993, 241, 242).

Las condiciones de producción de un discurso político, como acabamos de ver, siguen un proceso único y coherente, pero éste no es el caso, cuando tratamos, el discurso como producción singular o personalizada. En cualquier sistema comunicativo y tanto más en un sistema de comunicación política, la producción discursiva es múltiple, plural "Polifónica", según Bajtin (ob., cit.).

El concepto de polifonía es muy útil para comprender la producción discursiva como un acto bilateral. No existe en realidad un discurso en sí y para sí como no existe un discurso ideal, más allá de las fronteras de otros discursos. Todo discurso expresa como mínimo al emisor y su relación con el "otro" y, este hecho, define la producción discursiva como un "interdiscurso", concepto que este investigador entiende como la modalidad que un emisor mantiene con su propia situación (véase, ob., cit. 39).

Si tomamos en cuenta el discurso como un producto de las interrelaciones del emisor y del destinatario, podemos definir el discurso político como un discurso "AUTORIAL": discurso propio; pero al mismo tiempo, un discurso sobre otro discurso, un enunciado acerca de otro enunciado. Pero por otra parte, en ningún discurso político, el discurso del otro es discurso del otro. En el discurso del otro está también "mi" discurso; el discurso del otro es al mismo tiempo discurso sobre mi discurso. Esta unidad real del discurso político es comprensible, si tomamos en cuenta que ningún discurso político es un enunciado aislado o monológico, sino el resultado de una interacción, cuyo proceso se sitúa en las posiciones que los emisores ocupan dentro del sistema de comunicación.

Más aún, en el discurso político autorial, el discurso "AJENO", aparece como un discurso del adversario político, aparece entonces como un discurso específico, "autónomo" y con personalidad propia que configura al adversario. Digamos, para ser explícitos, un discurso fuera del contexto AUTORIAL. Es a partir de esta "identidad discursiva", reconocida, que el emisor del discurso autorial establece su relación con el otro discurso. En este proceso el discurso ajeno sufre un proceso de metamorfosis, que aparece o reaparece en el discurso autorial como "otro" discurso sobre todo en los procesos electorales donde un emisor "X" trata de desmarcarse de sus adversarios a través de un discurso que se presenta como "único" en detrimento de los discursos adversarios.

Esta actitud tan activa del discurso político queda profundamente marcada en el lenguaje político y en los epítetos, denigrantes, que caracterizan los diálogos políticos. Frecuentemente, dice Charaudeau (1984), se parte de una actitud maniqueísta en la que sólo cabe el mal y el bien y casi sistemáticamente se denuncia el mal ajeno para revelar el bien propio (ver Charaudeau ob., cit. 101-102).

A menudo, el afán de resaltar la "originalidad o veracidad" del discurso de uno y otro lado lleva a los emisores a emplear expresiones cargadas de una gran valoración emocional, pero con una descripción significativa muy pobre. Conceptos como: paz, justicia, moral, democracia, igualdad, libertad son conceptos ambiguos, polisémicos, porque se los emplea con el propósito de persuadir, convencer o conquistar electores. Del discurso político no puede decirse que sea verdadero ni falso, no podemos evaluarlo en correspondencia con la realidad, porque éste no pretende reflejar un estado de las cosas existente, sino de construir otra "realidad", aquella que es conforme a las expectativas del destinatario y de su mundo social y cultural. A la hora de evaluar los resultados de este tipo de discursos no tomamos en cuenta su veracidad o su correspondencia con la realidad sino sus resultados, sus efectos. Es decir la adecuación del discurso a las circunstancias en que se emite.

En la relación que el discurso político establece con el "otro" discurso debemos además tener en cuenta, la intra-reacción discursiva. Entendemos por este concepto el proceso en el cual el "otro" discurso no irrumpe con fuerza sobre el discurso autorial. El otro discurso —una citación—, por ejemplo, forma parte en este caso de la unidad narrativa del discurso autorial unas veces con independencia y otras metamorfoseada, pero siempre como un elemento estructural de su construcción. Este discurso mantiene (en lo posible) su autonomía, estructural y semántica porque el discurso autorial que lo adoptó no ha destruido su tejido estructural. Ossipow (1979) explica este doble proceso discursivo relacional en función a la utilización de las proposiciones. La primera proposición es la denominada "rapportante" y tiene por finalidad hacer referencia a la relación de un discurso con "otro", puede ser una citación o hacer referencia a otro discurso. En algunos casos estas proposiciones pueden utilizarse para confirmar la naturaleza específica del discurso autorial. En este caso, el discurso se beneficia de una "plusvalía" de autoridad. Puede retomar, por ejemplo, literalmente las palabras de una personalidad histórica con las cuales se identifica el propósito del discurso. La segunda es la llamada proposición "verdictive", que tiene como objetivo evaluar negativamente el otro discurso. La proposición "verdictive", claro está, opera como una proposición "rapportante" porque hace referencia a otro discurso (véase Ossipow, ob., cit.). En el esquema de Ossipow las relaciones a las que nosotros hemos hecho referencia aparecen como una sola

relación, y en realidad es así, puesto que ambas relaciones en los términos de Ossipow, son proposiciones "rapportantes". La diferencia obedece más a fines teóricos y a la necesidad de saber distinguir aquello que también se denomina relación inter-textual e intra-textual o, lo que es lo mismo, discurso "verdictive" a la que hace referencia Ossipow, puede realizarse únicamente en el contexto del discurso polémico, que según Ossipow (ob., cit.) no puede estructurarse sin tomar en cuenta el discurso del adversario.

Todo el esquema se trastoca si hacemos referencia, como lo sugiere Papadopoulos, a un eje semántico que pone en relación dos unidades semánticas contradictorias: VERDADERO/FALSO que completan la "dinámica" de significación de las proposiciones. De esta manera, una proposición "verdictive" que tiene como objetivo evaluar negativamente el discurso del adversario (verdadera en relación al eje en el que se sitúa el emisor), aparece como falsa para el adversario en relación a este mismo eje. Todo depende de la manera como los emisores se ubiquen en la demanda ideológica, para que una proposición aparezca como verdadera o falsa en relación al eje semántico: verdadero/falso.

El uso del lenguaje en la dimensión política, como se puede ver, está profundamente entremezclada con lo social. La mayoría de las expresiones políticas tienen implicaciones sociales porque hacen referencia a los actores sociales, a las situaciones sociales y en general a la conducta social, de un grupo, una sociedad o un país. Cualquiera que sea la expresión política que tomemos, ésta siempre estará determinado por las condiciones reales de la enunciación y ante todo por la situación social. Y esto es así porque un discurso político lo CONSTRUYEN un EMISOR y los DESTINATARIOS, ambos organizados socialmente. Y aunque al momento de construir el discurso no esté presente un interlocutor real, el emisor siempre se prefigurará el grupo social al cual será destinado el discurso. Un destinatario abstracto, esto es, un destinatario sin cuerpo social, no puede existir. Sin sujeto social no habría discurso ni lenguaje, es a través y en la interacción que se forja el discurso, se estructuran los argumentos, los motivaciones o las valoraciones. La comunicación humana es social o no es comunicación, de la misma manera que todo discurso, aparece como un resultado de la interrelación comunicativa. Pero hasta el momento, el esquema de la comunicación que hemos presentado, constata una relación simple, que pone interacción un emisor y un destinatario. Este esquema que corresponde a un diálogo clásico no es suficiente para estudiar la comunicación en términos políticos. En principio porque en una comunicación política se da una variación cuantitativa y en seguida porque intervienen factores "macro" sociales.

Nosotros abordaremos el estudio de la comunicación SOCIAL a partir de las distintas situaciones de comunicación social (-políticas), que distingue Ossipow (1979). Este modelo, que puede ser enriquecido por distintivas descripciones sociológicas, expresa bien: la naturaleza compleja de una comunicación social y las diferencias entre una interacción verbal como la que aparece en un diálogo. Veamos pues este modelo:

Primera situación:

UN EMISOR UN DESTINATARIO

Esta primera situación de comunicación social parece reproducir el esquema clásico por el que partimos, pero en realidad no es así, porque aquí los protagonistas no son individuos sino entidades colectivas que agrupan individuos o grupos. Según Ossipow, se trata de unidades nocionales que designan colectividades como: Nación, pueblo, clase, proletariado, burguesía, etc., frecuentemente utilizados en términos singulares. Todo mensaje o todo discurso que opera en este tipo de situación, dice Ossipow, hace referencia a una unidad colectiva ficticia que puede fragmentarse en unidades menores de orden económico, político o religioso.

Segunda situación:

VARIOS EMISORES UN DESTINATARIO

La situación más clásica que corresponde a esta interacción vendría a ser una votación electoral cualesquiera, en la que los partidos políticos disputan un mismo electorado. Esta situación ilustra bien el carácter competitivo en el que están inmersos los partidos por su acceso al poder en un régimen democrático. Convendría, sin embargo, señalar las dificultades que los partidos encuentran al momento de producir un discurso capaz de ser socialmente aceptado por el mayor número posible de electores. Para explicar este fenómeno, por esta vez, retengamos la hipótesis de la necesidad de producir un discurso general, polisémico y de significaciones vagas como aquel que permitiría superar los intereses de un electorado que no siempre está de acuerdo con el discurso o discursos que se producen dentro de un sistema político. En algunos países de democracia avanzada parece ser que el discurso "atrapa todo", es el más adecuado para llegar al poder. Kirchheimer (1966), como se sabe, habla de los partidos llamados "catch-all parties", a los cuales puede asociarse este tipo de producción discursiva.

Tercera situación:

UN EMISOR VARIOS DESTINATARIOS

Esta situación expresa una figura inversa a la anterior situación de comunicación. El discurso producido por un solo emisor debe ser aceptado por la pluralidad de individuos receptores. Para que tal situación se presente, el emisor debe disponer de un margen considerable de autonomía porque la credibilidad del discurso depende del status o posición que el emisor ocupa dentro del sistema de comunicación y de los criterios situacionales AD HOC (personalidad del líder, tradición histórica del partido, situación coyuntural, etc.) que facilitan la aceptación del discurso, incluso cuando éste no corresponde a las expectativas del destinatario.

Papadopoulos (ob., cit.) señala algunos criterios que permitirían la realización de esta tercera situación. Nosotros retenemos algunos de ellos para ilustrar la manera como funcionan en esta tercera situación:

- La situación de **MONOPOLIO** que un emisor ostenta en la producción del discurso.

Esta situación podemos ilustrarla con la relación existente entre un jefe fundador de un partido y sus militantes. En este caso, aún tratándose de una pluralidad de individuos y/o, grupos el discurso producido por el jefe fundador será aceptado. Los riesgos de un rechazo son muy altos, la defección partidaria acarrea enormes costes psicológicos para los militantes y la escisión, parece ser que es el último escalón de la disputa por el poder partidario.

- La situación de **DOMINACIÓN** que un emisor ocupa en una situación de comunicación. Esta situación está claramente relacionada al rol que un emisor desempeña en una comunicación. La situación exige determinadas condiciones.

Dentro de esta tercera modalidad deben tenerse en cuenta además los factores "macro" sociales, que favorecen o refuerzan la capacidad de autonomía de un emisor. Entre estos podemos distinguir, en primer lugar, aquellos sistemas políticos en los cuales hay una fuerte **POLARIZACIÓN IDEOLÓGICA**, que evitan la defección de los ciudadanos de una organización a otra. En seguida, aquellos sistemas de tipo **OLIGOPÓLICO**, que impiden la aparición de nuevas fuerzas políticas y como tal impiden romper el rol hegemónico del único **EMISOR**.

En determinadas circunstancias, refiere también Papadopoulos, un emisor puede pasarse del destinatario, en la construcción del discurso. En estos casos específicos, el emisor decide innovar su discurso o presentar otro discurso con la esperanza de modelar un nuevo sistema social. Si este es el caso, la ideología política actúa aquí como una estructura estructurante de la sociedad. De todas maneras en esta situación de "monopolio riesgoso"

queda la esperanza de recuperar los electores por medio de la innovación discursiva. (El Partido Comunista Italiano puede ser un buen ejemplo).

Cuarta situación:

VARIOS EMISORES VARIOS DESTINATARIOS

Esta situación, según Ossipow, describe la relación pluralista por excelencia y corresponde a una situación de comunicación política democrática. En esta situación ningún emisor cuenta con un monopolio en la producción del discurso ni ningún emisor tiene de antemano un destinatario adscrito, lo que prime es entonces la competencia generalizada. Sin embargo, al interior de esta situación social de comunicación debemos distinguir dos modelos:

El primero, es el denominado "de clientela aprisiona", (cloisonnés), supone un esquema paralelo de relaciones fijas. El esquema es el siguiente:

EMISOR 1	DESTINATARIO 1
EMISOR 2	DESTINATARIO 2
EMISOR 3	DESTINATARIO 3

En este tipo de pluralismo cada emisor conforma sus mensajes a las expectativas de un destinatario específico sin tomar en cuenta aquellos a quienes no está destinado el discurso.

En el segundo modelo, denominado por Ossipow "ACABADO", ningún emisor mantiene la rigidez de la anterior situación, la competencia está generalizada y los electores son arrastrados a un bombardeo de información frecuentemente contradictorio. La lógica de la competición exige producir un tipo de discurso que sea conforme a las expectativas del mayor número de electores, son éstos lo que determinan, en un régimen democrático, el acceso de un partido al poder.

El esquema de este modelo es el siguiente:

EMISOR 1	DESTINATARIO 3
EMISOR 2	DESTINATARIO 1
EMISOR 3	DESTINATARIO 2

Ahora bien, las distintas situaciones de comunicación que acabamos de describir no agotan la complejidad de las interacciones humanas en la comunicación, ni mucho menos la totalidad de los sistemas políticos (reales o posibles). El modelo de Ossipow es una ayuda útil para la investigación, nos permite comprender de mejor manera la circulación de la información en el interior de un sistema de comunicación, donde el status o posición del emisor puede ser fundamental para la aceptabilidad del discurso. Más aún, el modelo

incorpora al destinatario como factor decisivo de la producción discursiva porque entiende el discurso como un reflejo de las interrelaciones sociales. En efecto, las estructuras de la comunicación no pueden estudiarse en estado "puro", desprovistas de sus estructuras sociales. "El mundo interior y el pensamiento de todo hombre posee un auditorio social estable" (Bajtín: 1992, 121), es allí donde se dirige el discurso y es allí donde finalmente se realiza. Todo discurso expresa "una persona" en su relación con "la otra". Toda expresión es una manera de intervenir sobre el otro. Toda expresión tiene un efecto (real o deseado) que a continuación estudiaremos.

III. EFECTOS DEL DISCURSO

El postulado principal a retener en toda comunicación, sin lugar a dudas, es el resultado de la comunicación. Cuando hablamos no solamente preferimos una frase, elaboramos un argumento o transmitimos una información sino que además deseamos y logramos producir un efecto. Hablar no sólo es informar, es también ordenar, castigar, recompensar, juzgar; en otras palabras, actuar. El uso del lenguaje como acción refleja indudablemente la actitud del EMISOR hacia el DESTINATARIO y su CONTEXTO. Refleja el objetivo u objetivos que un emisor pretende alcanzar por medio del discurso producido. El acto de la comunicación entre emisor y destinatario, en estas condiciones, esconde una intención precisa: aquella de modificar la relación existente (cualquiera que ésta sea), entre el productor del discurso y el consumidor de éste. Se puede decir que encierra una voluntad de cambio, con la finalidad de alcanzar unos objetivos en relación a otros emisores u otras personas.

Si tenemos en cuenta este aspecto de la comunicación, la producción del discurso político no puede comprenderse sin la finalidad última para la que ha sido elaborada, esto es: el acceso al poder. Es en función a este objetivo que un partido construye toda su estrategia verbal y en función al mismo establece "una comunicación calculada" (Balandier: 1994, 29). Inútil pues buscar en la lógica, propiamente lingüística, la eficacia de un discurso que podemos denominar de la intercomprensión discursiva. Es aquí donde la eficacia de un mensaje depende de un código común; porque permite, como lo dice Cicourel (1973), "una reciprocidad de perspectivas, entre los interlocutores". (véase Cicourel ob., cit. 52).

Las condiciones de eficacia de un discurso político no se limitan al CÓDIGO, en principio, porque toda comunicación política, de alguna manera, actúa sobre el estado de cosas existente, ya sea para modificarlo, conservarlo o impedir que se lleve a cabo la modificación previsible; estado de cosas que comprende, claro está, el emisor, el destinatario y el sistema de comunicación.

Este hecho sustancial de la comunicación política es suficiente para hacernos dar cuenta por qué el principio lógico de la eficacia no se halla en el discurso mismo sino en el carácter de éste. Nos remite, entonces, a un más allá del discurso, en dirección de los emisores, de sus principios y sus posiciones. Son éstos los que determinan las condiciones de producción y aceptación del discurso.

En este sentido, el estudio de los efectos discursivos nos lleva a los lazos existentes entre el discurso y el "EXTERIOR" por una parte; y por otras, a la posición que el emisor ocupa en una situación de comunicación y la relación (de fuerza) e interacción que éste establece con el destinatario. Lo más importante en esta relación es tomar en cuenta la manera cómo la posición (status) que un emisor ocupa, le permite a éste dotarse de un suficiente margen de autonomía para producir y hacer aceptar su discurso a un "auditorio" constituido por una pluralidad de DESTINATARIOS.

Esta situación puede ser ejemplificada por la relación: un emisor/varios destinatarios, del esquema de Ossipow, pero también podemos encontrarla en el primer modelo de la última situación, llamada por este investigador relaciones "aprisionadas".

Los efectos, que derivan exclusivamente de la posición que un emisor ocupa en una situación de comunicación política, serán definidos por nosotros como EFECTOS DE POSICIÓN, mientras que los efectos que derivan del contenido mismo del discurso, los conoceremos como EFECTOS DE CONTENIDO. La eficacia del contenido discursivo, en este caso, depende de una adecuación del discurso a las expectativas del destinatario y a la situación social que éste ocupa.

En uno y otro caso el estudio de los efectos nos envía al SUJETO REAL, bien para remarcar el status que este ocupa o bien para alcanzar este status (poder). En esta última situación un partido accede a este status, produciendo el contenido discursivo más adecuado. El segundo modelo de la cuarta situación del esquema de Ossipow, que se caracteriza de un contenido discursivo para alcanzar el poder. No existiendo destinatarios adscritos a un emisor y no dándose la dominación o hegemonía de un solo emisor sobre los destinatarios, obviamente, el único INSTRUMENTO con el cual cuenta un partido político para convencer y conquistar el elector es el CONTENIDO DISCURSIVO.

Las distintas situaciones sociales de la comunicación, que el esquema de Ossipow describe, ayudan precisamente a darnos cuenta de los efectos que derivan de una y otra posición, más aún, podrían permitir tipificar un sistema político en función a la naturaleza de las relaciones (emisor / destinatario) existentes.

En la eficacia social del discurso, sin embargo, no debemos olvidar el nivel del conocimiento (más o menos adecuado), que todo emisor debe tener del MUNDO SOCIAL y de las creencias del destinatario. Es en función a este conocimiento que un emisor actúa y, lo más importante, construye su discurso. La acción discursiva política, por este mismo hecho, es un proceso (de ensayo-error) continuo, en el cual un emisor ensaya, impone y produce nuevas representaciones simbólicas (verbales y escritas) para un "auditorio social", que también está en proceso de reestructuración y cambio.

La dinámica de los efectos discursivos, como acabamos de ver, no residen en los discursos mismos sino en sus condiciones de producción y recepción, lo que nos lleva, nuevamente, a tener que subrayar el rol activo de los interlocutores, en las condiciones de aceptabilidad del discurso, en tanto individuos socializados que ocupa un lugar dentro de un sistema de comunicación. Tanto la posición que ocupa un lugar dentro de un sistema de comunicación como la posición que ocupa el emisor "A" hacia "B". La posición del destinatario "B" afecta al discurso emitido de "A" hacia "B". La dinámica discursiva no se da en el campo de los mecanismos formales de lengua sino en el "uso" que los usuarios hacen de ella. Las variaciones formales (semántica, retórica, etc), que se dan sobre un fondo invariable que es la lengua, responden a los objetivos y posiciones (presentes o futuras) que pretende un partido político (conservar o conquistar).

Este complemento "social" en el estudio de la eficacia del discurso es importante. No se trata, como lo dice Ossipow (ob., cit.), de imaginar que toda intención de comunicación tenga como objetivo convencer al destinatario de la aceptabilidad del mensaje social del discurso, puesto que un discurso político está exclusivamente elaborado en función a las finalidades y estrategias del emisor. Desde el momento que un texto político se produce con fines de persuasión o convencimiento, la funcionalidad de un discurso político sólo se da en el MARCO SOCIAL de la interacción discursiva, trasciende el nivel de la simple emisión de frases y se sitúa por derecho en la esfera de lo social (actores e instituciones).

No creemos que haya otra manera de examinar los efectos del discurso político, que ésta. En el análisis del discurso político, la única posibilidad, que finalmente nos queda, para examinar las consecuencias de un discurso producido son los resultados electorales que constituyen los "gradímetros" más objetivos de la aceptabilidad social de un discurso.

En el trabajo, a manera de hipótesis, nosotros distinguiremos dos tipos de efectos. Los efectos que se desprende de la posición o situación que un emisor ocupa en una situación de comunicación y los efectos que derivan de

la naturaleza misma del mensaje o efectos de contenido. Al primero llamamos efectos de posición y al segundo efectos de contenido.

Los efectos de posición

Se refiere a las posiciones privilegiadas que los emisores ocupan en los sistemas de comunicación, a partir de las cuales aseguran una aceptación del discurso producido. En estas condiciones los emisores disponen de un gran margen de autonomía para la producción y una gran maniobrabilidad para evitar un rechazo del discurso. Esta situación naturalmente exige condiciones muy particulares y puede considerarse como una modalidad sumamente importante de aceptabilidad del discurso, incluso en las situaciones que hemos definido como "ACABADAS". A este nivel, sin embargo, la credibilidad del discurso no debe limitarse exclusivamente a la posición o status del emisor. Factores que podemos considerar estructurales participan también como elementos —si se puede decir— corroboradores de la posición privilegiada del emisor. Entre estos últimos podemos señalar: la religiosidad de un país, los conflictos bélicos internos y externos, los problemas de identidad y conflictos étnicos, y en general todos aquellos factores, que relacionan al emisor con la sociedad, la cultura, la historia y la política de un país. Estos factores no deben ser confundidos con la posición que los emisores *urbi et orbi* ocupan en los sistemas políticos rígidos. Se refieren más bien a aquellos factores que suman al emisor una "plusvalía de autoridad".

Cuando nos ocupamos de las situaciones sociales de comunicación, retomamos algunos criterios que Papadopoulos desarrolla para estudiar los efectos dependientes del status o posición del emisor. Ahora, volveremos a retomar las ideas centrales que este autor toma sobre este tema.

Como se recordará, este investigador distingue los efectos que podemos llamar propiamente de posición y los efectos estructurales que favorecen la autonomía del emisor e inducen a la aceptación del discurso. Entre los primeros tenemos:

- a) Los efectos de monopolio. Este caso ha sido ilustrado por nosotros, por la relación existente entre un jefe fundador de un partido y los militantes partidarios, que revisten al emisor de toda autoridad. Corresponde a la situación de comunicación: un emisor/varios destinatarios. En este sentido el reconozca en el emisor el derecho legítimo de ser éste el productor del discurso y no otro. Esta situación, como podemos imaginar, está subordinada a la naturaleza de las relaciones que establecen entre sí los interlocutores.

- b) Los efectos de la situación de dominación. Se estructuran alrededor del carácter carismático de un líder político. La aceptabilidad del discurso está directamente asociada a la función que el emisor ocupa dentro de un sistema de comunicación: personalidad del político, poder que éste ostenta, credibilidad, etc. Para que una situación como ésta se dé, se requieren ciertas condiciones: una coyuntura política favorable, una disposición legítima de parte del destinatario a aceptar el discurso, un estilo de discurso, etc. Los líderes populistas y sus discursos, que tienen tendencia a glorificar las expectativas del destinatario y que son más fácilmente recepcionados, pueden ayudarnos a comprender mejor esta situación y sus efectos.

Entre las propiedades estructurales que favorecen la autonomía de la producción discursiva, Papadopoulos retiene dos criterios:

- a) La fuerte polarización ideológica, que reduce la oferta y hace muy difícil la defección de una organización a otra.
- b) Una estructura de competencia política de tipo oligopólica, que impide o hace más difícil el ingreso de nuevos partidos en el sistema político.

En determinadas circunstancias un emisor, por el lugar "privilegiado" que ocupa dentro del sistema de comunicación elabora un tipo de discurso que no necesariamente responde a las expectativas de los receptores y por consiguiente dificultan su aceptación. Podemos considerar estos tipos de discurso como aquellos que derivan de lo que llamaremos: "cambio de rumbo estratégico" del emisor. Responde casi exclusivamente a la capacidad de maniobra que la posición le confiere al emisor. Los siguientes son los casos en que se producen este tipo de discursos:

- a) Unidad y/o alianza estratégica partidaria. En este caso, un emisor tiene necesidad de acercarse a "otro" discurso o discursos con la finalidad de superar las limitaciones del suyo, para abarcar un mayor número de electores que los habituales. En esta situación, el emisor deja de lado el destinatario habitual por privilegiar la alianza con el partido "opositor". Los peligros de esta relación son evidentes: la pérdida de la clientela partidaria o el traspaso de los electores a otros partidos.
- b) La necesidad de tener efectivamente en cuenta la situación "REAL". Se da en aquellas situaciones en que el emisor debe ejercer en la práctica el gobierno. En estas condiciones, está obligado pasar de un discurso "electoral" a uno "real" que no necesariamente es de la satisfacción del destinatario, sobre todo, por las medidas inmediatas que exige el ejercicio del poder.

- c) La necesidad de producir un discurso legitimador. Cuando un emisor está empeñado en esclarecer su situación. Generalmente son discursos respuesta a los cuestionamientos que los militantes se plantean sobre la conducta de sus líderes.
- d) La necesidad de producir un nuevo discurso. Se da con la finalidad de aspirar a un “nuevo” sistema social. En este caso, el emisor toma todos los riesgos y deja de lado las expectativas del destinatario con la idea de recuperarlo(s) más tarde. Si este discurso resulta eficaz, el imaginario social resulta estructurado desde la ideología política (ver Papadopoulos: 1989, 33, 34, 35).

Efectos de contenido

En un régimen pluralista y democrático, en el que ningún emisor posee el monopolio de la emisión discursiva y la competencia está generalizada, el instrumento que le permite a un emisor acceder al poder dependerá del carácter del contenido discursivo elaborado. Este contenido, para ser socialmente aceptado, según Ossipow (1979), debe estructurarse en función a las expectativas del destinatario o, más propiamente, debe ser un modelo conforme a la SIGNIFICACIÓN IMAGINARIA del destinatario. Ossipow utiliza el concepto de interlocución para referirse a esta forma particular de elaborar el contenido discursivo a partir del destinatario. LOCUTIO, como se sabe, es una palabra latina que quiere decir: discurso. El concepto interlocución, hace pues, referencia a una relación interdiscursiva; es decir, a una relación discursiva a manera de un diálogo. Aunque no es precisamente ésta la idea que encontramos desarrollado en el modelo, conviene recordar que a la base del modelo está la COMUNICACIÓN, como función principal de la lengua, lo que permite tener en cuenta al receptor o al destinatario como sujeto activo de la comunicación. Precisamente lo que caracteriza el modelo de la interlocución es la manera cómo el emisor “A” anticipa en su discurso las representaciones del destinatario “B”. Lo que implica incorporar en el contenido discursivo la dimensión IMAGINARIA del destinatario, como estrategia de las condiciones de aceptabilidad social del discurso.

El concepto de IMAGINARIO SOCIAL es utilizado frecuentemente para referirse a todos aquellos aspectos de significación o registro de imágenes o recuerdos que permanecen en un estado “imaginario”, cuando se trata de la sociedad o, en estado “inconsciente”, cuando se trata de los individuos. El concepto de imaginario social, por otra parte, se confunde frecuentemente con otros conceptos que también tratan el aspecto no material o espiritual del individuo y/o de una colectividad; los conceptos de cultura e ideología principalmente.

En este trabajo no podemos ocuparnos de los difíciles problemas teóricos que relevan cada uno de estos campos específicos del conocimiento. Nos limitaremos al concepto de imaginario social (abordado principalmente a partir de los trabajos de Cornelius Castoriadis), con el propósito de comprender las condiciones de producción del discurso más apropiado.

El imaginario social está “formado por todas las imágenes, que cada uno compone a partir de la aprehensión que tiene de su cuerpo y de su deseo, de su entorno inmediato, de su relación con los otros, a partir del capital cultural recibido y adquirido, así como de las elecciones que provocan una proyección en el porvenir próximo” (Balandier: 1988, 241). El imaginario social, según esta concepción, se presenta como un sistema sociosimbólico difuso compuesto de significaciones imaginarias alrededor de las cuales los individuos se organizan en sociedad. Sin este imaginario social, como dice Castoriadis (1975), sería inexplicable la funcionalidad de las instituciones y de los procesos sociales. El imaginario social, para Balandier (ob., cit.), se constituye a partir de repertorios de “esquemas” establecidos y transmitidos a largo plazo. La religión, las tradiciones o las costumbres, configuran matrices de “objetos simbólicos” en torno a los cuales, casi siempre, los hombres actúan de manera contradictoria: con amor / u odio, aceptación / o rechazo, alegría / o tristeza. Es alrededor de estos sistemas simbólicos que se estructuran los sistemas de valores y las situaciones durables que cimentan a nivel simbólico las relaciones sociales. Las significaciones imaginarias como “esquemas” formadores de la sociedad constituyen y modelan las expectativas y actividades del grupo. Bourdieu (1987), precisamente por este hecho, define el imaginario social como “habitus”, “sistema de disposiciones duraderas y transferibles” predispuestos a funcionar como estructuras estructurantes.

El imaginario social se esclarece mejor cuando Castoriadis introduce la distinción entre un imaginario “radical”, como horizonte particular de la psiquis del individuo, y un horizonte colectivo, como “psiquis” social e histórica de un grupo. El imaginario radical es muy importante para entender la dinámica del universo imaginario social o Ethos específico de un pueblo. Castoriadis atribuye al imaginario un rol fundamental en la construcción de la dimensión inconsciente del individuo y de su mundo. Fuente de la creación y la satisfacción, según este autor. Pero Castoriadis no nos dice nada sobre la relación inconsciente del individuo con el grupo. Bourdieu (1982) por su parte, constata la dimensión inconsciente de los signos, lo que supone para los individuos compartir un conjunto de significaciones generalmente implícitas y comunes (valores, normas modelos, etc.). Pero la relación entre el inconsciente individual y colectivo y el imaginario social no queda esclarecido. Papadopoulos (ob., cit.) sugiere superar esta dificultad considerando el inconsciente individual como aquel lugar donde surge el imaginario social y el

inconsciente colectivo como el lugar donde las significaciones son comunes a todo un grupo; es decir, asumen un aspecto social.

Ahora bien, el imaginario se nos ha presentado hasta aquí como arquetipo, o matriz, aparentemente rígido e inmóvil, incapaz de incorporar nuevas imágenes, nuevas experiencias y vivencias diferentes al monótono curso establecido por los "esquemas" arquetipos. Pero en realidad la situación no se da así, porque el imaginario es también un universo abierto hacia el mundo efectivo. Una matriz sujeta a cambio, gracias a la capacidad creadora del lenguaje, que permite producir nuevos repertorios simbólicos, lo que explica por qué un discurso político puede también renovarse al mismo tiempo que se renueva la matriz simbólica.

Los imaginarios sociales como podemos darnos cuenta, cumplen funciones específicas para las sociedades que lo producen. A través del imaginario una sociedad se dota de una identidad, define sus deseos y aspiraciones, presenta un inventario de las necesidades, fija los roles, las metas a alcanzar, sugiere los métodos de solucionar problemas, etc. En cierta forma, como dice Balandier, es "el oxígeno sin el que decaerían toda la vida personal y toda vida en colectividad" (1988, 241). Se comprende entonces por qué un discurso político para ser aceptado tiene que modelarse a partir del imaginario social.

Sin embargo, debemos tener cuidado de retener una concepción del imaginario demasiado "maniqueísta" y hacer aparecer la aceptabilidad social de un discurso político como un simple problema de adecuación del discurso al imaginario. Un reduccionismo como éste desemboca en una lógica de causa/efecto simple que es necesario superar. En el análisis del imaginario es necesario además tomar en cuenta la llamada relación de VEROSIMILITUD que se establece entre el emisor y el destinatario, teniendo como medio el discurso. La verosimilitud no es una relación que se da entre el discurso (contenido) y lo "real" sino una relación entre el discurso y lo que los interlocutores creen que es verdad. Todorov (1988, 1973) refiriéndose a los textos literarios lo define como un tercer discurso. Un discurso difuso que existe entre los interlocutores y que ninguno puede reclamarlo como suyo (ver Todorov: 168, 38).

En la perspectiva de Grize (1976), la verosimilitud se presenta como una expresión de la representación que "A" intenta transmitir a "B" en una situación "S". "A" sería el emisor y "B" el destinatario a quien el mensaje debería resultarle verosímil, es decir, aceptable en una situación de comunicación "S". En el modelo de la interlocución, la verosimilitud se daría por el contenido de credibilidad, que la conformidad del discurso, con el imaginario del destinatario, propiciaría en éste. Esta conformidad produciría una ilusión de realismo o de verosimilitud que daría lugar a la aceptabilidad.

Digamos que un emisor "A" a través de su discurso dice algo. "A" intenta que su emisión produzca un efecto en el destinatario "B" por medio de la correspondencia que "B" realiza de la representación que "A" hace de la representación que "B" se hace de lo "real". La verosimilitud en este caso es simplemente un proceso estratégico que el emisor emplea para hacer aceptar su discurso. Mientras este discurso aparezca como más "creíble", su posibilidad de aceptabilidad serán también mayores. Es por este mismo hecho que un emisor recoge de antemano las expectativas y demandas del destinatario para que las mismas sean expresadas en el discurso. En la definición que hemos dado del modelo de la interlocución, como aquel proceso en el cual "A" anticipa en su discurso las representaciones del destinatario "B", subyace justamente la idea de verosimilitud.

En el modelo de la interlocución, el imaginario social se presenta como un anticipo de aquello que verdaderamente quiere escuchar el destinatario, en cierta medida si utilizamos una figura económica, diríamos que la oferta se configura en base a la demanda. Desde este punto de vista, el imaginario social aparece como una estrategia comunicativa conscientemente utilizada por el emisor. Digamos una estrategia GLOBAL de la que el emisor se vale para hacer captar su discurso, donde se mezclan: intereses, deseos, interpretaciones y creencias. De allí que el imaginario social se hace necesario para la producción del discurso. Sin este "cuerpo" social el contenido discursivo estaría desprovisto de significación. El sistema lingüístico utilizado en la producción del discurso traduce justamente este saber comunicativo estratégico que debe descubrirse a nivel del corpus discursivo.

Pero el contenido discursivo no se limita a esta sola estrategia general. En todo discurso político inexorablemente está presente la ideología política; la ideología define, en parte, el contenido del discurso y actúa como una estrategia singular junto a la general que deriva del imaginario social. La ideología política no se confunde, sin embargo, con el imaginario social. El imaginario sirve para la reproducción de la sociedad, la ideología en cambio sirve para el acceso o conquista del poder. La ideología, a su turno, se presenta también como una visión del mundo. Define un modelo de sociedad, designa a grandes rasgos el sentido "verdadero" de las acciones colectivas, etc. Pero a diferencia del imaginario que nos remite a lo global, la ideología política nos lleva a lo personal (lo partidario). Es un proyecto específico y se presenta como una estructura subyacente de un discurso oficial, de un emisor también oficial. La ideología en el análisis del discurso lo encontramos como un corpus específico, constituido por mensajes oficiales de un partido o emisor concreto.

Las probabilidades de aceptación de un discurso no dependen entonces exclusivamente de la conformidad del contenido discursivo a las significacio-

nes imaginarias, dependen también de la manera cómo la ideología estructura el contenido y la forma del discurso. Precisamente por este hecho, Papadopoulos (1989) introduce en el modelo de la interlocución la situación de SANCIÓN.

Retomando la idea central de Sartori (1976), este investigador descubre que en el modelo de Ossipow no aparece el "potencial de chantaje" que todos los receptores emplean cuando el discurso no corresponde más a sus "deseos". El potencial de chantaje vendría a ser una suerte de "disposición" que un elector manifiesta (y ejecuta) en los períodos electorales, de no ir a votar por un partido. Este recurso electoral, a manera de un "feedback" democrático, determinaría en última instancia el equilibrio entre la naturaleza del contenido discursivo a producir y las expectativas del destinatario.

Esta situación se hace particularmente evidente, según Papadopoulos, en los casos en que hay necesidad de producir un discurso tomando en cuenta las diferencias sociales de los grupos a quienes está destinado el discurso. En el modelo de la interlocución, efectivamente, el discurso aparece como una unidad coherente, monolítica, por encima de las clases sociales. En la perspectiva de Papadopoulos el problema consiste en producir un tipo de discurso que sin "reestructurar" el imaginario puede incorporar las diferencias de clase.

Papadopoulos propone a manera de hipótesis la posibilidad de producir dos tipos de discursos que permitirían elaborar estrategias admisibles, que superarían las demandas incompatibles de los destinatarios:

En el primer caso, se trata de producir un discurso general, con un contenido ideológico, menos y de significados ambiguos y polisémicos, interpretados por el destinatario en función al grado de información que retiene sobre el problema que se quiere explicar o desea aclarar. Según Papadopoulos "ce type de signifiants a donc la propriété de pouvoir éter mis en rapport avec des signifiés qui sont à la limite différents pour chaque destinataire, on pourrait utiliser pour qualifier ce rapport de signification la métaphore de la "chambre vide", que chaque client à qui est offerte pourra meubler à sa guise (1989, 32).

En el segundo caso, la posibilidad de superar las demandas incompatibles de los destinatarios se daría formulando un "doble discurso" o un discurso paralelo al discurso "oficial". Esta situación supone una suerte de incomunicación entre los interlocutores; pero, como este mismo autor lo reconoce, debido a una generalización de los medios de comunicación de masas, sería sumamente difícil para un emisor mantener un discurso paralelo sin que éste sea finalmente descubierto. Podríamos eventualmente considerar el funcio-

namiento de este doble discurso a nivel partidario. Un discurso "oficial" para el exterior y un discurso "real" para la militancia. Posiblemente los partidos a un nivel de su organización funcionen de esta manera, pero en todo caso el doble discurso no nos permite superar las incompatibilidades existentes entre los destinatarios a nivel global. Queda entonces la primera posibilidad como la estrategia más rentable que un emisor utiliza en un sistema democrático. Donde probablemente la ideología marca toda la diferencia entre un discurso y otro.

En la perspectiva pragmática el discurso político, como hemos visto, se presenta como un recurso verbal del que dispone un emisor para conquistar, mantener o reforzar una posición dentro de una situación de comunicación. Es un tipo de discurso producido exclusivamente en función al objetivo(s) del emisor (o Partido), esto es la conquista del poder. La diferencia entre un discurso cualquiera y el discurso político está simplemente en el hecho de que este último se elabora en función a este objetivo. El trabajo en el análisis del discurso consiste justamente en descubrir a nivel del CORPUS las condiciones de producción, la manera y las circunstancias en que este discurso se construye como una estrategia verbal para acceder al poder.

BIBLIOGRAFÍA

AUSTIN, J.

1990 *Cómo hacer cosas con palabras*. Barcelona, Paidós. (3ª impresión).

1970 *Ensayos Filosóficos*. Madrid, Alianza Editorial.

ARMENGAUD, F.

1990 *La Pragmatique*, París, P.U.F

BAJTIN, M. O VALENTIN NIKOLAEVICH VOLOSHINOV.

1992 *El marxismo y la filosofía del lenguaje*. Madrid, Alianza Editorial.

BARTHES, R.

1981 *Introduction à l'analyse des discours politiques*. Paris, Arman Colin.

BACHMANN, C., LINDENFELD, J., SIMONIN, J.

1981 *Langage et communications Sociales*. Paris, Hartier-Credif.

BALLY, CH.

1941 *El lenguaje y la vida*, Buenos Aires, Losada.

- BALANDIER, G.
 1988 *Modernidad y poder*, Gijón, ediciones Júcar.
 1994 *El poder en escenas*, Barcelona, Piados.
- BENVENISTE, E.
 1974 *Problèmes de Linguistique general*. T. I y II, Paris, Fayard.
- BOURDIEU, P.
 1987 *Choses dites*, Paris, Ed. de Minuit.
 1982 *Ce que parler veut dire: l'économie des échanges linguistiques*, Paris, Fayard.
- BUHLER, K.
 1952 *La onomatopeya y la función representativa del lenguaje*, Buenos Aires, Paidós.
- CASTORIADIS, C.
 1975 *L'institution imaginaire de la société*, Paris, Seuil.
- CICOUREL, A.
 1973 *Cognitive Sociology*, Londres, Penguin Books.
- CHARAUDEAU, P.
 1984 "Le discours propagandiste" *Le français dans le Monde*.
- DIJK VAN T.
 1993 *Texto y contexto*, Madrid, Cátedra.
- DUCROT, O.
 1984 *Le dire et le dit*, Paris, Ed. de Minuit.
- ESCANDELL, M., V.
 1993 *Introducción a la pragmática*, Barcelona, Anthropos.
- FRANÇOIS, F.
 1977 *El lenguaje y sus funciones*, Buenos Aires, Ed. Nueva Visión.
- GLEASON, H.A.
 1955 *An introduction to descriptive linguistics*, Holt, Rinehart and Winston, N. Y. Trad Fçaise, 1969, Larousse, Paris.
- GUIRAUD, P., EN FRANÇOIS, F., Y OTROS
 1977 *El lenguaje y la comunicación*, Buenos Aires, Argentina, Ed. Nueva Visión.

- GRIZE, J. B.
1976 *Matériaux pour une logique naturelle*, Université de Neuchâtel, Travaux du Centre de Recherches Sémiologiques, N° 29.
- JAKOBSON, R.
1963 *Essais de linguistique générale*, Paris, Ed. de Minuit.
- JAKOBSON, R.
1985 *Lingüística y poética*, Madrid, Cátedra.
- 1966 KIRCHHEIMERA, en, NEWMEYER, F., Panorama de la Lingüística Moderna de la Universidad de Cambridge, IV, El lenguaje: Contexto sociocultural, Ed. Visor.
- LATRAVERSE, F.
1987 *La Pragmatique*, Bruxelles, P. Mardaga, editeur.
- LEVI-STRAUSS, C.
1969 *Antropología estructural*.
- LASWELL, H. D., y otros
1965 *The language of politics: studies in quantitative semantics*, N.Y., G. Stewart, 1949; Cambridge, Mass, Mitt Press.
- LASWELL, H. D., y otros
1952 *The comparative study of symbols*, Stanford Univ. Press.
- MAINGUENEAU, D.
1976 *Initiation aux méthodes de l'analyse du discours. Problèmes et perspectives*, Paris, Hachette.
- MARTINEZ, F.
1972 *La estructura de la obra literaria. Una investigación de filosofía del lenguaje y estética*, Barcelona, Seix Barral.
- MORRIS, CH.
1970 *Foundations of the theory of signs*, Chicago, U.P.
- OSSIPOW, W.
1979 *La transformation du discours politique dans l'Eglise*, Lausanne, L'Age d'Homme.
- OSSIPOW, W.
1980 "Oligopolisation de l'idéologie et localisation optimale" en *Centre d'étude de l pensée politique*.
- PLATON
1983 *Diálogos*, Madrid, Gredos.

- PAPADOPOULOS, I.
 1989 *Dynamique du discours politique et conquête du pouvoir. Le cas du PASOK (Mouvement socialiste panhellénique): 1974.*
 1981 Berne, Francfort-s Main, New York, Paris, Peter Lang.
- PYE, L.
 1969 *Evolución política y comunicación de masas*, Troquel.
- RECANATI, F.
 1981 *Les énoncés performatifs*, Paris, Minuit.
- ROIG, Charles
 1980 *La grammaire politique de Lénine*, Lausanne, l'Age d'Homme.
- ROULET, E., y otros
 1991 *L'articulation du discours en français contemporain*, Berne, Francfort-s. Main New York, Paris, Peter Lang, (3era. Ed.)
- SAUSSURE DE, F.
 1972 *Cours de linguistique générale*, Paris, Payot, Ed. Tullio de Mauro.
- SPERBER, D., y WILSON, D.
 1986 *La pertinence*, Paris, Minuit.
- SEALE, J.
 1969 *Actos de habla*, Madrid Cátedra.
- SHANNON, C. E. y WEAVER, W.
 1940 *The mathematical theory of communication*, Urbana, Illinois, Univ. of Illionis Press.
- TORODOV T.
 1988 *Teoría de los géneros literarios*, Madrid, Arco-Libros.
 1988 *Poétique*, Paris, Ed. du Seuil.
- TUSON J.
 1989 *El lujo del lenguaje*, Barcelona, Piados Ibérica.
- WINDISCH, U.
 1985 *Le raisonnement et le parler quotidiens*, Lausanne, l'Age d'Homme.