

el saber de los sistemas simbólicos y la universidad

antonio paoli*

Leer una noticia, ver un anuncio publicitario, aplicar un programa de computadora o leer una novela supone entrar a modelos asociativos que dirigen la percepción de cierta manera y con ciertas finalidades.

Todo sistema simbólico se diseña con una finalidad implícita o explícita que frecuentemente ignoramos.

Ha explicado Jean Piaget que "lo propio de la inteligencia no es contemplar, sino 'transformar' y su mecanismo es esencialmente operatorio".¹

Pero cuando entramos a un sistema simbólico estamos en las reglas de una inteligencia, sin entender a profundidad qué quiere transformar y de qué manera nos afecta ese cambio. El proceso operativo del sistema simbólico constituye relaciones conceptuales que inciden en nuestras formas de percibir, concebir y sentir la realidad. A continuación presento dos ejemplos que ilustran lo que digo.

La noticia

Se genera y sostiene para legitimar o ilegitimar los actos de los centros de poder. El tiempo noticioso se estructura según los antecedentes y los consecuentes de las acciones de los centros de poder. La duración se define a

partir de esos actos, que se convierten en núcleos básicos, en ejes que articulan el tiempo, esa relación temporal se asume como "la historia".

La noticia se refiere a las ciudades sedes del poder como claves de la geografía. Son los referentes principales del espacio noticioso. Los otros asentamientos humanos normalmente no se mencionan, al menos que los poderosos se ocupen de ellos. Si acaece una catástrofe el redactor de noticias señala el problema e inmediatamente después escribe sobre los recursos que los centros de poder destinaron hacia el lugar "declarado" zona de desastre. Desde la perspectiva noticiosa se ve al planeta como un conjunto de desplazamientos de los centros de poder. Se presenta la geografía como geopolítica. Así se constituye el imaginario espacial de la noticia.

Este modo de representar al espacio y al tiempo tienden a imponer un imaginario espacio temporal, a partir del cual los centros de poder son el foco principal de atención.

Los actos de los gobiernos al ser narrados siguiendo el sistema simbólico llamado noticia, tienden a verse grandiosos; no sólo por los recursos que manejan y por las consecuencias sociales que implican, sino porque mágicamente se presentan como los productores del tiempo y los articuladores del espacio.

La finalidad de la noticia es señalar

implícita o explícitamente la legitimidad o la ilegitimidad de los actos de los dominadores, más allá de su contenido explícito, cumple esta finalidad al revestir a la acción del poderoso de un ropaje de trascendencia: se trata de los generadores del tiempo y del espacio.

La publicidad

Incitadora a la compra, frecuentemente hace que la gente se sienta satisfecha con lo que tiene para que compre algo nuevo. Provoca que el público sueñe en lo que podría convertirse si compra el producto, en lo que podría gozar si posee esa maravilla que se le ofrece.

—"¿Qué hace envidiable este lo-que-yo-podría-ser?"—se pregunta Berger.

—"La envidia de los demás"—se responde. "La publicidad se centra en las relaciones no en los objetos".²

La percepción de los demás sobre mí es el motivo más común que la publicidad propone para la compra. Según Berger, promete la felicidad para que lo envidien a uno.³ ¿Cómo será visto cuando posea ese coche o pueda ofrecer aquel brandy?

La invitación a la compra se ha centrado en una invitación constante

*División de Ciencias Sociales y Humanidades, UAM-Xochimilco.

¹ Jean Piaget, *Psicología y epistemología*, Ediciones Ariel, Barcelona, 1971, 89.

² John Berger, *et al*, *Modos de ver*, Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 1975, 147.

³ *Ibidem*.

a imaginar cómo me verían. Se trata de un efecto similar al de mi falta de soledad frente al espejo. Es decir, no me decoro para mí, sino para alguien más que está presente en mi imaginación. Esto genera una profunda imagen de debilidad. Pensemos en una persona que va por la calle y se mira en el reflejo de los cristales. Causa risa, se ve inseguro, y más inseguro estaría si descubre que lo miramos, porque su autoaprecio es dependiente de la mirada de otros. Esto lo hace vacilante y débil.

Este es un mecanismo que se repite con muchísima frecuencia. La gran mayoría de los comerciales lo utilizan de modo abierto o velado.

La imaginación publicitaria tiende a constituir una especialidad en la que el yo que quisiera ser envidiado, entra en una relación ficticia para gozar de algo asociado a la mercancía que se quiere vender. La relación no es sólo de quien obtiene la mercancía, sino de quien se vanagloria *a priori* por haberla obtenido y por tener también lo que se asocia al producto, al mismo tiempo que se ve admirado por otros como un triunfador.

La publicidad genera un espacio imaginario perfecto. El publicista pretende que el receptor se contemple en ese espacio, que se vea como un "yo allá", "yo en el contexto del producto que se vende".

Imaginemos un anuncio comercial con una hermosa mujer fotografiada que nos mira desde una playa cálida toma una bebida refrescante. Ella ve hacia el lente de la cámara, lo cual, en la imaginación del espectador equivale a que lo mirará en sus pupilas y sonríe. Mi "aquí" y su "allá" entran en una relación onírica de cercanía. Mi libido masculina aprueba de inmediatez esta tendencia. Así defino mi que-
rencia de acuerdo con los fines del publicista. El supone que al definirse así el deseo, la voluntad tenderá a ese "allá", del cual lo único alcanzable es la mercancía que quiere venderme.

El tiempo publicitario se presenta

como un futuro, como un transcurso que va de mi "ahora" al tiempo imaginario en el que obtengo la mercancía. El tiempo pasado, de lo viejo, de lo obsoleto, no tiene nada que hacer, a menos que haya servido para darnos la experiencia de lo actual que el consumidor podrá gozar.

La enajenación y el concepto

Hay fines implícitos en el redactar noticias, en tomar una foto, en diseñar un anuncio publicitario, en producir un programa de cómputo. ¿Cuáles son esos fines? ¿A quién sirven? ¿Qué consecuencias trae aparejada la tendencia hacia esos fines? ¿Qué transformaciones psíquicas y éticas tienden a generarse en el auditorio con la organización práctica de cada uno de esos sistemas simbólicos?

Parafraseando a Piaget podemos afirmar que la inteligencia que aplica estos sistemas simbólicos no contempla sino "transforma" con mecanismos esencialmente operativos. Vale la pena preguntarnos ¿qué transforma? ¿para qué lo hace? Casi todos los usuarios de estos sistemas simbólicos no sabríamos contestar estas preguntas. En este sentido estamos ciegos.



en nuestra cultura existen múltiples sistemas simbólicos

Conceptualizar un sistema simbólico es una forma de recuperar mi libertad. Es conocer hacia dónde se encamina mi acción cuando lo uso o lo produzco; así puedo saber si me interesa ir hacia determinado lugar.

Si voy por la carretera no sólo la comprendo por lo que veo, también por lo que proyecto o por lo que asumo que se proyectó. No veo toda la carretera, pero deduzco que se tiende de ciudad a ciudad para hacer fácil el viajar de una a otra con mi automóvil. Si la viera sin el concepto, sin el proceso contenido en el concepto, sería como ver un tremedal desconocido.

Un sistema simbólico sirve a ciertos fines, moldea de alguna manera mi percepción, favorece un determinado género de intereses. Si no comprendo esto mi intelecto se confunde fácilmente, se hace débil, inseguro, no sabe cómo le afectan y cómo dañan a la sociedad los sistemas conceptuales que uso, no puede prever, controlar los procesos.

Los múltiples sistemas simbólicos que conforman nuestra cultura son como avalanchas que nos arrojan de aquí para allá, sin que seamos conscientes de su tendencia ni de su fuerza. El malestar de la cultura no se debe principalmente a la represión como pensaba Freud, sino a la ignorancia.

Subordinar mi intelecto a los caprichos legitimadores del poder no es muy edificante. Someterlo a las veleidades de la moda y a la manipulación publicitaria tampoco. Es como buscar mi autoimagen de pequeñez y de inseguridad; es como hacer crónica mi debilidad, porque iré de frustración en frustración, sin capacidad de concentrar fuerza psíquica para mis propios fines.

Los dos sistemas simbólicos que

hemos abordado brevemente son modelos enajenantes que pretenden legitimar una forma de dominio político, o favorecer la acumulación privada de capital. Para lograr estos fines impulsan relaciones que desgastan la energía psíquica del auditorio.

Comprender un sistema simbólico es esclarecer el proceso de las relaciones intelectuales que ordenan mi actuar y mi sentir cuando entro en ellos. Sus formas de asociar ideas y producir sentimientos deben aparecer nítidas cuando explicamos la noticia, la composición fotográfica, la cibernética, el poema, el rito religioso, la novela y cualquier otro sistema simbólico. Esto supone un alto nivel de abstracción.

No podemos partir de la crítica a un periodista, a un publicista o a cualquier otro comunicador. El esfuerzo conceptual busca generar un modo crítico de contemplar y transformar nuestras prácticas culturales, de comprender los sistemas que han moldeado nuestra percepción y nuestro sentido, para con todo esto brindar elementos para el autoanálisis.

Parece ser que la clara explicación de diversos sistemas simbólicos puede llegar a constituir un fundamento sólido de la ciencia de la comunicación social. Este fundamento no puede ser una solución pragmática, tiene que iniciar con los problemas que afectan seriamente la estabilidad psíquica y social de nuestro tiempo. La finalidad de esta tarea es revelar la estructura degradante de diversos sistemas simbólicos claves en nuestra vida cultural y contraponerles, tácita y explícitamente, ideales de igualdad, solidaridad y cooperación.

El estudio de los sistemas simbólicos es un intento de comprender los modelos asociativos que van formando nuestro entorno y nuestras formas de apreciar, pensar, sentir, anhelar; que van haciendo —casi sin que nos demos cuenta— la historia de nuestra intimidad y de nuestra forma de relacionarnos.

“Críticar la propia concepción del mundo —decía Antonio Gramsci— es tor-

narla consciente. Significa criticar toda la filosofía existente, en la medida que ha dejado estratificaciones consolidadas en la filosofía popular. Se trata de ver lo que realmente se es como producto de un proceso histórico.”⁴

Desde la cárcel Gramsci soñaba con realizar un gran inventario de las influencias claves que van formando el sentido común para comprenderlas en su finalidad social y en su necesidad histórica. La Universidad parece el lugar más propicio para realizar este inventario. Desde ella podemos iniciar la colección y la explicación de sistemas que han ido conformando nuestro ser intelectual y moral.

La tarea tiene una intención “ético-política”. Es parte del esfuerzo por socializar un método profundo de autoanálisis y una utopía de la cooperación y del entusiasmo permanente. La crítica de las prácticas culturales es sólo uno de sus medios para revitalizar nuestro pensar y nuestro percibir.

“Crear una nueva cultura —decía Gramsci— no significa sólo hacer descubrimientos ‘originales’; significa también y especialmente difundir verdades ya descubiertas, ‘socializarlas’, por así decir, convertirlas en base de acciones vitales, en elementos de coordinación y orden intelectual y moral.”⁵

La tarea de crear una nueva cultura supone que uno rechaza profundamente las finalidades y las relaciones conceptuales que diversos sistemas simbólicos tienden a imponerle. Supone también que —aunque utópicos— uno tiene fines claros y determinación para alcanzarlos. Esto supone autonomía intelectual y moral.

Dice Hegel en el prólogo a *La fenomenología del espíritu* que “la razón es el actuar con apego a un fin.”⁶ El sujeto autónomo al tener claridad de

al crear una nueva cultura hay que “socializar” las verdades ya descubiertas

fines posee base sólida para llenarse de razón. Su intelecto será más preciso, podrá discernir con claridad, pues prevé procesos y tendencias hacia su meta o contra ella. Por eso mismo visualiza movimiento y desarrollo. Con frecuencia puede prever y anticiparse. Comprende un porvenir que se despliega.

Para explicar un sistema simbólico hace falta tener claridad sobre los fines del sistema que estudio y claridad sobre mis propios fines, porque sólo así puedo establecer el contraste o la similitud. Al ver con claridad esta doble perspectiva, puedo investigar las relaciones espacio temporales del sistema que analizo. Con ellas puedo entrever cómo se estructuran en el sistema estos *a priori* de la percepción.

La autonomía como primer condicionante del método

Quien tenga pasión por lograr algo actuará y observará qué tanto se realizan



⁴ Antonio Gramsci, *El materialismo histórico y la filosofía de Benedetto Croce*, Editorial Lautaro, Buenos Aires, 1958, p. 13.

⁵ *Ibidem*.

⁶ G.W.F. Hegel, *Prólogo a la fenomenología del espíritu*, Editorial Fondo de Cultura Económica, México, 1983, p. 16.

*si la Universidad no parte de
las "realidades superiores"
acaba con su vitalidad
y su sentido*

o tienden a realizarse sus anhelos. Pero ¿cómo comprender el movimiento de las circunstancias y las gentes si uno no ha definido las tendencias de su propio movimiento?

El sujeto autónomo no sólo conoce sus fines, también tiene entusiasmo para dirigirse a ellos, por eso es un observador de la realidad que ha relacionado con sus fines. Es un observador suspicaz y perspicaz, porque no sólo es acucioso en su observar, también es imaginativo en cuanto a los movimientos —reales y posibles— que agilizan o entorpecen sus logros. Su inteligencia se agudiza en función de esos logros.

La comprensión de mis propios fines es un principio que ordena mi saber y me permite apreciar el saber de los otros. Si no sé de mis fines a veces seguiré a una autoridad y a veces a otra o bien seguiré un sistema simbólico para oponerme a un dominador, sin ser consciente de que estoy subordinándome a otro dominio que mi enajenación impide ver. Después reaccionaré contra el predominio de mi nuevo amo invisible, para ir a caer en otro fantasmal o tangible, con todo esto mi saber no se acumula, mi orden

intelectual no se define, va de aquí para allá como un naufrago. Sus valores no pueden acabar de establecerse, sus prioridades son difusas, sus relaciones no acaban de definirse.

Quien está en esa situación indefinida puede tener una gran capacidad de asociación y ante un problema podrá lucir su ingenio. Un psicólogo podrá decir que es "muy inteligente", pero con frecuencia su ingenio lo hará muy hábil para hacer tonterías.

Una persona sin fines claros podrá tener pasión pero su discernimiento será difuso. Le será difícil definir qué es lo adecuado en cada circunstancia, porque en sí sólo hay adecuación en función de los fines. La pasión será un motor que lo llevará a chocar y a rebotar. La potencia de la voluntad se le convertirá en ansiedad, en multitud de tendencias, en estrés.

Sin fines claros ¿por qué valor puedo adoptar consistentemente? ¿En qué trascendencia puedo descansar? ¿Qué debo tolerar y qué es intolerable? ¿De dónde voy a sacar interés para gozar lo nuevo si no me ilusiona profundamente ningún logro? ¿Qué emoción grandiosa podré tener si no hallo meta cuyo alcance me dé el sabor del éxito?

El concepto supone expectativas que se proyectan. Gracias a ellas "entendemos" a la cosa más allá de su apariencia. La vemos como cosa para mí, para mis congéneres. El concepto, como antes expusimos, supone un

proceso que revela una tendencia y permite aventurar una predicción.

La conceptualización clara de un sistema simbólico nos permite comprender si tiende a llevarnos a relaciones asimétricas, frustantes, debilitadoras de la psique o a relaciones que —como soñaron los románticos franceses de 1789— tienden a la igualdad, a la libertad y a la fraternidad.

Dice Ortega y Gasset que las realidades superiores nos ponen una condición para hacerse patentes: "que queramos su existencia y nos esforcemos hacia ellas. Viven pues, en cierto modo, apoyadas en nuestra voluntad. La ciencia, el arte, la justicia, la cortesía, la religión sus órbitas de realidad que no invaden bárbaramente nuestras personas, como hace el hambre y el frío; sólo existen para quien tiene la voluntad de ellas".⁷

Si la Universidad no parte de las "realidades superiores" acaba con su vitalidad y su sentido. Nuestra voluntad de saber tiene que fortalecerse en la anticipación del éxito. El éxito de la cultura supone mirar sus grandes problemas desde un ideal de cultura. Se ha dicho mucho que tomar conciencia de los obstáculos es una forma de empezar a eliminarlos, pero ciertamente tomar conciencia de ellos es haber visto o soñado más allá de ellos.

⁷ José Ortega y Gasset, *Meditaciones del Quijote*, Editorial Espasa Calpe, 1985 (colección Austral), p. 52.

