

Una lectura de la obra de Michel de Certeau: la invención de lo cotidiano, paradigma de la actividad de los usuarios

Serge Proulx
(Traducción de Jesús María Aguirre)

RESUMEN

A partir de la lectura de la obra de Michel de Certeau, «L'invention au quotidien: Arts de faire,» el autor de este artículo se interoga sobre la pertinencia de la tesis de este pensador para el estudio de los medios de comunicación y, en particular, para el desarrollo de enfoques renovadores en lo que concierne a los fenómenos vinculados a la recepción mediatizada. Después de una presentación de la problemática del escritor —orientada hacia la creatividad de las prácticas cotidianas— y de su marco teórico (con referencias lingüísticas, polemológicas y sociológicas), el autor del artículo trata más específicamente sobre las posibilidades y límites de este pensamiento para acercarse a los medios de comunicación. De esta manera, los ejemplos de la piratería telemática y del zapping, muestran las grandes limitaciones del poder de resistencia cultural de los individuos, y la necesidad de que sean descritos en el contexto de un espacio de comunicación impuesto por los responsables de la oferta tecnológica.

On the basis of a reading of Michel de Certeau's «L'invention au quotidien: Arts de faire», the author discusses the pertinence of Certeau's theses to the study of media and particularly to the development of new approaches to the study of media reception. A summary of the Certeau's problematic and theoretical framework (a combination of linguistics, study of war, and sociology) regarding the invention of everyday practices is followed by a discussion of the limitations of this approach with respect to media. Specifically, the phenomena of media piracy and zapping well illustrate how the capacity for individual cultural resistance is limited and must be understood within the context of a mediascape determined by those controlling media industries.



La obra de Michel de Certeau, pensador francés muerto en 1986, habrá dejado trazas importantes en numerosos dominios, ya se trate de historia religiosa de la Europa moderna, de la teología, de la epistemología de los saberes históricos o de la sociología de las prácticas culturales. A partir de una lectura atenta de su obra intitulada «L'invention du quotidien: Arts de faire» (1980), nuestra intención es aquí discutir la pertinencia de las tesis de este pensador para el estudio de los medios y en particular, para el desarrollo de las aproximaciones renovadas que conciernen a los fenómenos ligados a la recepción mediática. Tras una presentación de la problemática y del cuadro teórico del auto, trataremos más específicamente de las posibilidades y límites de este pensamiento para aproximarnos a los medios. Habiendo optado por trabajar a partir de una sola obra suya, somos conscientes del carácter eminentemente fragmentario de nuestra perspectiva: el conjunto de la obra de Certeau -de una admirable amplitud- podría ser abordado por el sesgo de otras numerosas entradas pertinentes (Giard, 1987; de Certeau, 1968, 1974, 1975, 1980, 1983, 1987a, 1987b). Esta obra lleva hacia múltiples pistas para la renovación de los acercamientos en ciencias sociales, especialmente en lo que concierne a la comprensión crítica de los diversos modos de funcionamiento de la racionalidad occidental.

El programa de trabajo sobre las prácticas culturales de la gente común emprendida por Michel de Certeau emerge, al comienzo de los años 70, en el contexto de las postimerías de mayo de 1968 en Francia. Estamos, por tanto, en un clima intelectual en que los trabajos sociológicos profundos sobre la cultura «ordinaria» (por oposición a la cultura «institucional») parecen prácticamente ausentes. Es menester dirigirse hacia un pensador como Henri Lefebvre para reencontrar una filosofía que otorga un lugar importante a la crítica de la vida cotidiana (1958, 1961, 1981). Jesuita y teólogo, Cer-

teau es a la vez historiador de la «fábula mística» y del «acto de creer», en el seno de las corrientes religiosas de los siglos XVI y XVII, crítico lúcido y exigente de las instituciones culturales contemporáneas, epistemólogo de los saberes históricos. Fascinado por la figura histórica de la fábula que se elabora en el momento mismo en que nace la cientificidad moderna a partir del fin del siglo XVI, recurre al mismo tiempo a la semiótica (Greimas) y al psicoanálisis -pertenece a la Escuela Freudiana de Lacan de 1964 a 1980- para intentar captar en la historia religiosa de la Europa moderna las relaciones que mantiene este tipo de relato con el orden de la verdad.

Preconizando los recursos hacia aproximaciones interdisciplinarias en ciencias sociales y humanas, Michel de Certeau aparece como una figura de pensador periférico, ecléctico y anticonformista en un contexto en que la ideología estructuro-marxista ha ocupado, en la *intelligentsia* parisina, el lugar que antaño lo tuvieron las creencias religiosas. Enseñará historia y antropología en Vincennes (de 1968 a 1971) y en Jussieu (de 1971 a 1978), lo mismo que en la Universidad de Ginebra (1977-1978) y en la Universidad de California en San Diego (1978-1984). De julio de 1984 hasta el 9 de enero de 1986 -día de su muerte- ocupará la cátedra de «Antropología histórica de las creencias» en la Escuela de Altos Estudios en Ciencias Sociales (EHESS, París).

LAS PRACTICAS COTIDIANAS, FUENTE DE INVENCION Y DE ESPACIO DE MICROLIBERTADES

La problemática sociológica de Certeau que retiene aquí más específicamente nuestra atención es la de la invención y creatividad cotidianas a través de los usuarios. Se podría situar el punto de partida de sus preguntas sobre la vida cotidiana contemporánea con su análisis en vivo de los acontecimientos de mayo de 1968 (publicado de mayo a septiembre de 1968 en una serie de artículos

de la revista ETUDES). Con estos acontecimientos, la unidimensionalidad y la centralidad del poder impuesto por las instituciones son radicalmente tomadas como prejuicios. Una problemática de la resistencia cultural y política emerge y traza los nuevos contornos vagos de un espacio de imaginación, de invención, de gestas posibles de emancipación en las prácticas cotidianas: «Mayo 1968 deja a Certeau intrigado, 'atento', 'alterado' según sus propios términos. [...] Sin embargo, es necesario, dice, 'volver a esta cosa que ha sobreenvenido y comprender lo que lo imprevisible nos ha enseñado a nosotros mismos, es decir lo que, después, hemos llegado a ser'. [...] Reflexiona sobre los problemas de la escuela, de las universidades, de las minorías lingüísticas, de lo que constituye la cultura en una sociedad. (Giard, 1990: 5-6)».

Según Luce Giard, colaboradora próxima y heredera intelectual de Michel de Certeau, la cuestión primordial de este último se formula a través de su problemática de la creatividad cultural de las gentes comunes: lo que él llama las operaciones de los practicantes. Interrogándose sobre la producción cotidiana de la cultura, trata de descubrir los mecanismos por los cuales los individuos se crean de manera autónoma en tanto sujetos que se expresan en el proceso mismo del consumo y en sus prácticas de la vida cotidiana. Luce Giard (1990: 6-7) reconoce aquí en Certeau: «[...] la primera forma de cambio de perspectiva que funda la invención de lo cotidiano, desplazando la atención del consumo supuestamente pasivo de los productos recibidos a la creación anónima, nacida de la práctica de la selección en el uso de estos productos. [...] es necesario interesarse no en los productos culturales ofrecidos en el mercado de bienes, sino en las operaciones que hacen uso de ellos; hace falta ocuparse de las «maneras diferentes de marcar socialmente la selección operada en algo dado por una práctica».

A la pasividad supuesta de los consumidores [Certeau] ha sustitui-

do la convicción [argumentada] de que hay una creatividad de la gente común. Una creatividad escondida en un encabestramiento de astucias silenciosas y sutiles, eficaces, por las cuales cada uno se inventa una «manera propia» de caminar a través del bosque de productos impuestos. (de Certeau, 1980).

Cuidándose de hacer regresar la problemática sociopolítica de la producción de la cultura hacia una problemática «sicologizante» ligada exclusivamente a los recorridos individuales de las personas -lo que equivaldría a una vuelta hacia un atomismo social- Certeau se interroga y trata de reproblematicar de otra manera las operaciones de los usuarios que supuestamente están inclinados a la pasividad y a la disciplina. Considerando cada individualidad como «un lugar donde juega una pluralidad incoherente (y a menudo contradictoria) de sus determinaciones relacionales» (de Certeau, 1990: 36) y tratando de hacer aparecer la lógica operatoria puesta en juego en las práctica cotidianas, lógica a menudo ocultada por la racionalidad occidental dominante, Certeau se fija como objetivo de su programa de investigación: «[...] explicitar las combinatorias de operaciones que componen... una 'cultura' y exhumar los modelos de acción característicos de los usuarios, cuyo statuto de dominados (lo que no quiere decir pasivos o dóciles) se esconde bajo el nombre púdico de consumidores. Lo cotidiano se inventa con mil maneras de cazar furtivamente (1990: 36).

En el espacio tecnocráticamente construido, escrito y funcionalizado donde circulan, [las] trayectorias [de los consumidores] forman frases imprevisibles, de 'atajos' en parte ilegibles. [...] ellas trazan las astucias de otros intereses y de deseos que no son ni determinados ni captados por los sistemas en que ellas se desarrollan «(1990: 45).

Desde el punto de vista de un análisis de los medios, Certeau nos invita implícitamente a desdefiar los estudios que se acomodan a un único trabajo de deconstrucción de los contenidos de los mensajes ofrecidos,

como si los mensajes no fueran transformados a través del mismo acto de «consumo». El estudio de estos contenidos no aparece pertinente más que si se los aborda a través de las «marcas» dejadas por las prácticas de los consumidores culturales. Un estudio semiótico del texto de los medios no tiene sentido sino a condición de que sean tomadas simultáneamente las transformaciones inducidas tanto por las prácticas de producción del mismo como por las prácticas de recepción de ese texto (Silverstone, 1989). A propósito del ejemplo de la recepción de la televisión -corpus de prácticas culturales que él jamás trató sistemáticamente hasta donde sabemos- escribe: «[...] el análisis de las imágenes difundidas por la televisión (de las representaciones) y de los tiempos pasados en sintonía de un aparato (un comportamiento) debe ser completado por el estudio de lo que el consumidor cultural «fabrica» durante estas horas y con sus imágenes». (1990: 37).

Reconociendo que este acto de «fabricación» es una poética, una fuente de creación y de invención, Certeau define el consumo como otro tipo de producción -astuto, dispersado, silencioso, casi invisible- que se opone o negocia con los mensajes de la institución centralizada, racionalizada y espectacular de la producción dominante de las industrias culturales. El campo de objetos de investigación privilegiado por Certeau le dirige a insistir sobre: «[...] 'la cultura común y cotidiana en tanto que ella es apropiación (o reapropiación)', sobre el consumo o recepción considerado como 'una manera de practicar', en fin sobre la necesidad de 'elaborar modelos de análisis que correspondan a estas trayectorias (o series de operación articuladas unas sobre otras en el tiempo)'. Por tanto están definidos un campo de objetos, una línea de interrogación, un intento teórico. Se trata, dice el texto, de esbozar una teoría de las prácticas cotidianas para sacar de su rumor las 'maneras de hacer' que, mayoritarias en la vida social, no figuran a menudo más que a título de 'resistencias' o de inercias en relación al



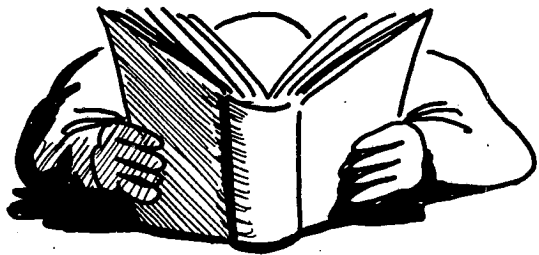
desarrollo de la producción socio-cultural (Giard, 1990: 11).

Certeau identifica lo que él denomina las «artes de hacer» a las maneras no estereotipadas de hacer uso de los productos culturales. Aunque socialmente invisible, se trata de un saber, incluso cuando es juzgado «ilegible» y es así descalificado la mayor parte del tiempo por el discurso científico habituado a construir teorías a partir de lo que los observadores pueden ver. Este arte operatorio consiste en que los usuarios actúan de otra manera distinta de la forma prevista por los productores de objetos de consumo, lo que permite a los usuarios guardar un equilibrio, transformarse e inventar en permanencia de un entorno compuesto de una multitud de elementos heterogéneos.

UN CUADRO TEORICO CON REFERENCIAS A LA LINGUISTICA, POLEMOLOGIA Y SOCIOLOGIA: TRES POSTULADOS

En conjunto, Certeau propone tres postulados que le van a ayudar a trazar las líneas directrices de su cuadro de análisis. Hay una escogencia entre la representación ofrecida por la producción dominante y la que se apropia efectivamente su utilizador: el enfoque de investigación de Certeau será precisamente el intentará esclarecer este descarte. Para fundar teóricamente este proyecto, el autor propone utilizar la distinción de la lingüística entre «performance» y «competence» como modelo teórico aplicable al análisis de las prácticas cotidianas no discursivas (1990: 36-43): «En lingüística, la 'performance' no es la 'competence'; el acto de hablar (y todas las tácticas enunciativas que implica)



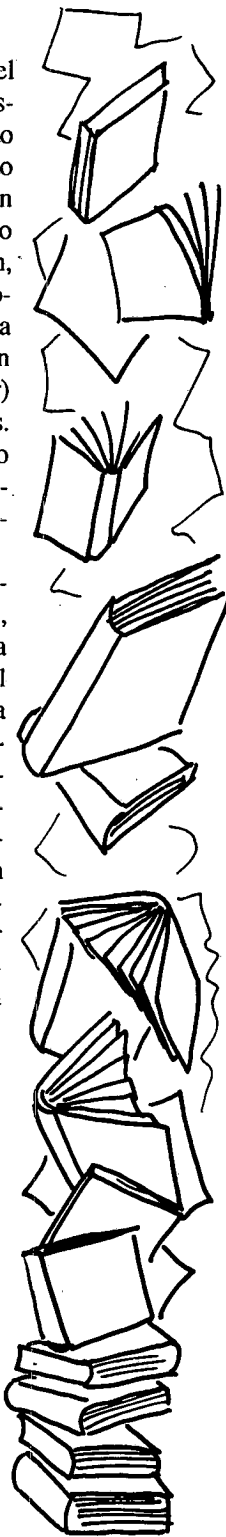


no es reductible al conocimiento del lenguaje. Colocándose en la perspectiva de la enunciación, propósito de este estudio, uno privilegia el acto de hablar: él opera en el campo de un sistema lingüístico; pone en juego una apropiación, o una reapropiación, de la lengua por parte de los locutores; instaura un presente relativo a un momento y a un lugar; pone un contrato con el otro (el interlocutor) en una red de puestos y relaciones. Estas cuatro características del acto enunciativo podrán encontrarse también en otras prácticas (caminar, cocinar, etc.). (1990: 38-39).

Estos elementos (realizar, apropiarse, inscribirse en las relaciones, situarse en el tiempo) hacen de la enunciación, y secundariamente del uso, un nudo de circunstancias, una nudosidad inseparable del 'contexto' del que se lo distingue abstractamente. Indisociable del instante presente, de las circunstancias particulares y de un hacer (producción de la lengua y modificación de la dinámica de una relación), el acto de decir es un uso de la lengua y una operación sobre ella. Se puede tratar de aplicar el modelo sobre muchas operaciones no lingüísticas, tomando por hipótesis que todos estos usos relieves el consumo» (1990: 56).

Estas operaciones se inscriben en las redes de relaciones de fuerza: «A partir de ahí, de una referencia lingüística hace falta pasar a una referencia polemológica. Se trata de combates o de juegos entre el fuerte y el débil, y de «acciones» que quedan como posibles al débil (1990: 56-57).

[Esta visión teórica] supone que a la manera de los Indios, los usuarios «hacen apaños» con y en la economía cultural dominante las innumerables e infinitesimales metamorfosis de su ley en la de sus inte-



COMUNICACION

reses y de sus reglas propias» (1990: 39).

A la manera de Michel Foucault que substituye el análisis de los aparatos de poder institucional, por un examen minucioso de los dispositivos, es decir los procedimientos técnicos minúsculos que organizan los discursos y que han contribuido a redistribuir el espacio de una «sobrevisión» generalizada (nueva visibilidad, nuevo encuadramiento), Certeau orienta también su interés por los procedimientos minúsculos y cotidianos puestos en obra en medio del anonimato de las masas. Pero una diferencia mayor contrasta las dos rutas: mientras que Foucault privilegia a través de estas prácticas minúsculas, la producción de la disciplina y la interiorización del orden, Certeau busca al contrario identificar los procedimientos minúsculos y cotidianos que no se conforman con los mecanismos de la disciplina «más que para virarlos»: «¿qué «maneras de hacer» forman la contrapartida, del lado de los consumidores o 'dominados?', de los procedimientos que organizan la puesta del orden sociopolítico?» (1990: 40).

Certeau supone en fin que estas operaciones multiformes y fragmentarias «insinuadas y escondidas en los aparatos donde ellas son los modos de empleo... obedecen a unas reglas. Dicho de otro modo, debe haber una lógica de estas prácticas» (1990: 40). Para tratar de asir el funcionamiento de esta lógica, Certeau examina estas prácticas cotidianas bajo múltiples ángulos. Se trata de una «búsqueda compleja porque estas prácticas una y otra vez exacerbaban y despistan nuestras lógicas» (1990: 42). Consta así que estas prácticas cotidianas poseen simultáneamente una dimensión estética (un «estilo»), un aspecto económico (hay un intercambio pero fuera de las leyes del mercado), un componente ético (una resitencia, una tenacidad el mismo tiempo que una lucidez) y finalmente, una dimensión polemológica (esta práctica se sitúa en una relación de fuerzas y tienta hacer «un buen uso de la circunstancia») (1983a: 85-86).

EL USO O EL CONSUMO COMO PRODUCCION

Hoy, no tiene coherencia distinguir las actividades humanas según el lugar en que ellas se producen (trabajo, diversiones). Se imponen diferencias de otro tipo, que reenvían a las modalidades de la acción y que atraviesan las fronteras que separan el trabajo de la diversión. Conciernen a las maneras de hacer, caminar, leer, producir, hablar, etc. (1990: 51). Estas operaciones: «[...] corresponden a un arte muy viejo de 'hacer con'. Yo les doy el nombre de usos [...]. En estos 'usos', se trata precisamente de reconocer unas 'acciones' (en el sentido militar del término) que tienen su formalidad y su inventiva propias y que organizan en sordina el trabajo de hormiga del consumo (idem: 52).

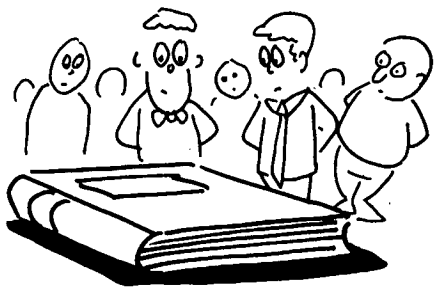
¿Los 500 mil compradores de 'Information-santé', los usuarios del supermercado, los practicantes del espacio urbano, los consumidores de relatos y leyendas periodísticas, que fabrican con lo que ellos 'absorben', reciben y pagan? ¿Qué es lo que hacen de ello? (idem: 53).

[...] el consumidor no sabría ser identificado o cualificado según los productos periodísticos o comerciales que él asimila: entre él (que se sirve de ello) y estos productos (índice del 'orden' que le es impuesto), hay una selección más o menos grande del uso que se hace de ello. (idem: 55)

[...] las maneras de hacer de los consumidores son los equivalentes prácticos de las palabras del espíritu» (idem: 62).

ESTRATEGIAS Y TACTICAS

Una de las distinciones conceptuales introducidas por Certeau para describir las prácticas cotidianas en su dimensión polemológica propone situar la táctica contra la estrategia: «Llamo 'estrategia' al cálculo (o la manipulación) de las relaciones de fuerzas que deviene posible a partir del momento en que un sujeto de querer y de poder (una empresa, un ejército, una ciudad, una institución



científica) es aislable. Ella postula un lugar susceptible de ser circunscrito como un algo propio y de ser la base de donde gestionar las relaciones con una exterioridad de blancos o los concurrentes, los enemigos, el campo alrededor de la ciudad, los objetivos y objetos de la investigación, etc.). La racionalidad política, económica y científica está construida sobre este modelo estratégico. (1990: 59).

[...] Llamo 'táctica' a la acción calculada que determina la ausencia de un algo propio. [...] La táctica no tiene por lugar sino el del otro. Así debe jugar en el terreno que le es impuesto tal como lo organiza la ley de una fuerza extranjera. [...] No tiene, pues, la posibilidad de darse un proyecto global ni de totalizar al adversario en un espacio distinto, visible y objetivable. Actúa golpe a golpe. Aprovecha las 'ocasiones' y depende de ellas [...] Le hace falta utilizar ... las fallas que las coyunturas particulares abren en la vigilancia del poder propietario. Caza furtivamente ahí. Crea sorpresas. [...] Es astuta (1990: 47).

Muchas de las prácticas cotidianas (hablar, leer, circular, hacer el mercado o la cocina, etc.) son de tipo táctico (1990: 47).

En nuestras sociedades, (las tácticas) se multiplican con el desmoronamiento de las estabildades locales [...] Estas tácticas manifiestan también hasta qué punto la inteligencia es indisoluble de los combates y de los placeres cotidianos que ella articula, mientras que las estrategias esconden bajo sus cálculos objetivos su relación con el poder que les sostiene, guardado por el lugar propio o por la institución» (1990: 47).

Mientras la «estrategia» se funda sobre una apropiación del espacio, la

'táctica' va al contrario a conjugarse con el tiempo: «Lo 'propio' es una victoria del lugar sobre el tiempo. Al contrario, por el hecho de su no-lugar, la táctica depende del tiempo, vigilante y del 'agarrar al vuelo' las posibilidades de provecho. Lo que gana, no lo guarda. Hace falta jugar constantemente con los acontecimientos para convertirlos en 'ocasiones'. Sin cesar el débil debe sacar partida de las fuerzas que le son extranjeras (1990: 46).

Las tácticas son procedimientos que valen para la pertinencia que ellas al tiempo, a las circunstancias que el instante preciso de una intervención transforma en situación favorable [...]» (1990: 63).

Pero tal vez sea más preciso decir que la estrategia hace también un uso controlado del tiempo: la estrategia operaría y se confirmaría en la duración mientras que la táctica compondría en el instante... Certeau no ha suministrado ejemplos de «tácticas» sacados directamente del universo de usuarios de los medios audiovisuales. Recordaremos aquí de todos modos dos ejemplos que le son queridos.

Primer ejemplo: la lectura como paradigma de la actividad «táctica» (de Certeau, 1990: 49)

«[...] la actividad lectora presenta [...] todos los rasgos de una producción silenciosa: deriva a través de la página, metamorfosis del texto para el ojo viajero, improvisación expectación de significaciones inducidas de algunas palabras, zañcadas de espacios escritos, danza efímera.

[El lector] insinúa las astucias del placer y de una reapropiación en el texto del otro: caza furtivamente ahí, es transportado, y se hace plural como los ruidos del cuerpo. Astucia, metáfora, combinatoria, esta producción es también una 'invención' de la memoria. [...] Lo legible se convierte en memorable [...] Un mundo diferente (el del lector) se introduce en el lugar del autor».

Las prácticas de la lectura han sido consideradas por Certeau como

un paradigma para el análisis de las prácticas en tanto que tácticas:

[...] 'la lectura] va y viene, captada vuelta a vuelta [...], jocosa, protestataria, fugitiva', a imagen de la realidad móvil que pretender asir. (giard, 1990: 16)

[la obra de Certeau] alcanza éxito al hacer este 'tour de force' del acto de leer, imagen de la pasividad para tantos observadores y maestros, ejemplo de una actividad de apropiación, una producción independiente de sentido, es decir 'el paradigma de la actividad táctica' «. (idem: 28)

Las prácticas de lectura han constituido un corpus privilegiado en los análisis de Certeau. A partir de estas reflexiones sobre la situación de lectura propone el examen de otras prácticas de consumo y de comunicación en sus dimensiones de astucia o de vuelco. De ahí que esta aplicación del modelo de la lectura al conjunto de las prácticas cotidianas reposa sobre toda una serie de equivalencias epistemológicas implícitas en que lo bien fundado pudiera ser puesto en causa, lo que entrañaría el cuestionamiento del valor paradigmático de la práctica de lecturas para el análisis de los gestos cotidianos. Así parece pertinente distinguir en el proceso de realización de las actividades cotidianas, entre lo que realza el contenido (texto, mensaje) y lo que pertenece al dispositivo (libro, soporte); o todavía, entre el dominio de las prácticas (ej.: práctica del libro) y el de las normas de lectura (ej.: norma de lectura). Si se quiere toma por «paradigma» el modelo de Michel de Certeau -desarrollado en primer lugar a propósito de la situación de lectura)- parece necesario mostrarse vigilantes y críticos frente a las equivalencias que el análisis podría formular demasiado rápidamente entre contenido y dispositivo, o entre norma y práctica.¹ Se podría hacer aquí el acercamiento con el trabajo de clarificación conceptual introducido por ciertos investigadores de la comunicación a propósito de la noción de «interactividad» que, si no se toma cuidado, puede aplicarse indistintamente a los contenidos o

a los dispositivos de comunicación. De ahí la distinción necesaria entre «interactividad de uso» e «interactividad de contenido» (Thierry, 1989: 49); Jacquinet, 1993: 31-32).

Segundo ejemplo: la «peluca» como práctica de desvío

«Acusado de robar, de recuperar el material en su provecho y de utilizar las máquinas por su cuenta, el trabajador que 'hace el perruque' sustrae a la fábrica el tiempo [más que los bienes, pues no utiliza más que restos] en vista de un trabajo libre, creativo y precisamente sin provecho. Sobre los lugares mismos en que reina la máquina que debe servir, se mueve con astucia por el placer de inventar productos gratuitos destinados solamente a significar para su obra un saber-hacer propio y a responder por un gasto de las solidaridades obreras o familiares (de Certeau, 1990: 45).

Mientras que él es explotado por un poder dominante, o simplemente negado por un discurso ideológico, aquí el orden es jugado por un arte» (idem: 46).

Las búsquedas concretas de Certeau y su equipo tienen alcance sobre las diversas maneras de hacer como las «utilizaciones de las ritualizaciones cotidianas o los reemplazos y funcionamiento de la memoria a través de las 'autoridades' que vuelven posibles (o permiten) las prácticas cotidianas» (idem: 41) y diversos tipos de prácticas cotidianas de consumidores «suponiendo de entrada que son de tipo táctico» (idem: 65).

«Cada proposición teórica es también puesta a prueba en una práctica concreta, aquí el paseo en la ciudad, allí la descripción de un lugar de habitación, en otra parte la lectura silenciosa. No se trata de elaborar un modelo general para derramar en este molde el conjunto de las prácticas, sino por el contrario de «especificar esquemas de operación» y de buscar si existen entre ellos categorías comunes y si, con estas categorías, sería posible dar cuenta del conjunto de las prácticas» (Giard, 1990: 16).

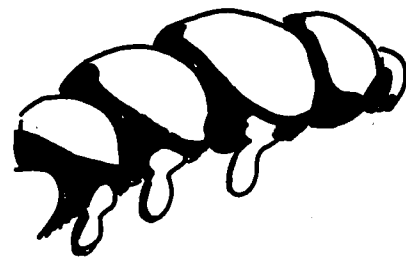
FUENTES DE INSPIRACION E INFLUENCIAS

Las influencias que reclama explícitamente Certeau conciernen principalmente a Freud (de Certeau, 1990: 15-19) y también a Wittgenstein: «Esta obra diseminada y rigurosa parece suministrar un diseño filosófico a una ciencia contemporánea de lo ordinario» (idem: 23-30). Menciona también a Detienne y Vernant (de Certeau, 1974) cuya puesta al día de la «astucia» griega le ha inspirado en su aproximación a las astucias elaboradas en las prácticas cotidianas. No hay que olvidar igualmente a Lévi-Strauss (*La pensée sauvage*) cuyos propósitos sobre el «bricolage» han iluminado a Certeau. Marcel Mauss -con su *Essai sur le don* y su teoría de las técnicas del cuerpo- constituye también una influencia no desachable.

Si se quisiera trazar una continuidad paradigmática entre su trabajo de historiador de las creencias religiosas en Europa occidental (en los siglos XVI y XVII) y su programa de investigación concerniente a las prácticas cotidianas contemporáneas, tal vez la fascinación de Certeau por la figura histórica de la fábula nos suministraría una clave importante. En efecto, esta forma de relato se elabora al mismo tiempo que se constituye el pensamiento científico, entre el final del siglo XVI y el comienzo del siglo XVIII. Así:

«¿Qué es una fábula? Es un relato que dice sin saberlo una verdad que un análisis puede buscar y encontrar tras él. La fábula es la relación entre la verdad que dice el relato y el hecho que dice de forma incógnita. [...] Esta figura epistemológica implica un estatuto de fábula, a saber que ciertamente hay una verdad en la fábula, pero que ésta no puede decirse sino a través de otro discurso distinto del que sostiene la fábula» (de Certeau, 1983c: 94).

Certeau reencontrará este mismo tipo de interpretación en lo que concierne al análisis del relato: este último «no se explica, se performa, se cuenta». El mismo relato se ofrecerá bajo una forma que variará se-



gún las coyunturas en las que será contado, según el lugar o las generaciones de cuentistas. El relato y la fábula no llegan a ser ininteligibles sino cuando son descolgados de un contexto.

«Propp supone que lo que es esencia en el relato es su estructura. Así la estructura no es esencial del todo, es un cuadro que vuelve posibles las operaciones pero que no son absolutamente las operaciones. en efecto la operación consiste en cambiar tal o cual detalle en razón de la coyuntura, en razón del público, en razón del momento, en razón de la táctica etc., para producir un golpe con el relato» (de Certeau, 1983: 95).

Para Certeau, hay una homología entre la naturaleza del relato y la de la práctica cotidiana, las operaciones constituyen en una y otra forma, la expresión de la creatividad de los practicantes. Se capta la filiación de intereses de la investigación, de la fábula mística a las prácticas culturales. Además ¿no constituye el mismo relato la forma privilegiada de descripción de las prácticas? En epistemología, Certeau ha buscado liberar los puntos de pasaje entre la forma tradicional del discurso científico y esta «otra forma de científicidad que representarían los relatos». Certeau ha intentado superar una forma de monoteísmo científico que pretendería que todas las acciones humanas fueran reductibles a un solo tipo de lógica. Certeau practicará más bien un politeísmo afirmando la existencia de vario tipos de racionalidad, de «varias formalidades de prácticas cotidianas que se equilibran, pero que no obedecen a una homogeneidad».

«Hace falta interesarse [...] en la cuestión de saber cuáles son los tipos de equilibrio que uno puede encontrar entre estas formas diferentes de racionalidad. Este es el problema



que me había propuesto en *L'invention du quotidien*. No se trataba de analizar las prácticas cotidianas, si bien se estudian algunas en este libro (el habitat, la cocina, etc.). Se trataba de saber cómo, y mediante qué tipos de modificación, puede volverse tratable este problema en términos científicos» (de Certeau, 1983: 100).

UNA PREFIGURACION DE NUEVOS TIPOS DE INVESTIGACION CONCERNIENTES A LOS MEDIOS

Excepto un trabajo de reflexión teórica que respondía a una demanda expresa del Ministerio Francés de la Cultura en 1982, Certeau y los miembros de su equipo no han analizado sistemáticamente un corpus de prácticas cotidianas ligadas al uso de los medios audiovisuales (de Certeau et al., 1983a). Nuestra intención aquí es la de discutir la pertinencia de las tesis de Michel de Certeau para abordar el estudio de los medios. En una primera parte, trataremos dos ejemplos concretos de problemas de investigación a la luz de la distinción conceptual entre estrategia y táctica; en una segunda parte, mencionaremos algunos tipos de trabajos recientes que pueden ser aprovechados por el cuadro analítico de Certeau.

DOS EJEMPLOS DE PROBLEMAS DE INVESTIGACION

Utilizando la distinción conceptual propuesta por Certeau entre «estrategia» y «táctica», tratemos de ver si este cuadro analítico puede aportarnos una comprensión pertinente de problemas de investigación recientes tomados del mundo de los medios².

Primer ejemplo: la implantación de la telemática en Francia

Desde la implantación de la telemática en Francia durante los años 80, hubo la emergencia de un fenómeno no previsto por la estrategia

inicial de los planificadores del sistema Teletel. Se asistió a la proliferación de mensajerías que permitirían un tipo de comunicación «horizontal» (táctica) entre los usuarios en un contexto en que los usos esperados estaban más bien ligados a una interrogación «vertical» de las bases de datos suministradas por los servidores (estrategia). Estos primeros gestos de «piratería telemática» poseían las características de lo que Certeau llama la táctica en la medida en que estas acciones de cacería furtiva se inscribían subrepticamente en los intersticios de una territorio controlado en principio por los planificadores del sistema.

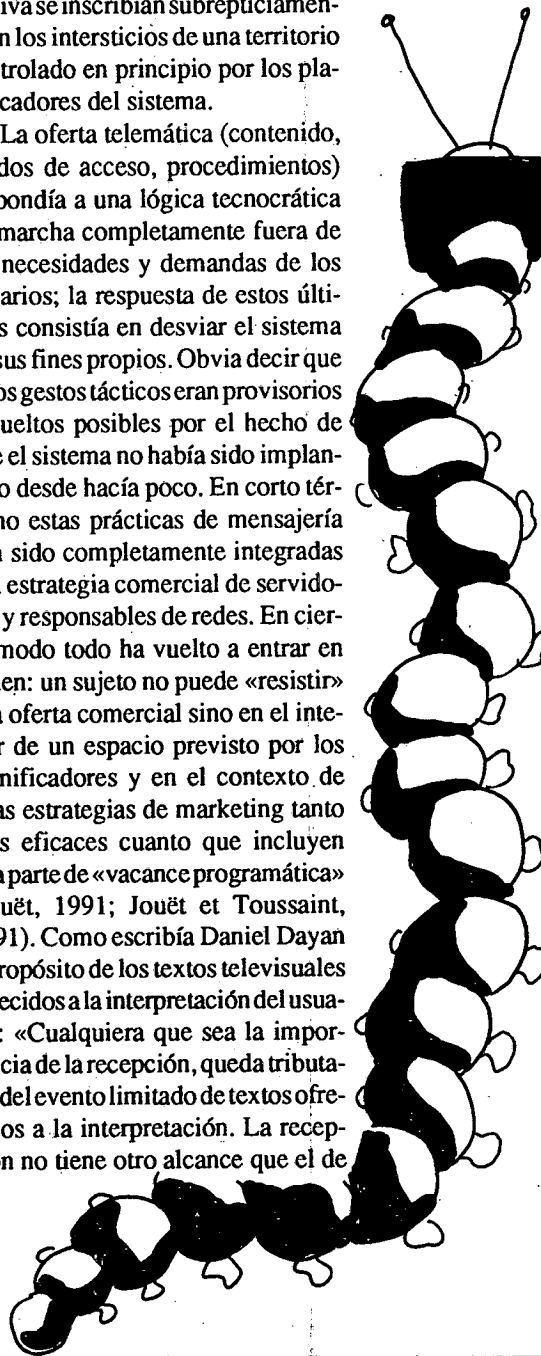
La oferta telemática (contenido, modos de acceso, procedimientos) respondía a una lógica tecnocrática en marcha completamente fuera de las necesidades y demandas de los usuarios; la respuesta de estos últimos consistía en desviar el sistema de sus fines propios. Obvia decir que estos gestos tácticos eran provisorios y vueltos posibles por el hecho de que el sistema no había sido implantado desde hacía poco. En corto término estas prácticas de mensajería han sido completamente integradas a la estrategia comercial de servidores y responsables de redes. En cierto modo todo ha vuelto a entrar en orden: un sujeto no puede «resistir» a la oferta comercial sino en el interior de un espacio previsto por los planificadores y en el contexto de unas estrategias de marketing tanto más eficaces cuanto que incluyen una parte de «vacance programática» (Jouët, 1991; Jouët et Toussaint, 1991). Como escribía Daniel Dayan a propósito de los textos televisuales ofrecidos a la interpretación del usuario: «Cualquiera que sea la importancia de la recepción, queda tributaria del evento limitado de textos ofrecidos a la interpretación. La recepción no tiene otro alcance que el de

los textos difundidos. La actividad de recepción está así determinada por una agenda que reenvía a la naturaleza de la oferta en materia de programación. Los mejores espectadores del mundo no pueden interpretar más que los programas que pueden ver» (Dayan, 1992: 151).

Queda que el ejercicio de la comunicación horizontal por los usuarios de mensajerías ha arrastrado al menos la creación de un nuevo tipo de códigos conversacionales (escritura informal, vocabulario específico, sintaxis propia). Tal vez es aquí donde se manifiesta con mayor agudeza la emergencia de una especie de «cultura de la resistencia» fecha de múltiples prácticas cotidianas de comunicación heterogénea jugando con códigos y sistemas impuestos.

Segundo ejemplo: el zapping como táctica del telespectador

De cara a la programación ofrecida en la pequeña pantalla por los teledifusores (oferta resultante de las estrategias de los responsables de la programación de las cadenas), los usuarios poseen el poder de «navegar» a su guisa entre los diferentes programas; podríamos hablar entonces del zapping como táctica del telespectador. Todavía aquí, señalemos que tal tipo de prácticas de «resistencia cultural» ha llegado a ser de todos modos, a medio término, el punto de partida para la concepción de una oferta de programación más sofisticada que trata, en adelante, de tener en cuenta sistemáticamente este fenómeno de zapping. Mencionemos, por ejemplo, el hecho de que los mensajes publicitarios son a pesar de todo programados de manera sincrónica de una cadena a otra; o más aún, que la concepción de estos mensajes se concentra sobre los primeros diez segundos para intentar retener la atención del telespectador. De la misma manera, para conservar la audiencia durante las pausas publicitarias —momento privilegiado de huida de los telespectadores hacia otros horizontes— se hará apelación a los mismos personajes de las emisiones o series mira-



das, para la distribución de los roles en los mensajes publicitarios (Vernet, 1990).

Ciertas investigaciones sobre el fenómeno del zapping pueden permitir la descripción de este tipo de comportamientos de los telespectadores como una actividad táctica de autocreación individualizada y autónoma del usuario de cara a la programación ofrecida por los teledifusores. La práctica del zapping puede ser considerada como sintomática de una transformación de la relación global del telespectador respecto de los medios. A la mirada «inocente» del antiguo telespectador le sustituiría la mirada crítica de «aquel que sabe», propia del nuevo público de «zapadores», público que recularía de forma importante frente al fenómeno de la televisión (Bertrand et al., 1988: 143; Lafrance, 1988: 92-95; Mercier, 1988: 79-91). Una investigación empírica -realizada a partir de los datos de la medición de audiencia francesa que datan de junio de 1989- muestra además, que el fenómeno del zapping aparece como un fenómeno masivo que toca al conjunto de las categorías de telespectadores (Chabrol y Perin, 1992).

Es cierto que el hecho de identificar la práctica del zapping como actividad autónoma de rechazo del telespectador ante la programación televisual ofrecida, hace aparecer una representación relativamente limitada de lo que sería la capacidad creativa de los sujetos. Al mismo tiempo, se puede decir que esta concepción se inscribe en una tradición de búsquedas que, desde el pasado, ha puesto al descubierto el hecho de que los usuarios interactúan a menudo con los medios por el sesgo de una atención oblicua. Esta expresión había sido precisamente utilizada por Jean-Claude Paseron en 1970 en su presentación de la traducción francesa del libro de uno de los pioneros de la corriente anglosajona de los «Cultural Studies», Richar Hoggart (1970). Este había desarrollado la teoría de un consumo indolente, sugiriendo así la distancia que la gente toma de cara a las informaciones transmitidas por la prensa y la radio.

Con Hoggart, nos hallamos dentro de la problemática de la «resistencia cultural» de aquel tipo desarrollado por Michel de Certeau. En el caso de la práctica del zapping de todos modos, se pudiera sostener la tesis de que los zapadores pueden manifestar al mismo tiempo que una atención indolente, una forma de relación obsesiva y alienada frente a la pequeña pantalla. Toda pasa, en efecto, como si el zapador manifestara una incapacidad de soportar el silencio de un aparato de televisión que no estuviese prendido; ciertos observadores hablan aquí de una relación de acostumbramiento (adicción) al televisor (Smith, 1986). Al mismo tiempo, uno no se puede contentar con describir este tipo de prácticas heterogéneas exclusivamente en términos de alienación. El cuadro de análisis de Certeau sugiere describir simultáneamente estas prácticas como operaciones, o sea como gestos autónomos de astucia y de creatividad de los sujetos, gestos cuyo poder social es en todo caso limitado puesto que ellos se efectúan en un territorio impuesto por los responsables de la oferta de programación.

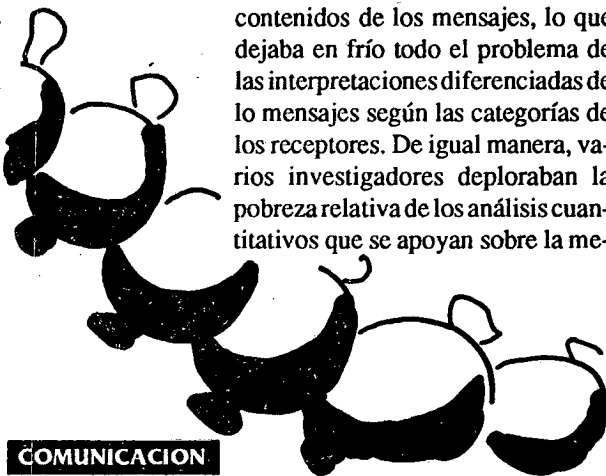
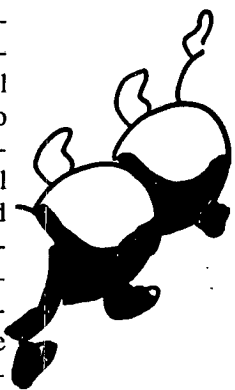
NUEVAS APROXIMACIONES QUE CONCERNEN A LA RECEPCION

En el dominio de las búsquedas que conciernen a la recepción mediática, y aquí, hasta los inicios de los años 80, se constataba una insuficiencia de estos trabajos, orientados exclusivamente hacia el desciframiento (semiótico u otro) de los contenidos de los mensajes, lo que dejaba en frío todo el problema de las interpretaciones diferenciadas de los mensajes según las categorías de los receptores. De igual manera, varios investigadores deploraban la pobreza relativa de los análisis cuantitativos que se apoyan sobre la me-

dición de la audiencia, puesto que evaden las condiciones sociales que rodean la recepción. Estos trabajos problematizan pues demasiado a menudo el fenómeno del uso de la televisión fuera de su contexto concreto de realización, es decir sin integrar estas prácticas televisuales a la vida cotidiana de los telespectadores que ocupan al mismo tiempo otros roles: éstos son también ciudadanos, consumidores y (en bastante casos) padres.

La problemática de Michel de Certeau nos invita a aproximarnos al fenómeno del uso de la televisión en su contexto cotidiano. El uso de la televisión se describe entonces como una práctica ordinaria que se desarrolla en un espacio de creación y de heterogeneidad, marcado por los gestos cotidianos que no obedecen necesariamente a la lógica de la racionalidad del ambiente, lógica burocrática y mercantil vehiculada por los aparatos de control social de la «sociedad de consumo». Desde 1980 -año de publicación de *L'invention quotidien*- la perspectiva crítica de Certeau deja pues entrever la posibilidad del estudio de fenómenos de recepción de los medios que estarían en ruptura con los métodos cuantitativos de audiencias como con los análisis de contenido, tipo este último de investigaciones que suponen implícitamente la formulación de respuestas relativamente uniformes por parte de receptores expuestos a un mismo mensaje.

Las tesis defendidas por Certeau invitan igualmente a tomar distancia con los trabajos que utilizan el modelo llamado de los «usos y gratificaciones» -U&G- (Blumler y Katz, 1974). Este último modelo -orientado hacia una descripción del tipo de «satisfacciones» (psicológicas o sociológicas) que los individuos dicen sacar de los usos específicos de los medios- no puede ser confundido con la problemática propuesta por Certeau. Mientras que el modelo «U&G» se inscribe completamente en una perspectiva sicologizante, funcionalista y sin dimensión crítica, el modelo propuesto por Certeau nos abre al contrario hacia una proble-

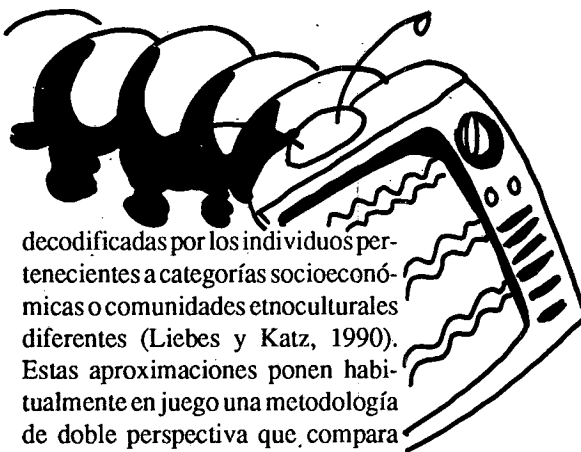


matización de la resistencia cotidiana -de naturaleza social y política- frente a la oferta impuesta por los aparatos de difusión y de consumo. Certeau ofrece pues materia en qué pensar a los investigadores que no solamente consideran los auditorios como «activos» -esto es obvio para la mayor parte de los investigadores- sino que intentan igualmente renovar en profundidad el campo de estudios que conciernen a la recepción y que se nutren tanto en las aproximaciones etnográficas o el psicoanálisis como de los análisis textuales próximos a la corriente de los «Cultural Studies» (Silverstone, 1989: 77-94).

Como hemos señalado más arriba, Certeau no ha estudiado jamás sistemáticamente las prácticas televisuales. De todos modos podemos considerar la problemática de Certeau como una prefiguración de los nuevos tipos de búsqueda que se han desarrollado a propósito de la recepción de los medios a partir de los años 80. Sin querer trazar un vínculo demasiado estrecho entre el pensamiento de Certeau y algunas de estas nuevas corrientes de investigación, parece interesante mencionar aquí algunos tipos de trabajos recientes cuyos resultados podrían ser esclarecidos a partir del cuadro analítico de Certeau.

Los estudios que conciernen a las conversaciones privadas a propósito de las emisiones vistas recientemente en televisión (en el lugar de trabajo, lugares públicos, domicilios): pensamos aquí en particular en los trabajos de D. Boullier recolectando y analizando los contenidos de las conversaciones entre empleados en diversos lugares de trabajo. Consideramos estos trabajos como particularmente innovadores en la medida en que Boullier postula que el uso de la televisión se prolonga fuera del lugar mismo en que el telespectador entra en interacción directa con el televisor (Boullier et Betat, 1987).

Los análisis concernientes a la decodificación de las emisiones: estos trabajos se centran sobre las interpretaciones diferenciadas de los mensajes ofrecidos según sean



decodificadas por los individuos pertenecientes a categorías socioeconómicas o comunidades etnoculturales diferentes (Liebes y Katz, 1990). Estas aproximaciones ponen habitualmente en juego una metodología de doble perspectiva que, compara un primer análisis de contenidos de mensajes (hecho por los investigadores) con el análisis de las percepciones diferenciadas de estos mensajes según los grupos de pertenencia de los receptores. En este sector de búsquedas, los trabajos comparativos de T. Liebes y E. Katz -convertidos rápidamente en «clásicos»- se refieren a la decodificación diferenciada de la emisión *Dallas* por telespectadores de Alemania, Argelia, Dinamarca, Gran Bretaña y Holanda, así como por los emigrantes de orígenes étnicos diversos, que habitan en Israel y los Estados Unidos. Estos investigadores han insistido sobre el impacto de las interacciones interpersonales y de las conversaciones entre los telespectadores en la labor de interpretación de los contenidos de las emisiones. Con ocasión de estas conversaciones, ciertos telespectadores comparan implícitamente y explícitamente los contenidos de la ficción televisada con las condiciones de su vida real.

Los trabajos de observación etnográfica de los miembros de las audiencias (individuos, parejas, familias) que sitúan el fenómeno del uso de la televisión en su contexto de vida cotidiana: pensamos en primer lugar en los trabajos de los sociólogos británicos D. Morley y R. Silverstone que tratan -por una observación fina de los usos de la televisión en casa- de captar la dinámica contradictoria entre las astucias y tácticas empleadas por los telespectadores y las «generalidades impuestas» por una cultura de masas omnipresente e invasora (Morley, 1986, 1992; Silverstone, 1990, 1994). Su aproximación metodológica si-



túa en conjunto el fenómeno del uso de los medios en el contexto de la vida cotidiana de los individuos, de las constricciones de la vida en el hogar y de la vida profesional, de la heterogeneidad constitutiva de lo cotidiano: lo ordinario de la vida doméstica, las prácticas de vecindad, el conjunto de tecnologías de información y comunicación que penetran la casa, las mitologías y rituales de gestos habituales -entre ellos el uso de la televisión- que estructuran los valores y las ideologías vividas.

Mencionemos igualmente los trabajos del americano James Lull quien ha insistido tempranamente sobre la necesidad de una observación en profundidad de la familia en tanto que «grupo natural de visión» (Lull, 1990). Cada familia desarrolla pautas -»patterns»- específicas de comunicación doméstica, sea que se trate del uso del lenguaje, de estilos de interacciones interpersonales o de maneras de hacer uso de los medios. Los trabajos más recientes de Lull se centran en comparaciones entre los usos familiares de la televisión en diferentes culturas del mundo (Lull, 1988).

Nuevas corrientes de investigación se refieren a la relación de la televisión y de los telespectadores en la **construcción de una memoria social y de identidades colectivas**. Así P. Schlesinger, en una obra sobre la violencia política y las identidades colectivas (Schlesinger 1991), ha tenido éxito en vincular la temática del nacionalismo con ciertas tradiciones de investigación en sociología de los medios. De la prolongación de estos trabajos así como de las reflexiones de J. Bourdon (1992), pudiéramos, a título de ejemplo, formular la hipótesis de que el rol jugado hasta aquí por los medios en la construcción de la violencia política ha consistido en contribuir directamente en la inclusión o exclusión de tal o cual programa terrorista del espacio de los debates públicos y, por consecuencia, en legitimar la acción colectiva de definición de identidad, de ciertos portavoces en detrimento de otros.

Los trabajos sobre los grandes

acontecimientos «históricos» mediatizados y ritualizados por la televisión ponen igualmente en relieve este poder retórico de la pequeña pantalla: los acontecimientos-mediáticos llegan a ser los catalizadores de una nueva percepción de la historia entre los telespectadores (Dayan y Katz, 1992). Estos acontecimientos-mediáticos marcan la conciencia de los telespectadores, se insinúan en la memoria social de una colectividad y contribuyen a la construcción de la identidad colectiva de un pueblo o de una nación.

En fin, ciertas investigaciones exploran el itinerario individual de los telespectadores -con la ayuda de entrevistas profundas dirigidas sobre el modo de relato de los recuerdos de la televisión o del relato de las prácticas individuales o familiares ligadas al uso de los medios (Bourdon 1993a, 1993b³)- ponen a la luz ciertos mecanismos de interiorización individual de los procesos sociales a través del uso de los medios: la memoria individual de los acontecimientos televisados juega tal vez un rol clave en la constitución de una identidad nacional y en la formación de la memoria colectiva de una sociedad. Es aquí donde encontramos el vínculo con la problemática de Certeau: es a través de los relatos que los telespectadores se relatan, expresan sus historias personales, que constituyen una memoria que es a la vez individual y social. «Déjenme contarles una pequeña historia...»: problemáticas personales y sociales de lo cotidiano y de lo ordinario de la comunicación que no pueden contarse más que a través del relato y la fábula... que no expresan la verdad sino en forma incógnita.

**CERTEAU RELEIDO POR R. SILVERSTON:
EL TRABAJO CULTURAL
DE LA TELEVISION**

Como numerosos investigadores se autoproclaman como partidarios de una u otra de las corrientes contemporáneas anglo-sajonas de los «Cultural Studies» (Ang 1993; Fiske, 1989, 1993; Jenkins, 1992; Morley,

1992; Morris, 1990), el sociólogo británico Roger Silverstone ha percibido la pertinencia de la reflexión teórica de Certeau para quien se interese en el análisis de los usos cotidianos de la televisión (Silverstone, 1989). La sociología crítica de la vida cotidiana nos había habituado a la idea de una cotidianidad marcada a la vez por el peso del control social y de la alienación, pero recelosa también simultáneamente de la potencialidad de un rebasamiento y de una transformación radical (emancipación⁴). Silverstone nos remarca que el mundo de los medios contiene el mismo tipo de fuerzas sociales contradictorias. Contrariamente a un cierto análisis neo-marxista (economicista) -centrado sobre la propiedad de los medios de comunicación y sobre su función de propaganda ideológica- que considera los contenidos de la televisión con la expresión esencialmente manipuladora de una ideología dominante, Silverstone insiste en el hecho de que la televisión es un lugar atravesado a la vez por las estrategias hegemónicas y por las tácticas de resistencia cultural. Prolongando el pensamiento de Certeau a propósito de la invención de lo cotidiano, Silverstone propone considerar a la vez la vida cotidiana y la televisión como atravesadas por una dialéctica de la ideología y de la utopía (Silverstone, 1989: 84-86). Proponemos el siguiente esque-

ma que añade algunas dimensiones nuevas a la serie de oposiciones dialécticas sugeridas por Silverstone.

Silverstone (1989: 86-92) propone otro esquema triádico de la comprensión dialéctica del fenómeno de la televisión que tomaría en cuenta las tres dimensiones esenciales siguientes: a) las prácticas de producción (lugar de ejercicio de las fuerzas hegemónicas de los responsables de la oferta); las prácticas de recepción (que se realizan en el contexto de una vida cotidiana marcada tanto por la inatención y lo heterogéneo como por los mitos y rituales); c) el texto mediático (espacio de articulación obligada entre producción y recepción, necesariamente mediatizada por el usuario de la retórica para la encodificación y la decodificación de los mensajes).

Silverstone propone mejorar el cuadro analítico de Certeau a partir de una aproximación que insiste sobre la dimensión retórica de los impactos culturales de los medios. El «impacto» de la televisión debe ser así analizado en primer lugar como un trabajo cultural poniendo en escena simultánea y dialécticamente las prácticas de producción (encodificación) y las prácticas de recepción (decodificación), por lo mismo que los contenidos aparecen en la pequeña pantalla en tanto que textos. Estos últimos están marcados a la vez por las estrategias retóricas de encodificación de parte de los productores y por las interpretaciones subjetivas de los receptores que los decodifican en medio de las tácticas retóricas. ¿El «texto» ofrecido por la televisión no constituye un formidable reservorio de metáforas por las que los diversos espectadores interpretan su vida cotidiana?

En una obra reciente en que propone una síntesis de sus trabajos anteriores, que conciernen a los usos cotidianos de la televisión, Roger Silverstone parece manifestar una mayor distancia crítica respecto del modelo de Michel de Certeau. Apoyándose más sobre las reflexiones de Henri Lefebvre, Silverstone insiste notoriamente sobre la función

Vida cotidiana	
IDEOLOGIA	UTOPIA
Alienación	Emancipación
<u>Estrategia</u>	<u>Táctica</u>
Homogéneo	Heterogéneo
Determinado	Indeterminado
Orden establecido	Trayectorias aleatorias/juego
Escritura	Oralidad
Espacio	Tiempo
CONTROL	CREACION
Televisión	

alienante de la vida cotidiana. Critica las metáforas utilizadas por Certeau para dar cuenta de las prácticas de resistencia cultural (la táctica como juego, la apropiación sin propiedad) juzgándolas inconsistentes y susceptibles de conducir a prácticas populistas e ilusorias (1994: 159-177).

POSIBILIDADES Y LIMITES DEL MODELO DE CERTEAU

Para cualquiera que se interesa en los usos de los medios, el pensamiento de Michel de Certeau en torno a la invención de la cotidianidad -incluso si comporta límites evidentes- aparece inspirador y merece que se tenga en cuenta. He aquí, en efecto, un autor que reconoce el conjunto de los dominios del consumo y de la vida cotidiana no como epifenómenos o como lugares de ejercicio de una pasividad social -rasgos atribuidos frecuentemente a estos dominios por la sociología contemporánea- sino más bien como un lugar en el que la inventiva y la creación cultural aparecen como posibles.

Se podría sostener que esta problemática del uso de los objetos de consumo y de actividades tácticas de la vida cotidiana -del «bricolage» a la «peluca», pasando por el zapping y la distanciamiento frente a los medios por el sesgo de las conversaciones privadas- podría ciertamente inscribirse en la tradición de las aproximaciones críticas en comunicación puesto que sospecha implícitamente una dimensión sociopolítica. Esta problemática apunta en efecto hacia la designación de los espacios de la cotidianidad -lugares ordinarios pero concretos de expresión cultural y de resistencia sociopolítica- como vectores privilegiados de oposición a la lógica mercantil que domina y se impone hoy en el campo de la producción, y de la difusión de las industrias culturales de la comunicación.

Queda por saber en qué medida este tipo de gestos de oposición que se expresan a través de los «golpes repentinos» y las «tácticas» de lo cotidiano podría tener un real alcance sociopolítico. En este contexto,

aparece interesante poner en evidencia una confrontación teórica que permita contrastar la posición de Certeau con la de los otros teóricos de las prácticas de resistencia. El proyecto teórico de Certeau en cuanto elabora una teoría de las prácticas cotidianas, se ha interesado más particularmente por los trabajos de dos intelectuales que habían intentado, cada uno por su lado, tal esfuerzo teórico: por una parte, Michel Foucault con *Surveiller et punir* y por otra parte Pierre Bourdieu en *Esquisse d'une théorie de la pratique*. Estos dos autores «comparten un mismo rol de previsores de proposiciones teóricas fuertes, leídas de cerca, con admiración y respeto, discutidas con cuidado y finalmente descartadas» (Giard, 1990: 12).

Lo que aproxima Certeau a estos dos demarcadores teóricos, es que Foucault y Bourdieu han intentado teorizar a partir de un campo de prácticas no discursivas: de prácticas minúsculas, anónimas, no inscritas ya en un discurso de actores sociales. Pero lo que le aleja al mismo tiempo a Certeau de estos dos intelectuales -Giard ira incluso a hablar de anti-afinidad electiva (1990:12)- es una diferencia profunda en el nivel de sus respectivas convicciones éticas y políticas. Mientras que para Bourdieu y Foucault, el conjunto de los comportamientos minúsculos que analizan tan finamente les confirma en su convicción profunda de que estas prácticas participan de una interiorización sutil del Orden social por parte de los actores individuales: «Se diría que, bajo la realidad masiva de los poderes y de las instituciones y sin hacerse ilusión sobre su funcionamiento, Certeau discierne siempre un movimiento browniano de microresistencias, que fundan a su vez de microlibertades, movilizan recursos insospechados, escondidos en la gente común, y por ello desplazan las fronteras verdaderas de la empresa de los poderes sobre la muchedumbre anónima. Certeau habla a menudo de esta inversión y subversión por los más débiles, por ejemplo a propósito de los Indios de América del Sur, sometidos a la cris-

tianización forzada por el colonizador español. Pareciendo, a juzgar por el exterior, someterse totalmente y conformarse a las exigencias del conquistador, de hecho ellos 'metaforizan el orden dominante' haciendo funcionar sus leyes y sus representaciones 'sobre otro registro', en el cuadro de su propia tradición (Giard, 1990: 13).

En la cultura ordinaria, dice, 'el orden es jugado por un arte', i.e. desbaratado y engañado; en las determinaciones de la institución 'se insinúan así un estilo de intercambios sociales, un estilo de invenciones técnicas y un estilo de resistencia moral'. Ya 'una economía del don', 'una estética de golpes', y 'una ética de la tenacidad'. (idem 15)

No se trata de ubicar ingenuamente a Foucault del lado del análisis del Orden y a Certeau del lado del análisis de la resistencia al Orden. La oposición entre los dos pensadores es más sutil. Lo que les diferencia reside más en su concepción de la resistencia al poder. Mientras que para Certeau, hay un corte muy neto entre estrategia de poder y resistencia a éste, Foucault definirá por lo mismo en un primer tiempo, las prácticas de resistencia como respuesta a las estrategias anónimas del poder. Pero en el análisis complejo de Foucault, estos focos de resistencia serán al mismo tiempo los lugares a partir de los cuales el poder se instala y conquista. También es a partir de estos lugares de resistencia que Foucault analizará los efectos del poder. La concepción del campo político según Michel de Certeau -oponiendo casi frontalmente estrategias de los aparatos de poder y tácticas individuales de resistencia y de contrapoder- aparece ciertamente más ingenua en comparación con la de Foucault, por el hecho notorio de la asimetría casi caricaturesca que se instaure entre el poder masivo de los

aparatos de control social y las prácticas aparentemente irrisorias de los resistentes.

Con el tiempo, es probablemente Foucault quien tendrá razón contra Certeau... En efecto, la explosión actual de la comunicación mercantil parece fundarse sobre la toma en cuenta sistemática en la elaboración de nuevas estrategias comerciales de promoción de los bienes informáticos, de tácticas posibles de resistencia por parte de los usuarios. Los ejemplos abordados anteriormente de la piratería telemática y del zapping han mostrado cuán limitado es el poder de resistencia de los individuos y debe ser descrito en el contexto de un espacio comunicacional impuesto por los responsables de la oferta tecnológica. La anticipación de las prácticas de desviación y de resistencia de los usuarios es sin embargo parte preñante del trabajo de «producción de la demanda» efectuada hoy por los responsables de la oferta de nuevos objetos técnicos de información y de comunicación. Además, ¿tienen todavía hoy las prácticas individuales de resistencia social y cultural la posibilidad de traducirse en una acción colectiva en la autodenominada «sociedad de comunicación»? ¿No son ellas más bien, al contrario, inmediatamente recuperadas por las estrategias marketing del control continuo de las tácticas?

NOTAS

1. Estos propósitos remiten, por un sesgo epistemológico, a la crítica política que R. Silverstone formula a propósito de la apropiación «populista» que John Fiske hará de las tesis de M. de Certeau (1994: 162-164).
2. Estos ejemplos han sido desarrollados con ocasión de dos seminarios en el Departamento de Ciencias de la Información y de la Comunicación, Universidad de Rennes 2 (Bretagne), los días 16 y 27 de febrero de 1993. Agradezco a los estudiantes por sus sugerencias y re-

flexiones estimulantes.

3. En la actualidad nuestros propios trabajos -a partir de relatos de prácticas televisuales recogidas a cerca de los tele-espectadores y telespectadoras de Quebec y de Ontario- nos conducen a explorar caminos similares.

4. En Quebec, los trabajos de Marcel Rioux se han apoyado notablemente sobre esta tesis. Ver Rioux, 1978.

BIBLIOGRAFIA

- Ang I. (1993), «Culture et communication. Pour une critique ethnographique de la consommation des médias», *Hermès*, 11-12.
- Bertrand G., de Gournay C. et P.A. Mercier (1988). *Fragments d'un récit cathodique: une approche empirique du zapping*, CNET, coll. «Réseaux», Paris.
- Blumler J.G. et E. Katz, eds (1974). *The Uses of Mass Communications*. Sage, Beverly Hills.
- Boullier D. et Betat (1987). *La conversation télé*, Lares, Université de Rennes 2, Rennes.
- Bourdieu Pierre (1972). *Esquisse d'une théorie de la pratique*. Droz, Genève.
- Bourdon J. (1993a), «Télévision et symbolique politique», *Hermès*, n° 11-12.
- _____ (1993b), *Le flash et le papier-peint, rapport*, INA-France Télévision, Paris.
- _____ (1992), «Le programme de télévision et l'identité nationale», *Médias-pouvoirs*, 28.
- Chabrol J.L. et P. Perin (1992), *Le zapping*, CNET, coll. «Réseaux», 2ª edición, Paris.
- Dayan D (1992), «Les mystères de la réception», *Le Débat*, 71.
- Dayan D. et E. Katz (1992), *Media Events: The Live Broadcasting of History*, Harvard University Press, Cambridge.
- de Certeau Michel (1983a), «Les sciences sociales face à la rationalité des pratiques cotidiennes», *Problèmes d'épistémologie en sciences sociales*, vol. II, Centre d'études des mouvements sociaux, Paris.
- _____ (1987a). *La fable mystique, XVI-XVII siècle*, I, Gallimard.
- _____ (1987b). *Histoire et psychanalyse entre science et fiction*, Gallimard, Paris.
- _____ (1968). *La prise de parole. Pour une nouvelle culture*, De Brouwer.
- _____ (1975). *L'écriture de l'histoire*, Gallimard.
- _____ (1980), *L'invention du quotidien, tome 1: Arts de faire*, UGE, Paris, coll. «10/18». Réédité en 1990 par les soins de Luce Giard (Gallimard, Paris).
- _____ (1980). *La culture au pluriel*. Christian Bourgois.
- de Certeau Michel et AL. (1983b). *L'ordinaire de la communication*. Dalloz.
- Fiske John (1989). *Understanding Popular Culture*, U. Hyman, Londres.
- _____ (1993). *Power Plays Power Works*, Verso, Londres.
- Foucault Michel (1975). *Surveiller et punir*. Gallimard, Paris.

Giard Luce (1990), «Histoire d'une recherche», Michel de Certeau, *L'invention du quotidien*, tome 1, Gallimard, Paris.

* Professeur del Departamento de Comunicaciones de la Universidad de Quebec.

Tomado de *COMMUNICATION*. Vol. 15, N° 2, 1994, pp. 171-197.