

LENGUAJE Y DERECHO. EL DISCURSO JURÍDICO, UN DISCURSO CONNOTADO

Ana María DEL GESSO CABRERA¹

RESUMEN: Partiendo de la idea de que el derecho es discurso, por lo tanto un lenguaje, se actualizan los conceptos de denotación y connotación. Se presenta al lenguaje jurídico como una reelaboración de la lengua natural. El lenguaje jurídico usa de manera connotativa ciertas palabras para evocar otros sistemas significantes que no son lo deóntico. Hay otros sentidos más allá del sentido deóntico. Estos otros sentidos son creados por el lenguaje jurídico a través del uso del procedimiento de la connotación. De esta manera, el derecho, las normas, el discurso jurídico, cumple con una determinada función social: la de persuadir, la de constituirnos en determinado tipo de ciudadanos, la de transmitir y conservar determinada ideología.

Este trabajo encierra la pretensión de aclarar algunas ideas sobre el discurso jurídico:

1. Presentarlo como un lenguaje que crea instituciones, legitima el poder, concede atributos, concientiza, aliena, convence y que, además de todo esto, pueden develarse en él otros sentidos dados por el uso connotativo del lenguaje que son diferentes del sentido deóntico que autoriza, ordena o prohíbe.

2. Desmitificar el concepto de que el lenguaje de las leyes es preciso, claro, directo, planteando que en los discursos jurídicos podemos encontrar otros sistemas significantes manifiestos que no tienen otra finalidad que la persuasión; no de lo permitido o prohibido, sino de otras conductas que aparecen de manera subliminal en los enunciados que conforman el texto. Porque el derecho es ideología y ésta toma forma en el lenguaje jurídico y se encuentra en los textos jurídicos que son uno de los medios de crearla y transmitirla.

3. Analizarlo con el apoyo que la lingüística y la semiótica pueden dar a los discursos de las ciencias sociales para poder enfrentarse a ellos desde otra perspectiva: la de quitar el velo y reconocer lo oculto.

¹ Universidad Autónoma de Puebla.

Para esto es necesario que recordemos algunos conceptos que nos serán de utilidad para resolver el planteamiento de este trabajo como son el de denotación y el de connotación. El uso denotativo de un vocablo consiste en emplearlo para designar aquella idea que, conforme con el código usual —diccionario— es la que debe ser designada con ese vocablo. Por ejemplo, con la palabra “perro”, conforme con el diccionario de la lengua española, debe designarse a la representación del “mamífero doméstico carnívoro ...” que todos conocemos.

El uso connotativo de un vocablo, consiste en emplearlo para designar una idea distinta de la que se designa con su uso denotativo. Por ejemplo, en la expresión “perro mundo” el mismo vocablo usado anteriormente tiene un significado distinto. Estamos atribuyéndole al mundo una característica que no le es propia, es decir, conforme con lo que el diccionario dice que significa “perro”, y que está relacionada con alguna de las “peculiaridades” que reconocemos en el mamífero y que aplicamos a “mundo” por un desplazamiento de la significación. Se le imprime, entonces, un nuevo valor semántico al término que es diferente de su significación originaria.

Greimás opina que un sistema de connotación está constituido por el conjunto de significados secundarios que puede soportar todo texto engendrado por un sistema semiótico cualquiera, además de su sentido denotativo y abiertamente intencional.²

El lenguaje de connotación presupone unilateralmente el lenguaje de denotación, del cual se nutre y al que desvía en su provecho.³

En toda lengua hay dos modos de significación: el que corresponde a una conexión unívoca entre el signo y lo referido —denotación— o significado directo, y el que emplea la conexión anterior como signo de otro “objeto” que no es el que corresponde a esa conexión. A este segundo proceso se le ha llamado connotación. Es decir, hay una correspondencia distinta entre los signos y los “objetos referidos” en uno y otro caso.

Hjelmslev denomina semiótica denotativa al proceso lingüístico en el que ninguno de sus planos es una semiótica, y nombra como semiótica connotativa al proceso en el que uno de sus planos —el de la expresión—, es una semiótica.⁴ Con la expresión “semiótica connotativa”, se refiere a un tipo de

² Greimas, A.J. *Sémiotique et sciences sociales*, París, du Seuil, 1976, p. 85.

³ Kebrat-Orecchione, Cathérine, “Problemas de la isotopía”, *Semiosis*, Xalapa, Universidad Veracruzana, núms. 12-13, 1981, p.126.

⁴ Hjelmslev, Louis, *Prologómenos a una teoría del lenguaje*, Madrid, Gredos, 1971, p. 170.

uso de la lengua que puede caracterizarse por el hecho de que un contenido semántico determinado selecciona como su expresión la totalidad del signo o los signos con que se expresa denotativamente un contenido diferente.

Con el proceso de la connotación el signo se convierte en algo ideológico y deja de lado su significado “directo”. En el caso de la lengua de denotación nos encontramos delante de un lenguaje al estado “bruto”, sin una sobrecarga especial (ideológica o afectiva), el signo lingüístico sirve aquí solamente para unir un significado a un significante.⁵

Pascual Buxó opina que:

la generalidad de los procesos verbales se constituyen a partir de la acción alternativa o simultánea de dos subsistemas (asimétricos pero igualmente productivos) a los que podemos llamar subsistema denotativo y subsistema connotativo y por medio de los cuales es posible dar cuenta de dos tendencias semióticas extremas: aquella por la cual se instaura la equivalencia entre un *signans* y un *signatum* y aquella otra en virtud de la cual se determina la oposición o falta de correspondencia entre los *signatia* y los *signata* ...⁶

Y el mismo autor aclara que el uso del término “semiótica” le permite

describir una clase más compleja de estructuras verbales en las que puede descubrirse no sólo la subyacencia inexcusable de un sistema lingüístico, sino de sistemas semánticos-ideológicos que se manifiestan por medio de los procesos verbales.⁷

Estas dos maneras de significar, denotativa y connotativamente, nos permiten reconocer la dependencia de lo connotativo respecto de lo denotativo y el carácter transformante de la connotación que carga de ideología a un signo que denotativamente contaba con un contenido o significado “más directo”.

Es necesario advertir que un texto no es únicamente el producto de la articulación entre denotación y connotación, sino también el resultado de la interacción con otros textos de diferentes sistemas semióticos no verbales, que encuentran en las lenguas los interpretantes idóneos para actualizar sus particulares conjuntos de representaciones semánticas.

A este tipo de procesos enunciativos connotativos, que permiten actualizar los valores semánticos de otros sistemas de representación de lo real

⁵ Prada Oropeza, Renato, *El lenguaje narrativo*, Costa Rica, EDUCA, 1979, p. 77.

⁶ Pascual Buxó, José, *Las figuraciones del sentido. Ensayo de poética semiológica*, México, F.C.E., 1984, p. 14.

⁷ *Idem*, p. 51.

—ideologías—, a partir de la reevaluación de los valores léxico-semánticos de una lengua, Pascual Buxó les llamó semiologías y las define como un tipo especial de procesos textuales en cuyo contenido se combinan miembros (...) pertenecientes a diferentes sistemas de representación.⁸

Agrega, además, que los textos regidos por lo denotativo producen —por convención y convicción—, efectos de referencia “natural” a las cosas del mundo, a sus estados y a sus causas; pero también los textos que utilizan primordialmente lo connotativo logran efectos semejantes y, a veces, mucho más eficaces: por ejemplo, efectos persuasivos importantes.⁹

La lengua es un sistema que puede otorgar un sentido, o varios, a cualquiera experiencia humana (social, psíquica o natural). Un signo-significante puede producir uno o varios significados: tiene una inmensa capacidad para “representar” diversas cosas bajo las mismas palabras con las que “habitualmente” designamos una cosa en particular. Tiene la virtud de ser el único sistema semiótico capaz de traducir a sus propios términos las significaciones de todos los sistemas restantes —los traduce y los interpreta— y establece, también, novedosas correlaciones entre los diferentes sistemas. A esta característica de la lengua, Benveniste la denominó capacidad de interpretancia.

Señala el propio Benveniste que la lengua está investida de una doble significancia o propiedad de significar, esto es, que posee la capacidad de describirse a sí misma como la de interpretante de otros sistemas sociales, cualquiera que sea la naturaleza de estos últimos.¹⁰ Es preciso reconocer, entonces, que la lengua es el único sistema capaz de especificar el “sentido” de las demás dimensiones sociales. La lengua, la palabra, es el instrumento a través del cual se modeliza la realidad y es quien manifiesta, por lo tanto, la dimensión ideológica.

En un texto, un mismo enunciado o una misma palabra (o lexema) puede hacer referencia denotativamente a determinado paradigma o sistema de significación, y connotativamente a otro u otros sistemas significantes. Cuando aceptamos que la lengua es uno de los medios mediante los cuales se puede hacer un análisis de la sociedad, no se quiere afirmar que la lengua determina las estructuras sociales, sino que éstas son interpretadas por una lengua y

⁸ *Idem*, p. 184.

⁹ Pascual Buxó, José, “La estructuración semiótica de las ideologías”, en *Cuadernos de Comunicación*, México, UNAM, 1985, p. 71.

¹⁰ Benveniste, Emile, *Problemas de lingüística general II*, México, Siglo XXI, 1977, p. 64.

estructuradas de conformidad con su propio sistema semiótico. La lengua es sólo un medio —hay otros más— de análisis de la sociedad, en tanto se da entre ellas una relación de interpretante e interpretado.

Los textos poéticos, políticos, jurídicos están contruidos ...sobre la base de enunciados connotativos en los que se establecen determinados sincretismos entre miembros pertenecientes a diversos paradigmas léxico-semánticos o sistemas semióticos, se actualizan nuevas series sincréticas, las cuales —por otro lado— ya no se instauran entre valores léxico-denotativos, sino entre expresiones connotativas seleccionadas por uno de aquellos sistemas de reconocimiento y evaluación de la realidad que convenimos en llamar ideologías.¹¹

En muchos casos es la lengua —interpretante de la sociedad a través de la cual se construye el mundo, se habla de él, lo interpreta y nos integra a todos como participantes de ese cosmos originado a partir de ella— quien permite la actualización de ese sistema ideológico, fungiendo como su interpretante.

Esto quiere decir —y creo que es claro— que en cada texto, de la naturaleza que éste sea, encontramos además de un sistema signifiante —el lingüístico, por ejemplo—, otros sistemas que podemos aislar para su estudio, descubriendo sus sentidos particulares dados por el uso del lenguaje en sus dos formas signifiantes: la denotación y la connotación.

No es extraño a nosotros que el discurso jurídico —como otros tipos de discurso— es discurso de quien ejerce el poder. Es el sentido que el poder imprime al texto. Este discurso tiene la función de hacer-parecer-verdadero, aunque su “decir” no sea “verdad”. El destinatario buscará leerlo como verdadero.

Las lecturas diferentes que podamos hacer en un texto jurídico tendrán que ver con algunos de los sistemas signifiantes albergados en él; y al ser estos textos discursos del poder —por lo tanto discursos ideológicos— están inscritos en el nivel de la connotación.

El lenguaje jurídico es una reelaboración de la lengua natural, ésta es el molde sobre el cual se redactan las leyes. Es según los términos de Lotman su sistema modelizador primario donde toman forma los sistemas modelizadores secundarios como son, por ejemplo, las ideologías o sistemas ideológicos. Está claro que el lenguaje jurídico deriva de la lengua natural, pero el uso de uno y otro produce diferencias de significación. Si decimos, por ejemplo: “si me

¹¹ Ver Pascual Buxó, *op. cit. supra* nota 9, p.68

acorralan puedo llegar a matar”, el verbo poder, de la lengua natural, está usado con la significación de posibilidad, de virtualidad, está usado desde un punto de vista físico o natural. Pero si digo: “el comprador no puede dejar de pagar el precio”, el mismo verbo poder tiene, obviamente, otra significación. Tiene la significación de modalizar las conductas del sujeto; es una significación deóntica, por lo tanto, diferente a la anterior. Puesto que el comprador, desde el punto de vista físico, natural, sí puede dejar de pagar el precio, pero no puede dejar de hacerlo desde el punto de vista jurídico. Si no lo hace, produce una conducta no esperada y acarreará una sanción.

Esta diferente significación del lenguaje jurídico es lo que lo distingue de otros lenguajes, que no norman conductas, pero que al igual que él son creados a partir de la lengua natural. El lenguaje jurídico se caracteriza por la existencia de “a— un operador normativo, b— una descripción de acción que es su argumento y (explícitamente o tácitamente) de c— una descripción de la condición de la acción”.¹² El operador normativo o functor normativo señala el “carácter” de la norma: permitido, ordenado o prohibido. Al aludir al “contenido” de una norma, es decir, a la descripción de las acciones u omisiones, nos referimos a aquello que debe o puede o tiene que hacerse o no hacerse. Nos referimos, en consecuencia a lo prescrito. Por último al referirnos a la “condición” lo hacemos a la “condición” de aplicación o a la descripción de cambio que es indispensable de la acción prescrita. Esa condición tiene que darse para que haya la oportunidad de hacer lo que es “contenido” de la norma dada. En síntesis este lenguaje llamado jurídico es un sistema de signos lingüísticos creado, construido con un cierto y claro propósito. Se caracteriza por sus enunciados prescriptivos aunque pueden usarse, y de hecho lo hace, enunciados descriptivos. Ambos son resultado de una posición ideológica, que tiene el fin social de transmitir y conservar la ideología en el poder de aquellos grupos que lograron obtener hegemonía sobre los demás integrantes del conjunto social.

Hasta este momento, sólo he planteado la presencia de un nivel de análisis de una norma: el sentido deóntico. Pero mi intento es ir más allá y presentar otros aspectos que se encuentran ocultos en una norma. He utilizado para mi análisis la Ley Federal de Protección al Consumidor, desarmándola y desmontado otros niveles de análisis donde se conjuga el binomino connotación e ideología. La he llamado dimensión ideológica del texto jurídico. En otras

¹² Capella, Juan Ramón, *El derecho como lenguaje*, Barcelona, Ariel, 1968, p.56.

palabras, la dimensión ideológica se alberga en el uso connotativo del lenguaje jurídico.

Existen palabras en el texto de la LFPC que tomadas como marcas evocan otros sistemas significantes asilados en ella y que conviven con el nivel deóntico. ¿Cómo podemos hacer esto? A través del significado de algunos términos claves se pueden reconocer y re-construir otros dominios de sentido que conforman un texto cualquiera, inclusive los jurídicos. Dicho de otra manera, un texto es una red de significaciones que puede desarmarse en partes para su estudio sin perder la perspectiva del todo o unidad. Por lo tanto, en el texto de la LFPC, además del sentido deóntico, podemos reconocer otros sentidos albergados, ocultos en ella. A esos sentidos los he denominado dimensión ideológica, sin desconocer que el nivel deóntico es una construcción, también, ideológica.

Por ejemplo: la LFPC manifiesta un sistema económico: el sistema mercantil simple (M-D-M). Esta ley modaliza ciertas conductas previamente descritas para regular este sistema. Este sería el sentido deóntico. Pero, además, de éste hay otra significación que excede la estricta modalización de una conducta. Este otro sentido tiene que ver con proteger la equivalencia y garantizar la circulación de mercancías. El Estado debe incentivar que el dinero y las mercancías circulen, no se detengan y en caso de suceder, restituir el circuito. ¿Cómo logra esto? Constituyéndonos en elementos activos de ese circuito: ser compradores, ser vendedores para que la maquinaria no se detenga. Apela, para ello, a la utilización de determinados términos que “enmascaran” el verdadero objetivo oculto al seleccionar unas palabras en lugar de otras. Usa el procedimiento de la connotación, resemantizando o reevaluando el significado de los términos. La teoría económica, sin embargo, está descrita en un libro de economía con un lenguaje usado denotativamente, por lo tanto, a cada elemento se le llama por su nombre directo, preciso, inequívoco. *Verbi gratia* se llamará vendedor a quien vende, comprador a quien compra y al objeto de intercambio cosa o mercancía.

En nuestra LFPC no. Se ha dado otros nombres a estos mismos referentes y se ha construido un sentido que fomenta la permanencia de lo ya existente. En ella se llaman consumidor, prestador de servicios y bien. Cada una de estas “designaciones” me permite construir un sentido que me “hace creer” algo diferente a lo que se encubre y me “hace hacer” conductas que fortalecen lo encubierto. Veamos esto en el articulado de la ley cuando se trata al comprador o consumidor y a la mercancía o bien.

El consumidor: el portador de mercancías que en el mercado cumple el papel de comprador para consumir, es definido por la ley en el artículo 3 como

(...) quien contrata, para su utilización, la adquisición, uso o disfrute de bienes o la prestación de servicios (...) Como puede notarse, en este artículo no se menciona para nada la palabra compra, ni la palabra mercancía, ni dinero, ni el sujeto aparece como “comprador”: como comprador no podría serlo sino de mercancías. En su lugar se emplean palabras menos sugerentes del fenómeno mercantil, como “adquisición”, “disfrute”, “prestación”, “bienes”.

La Ley emplea varios términos diferentes para referirse a la persona que comprará una mercancía “...público...” (artículo 12), “...solicitante del servicio...” (artículo 40), “...población consumidora...” (artículo 59), “...consumidor...” (artículo 30), “...comprador...” (artículo 28), etcétera. La palabra más usada en el articulado para referirse a este sujeto interviniente en este proceso es la de consumidor; la menos empleada para el mismo caso es la de comprador. ¿Porqué? Porque, evidentemente, el uso connotativo de la palabra consumidor hace parecer al comprador como algo diferente de lo que ese término significa en el mundo mercantil. “Consumidor” —aplicada a quien “consume” algo— tiene el significado de realización del valor de uso de las mercancías; por ejemplo, al comer consumimos el valor de uso de las mercancías “alimentos”, es decir, hacemos realidad la capacidad de satisfacer nuestra necesidad natural y real de alimentarnos. Con el valor de uso de las mercancías podemos satisfacer, como sabemos, también necesidades culturales. El uso connotativo de la palabra consumo y sus derivados corresponde con el sistema signifiante de la vida cotidiana. En nuestro lenguaje cotidiano se entremezclan diversos sistemas signifiantes, uno de los cuales es el sistema mercantil, sistema éste en el cual la palabra equivalente es comprador. La palabra “consumidor”, en cambio, pertenece, en el lenguaje cotidiano, al sistema signifiante de la reproducción biológica, es decir supervivencia: el consumir constituye un acto necesario para la sobrevivencia. Al utilizar la ley el término “consumidor” dentro de un discurso que regula, y por lo tanto denota el sistema mercantil, introduce —connotando— una interferencia con otro sistema signifiante —el de la reproducción biológica— imbricando así, con esta simple palabra —“consumidor”— todo el sistema signifiante al que ésta pertenece. Con ello la Ley Federal de Protección al Consumidor promueve un sistema ideológico que pretende conseguir el efecto de regular el intercambio pero sugerir que protege la supervivencia.

Según la ley, consumidor —el comprador— es el individuo que “disfruta” “organiza” del bienestar que proporcionan las cosas. Sin embargo, lo que quiere quien dicta la ley, es que se produzcan aquellas conductas sin cuya producción el sistema mercantil no podría reproducirse. Por ello puede decirse que la LFPC contribuye a garantizar la circulación de mercancías. Sin

embargo, la utilización del término “consumidor” sugiere, no que se garantiza la pervivencia del sistema mercantil, sino que se garantiza el bienestar que produce el consumo.

Pareciera que la ley evita llamar a esta persona, que cubre un rol en el comercio, por el nombre directo que recibe incluso en el habla cotidiana: comprador. La intención de esta omisión es, indudablemente, presentar el acto comercial atemperado, como un acto “bueno”, “beneficioso”.

Nada se dice tampoco, en ninguna parte de la ley, sobre la voluntad de las partes para llevar a cabo el acto de intercambio; sobre la dependencia de éstas con la mercancía y, sobre todo, de la dependencia de ellas respecto de su valor, ya que tanto el precio como el valor de la mercancía están determinados al margen de la voluntad del portador de mercancías, y, mucho más, al margen de la voluntad del comprador o “consumidor” como dice la ley.

El empleo de ciertas palabras —a propósito seleccionadas por el dador del sentido de la ley— sugieren determinados significados que muestran un mundo ideológico escondido en las palabras. No es igual sugerir al receptor de esta ley —de amplia difusión— que es un hombre que necesita consumir y que es protegido en este acto de supervivencia, que presentarlo como un descarnado comprador. Además, la ley —muy cuidadosamente— se refiere en su Introducción a los consumidores que, en definitiva, son todos los integrantes de la sociedad, de manera paternal, protectora, “para regular las relaciones de compra-venta (...) entre proveedores y población consumidora”. Es decir, hay una evidente intención de transmitir hacia el receptor una ideología específica a través del uso de la connotación en el texto legal, evitando en estos casos el uso denotativo que sería menos efectivo para la función social de este discurso: convencer de lo “bueno” que es ser consumidor en esta sociedad, bondad que, además, será protegida si alguien pretende engañar o atentar de alguna forma contra tal beneficio.

La cosa: cosas y mercancía son términos utilizados en la Ley de Protección al Consumidor para referirse a aquellas unidades pertenecientes al mundo del mercado que poseen valor de cambio. La ley emplea también la palabra “bienes” para referirse a las mercancías. Ante la ausencia en la ley de una definición o descripción de lo que se debe entender por mercancía, es de suponer que el criterio válido es el que maneja el derecho civil. Para éste, con algunas variaciones, cosas son los objetos, materiales o inmateriales, que pueden ser usados con exclusividad por alguna persona (valores de uso) y

que a la vez tienen un valor en dinero (valores de cambio).¹³ Es decir, la mayoría de las cosas, en el sentido cotidiano, tienen un uso o sirven para ser usadas, pero si además tienen un valor de cambio, un precio o equivalencia en el intercambio, deben ser llamadas mercancías. Son cosas cambiables, están dentro del comercio. El derecho llama bienes a los objetos o cosas susceptibles de brindar al hombre utilidad y de pertenecer a alguien en exclusividad, es decir, que se pueda tener sobre ellos la “propiedad”. Otra aclaración nos permitiría ver, por un lado las “cosas naturales”, y, por otro, las “cosas sociales” o mercancías. Es la circulación, el comercio quien hace a la cosa ser “mercancía”.

La Ley Federal de Protección al Consumidor, para referirse a las mercancías, lo hace de varias maneras. Por ejemplo:

“...producto...” (artículos 5,7,40), “...servicio...” (artículo 5), “...bienes...” (artículos 3 y 15), “...cosa...” (artículo 19), “...mercancías...” (artículo 81, 82).

La pregunta que surge es la siguiente ¿Si el derecho civil ya definió qué se entendería por mercancía o cosa, por qué la Ley Federal de Protección al Consumidor usa otros términos para referirse a lo mismo? Y la respuesta que inmediatamente se presenta es: porque la Ley de Protección al Consumidor quiere —connotativamente— plantear la realidad mercantil con un rostro que no es el que verdaderamente tiene. El término “producto” parece significar “algo hecho por alguien para beneficiar a otro”, y no siempre una mercancía es eso. A veces, es todo lo contrario. Además, la palabra “servicio” está preñada de ideología: “una cosa que está para servir a alguien”. Y por último, la palabra “bienes” conlleva un franco matiz ideológico: poseer esa cosa es tener un “bien”, es algo bueno, benéfico, aprovechable, útil, etcétera. ¿Qué diferente enfoque el de la Ley de Protección al Consumidor que ve la mercancía como algo al servicio del hombre, en beneficio del hombre y la concepción económica que reconoce justamente lo contrario: al hombre hecho esclavo de la mercancía! Ambas posiciones son ideológicas, obviamente, pero la de la ley es encubridora de lo que significa la mercancía, el intercambio, el consumismo, el precio asfixiante, el engaño, las posibilidades de comprar o de no hacerlo, etcétera. En ninguno de estos actos la voluntad del individuo común tiene ingerencia. Otros disponen por él y cuando se afecta al engranaje mercantil, es

¹³ Correas, Óscar, *Introducción a la crítica del derecho moderno*, Puebla, UAP, 1986, p. 59.

necesario reactivarlo y el ciudadano común debe cumplir con su papel en ese circuito.

La mercancía debe existir para que se dé el proceso del intercambio entre las personas. Estos dos elementos —portadores y mercancía—, necesariamente deben estar presentes para que pueda haber “acuerdo de voluntades” o contrato que constituya el intercambio. Ambos elementos están relacionados por el dinero, elemento sin el cual no podría realizarse el comercio. El dinero es reemplazado por el capital si superponemos al modelo de circulación mercantil simple un modelo de producción capitalista.

Visto en su conjunto, el proceso de circulación de mercancías es un auténtico entretejido de innumerables recorridos siempre iguales: hay una venta para obtener dinero para poder comprar un valor de uso y así sucesivamente. Este sistema es en sí mismo un sistema significativo.

Nuevamente podemos insistir en el señalamiento propuesto anteriormente: a través de la lengua natural (SMP) se formulan una serie de enunciados prescriptivos acerca de la conducta que las personas deberán asumir ante las mercancías en este proceso. Ya sea en unión con ellas —poseyéndolas o comprándolas— o separándose de ellas —vendiéndolas, dejando de poseerlas. Este aspecto es el nivel deóntico. El otro sentido, el ideológico —el connotado— es el que está oculto y es, también, expresado a través de la lengua natural. En la Ley de Protección al Consumidor la mercancía está presentada como un elemento estático: sobre ella no se norma. La ley apunta a la conducta de los sujetos intervinientes en el acto de comercio para regularla conforme con las conveniencias del sistema que ha de mantenerse intacto. Hay aquí una relación entre el sistema de significación económico, el sistema significativo de la vida de todos los días, y el sistema ideológico introyectado a través de lo que está permitido, prohibido u ordenado respecto de las “cosas” las “personas” y el acto de compra-venta. Todos estos sistemas significantes están entremezclados gracias al sistema de la lengua —las palabras o lexemas— y que según pertenezcan a uno u otro sistema de significación darán uno u otro sentido al texto. También esto dependerá del uso denotativo y el uso connotativo de los términos empleados para lograr determinado tipo de “efecto” en el receptor —manipulación— a partir del mundo imaginado por el emisor y el “imaginario social” que crea el receptor según su propia ideología.