

Laerte Magalhães

Fronteras discursivas y rupturas indiferenciadas

Estudiante del Doctorado en la Escola de Comunicação de la
Universidade Federal de Rio de Janeiro.
E-mail:flaerte@uol.com.br

diálogos
de la comunicación

INTRODUCCIÓN

En este trabajo analizamos los discursos de las tapas de los CDs de Zé Ramalho, Chico Buarque de Holanda y Fafá de Belem a partir de lo que inicialmente consideramos producciones enunciativas más o menos próximas, referidas a una cierta idea de pertenencia, sea a una concepción de pueblo, sea a un sentimiento de brasilidad o de espacio urbano (las ciudades). Estos discursos refractan y reflejan discusiones que se suscitan en el campo teórico sobre la posmodernidad, que intentan dar cuenta de los fenómenos sociales en curso: las disputas de sentido, mediación y mediatización de la cultura a partir de las heterogeneidades societarias y de negociaciones que

intercambian los diversos campos socioculturales en las sociedades llamadas globalizadas.

Nuestra principal herramienta de análisis es la *Semiología de los Discursos Sociales*¹, disciplina «*que estudia los fenómenos culturales como fenómenos de comunicación*», por tanto como «*fenómenos de producción de sentido*»: la significación como resultante de prácticas y estrategias discursivas a partir del lugar social de los sujetos, y se caracteriza por enfocar los procesos de comunicación como consecuencia del contexto.

Aunque el AD haga un abordaje más lingüístico verbal, en los últimos años ha recibido como contribución de algunos autores la construcción de mecanismos de verificación de la producción de sentido en los discursos imagéticos de los medios, agregándolos a sus instrumentos de investigación. Y como tratamos de discursos cuya materia enunciativa es predominantemente el uso de imágenes, recorreremos a Verón (1983) y Pinto (1995), dos autores que han dedicado buena parte de su producción teórica a construir una teoría de la semantización de las imágenes mediáticas.

Pero también recorreremos la teoría del multiculturalismo, principalmente con Taylor (1993) que, a nuestro entender, se vincula de algún modo con el concepto de plurilingüismo de Bakhtin (1993); pa-

samos por algunos puntos desarrollados por García Canclini (1997), Hall (1997) y Bauman (1998).

No nos cabe verificar contenidos, pretendemos atenernos a los modos de construcción discursiva, confrontando las materias significantes para resaltar sus diferencias y apuntar las estrategias enunciativas y sus dispositivos de enunciación. Si en algún momento nos detenemos en este o aquel aspecto de contenido es porque consideramos que así podemos entender mejor las estrategias de su construcción discursiva.

EL VERBO PRODUCE EL UNIVERSO VERBORRÁGICO

Al producir una enunciación construimos, al mismo tiempo, un universo discursivo y una situación de comunicación. El universo discursivo es dado por las condiciones de producción comprendidas no sólo por el contexto «material e institucional del discurso» -escenario donde se presenta el ritual de la escena discursiva- sino también por las representaciones imaginarias que los interlocutores elaboran en sus respectivas posiciones de habla (Maingueneau, 1997). Y la situación de comunicación define los dispositivos de enunciación, o sea, a partir de los lugares que los interlocutores ocupan en el diálogo y de las expectativas que cada uno construyó respecto de sí y del

otro, donde establecen un *contrato de habla*, o, en el caso de los discursos de los medios, un *contrato de lectura* (Verón, 1983b). Para Charaudeau (2) (1995) hay un segundo nivel comunicacional, aquel que corresponde al espacio interno», donde cada uno de los sujetos hablantes adopta estrategias variadas» según sus objetivos comunicacionales.

Es una escena común del cotidiano en las innumerables veces en que dos o más personas dialogan, o de un modo amplificado, en las situaciones de consumo de producciones mediáticas. Situaciones dialógicas que pueden ser de conflicto, de seducción y/o persuasión y de disputa. El proceso dialógico es un espacio de disputa de sentido, donde cada uno de los interlocutores, regido por los rituales del lenguaje social, construye sus estrategias intentando tener la última palabra, aquella que tiene valor de verdad.

Autores diferentes, en diferentes momentos, han intentado mapear y nombrar los diferentes sujetos que participan en el acto enunciativo. Poco a poco se suman esfuerzos para una teoría de los sujetos del proceso de enunciación. Se señala que los sujetos discursivos son mapeados y nombrados en el plano de los discursos, como figuras imaginarias, nunca en la vida real. Así, el autor de un disco, no es el cantante o el compositor en su material

real, sino el personaje discursivo que se presenta en el disco de determinado modo para nosotros, la imagen que tenemos de él en el discurso que interpretamos, adherimos, rechazamos o ignoramos.

Benveniste (1988) se refiere a la imagen que el emisor tiene de sí en el discurso, como sujeto de la enunciación y llama sujeto del enunciado a las voces que participan del discurso sin que le sea atribuida ninguna acción de habla de modo explícito. A estas voces Ducrot (1987) en su teoría polifónica las llama co-enunciadores. Pinto (1995b) se refiere a la imagen que el emisor tiene del receptor, como «*sujeto hablado*». Ya Verón (1993c) utiliza para el sujeto de la enunciación, el término *enunciador* y para el interlocutor, receptor idealizado, el término *destinatario*. Pensamos que destinatario remite a un lugar como punto final de la remisión; enunciatario, nos parece más apropiado como imagen idealizada de un interlocutor que, en sí, presupone la condición responsiva activa, aquel que participa de la producción discursiva como expectativa de respuesta.

EL CURSO DE LAS IMÁGENES EN EL TRANSCURRIR DE SUS VOCES EN LOS DISCURSOS

Partimos del presupuesto de que a pesar de sus especificidades, de caracterizarse

como producto de una técnica moderna, la imagen fotográfica trae consigo el debate entre la magia (*eídolon*), el encanto milenario transcendente de toda imagen y la necesidad expresiva del ser humano, su concepción cognoscente (*eikón*), donde adquiere su potencialidad simbólica (*symbolon*), mejor dicho, sus posibilidades discursivas.

Del latín, inicialmente *imago*, tiene como referencia el fantasma, el espectro con relación a la máscara mortuoria. Del griego adoptamos el sentido de *eikon*, imagen que se caracteriza por guardar similitud con el objeto que sustituye o (re)presenta al mundo real. Esta dicotomía atraviesa la teoría de la imagen, contaminándola con diferencias conceptuales y perceptivas. En el sentido latino la imagen es del orden de la cultura y remite a alguna otra cosa que no es ella misma. Esencia que sólo se realiza por la mediación, a través de la representación, en oposición al término griego (*ícone*) que se realiza por la presentación, denotación, sentido inmanente. La *imago* es del orden del mirar (índice); el *eikón* es de la visión. La primera es modo, la segunda es intención. No obstante, estos dos ejes no son necesariamente opuestos.

Las potencialidades discursivas de la imagen son, en general exploradas por artificios de producción de sentido utilizados tanto por la

prensa como por las creaciones artísticas.³

Verón (1982d) clasifica cinco modalidades de negociación en la construcción de los discursos de las imágenes fotográficas utilizadas en los medios impresos. De estas, trabajaremos de preferencia con cuatro, relacionadas con lo que Pinto (1997c) considera el comienzo del “trabajo de *mise-endiscours*”: la foto instantánea (o testimonial), la foto posada y la foto de archivo (posada o no, y que bien puede servir de fondo semántico). La cuarta modalidad se aferra, a nuestro modo de ver, a la línea discursiva del vehículo, más que a caracterizar un tipo mediático de imagen.

Instantánea testimonial: la foto extraída del acontecimiento o personaje por la acción providencial del fotógrafo (profesional o no). Propia de los discursos periodísticos, sólo es utilizada cuando el hecho exige que se presenten sus condiciones «reales» de ocurrencia. Cuando sus elementos de composición retratan lo real con el «impacto» del acontecimiento. Esta categoría, que tiene como principal valor mostrar la imagen como prueba de verdad y de que el hecho fue testimoniado por el fotógrafo que captó la instantánea, sólo nos interesa aquí como contrapunto a las imágenes gráficamente idealizadas de los discursos que analizamos.

Fondo semántico: La imagen pierde todo su peso refe-

rencial, evoca simplemente, de un modo o de otro, el campo semántico designado por el texto que la acompaña. Esta evocación es producida, por regla general, por una asociación que moviliza un elemento adherido al reservorio de los estereotipos visuales de la cultura. Según Pinto (1997d) es «la foto de archivo, que podría ser una antigua instantánea o de pose, pero que por una operación enunciativa de naturaleza retórica aparece sólo como fondo semántico genérico de ciertos textos». Texto e imagen reenvían uno al otro, en una relación de equivalencia o resonancia, por *espectacularidad* y por *circularidad*^d, en un equilibrio semántico cerrado. Es una relación que parece orientada. Va del texto a la imagen porque es el texto el que define la pertinencia semántica del fondo.

Metáfora visual: construcción parafrástica en que una situación está en el lugar de la otra, sea por imágenes fotográficas o representaciones gráficas, «por la intermediación de una retórica que debe ser siempre más simple y más explícita en la construcción de sus figuras, la espectacularidad texto imagen es en este caso total.

Retórica visual de las características: Para cada «personalidad pública» los medios construyen un personaje, a partir de rasgos determinados con los cuales trabaja su imagen junto con sus lectores (no olvidemos que

estamos refiriéndonos a los medios impresos, aunque esta capacidad pueda ser detectada en otros géneros mediáticos.) Pero una vez que la imagen pierde su valor referencial, no se trata de ésta o aquella persona, en ésta o aquella circunstancia, se trata de un personaje que siempre está repitiendo las características de su imagen construida por éste o aquel periódico. Dos aspectos destacan en este sentido en los trabajos que analizamos: el modo como los discursos en los CD de Fafá de Belém construyen la imagen del ser brasileño: el uso de los colores de la bandera nacional, la multirracialidad y la sonrisa. Se ancla en la simbología nacionalista y contamina opinativamente esa imagen con la alegría, que es una *retórica visual de las características* construida por los medios para la imagen de la cantante; y el otro es el CD de Chico Buarque, que insinúa estigmas construidos culturalmente en la construcción *categorial*^e de las razas, en el conjunto de las imágenes: el blanco europeo y el japonés sonriendo, el negro triste, el árabe con un aire burlón. Son imágenes que, aun considerando que no tienen el enfoque periodístico, pueden ser analizadas a la luz de esta retórica visual de las características. Esa categoría no se aplica a la construcción discursiva del CD de Zé Ramalho.

Este trabajo es una reflexión, por tanto una lectura posible. No pretendemos, centrándo-

nos en el acto enunciativo, mostrar todas sus reglas de producción o el descubrimiento totalizante de sus posibilidades. La producción, como la recepción, «son los procesos de descubrimiento permanente y nunca es posible en un descubrimiento descubrir todo lo que ha de ser descubierto, o descubrirlo de una forma que frustre la posibilidad de un descubrimiento enteramente diverso» (Bauman, 1998).

UNA AMALGAMA DE CULTURAS HETEROGÉNEAS Y ANTAGÓNICAS

Uno de los aspectos resalantes de la sociedad globalizada es justamente la cuestión del multiculturalismo como expresión de la composición étnica históricamente hibridizada, especialmente en los países de América Latina, exorbitada con la globalización, porque con la formación de los mercados comunes y la ampliación de las áreas de actuación comercial con otros mercados, caen las resistencias entre fronteras de los países, creándose no sólo la necesidad de conocimiento y de hablar otras lenguas para poder disputar las oportunidades que surgen en el intercambio comercial, sino también crecen los movimientos migratorios y el turismo. Ampliándose de ese modo las posibilidades de intercambio de información y todo lo demás que de ahí deriva. Como dice García Canclini (1988): «una primera

comprobación es que los procesos globalizadores no sólo incrementan el comercio material entre más países, sino que aumentan el intercambio de imaginarios recíprocos y expanden el horizonte de referencia a muchas más naciones de las que antes cabían en nuestros repertorios simbólicos».

Al lado y simultáneamente se exasperan las luchas internas en cada país, impulsadas por los diversos grupos minoritarios como reflejo de la necesidad de reconocimiento de sus identidades, como reivindicación de respeto y dignidad. Según Taylor (1993b) «puede argüirse que dicha necesidad es una de las fuerzas que impelen a los movimientos nacionalistas en política». Y también como reflejo de la lucha por la construcción de identidad, los individuos dentro de los propios grupos ejercen otros modos de presión. Como se puede percibir, las disputas y las presiones son también múltiples y en todas las direcciones. Como gestores de todos estos impasses están los gobiernos y las instituciones que, en general, representan más a las fuerzas políticas que se oponen a los intereses de los grupos que históricamente siempre estuvieron sometidos a lo que Taylor llama «falso reconocimiento». O sea, la formación discursiva que intenta naturalizar las diferencias utilizando un determinismo perverso, cuya óptica apela a la falsa homogeneización, disimula las dis-

putas internas, el precepto arraigado y se esfuerza por hacer creer que la situación de penuria de cada uno se debe a su herencia genética o social y que, por lo tanto, todos deben aceptar su condición sin reaccionar. Esta concepción explica la pobreza del negro, la miseria del indio, o la represión y la violencia hacia la mujer por su naturaleza misma. «El falso reconocimiento o la falta de reconocimiento puede causar daño, puede ser una forma de opresión que aprisiona a alguien en un modo de ser falso, deformado y reducido».

En opinión de Taylor (1993c) los individuos que hoy en día tienen conciencia de su papel en la transformación de las relaciones de poder en sus sociedades traen consigo los ideales de Rousseau y Herder, que se referían a la necesidad de los individuos de buscar en sí la autenticidad y la originalidad. Aquel, en el sentido de reconocerse diferente de los otros y fiel a sí mismo; éste, como referencia a la capacidad que tiene cada uno de poder contribuir con sus ideales y su voz al crecimiento del grupo, de la sociedad, en una relación continua de intercambio. Para Hall (1997) «el sujeto, que siempre ha vivido consciente de tener una identidad unificada y estable, está tornándose fragmentado; compuesto no de una única sino de varias identidades, algunas veces contradictorias o no-resueltas». Es interesante verificar ese cambio

en la constitución de las identidades porque ello revela cómo un mismo individuo en las sociedades actuales asume una identidad diferente, de acuerdo con la situación de comunicación, o su lugar de habla. También los grupos que antes se aglutinaban en torno de una «bandera de lucha» se perciben ahora heterogéneos, algunas veces incluso antagonicos entre sí.

El dato de mayor importancia que surge de la disposición de lucha de los grupos es la percepción de que el reconocimiento sólo se da como consecuencia de la afirmación de las identidades individuales o de la identificación de los individuos en grupo, no es una dotación o una acción monológica y acabada; es, antes que nada, reflejo de luchas intensas y constantes en un proceso dialógico de negociación permanente. Hay una conexión que vincula identidad y reconocimiento y que se expresa en una comprensión que los individuos tienen de sí mismos y de la necesidad de construir su identidad en una interrelación dialógica. A ese respecto Taylor (1993b) recuerda a Bakhtin cuando dice:

«siempre definimos nuestra identidad en diálogo con las cosas que nuestros otros significantes desean ver en nosotros, y a veces en lucha con ellas. Y aún después que hemos dejado atrás a algunos de estos otros -por ejemplo, nuestros padres- y desaparecen de nuestras vidas, la con-

versación con ellos continuará en nuestro interior mientras nosotros vivamos.

Nos gusta particularmente la idea de actualización del concepto de multiculturalismo a partir del plurilingüismo o dialogismo con que trabaja Bakhtin (1993b). Es de la intersección entre estas dos categorías que vinculamos los discursos que aquí analizamos como productos de un contexto, donde los artistas actualizan la tendencia potencializada en la cotidianeidad de las calles y develada en los debates científicos, atentos y conectados a su época, en sus trabajos de final de siglo/milenio.

Queremos entonces a partir de este momento traer a nuestro campo, que es el campo de los estudios del lenguaje, este abordaje culturalista, observando sus matices de semejanzas y diferencias en la lucha reñida que nos proponemos iniciar.

UNA AMALGAMA DE VOCES HETEROGÉNEAS E INMISCIBLES

Entendemos que hay algo que vincula a Bakhtin con los autores que en este momento reflexionan sobre el culturalismo. Primero, la propia referencia hecha por Taylor (1993b) al dialogismo diciendo que si queremos comprender la íntima conexión que existe entre la identidad y el reconocimiento tendremos que tomar en cuenta un ras-

go decisivo de la condición humana que se ha vuelto casi invisible por la tendencia abrumadoramente monológica de la corriente principal de la filosofía moderna. Este rasgo decisivo de la vida humana es su carácter fundamentalmente *dialógico*.

Después, porque como vimos anteriormente, el propio autor remite a Bakhtin. Si tratamos aquí de reconocimiento e identidad como materia de producción de sentido, tenemos que llevar adelante esta aproximación.

Es en el campo de la literatura que Bakhtin (1993c) comienza a aplicar su concepto de plurilingüismo. Dice él que

«el romance, tomado como conjunto, se caracteriza por ser un fenómeno plurilingüístico, plurilingüe y plurivocal. El investigador depara en él con ciertas unidades estilísticas heterogéneas que reposan a su vez en planos lingüísticos diferentes y que están sometidos a leyes estilísticas distintas.»

Centrado en el campo del arte literario, el autor se va transportando al campo social, tejiendo puentes que se conectan de un punto a otro, evidenciando intencionalmente el contexto social con la producción de los discursos literarios. En uno de estos pasajes, después de mostrar que «el romance es una diversidad social de lenguajes organizados artísticamente, a la vez de lenguajes y de voces in-

dividuales» y que «toda estratificación interna de cada lengua en cada momento dado de su existencia histórica constituye premisa indispensable del género romanesco» concluye diciendo que «es gracias a este plurilingüismo social, y al crecimiento en su interior de un solo de voces diferentes, que el romance orquesta todos sus temas, todo su mundo objetal, semántico, figurativo y expresivo». Por eso es que no hay dificultad en trasponer los conceptos bakhtinianos a los análisis que se hacen sobre objetos de la realidad. Primero porque es del propio mundo real que él extrae su instrumental de análisis y después porque, como vimos, es a través del lenguaje que se actualizan los diversos enfrentamientos sociales, en cualquier época. Por último, porque todo tiene que ver con los discursos de actualidad, sean periodísticos o artísticos, que se constituyen en lugar de expresión de esos enfrentamientos.

Vemos esto claramente en las marcas enunciativas de los discursos que estamos analizando en este trabajo: cada uno enfoca un aspecto de esa temática designada como multiculturalismo o plurilingüe, tocándose en algunos puntos y apartándose en otros. Refiriéndose a la cuestión del reconocimiento del otro como condición de poder exigir su propio reconocimiento; o, de otro modo, apuntando la miscigenación o la interculturalidad como formación híbrida de un senti-

miento nacional, o también para, de un lugar conquistado entre una elite discricionaria, enfrentarla con la exposición de su origen multirracial.

Hay ahí un juego dialógico, producciones discursivas, que ponen en evidencia la escenificación de las confrontaciones sociales que se entablan entre los diversos grupos, no sólo entre los que luchan y negocian sus espacios como también entre/contralos que son objeto de esos movimientos reivindicatorios. No tienen por qué ser diferentes, pues

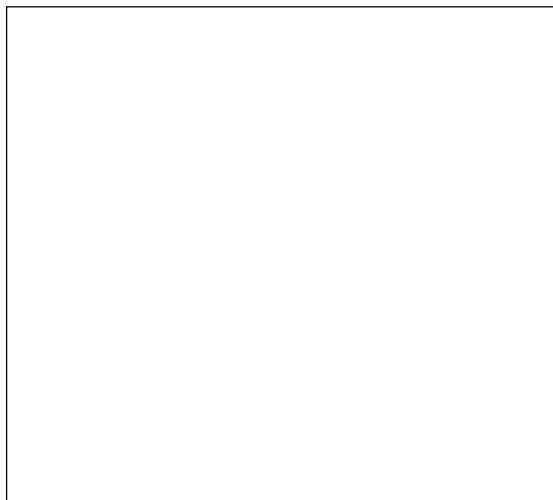
«la orientación dialógica es naturalmente un fenómeno propio a todo el discurso. Se trata de la orientación natural de cualquier discurso vivo. En todos sus caminos hasta el objeto, en todas las direcciones, el discurso se encuentra con el discurso del otro y no puede dejar de participar, con él, de una interacción viva y tensa (Bakhtin, 1993d).

Es en la producción discursiva de los diversos segmentos sociales que se construye el principal campo de disputa. Y el reconocimiento, como objeto de la conquista, sólo se actualiza en ese tejido multívoco y polémico como representación ritualizada de los deseos y concesiones de parte a parte. El multiculturalismo es esencialmente plurilingüístico: se genera en la diversidad y en la adversidad dialógica del tejido societario. Pensemos

que podemos decir, de otro modo, que el multiculturalismo es el concepto posmoderno⁶ de lo que Bakhtin denominó plurilingüismo, porque este concepto no se restringe a la lengua como se puede suponer. Él trasciende las expectativas limitadas a las interpretaciones lingüísticas para acoger los matices y las demás fuerzas vivas de la producción de sentido de la vida en sociedad, sobrepasando los diferentes niveles internos, entre los individuos y grupos, y externo, configurando las mallas del tejido social.

Existen incluso lenguajes de días: en efecto, el día socioideológico y político de «ayer» y el día de hoy no tienen el mismo lenguaje común; cada día tiene su coyuntura socioideológica y semántica, su vocabulario, su sistema de acentos, su slogan, sus insultos y sus lisonjas (Bakhtin, 1993e).

Como podemos percibir, el sentido se propaga como una onda, resbala y repercute en las prácticas del lenguaje, modificándose en la configuración de los días, de las horas, mimetizándose en los matices del contexto para confundirse en la elaboración más refinada de las matrices de los discursos eruditos, o para planear en las hablas comunes. Sea texto, sonido o imagen, el sentido contamina cada producto cultural, cada intención o gesto dirigido a expresar algo, a querer decir, sumergido en la displicencia



del hablante o atento y activo en la argumentación más sutil del otro. En todo la enunciación es un proceso de elección y exclusión, en fin, de oposición. Disputar el lugar de la verdad, la última palabra, por el ejercicio de poder y saber se puede dar tanto por una estrategia autoritaria que reprime y somete al otro como recurriendo a la persuasión por adhesión y disimulación. «A diferencia de la palabra autoritaria exterior, la palabra persuasiva interior en el proceso de su asimilación positiva se entrelaza estrechamente con 'nuestra palabra'»⁷.

PALABRAS SOBRE LA IMAGEN: EL OBJETO

Los lanzamientos fonográficos de los cantantes Zé Ramalho, Chico Buarque y Fafá de Belém, de fines de 1998 tienen una producción discursiva que remite a la cuestión que hoy se presenta en el campo teórico sobre

las tensiones que resaltan del multiculturalismo: la necesidad que tienen los diversos grupos étnicos y sociales organizados de reconocimiento político, como también las luchas por el reconocimiento identitario expresados por el deseo de respeto y dignidad a las diferencias raciales, religiosas y políticas que establecen los ciudadanos en los diversos países y en especial, en América Latina.

Nos llamó la atención que las tapas de los CDs reflejen de algún modo las diferencias de abordaje que sufren estas cuestiones que, según García Canclini (1995b) se encuentran hoy escindidas entre la teorización académica y los movimientos sociopolíticos.

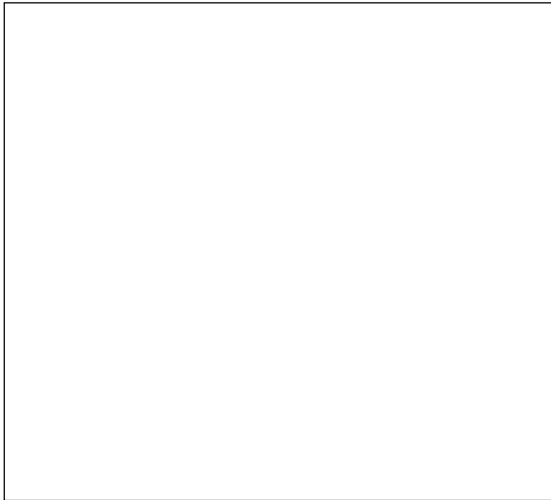
La imagen de la tapa del CD de Zé Ramalho es típicamente una metáfora visual, presenta un grafismo donde su rostro es enfocado frontalmente, sobre fondo oscuro, como para interpelarnos a nosotros con la mirada, pero

al mismo tiempo, sombras laterales de su rostro, suavizadas por efectos gráficos, dan la idea de que gira la cabeza hacia los lados o que se multiplica.

El título, no obstante, ancla el sentido en la segunda posibilidad: es el sentido de multiplicidad que propone como construcción discursiva: «zé ramalho yo soy todos nosotros». El nombre del cantante está en la caja baja y vaciado en blanco. El título tiene un color que se asemeja al color de la piel expuesta en el rostro del artista. El grafismo es una especie de reverberación del rostro, con leve deformación producida por reflejos gráficos de filetes reticulados y segmentados que definen y confunden la intersección de las imágenes, superponiéndolas.

En el CD de Chico Buarque, las imágenes del artista en su conjunto remiten al concepto de fondo semántico: se multiplican simulándolo en representaciones étnicas diferentes: el europeo, el africano, el japonés y el árabe. Ora son los ojos, ora la boca o la nariz o, también el conjunto es modificado por otros rasgos que anclan las identidades de Chico, garantizando su identificación en la representación alterada por computación gráfica. Son cuatro imágenes de pose, como fotos para documentos.

Destacan las expresiones alegres del blanco europeo y del nipón. El negro africano es



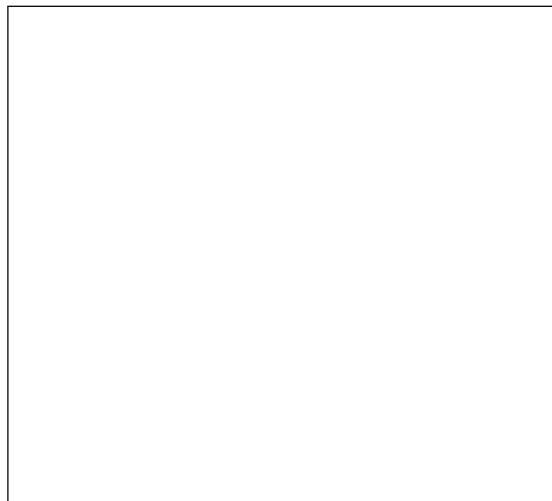
visiblemente melancólico y el árabe asume un sentido de desafío, pero muy dudoso. El título vaciado en blanco viene en la base inferior central de la tapa: «las ciudades». El nombre del compositor en el centro, en la intersección de las imágenes, también vaciado en blanco y en caja baja.

El CD de Fafá de Belém tiene como título «corazón brasileño». Las imágenes de la tapa, evidentemente poses, son la propia expresión de la alegría: ocho rostros en planos cerrados, a veces en detalle con recorte acentuado (del close al big close), presentan la diversificación del pueblo brasileño: el negro, el blanco, el indio y, sin mayor énfasis, hombres, mujeres y niños. Todos sonriendo.

La cantante se presenta en dos imágenes de modo diferente. El cuadrado en el centro del encuadre, con campo amarillo, trae el nombre de la cantante en verde, y el título del disco en azul -los colores

nacionales. La idea del corazón como centro reproduce gráficamente el sentido construido, aunque este sentido extrapole hacia la alegría y la variedad de la formación étnica del brasileño.

El discurso de la tapa del disco de Zé Ramalho traspasa la cuestión de la alteridad y de la multiplicidad de los «yos» que constituye cada uno de nosotros. En las imágenes que componen el encarte



este sentido está fuertemente marcado. A ejemplo de lo que ocurre también en el disco de Fafá de Belém, una variedad de fotos en estilo documental pretende representar el sentido que el título del disco propone: yo soy todos nosotros. El rasgo más fuerte de esa propuesta es la imagen donde el cantante se observa en un espejo, en medio de las varias etnias y formaciones populares que sintetiza discursivamente: blancos, negros, amarillos, mujeres, indios, viejos y niños. Pero cada uno es el otro, un no-Zé Ramalho, o su alteridad. Otra es la estrategia discursiva del CD de Chico Buarque, aquí lo que ancla el sentido es el título, amparado en la construcción imagética. Este sentido se reproduce en la propia grafía del nombre del cantante donde sólo Zé Ramalho está vaciado en blanco. El blanco, en la *teoría de Newton* es la unión de todos los colores, su síntesis.

L. Magalhães

En la estrategia enunciativa del CD de Chico Buarque es la imagen la que nos habla de sus múltiples identidades, de su multiculturalidad. El título «las ciudades» produce discursivamente, por las imágenes y por la representación poética, el aspecto heterogéneo de las poblaciones ciudadinas -ciudad como espacio polifónico, multicultural, «no sólo como objeto de conocimiento, sino también como escenario donde se imagina y se narra»⁸ la sociabilidad de modo heterogéneo- y/o a condición misma de ser el cantante un sujeto reconocidamente urbano. Está explícita en las imágenes esta enunciación multicultural. El discurso tiene la marca evidente de la topología de las ciudades como espacio de las diferencias, y, al mismo tiempo, el lugar de lucha de grupos sociales minoritarios por el reconocimiento y el respeto a que se refiere Taylor (1993f), según el cual «la democracia desembocó en una política de reconocimiento igualitario, que adoptó varias formas con el paso de los años, y que ahora retorna en la forma de exigencia de igualdad de *status* para las culturas y los sexos». El cantante refleja la multiculturalidad urbana y se representa como metáfora de las ciudades. Parece poner en escena las voces de algo que aparece por primera vez: la hibridación social. Tiene el aspecto del esfuerzo heroico del artista posmoderno de dar voz a lo inefable, representando lo invisible a partir

del rechazo de aceptar o reafirmar los cánones socialmente legitimados de los significados y sus expresiones, como una invitación de adhesión al incesante proceso de semantización de lo real, que es también un proceso de producción de sentido (Bauman, 1998b)

La construcción discursiva de la imagen de la tapa del CD de Fafá de Belém presenta el multiculturalismo bajo otro enfoque: no más el espacio urbano, sino el país. Habla de la miscigenación brasileña y no se ve, por lo menos directamente, como intersección de las diversas etnias que pueblan el país. Resalta la alegría del pueblo y utiliza los colores desde el punto de vista de la simbología nacionalista: los colores que constituyen los símbolos nacionales. El punto que toca tangencialmente los discursos es evidentemente diferente -la pluralidad de la formación social brasileña, el multiculturalismo nacional como una máscara, una retórica visual de las características. Pero es evidente también que todos los discursos levantan algunas de las cuestiones del reconocimiento, unos con más énfasis que otros. Se debe reconocer en la representación del CD de la cantante que Brasil es una fiesta de mixturas, de tipos humanos. El «corazón brasileño» es lugar de la emoción.

Los discursos de las tapas de los CDs no tienen en primer plano la preocupación infor-

mativa como los discursos periodísticos. Las imágenes suavizan su referencialidad y se liberan de la responsabilidad factual para adquirir un enfoque más experimental. No nos referimos a la cuestión estética, ligada a lo sensible, sino a la producción de sentido. Sobre las palabras que acechan al voyeur inadvertido bajo el signo de la imagen una o múltiple. El sentido es inevitable. El sentido que buscamos en este trabajo, el sentido posible. Leímos de nuestro observador sometidos a las voces que nos componen, según el lugar de habla que ocupamos en medio del burbujeo social de nuestro tiempo. También cobramos nuestro reconocimiento: este trabajo es una de las credenciales que presentamos. Habla más de nuestras identidades hoy que el número de RG o la foto de alguien que fuimos en lugares y tiempos diferentes.

Sobre las imágenes que constituyen los discursos analizados percibimos que, principalmente las que están en el CD de Chico Buarque, producen el sentido en conjunto. Al retirarse una u otra, se altera el sentido, como en una frase si se retirase una u otra palabra. No el orden sino la disposición del conjunto. Son imágenes construidas una a una como fondo semántico: el Chico negro representa una raza, no un negro determinado en un mundo real. El Chico blanco representa una raza, no al propio Chico Buarque u otro blanco cual-

quiera, conocido. Y así, el japonés, el árabe. Pero el conjunto representa a Chico Buarque de Holanda, del modo como él se describe para nosotros en este trabajo. El conjunto también representa una anotación: el multiculturalismo, la miscigenación, la amalgama de culturas heterogéneas y antagónicas, simboliza el plurilingüismo con que se representa a las ciudades.

No percibimos referencia directa al Brasil, como por ejemplo ocurre en los discursos del CD de Fafá de Belém. Como tampoco percibimos esta referencia en los discursos del CD de Zé Ramalho. Claro que hay una referencia directa que pasa por el origen de cada uno, pero esto no está construido en la heterogeneidad mostrada⁹ en los discursos de los trabajos de Chico Buarque y Zé Ramalho.

Es importante destacar que cada una de las tapas de los CDs representa discursos del artista. Aunque se sepa que son o pueden ser concebidos por otras personas, profesionales que interpretan gráficamente las discursividades del cantante o la cantante, sobre su trabajo. Son, por eso también, plurilingüísticos, polifónicos. Cada autor que suscribe las tapas de su CD es una especie de sujeto semiótico en los moldes que Landowski (1992) categoriza al tratar de la pluralidad de sujetos que entran en la producción de un producto gráfico.

CONCLUSIÓN

A ejemplo de lo que ya ocurre con otras matrices teóricas como la antropología, la sociología y la etnografía, la corriente culturalista puede y debe ser un campo en oferta, donde la Semiología de los Discursos Sociales se atreva a buscar elementos para sus investigaciones. Está clara en los productos mediáticos aquí analizados la interdiscursividad que sobrepasa esos campos. Los dispositivos de enunciación sirven perfectamente para dar cuenta de cómo las más actuales teorías sociales elaboran sus discursos y cómo esos discursos son asimilados por los medios y por el arte a través de sus procesos de producción, circulación y consumo de la oferta que alimenta el mercado simbólico.

Los enunciadores, como en toda producción discursiva, construyen la imagen de sus enunciatarios, aunque podemos observar a primera vista el enfoque estético que es propio de los discursos artísticos. Pero no se debe perder de vista la condición de discursos también de la *industria cultural*, que son, por lo tanto, productos mediáticos. Diríamos que los discursos de un modo general transitan en el universo discursivo del multiculturalismo, luego en el del plurilingüismo y de las polifonías. Mas de modo particular cada uno contrata enunciatarios diferentes; sea sugiriéndose como síntesis de la miscigenación, en el

dialogismo interno de las alteridades (*yo soy todos nosotros*); y/o encarándose como metáfora de la polifonía de las ciudades, inclusive componiendo un conjunto de imágenes para producir este sentido (las ciudades). De hecho, las ciudades son la expresión más agresiva del multiculturalismo, de las luchas viscerales que derivan de esta condición y de los demás conflictos y contradicciones posmodernos; sea ofertando el sentimiento nativista de la brasilidad bajo la imagen mediatizada de la alegría a pesar de todo (*corazón brasileño*).

Como dijimos anteriormente, la imagen del enunciadore es construida desde el punto de vista de un sujeto semiótico, un sujeto, como bien lo evidencian las propuestas de Zé Ramalho y Chico Buarque, plurilingüe, polifónico. Ese “yo soy todos nosotros” también podría ser utilizado para hacer referencia al plurilingüismo gráfico, fotográfico, musical, que permea las discursividades de sus trabajos. Son sujetos colectivos donde se enfatizan las voces constitutivas de la memoria cultural de sus consumidores y ciudadanos (para utilizar una expresión de García Canclini) y que cada uno de los artistas ha construido a lo largo de su carrera.

NOTAS

1. Para conocer más detalles sobre este asunto ver PINTO, Milton José. «Semiología e imagem» In: A encenação dos sentidos - Mídia, cultura e política, Rio de Janeiro: Diadorim/Compós, 1995.

2. Op.cit. Maingueneau, D. *Termos-Chave da Análise de Discurso*. Lisboa: Gradiva, 1997.

3. Para más detalles al respecto consultar PINTO, Milton José. «Semiología e imagem» In: A encenação dos sentidos - Mídia, cultura e política, Rio de Janeiro: Diadorim/Compós, 1995.

4. Según Verón, es especular porque se muestra aquellos de los que se habla, la característica que el texto refleja la imagen y viceversa, en referencia uno del otro. Circular, porque es producida a partir de la anulación de la naturaleza testimonial de la imagen en la medida que pasa a hacer referencia a un concepto y no a un acontecimiento singular, ella pasa a confundirse con cada tema que se propone representar.

5. Esta es otra categoría utilizada por Verón para definir la imagen que tiene una especie de valor metonímico, en el sentido de que la parte representa el todo: el blanco a la raza blanca, el negro a la raza negra y así sucesivamente.

6. Entendemos por posmoderno, grosso modo, el estadio de superación de las sociedades llamadas modernas, o como la era pos-industrial. Para informaciones más detalladas consultar HALL, Stuart. *Identidades culturais na pósmodernidade*. Rio de

Janeiro: DP&A, 1997 y/o HARVEY, David. *A condição pós-moderna*. São Paulo: Loyola, 1992.

7. Pensemos que se puee hablar de discursos persuasivos interiores, en este sentido en que Bakhtin habla de la palabra: aquella que por una estrategia enunciativa propia tiende a confundirse con los discursos predominantes de una época y como discursos populares aquellos que «se entrelazan con nuestros discursos».

8. Cf. GARCÍA CANCLINI, N. *Consumidores e cidadãos-Conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1995 p. 119.

9. Cf. AUTHIER-REVUZ, Jackeline. «Heterogeneidade(s) enunciativa(s)». In *Cadernos de Estudos de Linguística*. Campinas, UNICAMP/IEL (19): 25-42, jul/dez. 1990.

ARAÚJO, Inesita Soares. "O olhar semiológico" In: *A reconversão do olhar*. (Disertación de maestría) Rio de Janeiro: Eco-UFRJ, 1995. Pp. 286.

AUMONT, Jacques. *A imagem*. Campinas: Papyrus, 1993. Pp. 317.

AUTHIER-REVUEZ, Jackeline. "Heterogeneidad(s) enunciativa(s)". In *Cadernos de Estudos de Linguística*. Campinas, UNICAP/IEL (19): 25-42, jul/dic. 1990.

———— "Heterogenité montrée et heterogenité constitutive: elements pour une approche de láutre das

discours", In: *Revue de linguistique*. Paris, DFLAV (26):91-151, 1982.

BAKHTIN, M. *Problemas da poética de Dostoievski*. 1ª ed. Rio de Janeiro: Forense, 1981, Pp. 275.

———— (Volochinov). *Marxismo e filosofia da linguagem*. 7ª ed. São Paulo: Hucitec, 1995. Pp. 197.

———— *Estética da criação verbal*. São Paulo: Martins Fontes, 1992. Pp. 421.

———— *Questões de literatura e de estética—A teoria do romance*. São Paulo: Unesp/Hucitec, 1993. Pp. 439.

BARTHES, Roland. *A aventura semiológica*. Lisboa: Edições 70, 1987.

———— *S/Z*. 10ª Ed. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1990. Pp. 245.

———— *O óbvio e o obtuso*. Nova Fronteira, Rio de Janeiro, 1990. Pp. 284.

BAUMAN, Zigmunt. *O mal-estar da pós-modernidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1998. Pp. 272.

BENVENISTE, E. *Problemas de linguística geral 1*. 2ª Ed. Campinas, SP: Pontes, 1988. Pp. 287.

BOURDIEU, Pierre. *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva, 1992. Pp. 261

———— *Coisas ditas*. São Paulo: Brasiliense, 1990. Pp. 234.

———— *A economia das trocas lingüísticas. O que falar quer dizer*. São Paulo: Edusp, 1996. Pp. 189.

DEBRAY, Régis. *Vida e morte da imagem*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994. Pp. 374.

BIBLIOGRAFIA

- DUBOIS, Philippe. *O ato fotográfico*. Campinas: Papirus, 1994. Pp. 362.
- DUCROT, Oswald. *O dizer e o dito*. Campinas, SP: Pontes, 1987. Pp. 222.
- FOUCAULT, M. *Arqueologia do saber*. Rio de Janeiro: Forense Universitaria, 1995. Pp. 239.
- *A ordem do discurso*. São Paulo: Edições Loyola, 1996. Pp. 79.
- *As palavras e as coisas: uma arqueologia das ciências humanas*. São Paulo: Martins Fontes, 1992. Pp. 408.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor. *Consumidores e cidadãos*. (pp. 177-199). Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1995. Pp. 266.
- HALL, Stuart. *Identidades culturais na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 1997.
- LANDOWSKI, Eric. "Uma semiótica do cotidiano" (Le Monde, Libération). In: *A sociedade refletida*. São Paulo: Educ/Pontes, 1992. Pp. 213.
- MAINGUENEAU, Dominique. *Novas tendências em análise do discurso*. 2ª E. Campinas: Pontes, 1993. Pp. 198.
- Pragmática para um discurso literário. São Paulo: Martins Fontes, 1996. Pp. 205.
- *Os termos-chave da Análise do Discurso*. Lisboa: Gradiva, 1997. Pp. 112.
- NETO, Antônio Fausto. *Mortes em derrapagem: os casos Corona e Cazua no discurso da comunicação de massa*. Rio de Janeiro: Rio Fundo, 1991.
- ORLANDI, E. P. *Discurso e leitura*. São Paulo: Cortez; Campinas: Editora da Universidade Estadual de Campinas, 1988. Pp. 118.
- *As formas do silêncio - No movimento dos sentidos*. Campinas, SP: Editora da Unicamp. 1995. Pp. 189.
- PINTO, Milton José. 1982: O no em que a Standard Eletric se fantasiou de papagaio. In: *Revista de Comunicação*. Rio de Janeiro: ECP/UFRJ.
- "Semiologia e imagem" In: Fausto Neto A et al (orgs.). *A encenação dos sentidos: Mídia, cultura e política*. Rio de Janeiro: Diadorim/Compós, 1995. Pp. 338.
- *As marcas lingüísticas da enunciação: Esboço de uma gramática enunciativa do português*. Rio de Janeiro: Numen, 1994. Pp. 163.
- *Discursos de opinião em jornais cariocas: receitas de editorial*. Rio de Janeiro: NUPEC/ECO-UFRJ, 1996.
- *Enunciação e imagem*. Rio de Janeiro: NUPE/ECO-UFRJ, 1997.
- Contextualizações. In: O indivíduo e as mídias. Rio de Janeiro: Diadorim, 1996, Pp. 385.
- SAUSSURE, Ferdinand de. *Curso de Lingüística geral*. 10ª ed. São Paulo: Cultrix, 1991. Pp. 279.
- TAYLOR, Charles. *El multiculturalismo y «la política del reconocimiento»*. México: Colección Popular, 1993.
- VERÓN, Eliseo. *Le Hibou in Communications*. Paris: Seuil, 1978.
- *A produção do sentido*. São Paulo: Cultrix/Eduspe, 1980. Pp. 238.
- L'espace du soupçon in Dubois, DH & Winkin, Y. *Langage et excommunication*. Louvain-la-Neuve: Cabay, 1982.
- *Quand lire c'est faire: L'enonciation das le discours de la presse écrite in Semiotique II*. Paris: IREP, 1983.
- *Teorie de la Enonciation Social*, Sophie Fischer Ecole de Hautes Etudes en Sciences Sociales, Paris. Université de Paris Iet SORGEM.