

VALENTIN Voloshinov

El signo ideológico y la filosofía del lenguaje

capítulo 1

EL ESTUDIO DE LAS IDEOLOGÍAS Y LA FILOSOFÍA DEL LENGUAJE

El problema del signo ideológico. El signo ideológico y la conciencia. La palabra como signo ideológico por excelencia. La neutralidad ideológica de la palabra. La capacidad de la palabra de ser un signo interno. Resumen.

Los problemas de la filosofía del lenguaje han adquirido en los últimos tiempos excepcional pertinencia e importancia para el marxismo. Más allá del amplio campo de los sectores más vitales abarcados en su avance científico, el método marxista se dirige directamente a esos problemas y no puede seguir avanzando productivamente sin una disposición especial para investigarlos y resolverlos.

Ante todo, los verdaderos cimientos de una teoría marxista de las ideologías –las bases para los estudios del conocimiento científico, de la literatura, la religión, la ética, etcétera– están estrechamente ligados a los problemas de la filosofía del lenguaje.

Un producto ideológico no sólo constituye una parte de la realidad (natural o social) como cualquier cuerpo físico, cualquier instrumento de producción o producto para consumo, sino que también, en contraste con estos otros fenómenos, refleja y refracta otra realidad exterior a él, todo lo ideológico posee significado: representa, figura o simboliza algo que está fuera de él. En otras palabras, es un *signo*. Sin signos no hay ideología. Un cuerpo físico es igual a sí mismo por así decir; no significa nada sino que coincide totalmente con su particular naturaleza dada. En este caso no hay problema de ideología.

Sin embargo, un cuerpo físico puede percibirse como imagen; por ejemplo, la imagen de inercia natural y de necesidad encarnada en ese objeto particular. Cualquier imagen artístico-simbólica originada por un objeto físico particular ya es un producto ideológico. El objeto físico se convierte en un signo. Sin dejar de ser una parte de la realidad material, ese objeto, hasta cierto punto, refleja y refracta otra realidad.

Ocurre lo mismo con cualquier instrumento de producción. Una herramienta por sí mismo está desprovista de significado especial: domina sólo una función determinada: servir para este o aquel propósito. La herramienta sirve para ese propósito como el particular objeto dado que es, sin reflejar o representar

ninguna otra cosa. Pero una herramienta puede convertirse en un signo ideológico, como ocurre, por ejemplo, con la hoz y el martillo que constituyen la insignia de la Unión Soviética. En este caso, la hoz y el martillo poseen un significado puramente ideológico. Además, un instrumento de producción puede ser decorado ideológicamente. Las herramientas usadas por el hombre prehistórico están cubiertas con pinturas o dibujos, es decir, con signos. Por supuesto que este tratamiento no convierte en signo a una herramienta.

También es posible realzar estéticamente una herramienta, de tal manera que su diseño artístico armonice con el propósito para el que está destinada a servir en la producción. En este caso, se efectúa algo así como una máxima aproximación, casi una fusión de signo y herramienta. Pero incluso aquí detectamos una clara línea conceptual divisoria: la herramienta, como tal, no se convierte en signo: el signo, como tal, no se convierte en instrumento de producción.

Cualquier bien de consumo puede convertirse en signo ideológico. Por ejemplo, el pan y el vino son símbolos religiosos en el sacramento cristiano de la comunión. Los bienes de consumo, lo mismo que las herramientas, pueden combinarse con signos ideológicos, pero la combinación no borra la clara línea conceptual divisoria entre ellos. El pan se hace con una forma particular, esta forma no está garantizada únicamente por la función del pan como bien de consumo: también tiene un valor determinado, aunque primitivo, como signo ideológico (por ejemplo, el pan con forma de un número ocho [krendel] o de roseta).

Así, paralelamente a los fenómenos naturales, al equipamiento técnico y a los artículos de consumo, existe un mundo especial: el *mundo de los signos*.

Los signos son también objetos materiales particulares; y, como hemos visto, cualquier objeto de la naturaleza, de la tecnología o el consumo puede llegar a ser un signo, adquiriendo en el proceso un significado que va más allá de su particularidad específica. Un signo no existe simplemente como una parte de la realidad, sino que refleja y refracta otra realidad. Por lo tanto, puede distorsionar esa realidad, o serle fiel, o percibirla desde un punto de vista especial, etcétera. Cada signo está sujeto a los criterios de evaluación ideológica (si es verdadero o falso, correcto, honrado, bueno, etcétera). El dominio de la ideología coincide con el dominio de los signos. Son equivalentes entre sí. Dondequiera que está presente un signo también lo está la ideología. *Todo lo ideológico posee valor semiótico.*

En el dominio de los signos –en la esfera de la ideología– existen profundas diferencias: es, al fin y al cabo, el dominio de la imagen artística, del símbolo religioso, de la fórmula científica, de los fallos judiciales, etcétera. Cada campo de la creatividad ideológica tiene su propia manera de orientarse hacia la realidad y cada uno refracta la realidad a su modo. Cada campo domina su propia función especial dentro de la unidad de la vida social. *Pero lo que coloca a todos los fenómenos ideológicos bajo la misma definición es su carácter semiótico.*

Todo signo ideológico es no solo un reflejo, una copia, de la realidad, sino también un segmento material de esa misma realidad. Todo fenómeno que funciona como un signo ideológico tiene algún tipo de corporización material, ya sea en sonido, masa física, color, movimientos del cuerpo, o algo semejante. En este sentido, la realidad del signo es totalmente objetiva y se presta a un método de estudio objetivo, monástico, unitario. Un signo es un fenómeno del mundo exterior. Tanto el signo mismo como todos sus efectos (todas esas acciones, reacciones y nuevos signos que produce en un medio social circundante) ocurren en la experiencia exterior.

Este es un punto de extrema importancia, y sin embargo, por elemental y evidente que parezca, el estudio de las ideologías no ha obtenido aún todas las conclusiones que se derivan de allí.

La filosofía idealista de la cultura y los estudios culturales psicologistas colocan la ideología en la conciencia: el cuerpo externo del signo no es más que un revestimiento, un medio técnico para la realización del efecto interior, que es la comprensión.

Tanto el idealismo como el psicologismo pasan igualmente por alto el hecho de que la comprensión sólo puede producirse en un material semiótico (por ejemplo, habla interna), que el signo se dirige al signo, que la conciencia misma puede surgir y llegar a construir un hecho posible sólo en la concreción material de los signos. La comprensión de un signo es, al cabo, un acto de referencia entre el signo aprehendido y otros signos ya conocidos: en otras palabras, la comprensión es una respuesta a un signo con signos. Y esta cadena de creatividad y comprensión ideológicas, que pasa de un signo a otro y luego a un nuevo signo, es perfectamente consistente y continua: de un eslabón de naturaleza semiótica (y por tanto, también de naturaleza material) avanzamos ininterrumpidamente a otro eslabón exactamente de la misma naturaleza. Y no existe ruptura en la cadena, en ningún momento se hunde en el ser interior, de naturaleza no material y no corporizado en signos.

Esta cadena ideológica se extiende de conciencia individual, conectándose entre sí. Los signos surgen solamente en el proceso de interacción entre una conciencia individual y otra. Y la misma conciencia individual está llena de signos. La conciencia es conciencia sólo cuando se ha llenado de contenido ideológico (semiótico), y por lo tanto, sólo en el proceso de interacción social.

A pesar de las profundas diferencias metodológicas que existen entre ellos, la filosofía idealista de la cultura y los estudios culturales psicologistas cometen el mismo error fundamental. Al localizar la ideología en la conciencia, transforman el estudio de las ideologías en un estudio de la conciencia y de sus leyes; no importa si lo hacen en términos trascendentales o empírico-psicológicos. Este error es responsable no sólo de la confusión metodológica con respecto a la interrelación de distintos campos de conocimiento, sino también de una radical distorsión de la realidad que se estudia. La creatividad ideológica –hecho social y material- queda

restringida a los alcances de la conciencia individual y esta, a su vez, privada de todo apoyo en la realidad. Se convierte en todo o en nada.

Para el idealismo se ha convertido en todo: está ubicada por encima de la existencia y la determina. Sin embargo, en realidad, esta soberana del universo no es más que la hipostatización en el idealismo del vínculo abstracto entre las formas y las categorías más generales de la creatividad ideológica.

Para el positivismo psicológico, por el contrario, la conciencia no vale nada: no es más que un conglomerado de reacciones psicofisiológicas fortuitas que por obra de algún milagro, da por resultado creatividad ideológica unificada y significativa.

La regularidad social objetiva de la creatividad ideológica, por haber sido interpretada erróneamente como una adecuación a las leyes de la conciencia individual, pierde el derecho a su verdadero lugar en la existencia, y entonces o se eleva al empuje supraexistencial del trascendentalismo o desciende a las honduras presociales del organismo biológico, psicofísico.

Sin embargo, lo ideológico como tal quizás no pueda ser explicado en función de estas raíces super o subhumanas. Su verdadero lugar en la existencia está en la materia social específica de los signos creados por el hombre. Su especificidad consiste precisamente en su ubicación entre los individuos organizados, para los cuales constituye el medio de comunicación.

Los signos sólo pueden aparecer en territorio interindividual. Es un territorio que no puede llamarse “natural” en la acepción directa del término^[1]: los signos no aparecen entre dos miembros cualesquiera de la especie *homo sapiens*. Es esencial que los dos individuos estén *organizados socialmente*, que compongan un grupo (una unidad social); sólo entonces puede tomar forma entre ellos el medio de los signos. La conciencia individual no solo no puede usarse para explicar nada, sino que, por el contrario, ella misma necesita ser explicada desde el medio ideológico y social.

La *conciencia individual* es un hecho ideológico-social. Hasta que esto no se admita con todas sus consecuencias, no será posible construir ni una psicología objetiva ni un estudio objetivo de las ideologías.

El problema de la conciencia, precisamente, ha creado las mayores dificultades y provocado la tremenda confusión que existe en todos los temas asociados tanto con la psicología como con el estudio de las ideologías. En general, la conciencia se ha convertido en el *asylum ignorantiae* para todas las elucubraciones filosóficas. Está condenada a ser el receptáculo de todos los problemas no resueltos, de todos los restos objetivamente irreductibles. En vez de hallar una definición objetiva de la conciencia, los pensadores comenzaron por usarla como medio de dar un carácter subjetivo y fluido a todas las definiciones que eran objetivas y rigurosas.

La única definición objetiva posible de la conciencia es sociológica. La conciencia no puede derivarse directamente de la naturaleza, de acuerdo con los intentos del ingenuo materialismo mecanicista y de la psicología objetiva contemporánea (en sus variedades biológica, conductista y reflexológica). La ideología no puede derivarse de la conciencia, según lo entienden el idealismo y el positivismo psicologista. La conciencia toma forma y vida en la materia de los signos creados por un grupo organizado en el proceso de su intercambio social. La conciencia individual se alimenta de signos; de ellos obtiene su crecimiento; refleja su lógica y sus leyes. La lógica de la conciencia es la lógica de la comunicación ideológica, de la interacción semiótica de un grupo social. Si privamos a la conciencia de su contenido semiótico, ideológico, no quedaría absolutamente nada. La conciencia sólo puede hospedarse en la imagen, en la palabra, en el gesto significativo, etcétera. Fuera de este material, queda el puro acto fisiológico no iluminado por la conciencia, sin que los signos le hayan dado luz, sin que le hayan dado significado.

Todo lo dicho conduce a la siguiente conclusión metodológica: *el estudio de las ideologías no depende en absoluto de la psicología y no necesita fundarse en ella*. Como veremos con mayor detalle en el capítulo posterior, sucede casi a la inversa: *la psicología objetiva debe fundarse en el estudio de las ideologías*. La realidad de los fenómenos ideológicos es la realidad objetiva de los signos sociales. Las leyes de esta realidad son las leyes de la comunicación semiótica y están directamente determinadas por el conjunto total de las leyes económicas y sociales. La realidad ideológica es la superestructura inmediata de las bases económicas. La conciencia individual no es el arquitecto de la superestructura ideológica, sino sólo un inquilino que se aloja en el edificio social de los signos ideológicos.

Nuestra argumentación inicial, que liberó los fenómenos ideológicos y su regularidad de la conciencia individual, los enlaza de modo muy firme con las condiciones y las formas de la comunicación social. La realidad del signo está totalmente determinada por esa comunicación. Después de todo, la existencia del signo no es otra cosa que la materialización de esa comunicación, y de esta naturaleza son todos los signos ideológicos.

Pero esta cualidad semiótica y el rol continuo y amplio de la comunicación social como factor condicionante en ninguna parte aparecen expresados con tanta claridad y de modo tan completo como en el lenguaje. *La palabra es el fenómeno ideológico por excelencia*.

La realidad de la palabra es totalmente absorbida por su función de signo. Una palabra no contiene nada que sea indiferente a esta función, nada que no haya sido engendrado por ella. Una palabra es el medio más puro y sensible de la comunicación social.

Este poder indicador y representativo de la palabra como fenómeno ideológico, así como la excepcional especificidad de su estructura semiótica,

constituirían ya razones suficientes para colocar la palabra en una posición de privilegio en el estudio de las ideologías. Precisamente la palabra presenta la materia más reveladora de las formas ideológicas generales básicas de la comunicación semiótica.

Pero esto no es todo. La palabra no es solamente el signo más puro y de mayor poder indicador, sino que además es un *signo neutral*. Cualquier otra clase de material semiótico se especializa en algún campo particular de la creatividad ideológica. Cada campo posee su propio material ideológico y formula signos y símbolos que le son específicos y no son aplicables en otros campos. En estos casos, el signo es creado por alguna función ideológica específica y permanece inseparable de esta. Por el contrario, la palabra es neutral con respecto a cualquier función ideológica específica. Puede desempeñar funciones ideológicas de cualquier tipo: científicas, estéticas, éticas, religiosas.

Existe además esa inmensa área de comunicación ideológica que no puede restringirse a ninguna esfera ideológica en particular, el área de la *comunicación* en la vida humana, la conducta humana. Este tipo de comunicación es extraordinariamente rico e importante. Por una parte, se vincula directamente con el proceso de producción; por la otra, se relaciona de modo tangencial con las esferas de las diversas ideologías especializadas y totalmente desarrolladas. En el próximo capítulo hablaremos con más detalle de esta área especial de la ideología de la conducta o de la vida. Por ahora, señalaremos que la materia comunicativa de la conducta es fundamentalmente la *palabra*. El llamado lenguaje conversacional y sus formas se ubican precisamente aquí, en el área ideológica de la conducta.

Otra propiedad de la palabra que es de la mayor importancia es la que hace de la palabra el medio primordial de la conciencia individual. Aunque la realidad de la palabra, como la de cualquier signo, se da entre los individuos, al mismo tiempo la palabra es producida por los medios propios del organismo individual sin recurrir a ningún otro elemento o material extracorpóreo. Esto determina el rol de la palabra como *material semiótico de la vida interior, de la conciencia* (lenguaje interno). Por cierto que la conciencia sólo puede desarrollarse gracias a que dispuso de material dócil, expresable por medios corpóreos. Y la palabra es exactamente este tipo de material. La palabra puede utilizarse como el signo para uso interno, por así decir: puede funcionar como signo en un estado que no llega a la expresión externa. Por esta razón, el problema de la conciencia individual como *palabra interior* (como signo interior en general) resulta uno de los más vitales de la filosofía del lenguaje.

A este papel exclusivo de la palabra como medio de conciencia se debe al hecho de que la *palabra funcione como ingrediente esencial que acompaña toda clase de creatividad ideológica*. La palabra acompaña y comenta todos y cada uno de los actos ideológicos. El proceso de comprender cualquier fenómeno ideológico (sea un cuadro, una pieza de música, un ritual o un acto de conducta humana) no

puede operarse sin la participación del lenguaje interno. Todas las manifestaciones de la creatividad ideológica –todos los otros signos no verbales- están inmersos, suspendidos en los elementos del lenguaje, y no pueden ser totalmente segregados o divorciados de ellos.

Esto no quiere decir, por supuesto, que la palabra pueda reemplazar cualquier otro signo ideológico. Ninguno de los signos ideológicos específicos fundamentales es reemplazable en forma total por palabras. Es esencialmente imposible traducir con exactitud en palabras una composición musical o una imagen pictórica. Las palabras no pueden sustituir totalmente un ritual religioso., y no hay sustituto verbal adecuado ni para el más simple gesto del comportamiento humano. Negarlo conduciría al racionalismo más simplista y trivial, pero no obstante, al mismo tiempo, cada uno de estos signos ideológicos, aunque no sea sustituible por palabras, se apoya en palabras y es acompañado por ellas, como en el caso del canto y su acompañamiento musical.

Ningún signo cultural, una vez que ha recibido significado y se lo ha incluido en él, permanece aislado: se hace parte de la *unidad de la conciencia verbalmente constituida*. Esta tiene capacidad para hallar el acceso verbal al signo. Es como si se formaran ondas radiantes de respuestas y resonancias verbales alrededor de cada signo ideológico. Cada refracción ideológica de una existencia en proceso de generación, cualquiera que sea la naturaleza de su material signifiante, es acompañada por una refracción ideológica en la palabra como fenómeno concomitante obligatorio. La palabra está presente en cada uno de los actos de comprensión y en cada uno de los actos de interpretación.

Todas las propiedades de la palabra que hemos examinado –su pureza semiótica, su neutralidad ideológica, su participación en la conducta comunicativa, su habilidad para convertirse en palabra interna y, en fin, su presencia obligatoria como fenómeno concomitante, en todo acto consciente-, todas estas propiedades hacen de la palabra el objeto fundamental del estudio de las ideologías. Las leyes de la refracción ideológica de la existencia en los signos y en la conciencia, sus formas y mecanismos, deben estudiarse ante todo en la materia de la palabra. La única manera posible de aplicar el método sociológico marxista a las profundidades y sutilezas de las estructuras ideológicas “inmanentes” es operar desde la base de la filosofía del lenguaje como *filosofía del signo ideológico*. Y esa base debe ser proyectada y elaborada por el propio marxismo.

[11] Por supuesto que la sociedad es también parte de la naturaleza, pero una parte cualitativamente separada y distinta y que posee sus propios sistemas específicos de leyes.