



HAL
open science

La obra – Análisis inédito sobre un célebre caso de arte desmaterializado (1967)

Eliseo Veron

► **To cite this version:**

Eliseo Veron. La obra – Análisis inédito sobre un célebre caso de arte desmaterializado (1967). Ramona revista de artes visuales, 2000, pp.46-52. halshs-01488589

HAL Id: halshs-01488589

<https://shs.hal.science/halshs-01488589>

Submitted on 13 Mar 2017

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

La obra

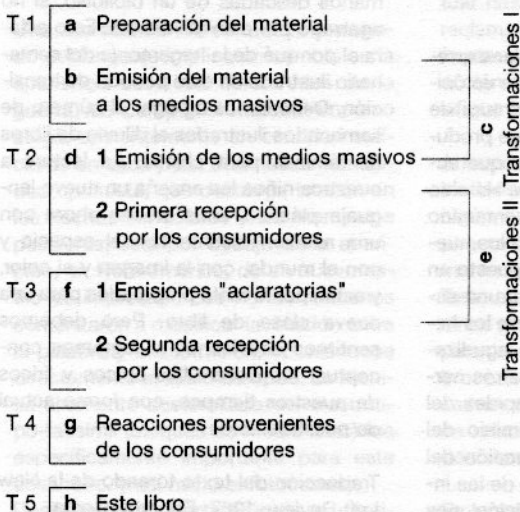
Análisis inédito sobre un célebre caso de arte desmaterializado

ESTE ARTÍCULO, ESCRITO EN MAYO DE 1967, IBA A SER PARTE DE UN LIBRO SOBRE EL "ARTE DE LOS MEDIOS", COMPILADO POR ROBERTO JACOBY, QUE FINALMENTE NO SE REALIZÓ. REFIERE ESPECÍFICAMENTE A LA OBRA DE JACOBY, EDUARDO COSTA Y RAÚL ESCARI QUE SE DIO EN LLAMAR "HAPPENING PARA UN JABALÍ DIFUNTO", TOMANDO EL TÍTULO DE UNO DE LOS COMENTARIOS PERIODÍSTICOS QUE FUERON PARTE DE LA EXPERIENCIA. LA OBRA CONSISTÍA EN UN PROCESO INFORMACIONAL BASADO EN UN INFORME SOBRE UN HAPPENING INEXISTENTE. LAMENTABLEMENTE UNA PÁGINA DE NOTAS FINALES SE HA EXTRAVIADO.

Por Eliseo Verón

Antes que nada, es conveniente contar con una descripción simple de la estructura de la experiencia de Jacoby, Costa y Escari. Podemos decir (cf. gráfico) que la obra estuvo compuesta de ocho operaciones (a, b, c...h) que se desarrollaron en cinco "tiempos". Este libro, que a su vez puede ser considerado la última operación de la obra (h), reproduce todos los mensajes escritos y gráficos que formaron parte de las restantes operaciones.

Las dos primeras (a y b) son descritas por los autores en otra parte de este libro. La primera emisión de los medios masivos, (d, 1 y 2) como también lo indican los autores, comprendió tres revistas (Confirmado, Gente, Para Ti) y un diario (El Mundo). La segunda emisión masiva (f, 1 y 2) fue iniciada por la nota publicada en El Mundo. Los mensajes de los distintos medios en esta segunda emisión no pueden considerarse en un mismo plano puesto que la "desmentida" de El Mundo que preparada especialmente, y las restantes notas aparecieron en forma espontánea. Un medio comentaba los mensajes de otros (Confirmado se refería explícitamente a la nota de El Mundo), y Primera Plana informaba sobre el carácter falso del "happening" sin haber recibida ningún mensaje directo de los autores. Las "reacciones" son la carta abierta de Darío Canton y la carta de un lector publicada por la revista Inédito).



En el gráfico se indican también las dos principales operaciones de transformación de mensajes que tienen particular importancia teórica. Analizarlas implica estudiar en forma sistemática las diferencias entre el material entregado a los medios (b) y el publicado (d 1) y las relaciones entre la primera emisión (d 1 y 2) y los comentarios ulteriores, cuando ya era conocida la inexistencia del "happening" (f 1). El lector puede explorar por sí mismo dichas transformaciones, puesto que este libro reproduce todo el material necesario para establecer la comparación; algo diremos sobre ellas más adelante.

Como lo señalan los autores, la preparación de la experiencia comprendió una serie de tareas realizadas sobre el "Material humano" cuya participación permitió obtener los elementos que se enviaron a los medios. Una vez entregados, estos elementos se introdujeron en un circuito donde los factores determinados de los resultados no estaban ya del mismo modo bajo el control de los autores. Es esta, a mi juicio, la significación -muy simple por cierto- que hay que atribuir a la proclama de "instalarse en los medios".

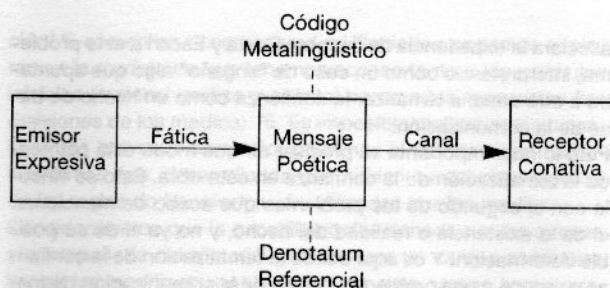
Digámoslo de otra manera. El gráfico puede ser considerado el organigrama inicial sobre cuya base puede elaborarse el programa de operaciones de una computadora. Las dos primeras operaciones (a y b) estarían especificadas con todo detalle en el programa de la computadora. Las restantes (c a h, abarcadas en el gráfico con punteado grueso) tendrían un grado de indeterminación mayor y estarían sometidas a reglas que son de otro orden que de las de las dos primeras operaciones. ¿Cuáles son esas reglas? En este caso, las del funcionamiento de los medios de comunicación de masas. ¿Por qué es legítimo hablar de un mayor grado de indeterminación? Porque los autores no podían anticipar las transformaciones que se producirían en el material entregado a los medios (1), ni las que podían tener lugar en los comentarios de esos mismos medios cuando se hubiera publicado alguna "desmentida" (11); tampoco podían anticipar qué medios publicarían la noticia y cuáles no, ni la reacción de los consumidores. La elaboración de la mayor parte del material que compone la obra, en su forma final, resulta entonces del funcionamiento de los sistemas masivos de comunicación. En consecuencia la obra misma, en su conjunto, pone de manifiesto los mecanismos presentes en estos sistemas.

Esos mecanismos son parte integrante del sistema social, son sistemas de comunicación. La obra, entonces, trabaja sobre esos sistemas o si se prefiere, determinados sistemas de comunicación son la materia de la obra.

Materia que debe entenderse aquí en el sentido fuerte del término: aquello de que la obra está hecha, sus elementos constitutivos, independientemente de lo que pueda "representar", de su "tema" o sus contenidos. Este es, a mi juicio, el punto central.

Estética y funciones de la comunicación

El esquema de las funciones de la comunicación es conocido, en particular bajo la forma propuesta por Jakobson. Conviene, sin embargo, recordarlo rápidamente.



Un mensaje cumple predominantemente una cierta función, de acuerdo con el elemento del sistema de comunicación en el que esté centrada la información que transmite. Si el mensaje está referido básicamente al código (Co), su función es metalingüística; si está en el emisor (E) la función es expresiva; si está centrado en el receptor y en la modificación de su conducta, conativa; si está focalizado en el canal (Ca) (el contacto entre los comunicadores), la función es pática; si el mensaje fundamentalmente transmite información sobre el denotatum (D), la función es referencial, y si el mensaje - por decirlo así - está centrado en su propia materia, la función es poética /1. Aunque Jakobson introdujo este esquema para delimitar la naturaleza de la poesía en relación con la última de las funciones mencionadas, el esquema puede utilizarse para derivar una tipología muy simple de géneros o clases de obras estéticas, que puede ser aplicado, naturalmente, más allá de las obras de arte creadas sobre la materia lingüística en sentido estricto.

Algunos comentarios de Lévi-Strauss se orientan en esta dirección. "Según los casos... el proceso de creación artística consistirá, dentro del cuadro inmutable de una confrontación entre la estructura y el accidente, en la búsqueda del diálogo ya sea como el modelo, con la materia o con el usuario... En términos generales, cada eventualidad corresponde a un tipo de arte que es fácil identificar: la primera, a las artes plásticas de occidente; la segunda, a las artes llamadas primitivas o de alta época; la tercera a las artes aplicadas"/2. Está claro que estos tres casos corresponden respectivamente al predominio de las funciones referencial, poética y conativa.

Debe tenerse en cuenta, al mismo tiempo, que el esquema puede ser aplicado en distintos niveles de complejidad: así como el predominio de la función centrada en la materia misma del mensaje permite una delimitación del campo de la poesía, el esquema de las seis funciones puede ser otra vez aplicado dentro de este campo, para distinguir distintos estilos, tendencias o géneros poéticos: la epopeya, la poesía lírica, política, etc.

En el proceso de evolución de los géneros artísticos, un punto clave es la aparición del interés por el desarrollo de la función poética, interés que se traduce en el esfuerzo por despojar a la obra de toda vinculación con las demás funciones (de sus contenidos temáticos, de su dimensión expresiva, de su asociación utilitaria, etc.) y poner al desnudo las propiedades de su materialidad. La obra se convierte así es un comentario sobre su

propia materia sensible. Estamos familiarizados con estos desarrollos, en lo que hace al campo de las artes plásticas. En el orden de las obras que tienen por materia la acción social, el proceso contemporáneo de disolución de las formas teatrales, de experimentación reiterada, se orienta en el mismo sentido. La destrucción de la función referencial o representacional característica del teatro en sus formas tradicionales, es uno de los aspectos que llevó al género happening. Como he tratado de sugerirlo en otro lugar/3, es posible afirmar que el happening tiene por materia la acción social en general. En el presente contexto, podemos precisar algo más esa hipótesis. Las características del género pueden ser inferidas del esfuerzo por despojar a la acción social (que incluye, naturalmente, el mundo de los objetos presentes en los caminos de la acción) de todas sus referencias funcionales con excepción de su propia materialidad como acción. El happening es pues, desde este punto de vista, una poética de la acción social.

Dentro del campo así delimitado, una nueva aplicación del esquema permitiría a su vez caracterizar distintos estilos entre los creadores de happenings: aquellos más centrados en el contacto con los espectadores (función pática) y /o en su participación activa (función conativa); aquellos en los que el autor no evita manifestar su actitud respecto de ciertos complejos ideológicos, transmitidos entonces en términos más bien expresivos que referenciales, como es tal vez el caso de los happenings de Lebel, e incluso aquellos donde un desdoblamiento de la acción en presencia e imagen apunta a tematizar el código (función metalingüística), como el happening Prune Flat, presentado en Buenos Aires por Marta Minujin.

Una toma de conciencia de las propiedades de los mensajes se produce análogamente en el campo de la comunicación de masas. Cuando ya el poder de los medios masivos para expresar, representar y modificar la conducta de los receptores ha sido sobradamente demostrado y aceptado como un hecho de la vida cotidiana, surge la problemática acerca de su propia materialidad y la posibilidad de crear sobre ellos no ya tomándolos como lenguajes para difundir ciertos contenidos en la sociedad, sino tematizando sus propiedades como lenguajes. Se abre pues la posibilidad de obras orientadas a manifestar las formas de organización de la comunicación de masas, la posibilidad de una poética de los medios masivos.

No hay pues, a mi juicio, una oposición radical entre el género happening y esta primera incursión en el campo de la poética de la comunicación de masas, como parecen creerlo los autores. Claro está que si bien no hay oposición, la diferencia no es por eso menos importante: radica en el nivel de organización de los sistemas sociales cuya materialidad sirve de base a las obras. El happening toma su materia de la acción social en su nivel más microscópico: aplica transformaciones (fragmenta, introduce la discontinuidad) en el ámbito de la acción interpersonal y su campo de objetos. La obra que estamos comentando lo hace en el plano, mucho más global, de la comunicación de masas. En ambos casos, el resultado es una obra que existe en virtud de ciertas transformaciones de la materia (social) a través de las cuales ésta revela, por decirlo así, sus propiedades fundamentales.

La obra

Análisis inédito sobre un célebre caso de arte desmaterializado

Realidad y deformación en la comunicación de masas

Lo que diferencia esta experiencia del funcionamiento normal de los medios masivos, consistió en el carácter imaginario del hecho descrito en el material enviado a diarios y revistas, y en las posteriores aclaraciones. La transformación que dio origen a la obra afecta entonces la relación entre los contenidos informativos de los medios y la realidad representada en esos contenidos. En este aspecto se centró la primera nota aclaratoria. Considerando la experiencia en su conjunto, es fácil advertir que la oposición noticia imaginaria /desmentido es sólo una de sus varias dimensiones, la que hizo posible su existencia empírica en el seno de los medios, como algo diferenciable de su funcionamiento cotidiano. Con todo, es posible que éste haya sido considerado por muchos el punto central. Conviene pues tener una imagen más amplia de las propiedades de los medios masivos, tal como se manifiestan a través de la obra.

La cuestión de la realidad de los hechos sobre los que se informa y su relación con la imagen que de ellos presentan los medios es la abarcada por la problemática de la "confianza". El asunto es bastante más complejo de lo que supone Darío Canton.⁴ Por una parte, en la nota de El Mundo se afirmaba que "el proceso de comunicación mismo es imposible sin una actitud de confianza por parte del receptor en la verdad de algunos de los mensajes que recibe" (bastardillas en el original). El principio vale pues para el caso que Canton menciona como objeción, a saber, el hecho de la desconfianza hacia ciertos medios y la confianza, por contraste, hacia otros. El receptor debe confiar en algunos mensajes; de lo contrario, se trata de un sistema gravemente perturbado. Una actitud generalizada de desconfianza hacia los medios masivos equivaldría a una actitud paranoide en el plano de la comunicación de masas, así como la desconfianza generalizada hacia los mensajes a nivel interpersonal tiene que ver con las actitudes paranoides desde el punto de vista psiquiátrico. Dicho de otra manera, resulta claro que la conciencia de la posibilidad del engaño y la actitud (parcial) de desconfianza o incredulidad -elementos cuya existencia de masas- suponen el principio genérico de la confianza, desde el punto de vista del funcionamiento "normal" de los medios.

Por otra parte, está el problema del alcance de la confianza. La conciencia social acerca del posible engaño consiste fundamentalmente en que el público es consciente de que de un mismo hecho "x" pueden darse distintas versiones; que los medios deforman, seleccionan o silencian aspectos de los hechos sociales que comentan. No lo es habitualmente, a mi juicio, de la posibilidad del carácter imaginario del hecho mismo del que se habla, independientemente de las versiones que se puedan dar de él. El problema de la deformación que un medio puede introducir al referirse a un hecho de la vida social, y el problema de que el medio hable de algo imaginario ("creando sus propios objetos"), son pues dos cuestiones completamente distintas.

La problemática del "engaño" sólo remite a la cuestión de la deformación, y me referí a ella en la nota de El Mundo observando que el riesgo estaba, precisamente, en que el consumidor

asociara la experiencia de Jacoby, Costa y Escari a este problema, interpretando como un caso de "engaño" algo que apuntaba a otra cosa: a tematizar la confianza como un hecho de base de la comunicación.

Pero lo más importante es precisar de qué modo está planteada la tematización de la confianza en esta obra. Esto se vincula con el segundo de los problemas que acabo de mencionar: el de la existencia o realidad del hecho, y no ya el de su posible deformación. Y es aquí donde la tematización de la confianza conduce a una propiedad básica de la comunicación de masas. La realidad de ciertos hechos, que producidos en el escenario social, son después comentados por los medios masivos es, desde el punto de vista de los receptores, una cuestión vacía si no existen canales de contacto con esos hechos, que sean independientes de la información recibida a través de los medios. Toda la primera parte de mi nota en El Mundo intentaba desarrollar este punto. Se trataba de mostrar que, por un lado, la diferencia temporal entre los "hechos x" y su representación masiva era mínima (cuando la televisión transmite in vivo se vuelve nula); y por otro lado, que para la mayor parte de los consumidores y respecto de la enorme mayoría de los hechos, el único contacto con los "hechos x" se da a través del medio masivo. La realidad del hecho tiende pues a confundirse, en la comunicación masiva, con su representación. Esta es la "verdad" contenida en la transmisión de un hecho imaginario. Y esta constatación tiende a anular el significado del problema de la deformación, para el consumidor habitual de los medios masivos, porque la noción de deformación no tiene sentido si no se puede comparar el hecho con su representación.

Si el investigador de los medios, como observador "omnipotente", puede verificar la realidad autónoma de los hechos sociales y sobre esta base compararlos con las imágenes transmitidas por los medios, no debe por eso olvidar que, como resultado de las condiciones materiales que definen la posición de los receptores, se encuentra en la mayoría de los casos ante deformaciones impunes o inocentes, que se ocultan a sí mismas a través de su propia manifestación. Esta situación - dicho sea de paso, vinculada con los avances tecnológicos que han llevado a la llamada "sociedad de masas", no ha debido esperar mucho para encontrar sus ideólogos: los que proclaman el fin de las ideologías en la sociedad industrial democrática, regida por el pluralismo manifestado en la opinión de los públicos masivos. La verdad es que las ideologías no han terminado, pero la infraestructura de la comunicación de masas les ha otorgado, sí, un privilegio antes desconocido: las ha dotado de una suerte de transparencia. Las ha vuelto invisibles a los ojos del consumidor.

Las operaciones de los medios

Las transformaciones realizadas por los medios sobre el material que se les entregara inicialmente (transformaciones I en el gráfico) y las emisiones realizadas una vez conocido el primer "desmentido" (transformaciones II) constituyen otra dimensión de la obra en la que se manifiestan propiedades de la comunicación de masas. Este es el campo propio de la "deforma-

"El arte es un poder constituyente"

Filólogo a un libro que hará historia: "Arte y multitud" del filósofo Oscar Negri

ción"/5 que como observadores privilegiados podemos explorar, en la medida en que tenemos acceso tanto a los estímulos iniciales (material gráfico y escrito) como a las respuestas (las emisiones de los medios). /6. Es imposible realizar aquí un análisis más o menos completo; podemos al menos sugerir algunos temas que, desarrollados, permitirían caracterizar algunas de las reglas de transformación utilizadas por los medios.

Consideraremos que la gacetilla confeccionada por los autores y acompañada del material gráfico, crea un campo semántico inicial; las modificaciones sufridas por este campo son operaciones realizadas por los medios. La lista que sigue sólo tiene un propósito ilustrativo y dista de ser completa, aún con respecto al material de los medios incluidos en la obra.

(1) Empobrecimiento del campo inicial por personalización, y modificación del tema mítico.

Es el caso de la nota publicada en Para Tí. El campo inicial corresponde a un acontecimiento social, calificado de "happening". Aquí la significación central pasa a ser la figura de una actriz, procedimiento tributario de la mitología de la "estrella", que subsiste en su forma tradicional en muchas publicaciones de clase media, no obstante los casos de modernización estilística como la ocurrida en Para Tí. El happening se transforma en una anécdota transmitida por ese informante privilegiado siempre presente en las secciones de "chismes" de las revistas femeninas más tradicionales, en un episodio que revela determinadas características o sucesos de la vida de la estrella. Muchas cosas hay, sin duda, detrás de esta personalización y mucho podría decirse de las propiedades de las secciones dedicadas a transmitir "la petite histoire" de los personajes populares. Agregaré una hipótesis: tal vez el mito del happening y sus asociaciones con las liberalidades y el "snobismo" de ciertas elites, no constituya de por sí materia utilizable para publicaciones de clase media que fundamentalmente siguen movilizando las significaciones de la "vida hogareña" en su sentido más tradicional (y no del "hogar" como área de prestigio y consumo).

(2) Enriquecimiento del campo inicial mediante la incorporación de una estructura de relato.

Ocurre en las notas de Gente y El Mundo: "A las nueve de la noche del 31 de julio, S. M. de S. vio como su casa de Vicente López...". En El Mundo se teatraliza un episodio del día anterior al "happening", sobre la base de una referencia contenida en la gacetilla: "D. B. entró con aire de vencedor, el 30 de julio pasado...". La gacetilla eludía toda estructura secuencial, y tenía la forma de una "lista" de actividades realizadas por cada participante. Es probable que esta transformación resulte simplemente de la presencia necesariamente supuesta de "cronista", el testigo transparente de la noticia. Este testigo conserva en muchos casos (sobre todo en el lenguaje periodístico de los semanarios o de las "notas" que no son estrictamente noticias del día) el privilegio del "autor" en la literatura: si bien es de suponer que el cronista estuvo en el happening, es poco probable que estuviera presente en la casa el día anterior, cuando D.S. entró con el jabalí, y pudiera testimoniar de su aire triunfante.

(3) El procedimiento "Recordando con satisfacción"

El titular del diario El Mundo ("Happening para un jabalí difunto") ilustra claramente un procedimiento estilístico típico del lenguaje de los semanarios modernos de noticias. Consiste en calificar el mensaje sobre el hecho (el texto de la noticia) mediante un título cuya forma semántica es similar a la de otros nombres, frases o expresiones ya popularizados. Confirmado y Primera Plana acuden incansablemente a este recurso, adaptando títulos de películas, novelas, obras teatrales, etc. Encontramos así "Los cuatrocientos golpes"; "El camino del trabajo"; "Los superhombres están entre nosotros"; "La pianista quería vivir"; "Una sueca en la corte del Rey Arturo", etc., etc. El sentido de este mecanismo no se agota diciendo que atrae la atención del lector. Sin ir aquí demasiado lejos, se puede observar que produce un efecto muy particular: incorpora anticipadamente lo que se va a leer (que es noticia, es decir, un mensaje referido a un hecho nuevo) a una estructura de interpretación que es ya familiar para el lector que participa de cierto consumo cultural; este reconoce una forma semántica de su propia cultura en el título, algo que ya ha consumido. El título crea, antes de toda transmisión de información sobre el hecho, una complicidad cultural con el lector: usted recuerda sin duda una cierta pavana. he aquí un happening.../7

(4) Enriquecimiento del campo inicial por incorporación de un léxico evaluativo - subjetivo.

Se advierte en la nota de Gente, que es la que en forma más manifiesta utiliza la mitología del happening derivándola al campo de lo sensacionalista. Egle Martin es "tropical"; Manuel Mujica Láinez "refinado"; Marta Minujin "inquietante"; Graciela Martínez "escueta"; el economista Oscar Cornblit "tieso"/8. El psicoanalista presente observaba "complacido"; sus interpretaciones eran "agresivas" o "implacables"; D.S. estaba "sumamente impresionado".

(5) Mecanismos de "ambiguación" /9

El manejo preciso de la ambigüedad es uno de los procedimientos centrales que contribuyen al efecto de sentido que podemos resumir en el término "objetividad" de los medios. Una de sus formas es la co-presencia, en el mensaje, de unidades de oposición, de donde resulta que la unidad de significación a que se refieren queda "en suspenso"; se sugiere un meta-mensaje, pero este contenido no se transmite explícitamente en ningún momento.

En la nota de Gente, se maneja de esta manera la significación orgiástica latente en el tema "happening":

La ola de los happenings
crece en Bs. As.

Es una nueva manera de
hacer teatro de vanguardia...

pero todavía quedan
muchos interrogantes y
muchos recelos...

Ahí estaban... las
personas conocidas,
las figuras prestigiosas

Aparte, había...muchas señoritas
deseosas de nuevas experiencias. (?)

Y allí terminó el happening,
para dar lugar a formas
más directas de comunicación.(?)

Conviene aclarar que
este tipo de experiencias
se realizan en principio...

...con un acentuado espíritu
de investigación.
Hay una especie de seriedad
para impedir que un
happening degenera en otro tipo de
cuestiones...

Pero los límites no están
claramente marcados: los
happenings están recién en
su etapa de experimentación
y prueba...

Los mecanismos de ambigüación de este tipo aparecen sobre todo en los semanarios de noticias de clase media y media-alta y no son muy utilizados en las publicaciones que tienen una audiencia netamente de clase popular. En éstas, uno de los procedimientos básicos del llamado "sensacionalismo" es lo que podría denominarse moralismo denunciador. Aquí el contraste se establece entre la complacencia en la descripción de conductas consideradas inmorales, desviadas, delictuosas, etc., y su condenación simultánea en términos de valores genéricos. El moralismo de Gente se desencadenó, a propósito de los happenings, poco después./10

Sociología, estética y moralidad

Tal vez no sería inútil cerrar este artículo con una leyenda semejante a la que nunca falta en las películas: "Toda relación del análisis aquí presentado con la moral, es pura coincidencia". Sin embargo, la cuestión es ligeramente más complicada, y puede resultar conveniente preguntarse por qué Confirmado entendió que la nota sobre "Comunicación de masas" aparecida en El Mundo era una interpretación moral de la obra de Ja-

coby, Costa y Escari. Porque en esa lectura de mi artículo se revela también una verdad sobre la comunicación. Pienso que esta obra no tiene, en su estructura, un ápice de intención moral. Pienso que mi descripción (aquella y ésta) no pretende ser otra cosa que una descripción, realizada a partir de ciertos instrumentos analíticos, y trato de que no se deslicen conceptos normativos. (hay algunos, como "deformación", "ideología", "mito", "sensacionalismo", que tienen una connotación peyorativa reconocible en el uso común: intento utilizarlos descriptivamente, cosa que se puede lograr en la medida en que se especifique, para cada uno, el fenómeno empírico o las propiedades de la comunicación que se denotan con ellos). Si la cuestión se plantea en el plano de sus puras propiedades inmanentes (sin tomar en cuenta la situación de comunicación en que se transmiten), los lenguajes de la ciencia, el arte y la moral pueden ser claramente diferenciados: tienen propiedades semánticas distintas. Pero todo mensaje (es decir, todo fragmento de un lenguaje, efectivamente transmitido) admite una multiplicidad de lecturas posibles. Hay sin duda, en muchos casos, una lectura predominante que el mensaje propone al receptor, en virtud de ciertas propiedades de su estructura que derivan de la función sobre cuya base está construido. Yo pretendo que mi lenguaje sea, en lo posible, referencial. Pero todas las funciones están presentes en todos los mensajes, en distintos grados. Esto resulta del hecho de que un mensaje es una transacción entre personas, y que el sistema de comunicación no existe sin la presencia de todos sus componentes. Puedo, por ejemplo, analizar la estructura de clases de nuestra sociedad, y describir con precisión sus consecuencias en términos de desigualdades económicas, de oportunidades diferenciales de acceso a la cultura, el poder, al confort. Este puede ser un lenguaje que se quiere puramente descriptivo, y puede haber respetado, en su construcción, las reglas del método científico. Quién negaría la posibilidad de que ese discurso, difundido en la sociedad, adquiera una dimensión crítica, que admita una lectura "moral"? Si en cambio quiero construir un lenguaje definido por cierta función para usarlo de acuerdo con otra, allí comienzan todas las confusiones, y entre ellas una de las más lamentables: la de un supuesto "arte desalienante".

Una lectura "normativa" es una de las alternativas que espera a cualquier cosa que pueda decir, y que otros escuchen, y también a cualquier objeto estético que pueda crear. Afortunadamente, no cualquier lectura "moral" es posible de los contenidos de un mensaje. La elegante descalificación que hace Confirmado de los contenidos "morales" hallados en mi nota me produjo - recuerdo - cierta satisfacción.

Buenos Aires, 13 de mayo de 1967.