

La cocina del sentido

Un vestido, un automóvil, un plato cocinado, un gesto, una película cinematográfica, una música, una imagen publicitaria, un mobiliario, un titular de diario, de ahí objetos en apariencia totalmente heteróclitos.

¿Qué pueden tener en común? Por lo menos esto: son todos signos. Cuando voy por la calle —o por la vida— y encuentro estos objetos, les aplico a todos, sin darme cuenta, una misma actividad, que es la de cierta *lectura*: el hombre moderno, el hombre de las ciudades, pasa su tiempo leyendo. Lee, ante todo y sobre todo, imágenes, gestos, comportamientos: este automóvil me comunica el status social de su propietario, esta indumentaria me dice con exactitud la dosis de conformismo, o de excentricidad, de su portador, este aperitivo (whisky, *pernod*, o vino blanco) el estilo de vida de mi anfitrión. Aun cuando se trata de un texto escrito, siempre nos es dado leer un segundo mensaje entre las líneas del primero: si leo en grandes titulares: «*Pablo VI tiene miedo*», esto quiere decir también: «*Si usted lee lo que sigue, sabrá por qué*».

Todas estas «lecturas» son muy importantes en nuestra vida, implican demasiados valores sociales, morales, ideológicos, para que una reflexión sistemática pueda dejar de intentar tomarlos en consideración: esta reflexión es la que, por el momento al menos, llamamos *semiología* ¿Ciencia de los mensajes sociales? ¿De los mensajes culturales? ¿De las informaciones de segundo grado? ¿Captación de todo lo que es «teatro» en el mundo, desde la pompa eclesiástica hasta el corte de pelo de los Beatles, desde el pijama de noche hasta las vicisitudes de la política internacional? Poco importa por el momento la diversidad o fluctuación de las definiciones. Lo que importa es poder someter a un

principio de clasificación una masa enorme de hechos en apariencia anárquicos, y la significación es la que suministra este principio: junto a las diversas determinaciones (económicas, históricas, psicológicas) hay que prever ahora una nueva cualidad del hecho: el sentido.

El mundo está lleno de signos, pero estos signos no tienen todos la bella simplicidad de las letras del alfabeto, de las señales del código vial o de los uniformes militares: son infinitamente más complejos y sutiles. La mayor parte de las veces los tomamos por informaciones «naturales»; se encuentra una ametralladora checoslovaca en manos de un rebelde congoleño: hay aquí una información incuestionable; sin embargo, en la misma medida en que uno no recuerda al mismo tiempo el número de armas estadounidenses que están utilizando los defensores del gobierno, la información se convierte en un segundo signo, *ostenta* una elección política.

Descifrar los signos del mundo quiere decir siempre luchar contra cierta inocencia de los objetos. Comprendemos el francés tan «naturalmente», que jamás se nos ocurre la idea de que la lengua francesa es un sistema muy complicado y muy poco «natural» de signos y de reglas: de la misma manera es necesaria una sacudida incesante de la observación para adaptarse no al contenido de los mensajes sino a su hechura: dicho brevemente: el semiólogo, como el lingüista, debe entrar en la «cocina del sentido»

Esto constituye una empresa inmensa. ¿Por qué? Porque un sentido nunca puede analizarse de manera aislada. Si establezco que el *blue-jean* es el signo de cierto dandismo adolescente, o el puchero, fotografiado por una revista de lujo, el de una rusticidad bastante teatral, y si llego a multiplicar estas equivalencias para constituir listas de signos como las columnas de un diccionario, no habré descubierto nada nuevo. *Los signos están constituidos por diferencias.*

Al comienzo del proyecto semiológico se pensó que la tarea principal era, según la fórmula de Saussure, estudiar la vida de los signos en el seno de la vida social, y por consiguiente reconstituir los sistemas semánticos de objetos (vestuario, alimento, imágenes, rituales, protocolos, músicas, etcétera). Esto está por hacer. Pero al avanzar en este proyecto, ya inmenso, la semiología encuentra nuevas tareas: por ejemplo, estudiar esta misteriosa operación mediante la cual un mensaje cualquiera se impregna de un segundo sentido, difuso, en general ideológico, al que se denomina «sentido connotado»: si leo en un diario el

titular siguiente: «*En Bombay reina una atmósfera de fervor que no excluye ni el lujo ni el triunfalismo*», recibo ciertamente una información literal sobre la atmósfera del Congreso Eucarístico, pero percibo también una frase estereotipo, formada por un sutil balance de negaciones que me remite a una especie de visión equilibrada del mundo; estos fenómenos son constantes; ahora es preciso estudiarlos ampliamente con todos los recursos de la lingüística. }

Si las tareas de la semiología crecen incesantemente es porque de hecho nosotros descubrimos cada vez más la importancia y la extensión de la significación en el mundo; la significación se convierte en la manera de pensar del mundo moderno, un poco como el «hecho» constituyó anteriormente la unidad de reflexión de la ciencia positiva.

Le Nouvel Observateur,
10 de diciembre de 1964.