



Semiótica I

Libro docente

Reynel Alvarado Aluma
2019

 FACULTAD
DE ARTES/
DISEÑO

Semiótica I

© **Universidad de Cuenca**
Av. 12 de abril S/N.
Telf: 4051000

Semiótica I

Libro docente

Reynel Alvarado Aluma

Universidad de Cuenca

Dr. Pablo Fernando Vanegas Peralta
Rector

Dra. Catalina León Pesántez
Vicerrectora de la Universidad de Cuenca

Facultad de Artes

Mst. Esteban Torres
Decano

Mst. Fabiola Rodas
Subdecana

Diseño y dirección de arte
Dis. Doménica Montes Fernández

Derechos de Autor: CUE-003592

ISBN 978-9978-14-421-3

Cuenca, Ecuador. 2019

A Francisca e Ignacio

Presentación



Reynel Alvarado se forma como diseñador en la Facultad de Diseño de la Universidad del Azuay. Posteriormente estudia en el Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura de la ciudad de México, obteniendo el título de Maestría en Creatividad para el Diseño con Mención Honorífica.

En el año 2002, inicia su actividad docente en la Facultad de Diseño de la Universidad del Azuay, siendo invitado a participar en la cátedra de taller experimental. Luego de sus estudios de postgrado, es invitado nuevamente a dictar la cátedra de teoría del diseño en esa misma institución.

Desde el año 2007, es docente en la escuela de diseño de la Facultad de Artes de la Universidad de Cuenca, específicamente en las cátedras de Creatividad y Semiótica, convirtiéndose también en sus campos de investigación en los últimos años.

Actualmente se desempeña como Director de la Unidad de Cultura de la Universidad de Cuenca y continúa con su actividad docente y de investigación en la Facultad de Artes.

Índice

La ciencia de los signos	17	
	18	La realidad como signo
	20	La percepción: una conexión con la realidad
	22	Realidad, información y conocimiento
	24	Representación / interpretación
	25	El contexto como límite
	26	El lenguaje, la comunicación y los signos
	28	Conclusiones
	30	Propuesta de cuestionario y ejercicios
	30	Propuesta de cuestionario de evaluación
	31	Propuesta de ejercicios prácticos
La semiología de Ferdinand de Saussure	33	
	34	La semiología en su contexto
	37	El lenguaje y la semiología
	39	El signo como dualidad
	40	Lengua y habla
	42	Significado y significante
	44	Valor y arbitrariedad
	46	Sintagma y paradigma
	48	Inmutable y cambiante
	49	Diacrónico y sincrónico
	50	Conclusiones
	52	Propuesta de cuestionario y ejercicios
	53	Ejemplo de análisis semiológico
	54	Propuesta de cuestionario de evaluación
	56	Propuesta de ejercicios prácticos
La semiótica de Charles S. Peirce	59	
	60	Acerca del pragmatismo
	60	La filosofía triádica de Peirce
	61	Las categorías de la realidad
	62	Primeridad
	63	Segundidad
	64	Terceridad

66	El signo según Peirce
67	El representamen
68	El Objeto
71	El Interpretante
74	La Semiosis
75	Conclusiones
77	Propuesta de cuestionario y ejercicios
77	Ejemplo de análisis semiótico
80	Propuesta de cuestionario de evaluación
82	Propuesta de ejercicios prácticos

**La semiología de
Roland Barthes**

85	
87	La semiología y su aplicación práctica
88	Signos naturales y signos culturales
89	El mito según Barthes
90	El lenguaje y el metalenguaje
92	El signo según Roland Barthes
95	Discurso denotativo y connotativo
96	El código y el mensaje
98	El mensaje lingüístico
100	El mensaje icónico no codificado
101	El mensaje icónico codificado
102	Conclusiones
105	Propuesta de cuestionario y ejercicio
106	Ejemplo de análisis semiótico
111	Propuesta de cuestionario de evaluación
112	Propuesta de ejercicio práctico

**La semiótica de
Umberto Eco**

115	
117	El signo
118	El signo como un proceso
121	El signo y sus clasificaciones
125	El signo como un fenómeno filosófico
128	El signo y sus características comunes
132	Conclusiones
134	Propuesta de cuestionario y ejercicio
134	Ejemplo de análisis semiótico
139	Propuesta de cuestionario de evaluación
141	Propuesta de ejercicio práctico



Prólogo

Los libros docentes *Semiótica I* y *Semiótica II* son el resultado de una investigación basada en la experiencia didáctica de los últimos años en las cátedras que llevan el mismo nombre y que forman parte de la actual malla curricular de la Escuela de Diseño de la Facultad de Artes de la Universidad de Cuenca.

El objeto de estudio de las materias *Semiótica I* y *Semiótica II* se centra en la relación que tiene el mundo de los signos con el diseño gráfico. Estos libros docentes muestran esa relación, y proponen a la Semiótica como uno de los fundamentos teóricos y epistemológicos más importantes para la producción y análisis de mensajes visuales. Este trabajo se sustenta en un contexto interdisciplinario, en el que la Semiótica como teoría se funde con la práctica del diseño y la creación de imágenes se integra en el proceso infinito de interpretación y representación de signos.

Diseño, designio, seña, señal, semiótica, signo. «Todas estas palabras remiten a una naturaleza esencialmente visual, remiten a señalar, es decir a señalar, a lo sígnico, a aquello que comunica significado. Tanto di-seño como de-signio remiten a este mismo carácter sígnico¹.

La importancia de la semiótica para el diseño la encontramos en la etimología misma de la palabra. El trabajo de un diseñador es el de crear signos. Cuando se diseña algo, se propone una solución estratégica a un problema comunicacional, el resultado de este proceso se observa en los signos cuya expresión y contenido tienen la clara intención de significar. El diseño es la intención hecha signo. «La seña como aspecto, forma, figura de una cosa, y el designio o intención como propósito, finalidad de esa cosa, se solapan y funden en el diseño. La acción de otorgarle a una cosa su identidad, su seña, se denomina, por consiguiente, di-señar»².

Hoy en día, en los procesos de enseñanza y aprendizaje es cada vez más evidente la necesidad de contar con textos guía o libros docentes que refuercen la didáctica en las cátedras universitarias. Los libros que aquí se presentan responden a esta necesidad. En ellos encontraremos un recuento de los principios básicos de la Semiótica, la ciencia que estudia a los signos desde la visión de sus principales autores, se analizan los argumentos que servirán como una herramienta de conceptualización en el ejercicio de la producción de signos y mensajes visuales, como lo es el Diseño Gráfico.

1 Zimmermann, Yves, *El diseño como concepto universal*, <http://foroalfa.org/articulos/el-diseno-como-concepto-universal-parte-2>, Enero, 2015.

2 *Ibidem*.

También, en estos libros docentes, se explora el lenguaje visual, sus características y su importancia, sus principales componentes y su función en una cultura que cada vez se torna más visual, creando continuamente nuevos escenarios para que los diseñadores gráficos exploren opciones gigantescas, en donde las posibilidades de supervivencia de las imágenes dependerá no solo de su expresión, sino principalmente de su contenido, el cual solo se logra con una actitud creativa, de investigación y de reflexión sobre lo que hacemos.

Los libros docentes de Semiótica I y Semiótica II están destinados para los estudiantes de Diseño de la Facultad de Artes de la Universidad de Cuenca.

Estos textos están acompañados de imágenes que son el producto de los ejercicios realizados por los alumnos de las cátedras en cuestión. Las imágenes que aquí encontramos han sido producidas desde una visión amplia y diversa; estos ejercicios muestran el grado de conceptualización que quienes se preparan para diseñadores son capaces de generar al momento de la proyección y la creación responsable de mensajes visuales.

Las soluciones de comunicación visual generadas por los estudiantes de Diseño Gráfico, reflejan las convenciones sociales que guían su identidad cultural influenciada a su vez por sus propias experiencias; son imágenes que muestran una constante innovación, tanto en la experimentación artística y gráfica como en la capacidad crítica y conceptual de las mismas con responsabilidad social y cultural con el fin de enriquecer en el estudiante los procesos de investigación, creación y práctica de la producción e interpretación del diseño gráfico.

Con el desarrollo de estos libros docentes, se espera que las cátedras de *Semiótica I* y *Semiótica II* refuercen, en última instancia, el perfil de la carrera de Diseño Gráfico, dando la oportunidad al estudiante de mejorar su expresividad personal y el pensamiento crítico, así como su aporte a los procesos sociales, interculturales, productivos y de servicios de la región y del país en relación al Diseño. Estos libros docentes favorecen al estudiante en el sentido de que su producción sea comprometida y responsable con el mejoramiento de la calidad de vida.

Por último, contar con libros docentes para las cátedras de *Semiótica I* y *Semiótica II*, ayudará a cumplir los logros de aprendizaje propuestos por la materia y la carrera de Diseño, dándole al estudiante la capacidad de Identificar los fundamentos teóricos necesarios a cerca de la Semiótica y su relación con los signos

visuales por medio del estudio de sus principales autores, así como también del lenguaje visual en función del Diseño Gráfico, entendido como una disciplina de producción de imágenes. Basados en los principales conceptos y postulados teóricos de la Semiótica, se deberá relacionar estos conceptos con la creación de mensajes visuales, que en otras palabras no son más que la interpretación y representación de signos.

En definitiva, estos libros docentes ayudarán al estudiante a desarrollar su capacidad de argumentación para la producción del Diseño Gráfico y de la imagen en términos connotativos y denotativos mediante el uso del lenguaje visual, con la finalidad de desarrollar en él un nivel óptimo de análisis y crítica hacia el diseño como un verdadero hecho comunicacional.





La ciencia de los signos

«Cada uno de nosotros existe durante un tiempo muy breve, y en dicho intervalo solo explora una parte diminuta del conjunto del universo» **STEPHEN HAWKING**

En este capítulo, se pretende reflexionar sobre los principales conceptos que permiten afrontar la teoría de la Semiótica. Partimos del concepto de realidad y de percepción para desarrollar las ideas sobre la información y el conocimiento; ideas que nos ayudarán para aplicar teorías semióticas en diferentes situaciones académicas.

De manera general se explican en este capítulo los conceptos de representación e interpretación, cuya dinámica se convierte en la práctica misma de la semiología. Por último, se realiza una breve definición de algunos términos tales como: contexto, lenguaje y comunicación; para tener un punto de partida concreto que nos introduzca en la teoría semiótica.

La realidad como signo

«Lo que me resulta imposible decir de una verdad, es que es verdadera solamente» JOSÉ ANTONIO MARINA

La realidad es el tema más recurrente en la historia de los seres humanos. Hoy en día, creemos no tener muchas dudas acerca de la realidad, puesto que son las ciencias y sus leyes las que han podido dar respuestas objetivas, medibles y calculables acerca de la misma. Pero, ¿Es este modelo científico de realidad el único válido o el único real? Lo interesante de esta pregunta es que hoy en día es aceptada y planteada por la misma ciencia a la cual contradice. Por ejemplo, la posibilidad de la existencia de distintas realidades es una de las hipótesis que propone la Teoría M, una teoría de la cual se deriva la actual Física Cuántica que plantea el concepto de realismo dependiente del modelo, es decir, una teoría que busca probar la existencia de diferentes realidades de acuerdo al modelo utilizado para explicarlas.

Cuando el modelo explica satisfactoriamente los acontecimientos tendemos a atribuirle, a él y a los elementos y conceptos que lo integran, la calidad de realidad o verdad absoluta. Pero podría haber otras maneras de construir un modelo de la misma situación física, empleando en cada una de ellas conceptos y elementos fundamentales diferentes. Si dos de esas teorías o modelos predicen con exactitud los mismos acontecimientos, no podemos decir que uno sea más real que el otro, y somos libres para utilizar el modelo que nos resulte más conveniente³.

En este sentido nos interesa afrontar la teoría de la Semiótica; una teoría que defiende la idea de concebir la realidad como un conjunto de signos que los seres humanos hemos inventado, para entendernos a nosotros mismos y para entender a la realidad que los mismos signos han creado.

Para la semiótica, la realidad se manifiesta a través de sus signos y de la manera en cómo los representamos e interpretamos. Es a partir de esta realidad-signo que los seres humanos hemos creado: ideas, mitos, creencias,

3 Hawking Stephen, Mlídinov Leonard. *El gran diseño*. Barcelona, Crítica, 2010, p.14

ciencias, religiones, arte y filosofía, que nuevamente por medio de sus signos se preguntarán qué es la realidad y buscarán dar respuesta a esta pregunta.

La Semiótica, al igual que cualquier otra ciencia, no está fuera de esta misión: intentar dar una respuesta de la realidad desde su punto de vista, desde su modelo teórico, desde los signos, y estas respuestas, que más bien parecieran ser nuevas preguntas, seguirán siendo ideas especulativas, susceptibles de crear nuevas realidades.

Por medio de la realidad-signo, de su percepción e interpretación, los seres humanos construimos una imagen o modelo mental de la realidad. Si consideramos a la realidad como todo aquello susceptible de ser percibido por los sentidos, (incluida la idea de estar conscientes que estamos vivos), notamos también que la realidad es un sentimiento que se manifiesta a través de la conciencia y la autoconciencia, esa capacidad que nos hace reconocernos a nosotros mismos y reflexionar sobre la realidad.

En consecuencia, hay tantas realidades como conciencias que las crean. La realidad no es una sola, cada persona y cada mente es una realidad independiente. La realidad es una idea, una creación de nuestra mente, todos tenemos la posibilidad de crear nuestra propia realidad hoy en día, es imposible pensar en una realidad externa a nuestra mente, debemos aceptar la idea de que la realidad depende tanto del modelo como del observador que la interpreta, y ese modelo casi siempre está representado por los signos.

«Vivimos entre significados que damos a la realidad. Eso es el mundo: la totalidad de los significados que una persona concibe»⁴.

La realidad es todo aquello que creemos que es real o imaginario, conocido o no conocido. Si la realidad es una construcción mental, la podemos entender también como un estado de conciencia; la realidad se crea en la imaginación y no son términos opuestos. La imaginación, la fantasía y la realidad pueden coexistir en el mundo de los signos.

4 Marina, José A., *Teoría de la inteligencia creadora*. Barcelona, Anagrama, 1993, Pp. 43.

La realidad-signo tiene en común con otros modelos de realidad el hecho de que sigue siendo una idea, una construcción histórica y cultural, dinámica y cambiante. Cada época y cada sociedad tienen y crean sus propias realidades, así, por ejemplo, como en épocas antiguas se creía que la tierra era plana, o que las enfermedades son castigo de los dioses, hoy en día damos respuestas diferentes en base a nuevos paradigmas y modelos de realidad dominantes. Seguramente, la realidad del futuro sea totalmente diferente a la que hemos creado hoy. La realidad no es más que un conjunto de creencias culturales, valores, leyes, etc., ninguna realidad es mejor o más real que otra, simplemente ésta depende del modelo del cual nacen las preguntas que buscan esclarecerla.

La percepción: una conexión con la realidad

La percepción es una función que tenemos todos los organismos vivos que nos permite, por medio de receptores sensoriales conocidos como sentidos, interactuar con el entorno y la realidad. Recordemos que los seres humanos tenemos una percepción muy limitada en relación a la de otras especies animales, basta con comparar el nivel perceptivo que puede tener un tiburón⁵, un águila, o una simple mascota como un perro o un gato, los cuales tienen una perspectiva más amplia de la realidad gracias a sus poderosos sentidos.

Los seres humanos interactuamos con el mundo por medio de nuestros cinco sentidos conocidos, inclusive entre las personas esta percepción varía. Hay quienes que, por falta de alguno de sus sentidos, desarrollan y amplían el nivel y la capacidad de otros, y hay quienes por el contrario, teniendo todos sus sentidos completos los desperdicia y no los utilizan a su máxima capacidad. Lo cierto es que lo que percibimos no es más que «la lectura que la mente consciente realiza de las representaciones cerebrales del mundo externo en el que vivimos»⁶.

La percepción es el fenómeno que nos permite captar información de la realidad manifestada como estímulos perceptivos o potenciales de acción⁷ (energía) por medio de los sentidos. Se entiende como estímulos perceptivos a cualquier

5 El tiburón es una de las especies marinas capaces de percibir campos electromagnéticos para detectar a distancia posibles amenazas o presas. Este fenómeno conocido como electropercepción es posible gracias a las ampollas de Lorenzini, que son órganos perceptivos especiales que estos animales poseen.

6 Morgado, Ignacio. *Cómo percibimos el mundo: Una exploración de la mente y los sentidos*. Buenos Aires, Planeta, 2012, p. 79.

7 Los potenciales de acción son los estímulos perceptivos convertidos en descargas eléctricas que el cerebro es capaz de analizar y procesar. Son los estímulos traducidos al código de procesamiento cerebral.

manifestación de energía mecánica, física, electromagnética o química, que nuestro cuerpo es capaz de captar, tales como los cambios de temperatura, de iluminación, la dirección y distancia del sonido, la fuerza y frescura del viento, los olores, los sabores, etc. A los sentidos que captan estos estímulos externos se los conoce como sentidos somáticos que son: la vista, el oído, el tacto, el gusto y el olfato. Pero no solo los sentidos somáticos son los que nos permiten interpretar la realidad, también están los sentidos propioceptivos⁸ es decir, la capacidad del cuerpo de sentirse así mismo, o el sentido de bienestar o malestar del cuerpo conocido como percepción interoceptiva y el sentido del equilibrio corporal o sentido vestibular, que es el que nos permite realizar movimientos complejos.

Como sabemos, gran parte de nuestra percepción actúa en un nivel físico-químico (sonido, luz, sustancias odorantes, sabores, texturas y temperaturas), pero no olvidemos que nuestros sentidos también están conectados al nivel psíquico, emocional o intelectual, lo que hace de la percepción humana un fenómeno mucho más complejo de lo que puede parecer.

«no hay percepción sin estímulo, pero el estímulo no determina por completo a la percepción»⁹.

Percibir no solo es sentir los estímulos en nuestro cuerpo, es también pensarlos, reconocerlos, imaginarlos, nombrarlos o interpretarlos. «Aunque nos cueste creerlo, las sensaciones y percepciones que tenemos del mundo, sean del tipo que sean, son una exclusiva de nuestro cerebro y nuestra mente»¹⁰. La percepción también se conecta directamente con nuestros sentimientos, recuerdos, emociones y experiencias. Y esa es posiblemente la característica que nos diferencia a los seres humanos de las demás especies, la capacidad de usar la percepción de manera creativa.

Luego preciso mi atención, coordino los estímulos, intento superponer esquemas ya conocidos por aprendizaje anterior, es decir, superpongo un modelo significativo a los estímulos inciertos, y construyo un campo perceptivo posible¹¹.

8 Sentidos que reciben información del interior de nuestro cuerpo, como músculos, tendones, articulaciones, etc., y que nos indican, sin necesidad de otros sentidos, cuál es la posición de nuestro cuerpo y su relación entre sus partes.

9 Marina, José A., *Teoría de la inteligencia creadora*. Barcelona, Anagrama, 1993, Pp. 31.

10 Morgado, Ignacio. *Cómo percibimos el mundo: Una exploración de la mente y los sentidos*. Buenos Aires, Planeta, 2012, p. 79.

11 Eco, Umberto. *El signo. versión digital*, www.microclima.net/files/librosignumbertoeco.pdf, 2013, pp. 134-135.

La percepción está ligada a la interpretación que nuestra mente hace con respecto a lo que percibimos. La percepción también es cultural y depende del contexto en el que se desenvuelve. Al percibir:

Estabilizamos el flujo, adivinamos lo que no vemos, completamos con la memoria lo que se hurta a nuestros ojos. El estímulo cambia, pero el significado permanece. Percibir es asimilar los estímulos dándoles un significado. [...] En efecto, con la percepción ingresamos en el mundo del significado, del que no va a salir nuestra vida mental¹².

Realidad, información y conocimiento

La información es un fenómeno que proporciona significado o sentido a las cosas que percibimos. Notemos aquí la diferencia entre percepción e información. Para explicarlo, basta con pensar por un momento en todos los estímulos perceptivos que estamos captando en este mismo instante: la textura de nuestra ropa sobre la piel, la temperatura del ambiente, el olor del aire, el sabor de nuestra boca, la luz, la sombra y los colores, y los innumerables sonidos que nos rodean. Al ser conscientes de cada uno de ellos, éstos se convierten en información, antes simplemente no existían para nosotros, pasaban desapercibidos, no les prestábamos atención, no se convertían en información. Se puede percibir pero no necesariamente convertir esos estímulos en información. La información es la que construye la realidad mental a cada segundo.

Nuestra mente filtra los estímulos perceptivos y rescata los que necesita en ese momento, pero esto no es información hasta que seamos conscientes de dicho estímulo. Es increíble la cantidad de estímulos perceptivos que nos perdemos en nuestra vida. La información es un conjunto organizado de datos procesados, que constituyen un mensaje sobre un determinado ente o fenómeno. Los estímulos se convierten en datos que nuestra mente interpreta y representa para así construir la realidad.

12 Marina, José A., *Teoría de la inteligencia creadora*. Barcelona, Anagrama, 1993, Pp. 32, 43.

Gran parte de estos datos perceptivos procesados no llegan a hacerse conscientes, la información procesada que llega a hacerse consciente es la que constituye nuestras experiencias perceptivas normales, la que nos permite ver y saber qué es lo que vemos, oír y saber qué es lo que oímos, etc¹³.

Los datos se perciben, se integran y generan la información necesaria para producir el conocimiento experiencia y reacción ante un estímulo, que es el que finalmente nos permite tomar las decisiones ante cualquier acontecimiento. La información es hacer útiles los datos o estímulos perceptivos, es la manera en que nos conectamos con la realidad mediante este proceso infinito que sucede en una fracción de segundo.

Existe una relación indisoluble entre los datos, la información, el conocimiento, el pensamiento y el lenguaje. La semiótica se fundamenta en estos procesos. Pensemos en un bebé frente a una vela encendida: el niño se enfrenta a un estímulo perceptivo, debido a que no ha tenido experiencias previas, intentará tocarla, y al sentir el dolor de la quemadura producida por el fuego en su piel adquiere directamente el conocimiento sobre eso. Lo mismo pasa con todos los seres humanos y durante toda nuestra vida.

El conocimiento se crea al procesar y entender la información por medio de la percepción, la memoria, la experiencia y el razonamiento. Si la información no es analizada no se convertirá en conocimiento. El conocimiento no es más que el conjunto de experiencias registradas durante la historia de la humanidad. Este conocimiento puede ser registrado con ayuda de los signos para adquirirlos, transmitirlos, enseñarlos, practicarlos y demostrarlos. Al conocer algo y convertirlo en signo, nos lo apropiamos y no lo olvidamos.

Nuestra mente procesa estímulos perceptivos y los convierte en conocimiento. La mayoría de información se convierte en conocimiento. El conocimiento se crea al procesar información por medio de la percepción de la realidad. En otras palabras es el conocimiento el que crea la experiencia de realidad. El conocimiento es limitado y es ese límite el que nos permite interpretar la realidad existente. La realidad no es más que el resultado del conocimiento que tenemos de las cosas.

13 Morgado, Ignacio. *Cómo percibimos el mundo: Una exploración de la mente y los sentidos*. Buenos Aires, Planeta, 2012, p. 121.

Representación / interpretación

«Representar es estar en lugar de otro, es decir, estar en tal relación con otro que, para ciertos propósitos, se sea tratado por ciertas mentes como si se fuera ese otro»¹⁴.

Entendemos por representación la acción de sustituir la realidad material o imaginaria por algo. Casi siempre este algo es lo que en semiótica se conoce como signos, que en términos generales pueden ser visuales, auditivos, táctiles, olfativos o gustativos.

La representación se da cuando recreamos, reemplazamos, traducimos o volvemos a presentar una idea por otra, o una idea por signos, sean estas palabras, dibujos, imitaciones, señas, música, etc. Podríamos resumir que una representación no es más que la materialización de las ideas, pero recordemos también que una representación puede ser inmaterial como por ejemplo las propias ideas que tenemos del mundo percibido. Esa realidad que imaginamos ya es una representación que hacemos para nosotros mismos.

Sea inmaterial o material, una representación necesita de un medio para su existencia. Los medios para representar las ideas son infinitos, y estos medios a su vez se pueden traducir en otros medios como por ejemplo: al convertir un poema en un dibujo, o un libro en una película, o una poesía en una canción no estamos más que traduciendo un mensaje en un nuevo medio cuyos signos particulares son representaciones creadas por los seres humanos para interpretar la realidad.

Al interpretar una representación la estamos comprendiendo, expresando o traduciendo. Pensemos en un músico que se dispone a interpretar una pieza musical representada por una partitura (signos visuales). La melodía, que es de naturaleza auditiva, está traducida o representada por una partitura que es

14 Peirce, Charles, S. *La ciencia de la semiótica*. Buenos Aires, Nueva Visión, 1986, p. 43.

de naturaleza visual. El músico, al interpretarla con su instrumento (un piano, una guitarra, o su voz) convierte este mensaje visual en auditivo, lo traduce a un nuevo lenguaje, usando un medio específico. El público que disfruta del concierto, nuevamente está interpretando dicha representación en su mente y esa melodía se convierte en ideas, recuerdos, e imágenes susceptibles de ser representadas nuevamente. Cada persona interpreta el concierto en distintos niveles, alguien podrá dar una interpretación filosófica, social, política, económica, estética o inclusive musical que se convertirá en una partitura nuevamente. La interpretación es concebir, ordenar o expresar de un modo personal la realidad, aquel que interpreta se traduce o representa a sí mismo.

En general la interpretación que damos de los signos es individual y personal eso ya es reconocido por todos; sin embargo existen signos cuya interpretación se presta para varios puntos de vista como por ejemplo una instalación de arte contemporáneo, y, por el contrario hay signos como por ejemplo un semáforo, en donde se espera que la interpretación sea más o menos similar y constante para todos.

La interpretación depende del contexto, es decir de la información el conocimiento, y la experiencia que tengamos sobre las cosas. No podemos interpretar si no conocemos el lenguaje de una representación y si no conocemos el contexto de la misma. No olvidemos que para que exista una representación, esta debe ser susceptible a la interpretación de alguien. Interpretar y representar tienen una misma esencia, es un proceso infinito que no tiene principio ni fin.

El contexto como límite

Tener clara la definición de contexto es clave para entender los signos. El contexto también nos limita el conocimiento de la realidad, no se puede interpretar los signos si no entendemos el contexto en el que estos se encuentran. El contexto es el filtro por donde pasa la percepción y se crea la realidad, es un límite que da sentido a la interpretación y representación que hacemos de las cosas.

Los signos que los seres humanos hemos creado son reflejos de nuestro contexto, en este sentido, el contexto no solo se convierte en el escenario en donde interpretamos y representamos la realidad, sino que también está intrínseco en los signos, y nuestra interpretación depende exclusivamente de este.

El contexto intrínseco de los signos puede en ocasiones enfrentarse a otros contextos extrínsecos. Cuando un signo está fuera de su contexto o simplemente cambia de un contexto a otro, también cambiará la interpretación que hagamos del mismo.

El contexto, a más de ser un escenario, es también la síntesis de leyes, reglas, principios, creencias, paradigmas y lenguajes que dominan en cada cultura y sociedad. El contexto es el momento, el lugar, es el tiempo y el espacio específicos que determinan las ideas que tenemos acerca de las cosas.

El lenguaje, la comunicación y los signos

Un lenguaje puede ser entendido como un sistema de elementos expresivos codificados que sirven para interpretar y representar la realidad (Figura 1). Estos códigos, a su vez, no son más que signos básicos que al relacionarlos unos con otros crean signos más complejos. Estos códigos pueden ser de cualquier naturaleza o nivel perceptivo. Así tenemos por ejemplo las letras del alfabeto, que al sumarse crean palabras que se juntan y crean frases, párrafos y textos. Lo mismo pasa con el lenguaje Braille, la clave Morse, el lenguaje musical, etc.



Figura 1. De izquierda a derecha, tres representaciones de la letra A en diferentes códigos. Fuente propia.

Todo lenguaje es una institución humana, es un consenso social no es un fenómeno instintivo ni natural. Nadie nace manejando códigos ni sistemas de signos, nadie nace hablando ni escribiendo. Recordemos que un lenguaje es un sistema complejo y nada fácil de aprender, necesitamos invertir varios años de nuestra vida para conocerlo y dominarlo. La sociedad se pone de acuerdo para que ciertos códigos; por ejemplo, sean letras y palabras, y en todo el mundo occidental de idioma español, todas las escuelas enseñen a los niños a leer y escribir con los mismos códigos de esta manera, la sociedad es quien nos impone estos signos para que así tengan sentido y funcionen.

El lenguaje humano no es solo un instrumento de comunicación sino también un poderoso medio de representación de nuestro cuerpo y del mundo en el cerebro que potencia extraordinariamente la autoconciencia y las demás capacidades de la mente¹⁵.

Esta es una característica propia de nuestra especie, pues somos los únicos seres vivos en este planeta que inventamos, usamos e imaginamos conscientemente un lenguaje que además puede ser registrado y representado con el uso de los signos.

Un lenguaje, cualquiera que este sea, facilita la transmisión de información y conocimiento. Sobre todo el lenguaje oral y escrito, que es el más usado en nuestra sociedad pero recordemos que existen innumerables formas de lenguajes y todos se basan en este mismo principio. No puede haber un lenguaje sin al menos dos personas que entiendan y se comuniquen usando dichos códigos. El lenguaje es un vehículo, un medio que nos ayuda a transmitir el conocimiento y comunicarnos unos con otros. El lenguaje no es el fin en sí mismo, sino un medio cuyo fin es la comunicación y la transmisión de conocimientos.

El lenguaje ha ocupado una posición única en el aprendizaje humano. Ha funcionado como medio de almacenamiento y transmisión de la información, como vehículo para el intercambio de ideas y como medio para que la mente humana pudiera conceptualizar¹⁶.

Para que el lenguaje comunique, este debe estar acorde a un contexto. No es posible comunicarnos con el uso de códigos y lenguajes desconocidos para nosotros.

«La comunicación es normalmente un proceso doble: por una parte, alguien trata de enviar un mensaje; por otra parte, alguien trata de entenderlo»¹⁷.

15 Morgado, Ignacio. *Cómo percibimos el mundo: Una exploración de la mente y los sentidos*. Buenos Aires, Planeta, 2012, p. 59.

16 Dondis, A. Donis, *La sintaxis de la imagen*, Barcelona, Gustavo Gilli, 2003, pp. 20-21.

17 De Bono, Edward, *El pensamiento lateral: manual de creatividad*, Barcelona, Paidós, 1991, p. 35.

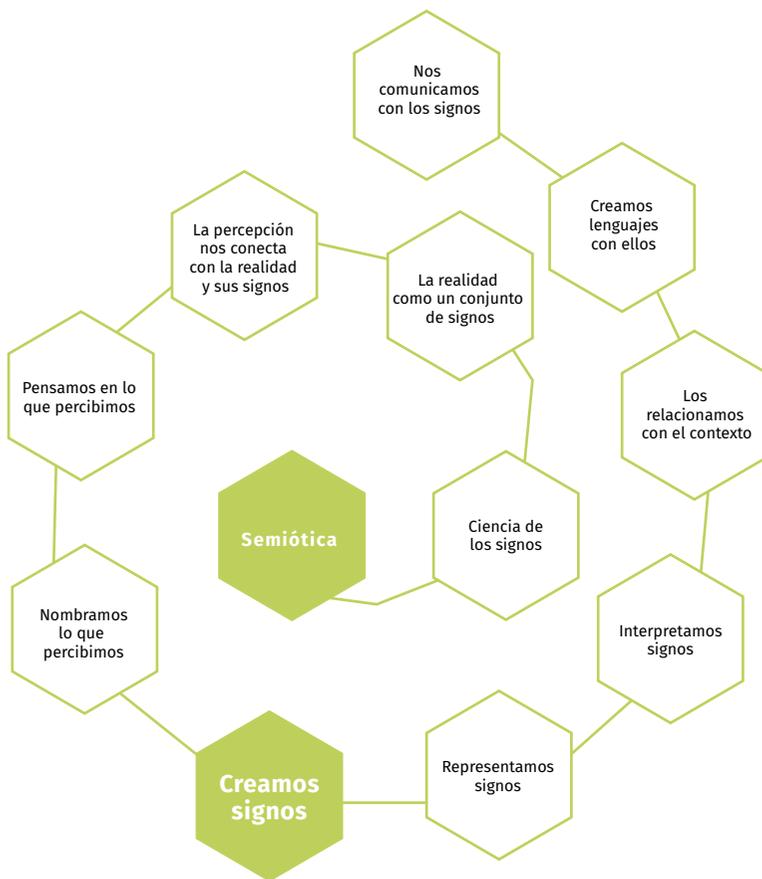
Para que la transmisión de información y conocimiento que hacemos unos con otros sea eficiente debe haber el entendimiento de un lenguaje en un determinado contexto, recordemos que la comunicación es el ejercicio de representar e interpretar las ideas; es poner en práctica los lenguajes y si los códigos y el contexto no son compatibles, la comunicación entre las personas es mínima. La comunicación se da con el uso y el dominio de los lenguajes. Un bailarín no podría comunicar un mensaje al público si no dominara el movimiento de su cuerpo.

Por último, recordemos cuáles son los elementos básicos de la comunicación: el emisor, que representa la realidad, casi siempre con el uso de lenguajes, códigos y signos. El medio, que es el soporte material por el cual ciertos códigos son representados. El receptor, es el que interpreta la realidad al momento de «leer» o decodificar dichos signos. El código, que es la suma o el conjunto de signos de cualquier naturaleza perceptiva propios de cada lenguaje. El mensaje, que es la idea que quiere transmitir el emisor al receptor. El contexto, que es el momento y el lugar específico en donde todo esto ocurre. Este proceso sucede a cada momento en nuestra vida y es el que mantiene a una sociedad cohesionada en acciones que van desde una simple conversación hasta los grandes y masivos medios de comunicación.

Conclusiones

Una teoría es un conocimiento especulativo a cerca de la realidad. La Semiótica como teoría, no escapa de este principio. Entendamos a esta ciencia como un conjunto de reglas y leyes para describir la realidad desde el punto de vista de los signos. Así como para la Física la realidad se explica con fórmulas matemáticas, o para la Química, con los elementos, la Semiótica la explica con las leyes de los signos, signos que han servido a las otras ciencias para describir sus propios postulados.

Una teoría es un conjunto de leyes que ordenan la comprensión de un fenómeno. La teoría es de carácter abstracto, y se complementa con la práctica que es de carácter real. La teoría semiótica tiene que ver con entender la realidad como signos de cualquier nivel perceptivo que pueden ser percibidos, interpretados, representados y usados como lenguaje para comunicar conceptos.



Propuesta de cuestionario y ejercicios

En base a los temas presentados en este capítulo, se plantea el siguiente cuestionario de evaluación que deberá ser desarrollado con los aportes de las reflexiones personales de quien lo realice. También se plantean dos ejercicios prácticos con el objetivo de evaluar los conocimientos y el entendimiento de los conceptos estudiados.

Propuesta de cuestionario de evaluación

- ¿Qué entiende Usted por realidad-signo?

.....

.....

- ¿Cómo se relaciona la percepción con la realidad-signo?

.....

.....

- ¿Cuál cree Usted que es la relación entre percepción e información?

.....

.....

- ¿Cuál cree Usted que es la relación entre información y conocimiento?

.....

.....

- ¿Qué entiende Usted por representación?

.....

.....

.....

.....

• ¿Qué entiende Usted por interpretación?

.....
.....

• ¿Cuál cree Usted que es la importancia del contexto en el proceso de interpretación y representación?

.....
.....

• ¿Qué entiende Usted por lenguaje?

.....
.....

• Enumere cinco ejemplos de lenguajes humanos.

.....
.....

• Enumere y explique los elementos básicos de la comunicación.

.....
.....

Propuesta de ejercicios prácticos

Ejercicio 1: Determinar ejemplos de la interacción con la realidad-signo.

Descripción: Los estudiantes deberán determinar por escrito tres ejemplos que demuestren la interacción que hacemos con los signos en la vida cotidiana.

Ejercicio 2: Reflexiones sobre la realidad-signo.

Descripción: Los estudiantes deberán escribir una reseña sobre los temas revisados en este capítulo, y dar sus conclusiones.





La semiología de Ferdinand de Saussure

«Ferdinand de Saussure era uno de esos hombres que se renuevan sin cesar; su pensamiento evolucionaba en todas direcciones sin caer por eso en contradicción consigo mismo». CHARLES BALLY

Ferdinand de Saussure, llamado por muchos el padre de la Semiología cambió la forma de entender al lenguaje como un conjunto de palabras para nombrar las cosas por un sistema estructurado de signos susceptible de ser estudiados científicamente. Sus conceptos son de suma importancia para introducirse en el mundo de la Semiología, cuyo origen está en la lingüística, ciencia que estudia el lenguaje oral y escrito. En este capítulo se desarrollan las ideas principales de este autor tales como: concepto del signo, el significante y el

significado, la lengua y el habla, el valor y la arbitrariedad del signo, su característica de inmutabilidad y cambio, entre otras. La importancia de estas ideas radica en que han sido consideradas como el punto de partida para la semiótica moderna; Saussure propone en su teoría las leyes que rigen a los signos y por consiguiente a cualquier sistema de comunicación. Por último, no olvidemos que la validez de estos conceptos, estará dada por la habilidad que tengamos al momento de aplicarlos al lenguaje del diseño.

La semiología en su contexto

Ferdinand de Saussure nació en Suiza en 1857, en el seno de una familia burguesa de gran tradición intelectual y científica, por consiguiente, desde muy joven, tuvo acceso a una educación de muy alto nivel que hizo que su vida gire en torno a la academia, las ciencias, el estudio, las universidades y las bibliotecas. A la edad de 13 años, comienza sus estudios oficiales en el lenguaje, especializándose en latín, griego y sánscrito, reconocidas por él como las lenguas indoeuropeas más importantes que dieron origen a muchos de los idiomas que conocemos hoy. Paralelamente, Saussure estudió Física, Química, Filosofía e Historia del arte, sin embargo, su principal interés fue la Lingüística, interés que lo llevó también a viajar por muchos países del mundo para conocer y entender el lenguaje y los idiomas.

Enseñó Lingüística en París y en Ginebra durante más de 15 años, tiempo en el cual descubre que su interés principal era entender «qué especie de objeto era la lengua en general»¹⁸. Saussure, insatisfecho con las respuestas dadas sobre la lingüística en su época, cuyos métodos se centraban en estudios históricos comparativos y normativos, empieza a buscar respuestas más profundas. «Aclarar una lengua por medio de otra, explicar las formas de una por las formas de la otra, eso es lo que todavía no se había emprendido»¹⁹. Gracias a esta visión innovadora sobre la lingüística, Saussure propone un nuevo modelo para entender al lenguaje basado en estructuras y sistemas de signos, convirtiéndolo así en un fenómeno de estudio científico.

Era entonces el nacimiento de la semiología moderna basada en este nuevo modelo, conocido luego como Estructuralismo e iniciado con Ferdinand de Saussure. El estructuralismo, entiende la realidad no como partes separadas, sino como la relación entre esas partes. Una visión estructuralista «considera los elementos individuales de la cultura no como elementos con identidad intrínseca sino solo significativos en relación con su lugar en la estructura»²⁰.

El estructuralismo desarrolló un método científico en el que cualquier fenómeno de estudio debía ser entendido como un sistema de interrelaciones. Este

18 Zecchetto, Victorino y otros, *Seis semiólogos en busca del lector, Tomo I*, Quito: Ed. Abya-Yala, 2000, p. 14.

19 Saussure, Ferdinand, *Curso de lingüística general*, Bueno Aires, Losada, 2007, p. 44

20 Cobley, Paul, Jansz Litza, *Semiótica para principiantes*, Buenos Aires, Era Naciente SRL, 2004, p. 33.

método se basa en entender la realidad bajo la noción de estructura, es decir, como elementos relacionados unos con otros.

Si bien hoy en día el post-estructuralismo de finales del siglo XX ha puesto en duda todo lo establecido por las corrientes filosóficas anteriores, la visión estructuralista sigue siendo un método útil para analizar los sistemas de signos, entendidos como un conjunto de datos, como una estructura o sistema de interrelaciones. La principal obra de Ferdinand de Saussure: *Curso de Lingüística General*, fue editada 3 años después de su muerte. Este libro es el resultado del compendio de clases, manuscritos y apuntes que Saussure hizo durante 1906 y 1911 en la Universidad de Ginebra. Este curso sentaría las bases teóricas originales sobre la estructura del lenguaje en general.

En este libro, Saussure propone la creación de una ciencia inexistente hasta la fecha la cual podría llamarse «Semiología» (ciencia que estudia los signos) cuyo objeto de estudio sean todos los lenguajes en general, entendidos éstos como sistemas estructurados de signos. El *Curso de lingüística general* es una obra trascendente para entender las leyes fundamentales del lenguaje y por consiguiente de los signos y sus sistemas. Este libro, que ha sido traducido a una decena de idiomas, sigue siendo pertinente en la actualidad, y quien desee introducirse en el mundo de la semiótica, la obra de Saussure es un punto de partida indispensable.

Pero, ¿Por qué el interés de Saussure por generar una nueva ciencia que estudie a todos los lenguajes en general y no solo al lenguaje oral y escrito? Sin duda, una de las razones se debe al contexto en el que le tocó vivir. A finales del siglo XIX e inicios del siglo XX, se estaba dando un fenómeno muy curioso: La aparición de nuevos lenguajes y nuevas formas de representar la realidad que hasta la fecha no tenían un asidero teórico para ser explicados. Estos nuevos lenguajes son el resultado del mundo de las máquinas, que a partir de la revolución industrial empiezan a ser determinantes en la vida de los seres humanos, influenciando nuestra forma de percibir, de pensar y de actuar.

Para inicios del siglo XX se estaban usando máquinas que nos permitían reemplazar la realidad perceptiva por nuevas representaciones. Así por ejemplo, la popularización de la fotografía, la aparición de la imagen impresa en los medios de comunicación, y la presencia de la imagen en movimiento y el cine, obligaron a la percepción a adaptarse y cambiar. La gente tenía que acostumbrar a sus sentidos a percibir esas formas de representar la realidad, es decir, nuevos signos, en este caso visuales, que requerían de entender nuevas estructuras de lenguajes, que sin usar palabras eran capaces de representar conceptos y de transmitir ideas o mensajes.

Nuevas formas de generar imágenes, y nuevos usos para éstas eran características dominantes del contexto de la semiología moderna. Un ejemplo de esto es el uso de la imagen ya no solo para el servicio del arte y de la ilustración, sino al servicio del capital. La imagen publicitaria como nuevo medio de expresión visual propone nuevos lenguajes que también estaban afectando al mundo de los signos, imágenes que, en décadas posteriores, serían determinantes para nuestra cultura visual, hoy en día dominada por los medios de comunicación y la imagen publicitaria.

Lo mismo sucedía con nuestra percepción auditiva. La llegada del teléfono, el telégrafo, la radio y el fonógrafo, que se convirtieron en máquinas capaces de reemplazar nuestra experiencia real audible por signos sonoros creados por dichas máquinas, a tal punto que nos han llegado a convencer, por ejemplo, que cuando hablamos por medio de nuestro teléfono celular, estamos hablando con una persona, pero en realidad no hablamos con nadie, estamos interactuando con una máquina, estamos ante nuevos lenguajes, códigos y representaciones que hoy en día se nos han hecho tan comunes y naturales.

No solo la percepción y los lenguajes empezaban a cambiar, También nuevas y radicales formas de pensar e interpretar la realidad estaban influenciando cada vez más a la sociedad de inicios del siglo XX. En cuanto a las teorías más importantes e influyentes de la época, están por ejemplo, la teoría de la evolución, publicada en 1859 en el libro «El origen de las especies» de Charles Darwin, que cambió el paradigma de la realidad que hasta entonces se sustentaba en la idea de la Creación del mundo y del ser humano como imagen y semejanza de Dios, a simplemente, el ser humano como parte de un proceso de transformación de especies en otras especies.

La teoría de la relatividad, publicada en 1905 por Albert Einstein en donde se ha logrado demostrar que el tiempo y el espacio no son fenómenos absolutos, sino que dependen del observador, rompiendo por completo el paradigma científico de creer que el tiempo pasa y se mide igual para todos. Y por último, el psicoanálisis de Sigmund Freud, que en 1896 rescata la importancia del mundo de los sueños, la imaginación, la fantasía y el inconsciente en conjunto con la lógica y la razón, para reafirmar la existencia de un ser humano integral y complejo, es decir, un ser humano mental, espiritual, emocional y físico.

En consecuencia a todo esto, el arte se suma también a esta ola de cambios. Surge así por ejemplo, el «Realismo» en el arte, en donde la importancia de la vida cotidiana, la realidad social y objetiva de los fenómenos y estéticas reales y el ser humano integral, real, de carne y hueso, es el modelo ideal para las representaciones pictóricas, dejando de lado a los dioses griegos, los papas, los santos y los emperadores.

Nace el impresionismo, estilo pictórico que buscaba representar la luz y la percepción de las sensaciones visuales relativas, como una respuesta contestataria a la fotografía como representación de la realidad. Un arte que producía imágenes que ninguna máquina era capaz de hacer, sino solo la creatividad humana por medio de la innovación en los lenguajes pictóricos. Y para terminar, el expresionismo que rescataba el valor simbólico y emotivo del arte, una visión interior del artista, la búsqueda de nuevas dimensiones a la imaginación basada nuevamente en la renovación de los lenguajes artísticos.

En conclusión, el cambio fundamental de la época en que surge la Semiótica moderna se centra en la percepción y los lenguajes. Es este cambio el que crea la necesidad de una ciencia que explique la naturaleza y el funcionamiento de nuevos sistemas de signos y es a Ferdinand de Saussure a quien se lo reconoce como el primero en proponerla.

El lenguaje y la semiología

«Si se quiere descubrir la verdadera naturaleza de la lengua hay que empezar por considerarla en lo que tiene de común con todos los otros sistemas del mismo orden»²¹.

La Lingüística es la ciencia que estudia el lenguaje humano oral y escrito. Pero, ¿Qué ciencia estudia el resto de los lenguajes? Este es el principal problema que detecta Saussure al momento de enfrentarse a esta realidad tan compleja. Al reconocer que el lenguaje oral y escrito es solo una forma más que usamos los seres humanos para comunicarnos, está reconociendo la necesidad de una nueva ciencia que pueda abarcar este fenómeno en términos más amplios y generales.

La lengua es un sistema de signos que expresan ideas, y por eso comparable a la escritura, al alfabeto de los sordomudos, a los ritos simbólicos, a las formas de cortesía, a las señales militares, etc. Solo que es el más importante de todos esos sistemas²².

21 Saussure, Ferdinand, *Curso de lingüística general*, Bueno Aires, Losada, 2007, p. 68.
22 Saussure, *Curso de...*, p. 66.

Obviamente, Saussure por ser lingüista, siempre aceptó la idea de que el lenguaje oral y escrito es el más importante sistema de signos que usamos los seres humanos, y se basó en este sistema para su estudio, sin embargo, Saussure plantea un método nuevo, una visión diferente, un cambio radical y un nuevo orden de hechos.

Se puede, pues, concebir una ciencia que estudie la vida de los signos en el seno de la vida social. Tal ciencia sería parte de la psicología social, y por consiguiente de la psicología general. Nosotros la llamaremos semiología (del griego *semeion* «signo») Ella nos enseñaría en qué consisten los signos y cuáles son las leyes que los gobiernan» [...] La lingüística no es más que una parte de esta ciencia general. Las leyes que la semiología descubra serán aplicables a la lingüística, y así es como la lingüística se encontrará ligada a un dominio bien definido en el conjunto de los hechos humanos²³.

Saussure observa que todas las personas, de manera general, asumen que el lenguaje no es más que un conjunto de nomenclaturas para las cosas. Sin embargo, el lenguaje es un fenómeno altamente complejo. Según Saussure, lo difícil del estudio del lenguaje es su carácter multidisciplinario. El lenguaje es objeto de estudio para diversas ciencias, como la Historia, la Gramática, la Filología, la Psicología. Todas ellas tendrán distintas perspectivas y métodos para reflexionar sobre este fenómeno. Esta dificultad no necesariamente es un aspecto negativo para el conocimiento humano, mas bien todo lo contrario, sin embargo, el efecto que puede causar, es que el lenguaje se disperse, y no se lo entienda con la trascendencia con la que se lo debería entender.

«En la vida de los individuos y de las sociedades no hay factor tan importante como el lenguaje»²⁴.

Lo que haría entonces la semiología (y lo que ha hecho desde su aparición hasta el día de hoy) será justamente describir y explicar las leyes fundamentales de los signos, y si todo lenguaje es un sistema de signos, bien podríamos aplicar esta ciencia para analizar los distintos lenguajes y los sistemas de signos que la so-

²³ Ibídem.

²⁴ Saussure Ferdinand, *Curso de lingüística general*, Bueno Aires, Losada , 2007, p. 53

ciudad utiliza. «No es el lenguaje hablado el natural al hombre, sino la facultad de construir una lengua, es decir, un sistema de signos distintos que corresponden a ideas distintas»²⁵.

El aporte de Saussure fue estudiar al lenguaje en sí mismo y no en función de otra cosa. Gracias a estos postulados, se ha construido una base teórica sólida sobre los signos que hoy en día es determinante para entender las distintas manifestaciones culturales y sociales que nos dominan y que a veces escapan de nuestro razonamiento. La semiótica o Semiología es una teoría válida para analizar los fenómenos culturales del presente.

El signo como dualidad

Una de las formas en que los seres humanos interpretamos y entendemos la realidad es mediante el uso dialéctico de conceptos opuestos y complementarios. Es decir, no podemos entender el bien sin entender el mal, qué sentido tuviera la vida sin la existencia de la muerte, no podríamos conceptualizar el concepto de la noche sin entender al día, cual fuera el sentido del amor sin la experiencia del odio, etc. El uso de antinomias u oposiciones ayuda a entender los fenómenos de la realidad de manera dinámica y relacional.

De la misma manera, Ferdinand De Saussure propone el uso de conceptos opuestos y complementarios para entender las leyes de los signos. Estas ideas, a las cuales él las ha llamado como correspondencias, están presentes en el lenguaje, tales como, el sonido de las sílabas con los órganos que nos permiten emitirlos, el fonema, que es de naturaleza fisiológica externa, con la idea que genera dicho fonema, que es de naturaleza mental o psíquica interna, la característica individual y al mismo tiempo social del lenguaje, su función tanto pasiva como activa y la idea de que todo lenguaje es una institución actual y al mismo tiempo un producto del pasado. Todas estas dualidades, que las abordaremos más adelante, tienen un aspecto en común, que es el hecho de que no pueden existir separadas o individuales la una de la otra, así como el bien y el mal o el día y la noche, o el odio y el amor, todos los conceptos duales en esencia son uno mismo, y su existencia depende de la existencia del otro y viceversa. El signo lingüístico para Saussure no es más que una dualidad tanto psíquica como fisiológica, real y mental, individual y colectiva, inmutable y cambiante.

25 Saussure, *Curso de...*, p. 59

El signo lingüístico no difiere de los signos de cualquier otra naturaleza, y todos están regidos por estas mismas reglas (Figura 2).

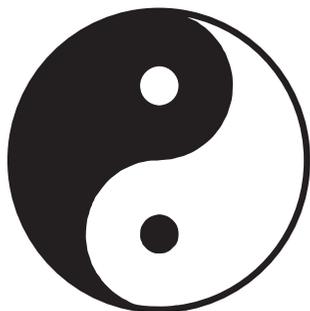


Figura 2: El Ying/Yang es un símbolo que representa la filosofía oriental de la dualidad, que bien puede ilustrar el concepto de oposición y complementariedad. Fuente propia.

Lengua y habla

Una de las más importantes dualidades propuestas por Saussure fue la diferenciación entre Lengua y Habla. El problema de la lingüística de su época, es que no hacía distinción entre estos dos momentos del lenguaje. Saussure plantea que el fenómeno de estudio de la lingüística debe ser la Lengua entendida como un producto social que sirve de mediador entre el pensamiento y las palabras. La razón de esto se debe a que el lenguaje oral está conformado por varios aspectos particulares tales como el sonido, los fonemas, las cuerdas vocales y los órganos que nos permiten emitir sonidos, la parte histórica, las nomenclaturas y sus comparaciones, etc. pero nada de esto es verdaderamente importante si no entendemos el sentido mismo de todo lenguaje. Según Saussure, es la Lengua el punto de partida para entender este sentido, que si bien no lo es todo en los lenguajes, considera que la Lengua es indispensable para la existencia de los mismos.

Entendamos por Lengua a la estructura, los códigos, las reglas y leyes que rigen el funcionamiento y uso de un lenguaje determinado. La lengua es un sistema estructurado de signos que tienen un valor determinado en función de la estructura. «Podría decirse que la lengua es el lenguaje sin el habla, esto es, un sistema colectivo de signos, que se ejecutan por el habla del individuo»²⁶.

La lengua es una institución y una convención social, en la que un grupo de personas se ha puesto de acuerdo para que dichas reglas y códigos funcionen

26 Beuchot, Mauricio, *La semiótica. Teorías del signo y del lenguaje en la historia*, México, Fondo de Cultura Económica, 2004, p. 159.

para todos de una misma manera. La lengua es de naturaleza inmaterial es una teoría que todos debemos aprender, adquirir, estudiar y a su vez enseñar, de la misma manera en que nos han enseñado a todos, hecho que garantiza su existencia, su eficiencia. La lengua «es a la vez un producto social de la facultad del lenguaje y un conjunto de convenciones necesarias adoptadas por el cuerpo social para permitir el ejercicio de esa facultad en los individuos»²⁷.

Por otro lado, el Habla se entiende como la acción o la práctica de un determinado lenguaje. En el caso del lenguaje oral y escrito, el habla son los sonidos, las palabras convertidas en fonemas. El habla es la parte material y perceptible de un lenguaje y es de carácter individual, es decir, cada persona habla de manera particular poniendo en práctica las mismas reglas de juego para todos, planteadas en la estructura de la lengua.

Imaginemos a una persona sordomuda comunicándose con el lenguaje de señas. Esta persona habla con sus manos usando signos visuales y no auditivos (fonemas) y para hacerlo es necesario que respete ciertos códigos y reglas que forman dicho lenguaje (lengua), y que han aprendido por igual otras personas que conocen y manejan el mismo. El habla es la traducción que esta persona hace de esos códigos y los transforma de manera individual y personal en señas con sus manos. Lo mismo sucede con cualquier otro lenguaje, en el que para utilizarlo, es necesario conocer su lengua y practicar su habla.

«En esto puede la lengua compararse con una sinfonía cuya realidad es independiente de la manera en la que se ejecute; las faltas que puedan cometer los músicos no comprometen lo más mínimo esa realidad»²⁸.

27 Saussure, Ferdinand, *Curso de lingüística general*, Bueno Aires, Losada , 2007, p. 57.
28 Saussure, *Curso de...*, p. 69.

En resumen, la correspondencia entre lengua y habla las podemos sintetizar en la siguiente tabla:

Lengua	Habla
Estructura	La acción
Códigos	Los sonidos
Reglas	Los fonemas
Lo inmaterial	Lo material
La parte social del lenguaje	La parte individual del lenguaje
La teoría	La práctica
La esencia	Lo superficial

Tabla 1: Conceptos opuestos y complementarios que ayudan a entender la idea de la dualidad entre lengua y habla. Fuente propia.

No olvidemos, por último, que los elementos de esta dualidad (lengua / habla) al igual que el del resto de dualidades, son al mismo tiempo diferentes pero inseparables, y su existencia e influencia dependen la una de la otra. Los cambios en el habla, modifican a la lengua y viceversa.

Significado y significante

«La palabra es mitad de quien la pronuncia, mitad de quien la escucha» MICHEL DE MONTAIGNE

Recordemos que para Saussure, la Semiología es una parte de la Psicología social, por consiguiente, el signo lingüístico es un fenómeno psíquico. A más de esto, Saussure define al signo estructuralmente, es decir, como una entidad dual formada por significado y significante, que en palabras del propio autor se traducen como «concepto» e «imagen acústica». Recordemos también que para analizar al signo, Saussure, fiel a su pasión por el lenguaje oral y escrito, toma como ejemplo al signo lingüístico. Sin embargo, debemos hacer una visión creativa y aplicar estas ideas a cualquier signo, sea de la naturaleza perceptiva que sea.

De esta manera, el significado y el significante se convierten en la principal ley que da existencia a los signos. Nuevamente estamos ante una idea dual, ante una correspondencia, en palabras de Saussure. Esta correspondencia define la naturaleza mental y material de los signos.

El significado o concepto no es más que la idea existente en la mente de las personas al momento de representar o interpretar un signo bajo cualquier estímulo perceptivo. El signo no se reduce a las cosas materiales, sino se complementa con las ideas que tenemos sobre esas cosas. Todo signo representa una idea, un concepto de naturaleza mental y psíquica.

Imaginemos que estamos ante la luz roja de un semáforo. El signo, no es únicamente la presencia visual de esa luz en el semáforo, sino que se complementa con su concepto, es decir, con nuestra mente pensando en que tenemos que detenernos ante esa luz para evitar un accidente de tránsito y para que el tráfico de la vía que cruza, pueda circular mientras nosotros esperamos. «Lo que el signo lingüístico une no es una cosa y un nombre, sino un concepto y una imagen acústica»²⁹.

Por otra parte, el significante o imagen acústica, que en el caso del ejemplo anterior podría tratarse más bien de una imagen visual, a más de ser de naturaleza psíquica o mental, también se convierte, sin traducción alguna, en una presencia física como es, por ejemplo, el sonido o fonema emitido por nosotros. Vale la pena aclarar aquí la diferencia entre la imagen acústica (significante) y la imagen mental (significado). La primera es esa voz interior que nos habla en palabras, y la segunda es de carácter icónico, es decir, se representa en nuestra mente casi siempre como imágenes de las experiencias que tenemos sobre los conceptos a los cuales nos remiten las palabras.

Volviendo al ejemplo del semáforo, la imagen mental a la cual nos remite el código «rojo» gira en torno al concepto de peligro, es decir, de detenernos ante una alta probabilidad de riesgo que cada quien imagina de acuerdo a sus propias experiencias, hay quienes imaginarán un accidente, un choque o un volcamiento, otros imaginarán a la policía citándonos con una infracción de tránsito, etc. El significado que damos de los signos es de carácter individual y al mismo tiempo colectivo. He aquí otra correspondencia.

En resumen, para Saussure, el signo es una dualidad formada por significante y significado, Nuevamente, estos dos momentos no pueden existir por separado, los dos se complementan para formar una unidad, y esta unidad es el signo como tal. En la siguiente tabla, podemos resumir esta correspondencia:

29 Saussure, Ferdinand, *Curso de lingüística general*, Buenos Aires, Losada, 2007, p. 142.

Significante	Significado
Son los estímulos perceptivos	Son las ideas sobre esos estímulos
La parte material del signo	La parte inmaterial del signo
La apariencia de las cosas	El concepto de las cosas
Lo material	Lo inmaterial
La parte social del lenguaje	La parte individual del lenguaje
El estado físico del signo	El estado mental del signo

Tabla 2: Conceptos opuestos y complementarios que ayudan a entender la idea de la dualidad entre significante y significado. Fuente propia.

Valor y arbitrariedad

¿Qué es el dinero sino unos despreciables trozos de papel? Si ese papel ha adquirido algún valor, es únicamente porque grandes cantidades de gente han decidido dárselo. El sistema funciona a base de fe. No de verdad ni realidad, sino de creencia colectiva³⁰.

Recordemos que todo lenguaje es una convención colectiva y social, y que todos estos sistemas de signos tienen ciertas reglas que hay que respetar. Estas reglas son las que nos obligan a usar un determinado signo, y no su valor por sí mismo.

Para Saussure, la unión entre un significante y un significado es de carácter arbitrario y esa arbitrariedad es al mismo tiempo lo que le da valor a los signos.

Observemos cómo el lenguaje oral o escrito representa las cosas con palabras, esas palabras (signos) nada tienen que ver con las cosas a las cuales representa, es decir, son de carácter arbitrario. El color rojo bien podría llamarse azul o verde, no existe ninguna razón natural para ello, sino que se fundamenta en una convención cultural y social. Así como el nombre que tenemos cada uno de nosotros, que es una arbitrariedad impuesta, las palabras que usamos a diario no se relacionan de forma natural a las cosas a las cuales representan.

Las palabras no expresan las cosas, porque las cosas se conocen por medio de la construcción de ideas complejas y con la combinación de ideas sencillas. Las

30 Auster, Paul, Coetzee, J.M., *Aquí y ahora*, Barcelona, Anagrama, 2012, p. 28

palabras se refieren a las ideas, como a su significado más inmediato. Por ello, existe una relación arbitraria entre palabras y cosas. Y no solamente en el sentido de que no existe una motivación profunda, tal como sostienen los teóricos de las onomatopeyas originarias sino también por la razón de que el elemento mediador entre palabras y cosas, en sí ya es arbitrario³¹.

En el lenguaje oral y escrito, la unión entre significante y significado es de carácter simbólico, por costumbre y convención social, y sin embargo, el valor de los signos depende de estas arbitrariedades al compararlas y oponerlas entre ellas. Es decir, si hemos decidido llamar «rojo» al color rojo y «verde» al color verde, esa arbitrariedad, inmediatamente adquiere un valor, porque así fueron bautizados, así se nos enseña desde niños en nuestro hogar, y luego en la escuela, y así lo enseñaremos a las futuras generaciones en todos los países en los que se habla el castellano como lengua oficial, y en los que no, han utilizado otras arbitrariedades que de la misma manera, han adquirido valor por comparación, como nuestro nombre, que al ser arbitrario, automáticamente tiene valor, puesto que, por ejemplo, si alguien se llama Juan, es porque ya no se llama Pedro o José. El signo arbitrario /Juan/, que es el que representa a esa persona, automáticamente adquiere valor por comparación, y esa persona ya no puede ser nadie más que Juan. La diferencia arbitraria entre signos es la que da valor a las cosas.

Por último, recordemos que el valor de un signo depende del contexto, del acuerdo cultural y de las leyes de su lenguaje al cual pertenece, es decir, yo no puedo entender el valor que tiene /... .. --. -. --- / sin antes saber que lo que acabo de escribir es la palabra «signo» escrita en clave morse.

«Como la palabra forma parte de un sistema, está revestida, no solo de una significación, sino también, y sobre todo, de un valor, lo cual es cosa muy diferente»³². El valor de los signos no solo está en el significado o concepto que representa dicho signo, sino por la relación del signo en el sistema al cual pertenece, y esta relación se da por comparación, ya sea entre valores opuestos y diferentes, o entre valores similares. «El valor se compone siempre de dos elementos: 1. Un elemento disímil que puede cambiarse. 2. Un elemento similar que puede compararse»³³. Por ejemplo, volviendo al tema de los colores, el valor que tiene la palabra «rojo» es porque justamente no es verde, amarillo o azul, es decir, comparamos el concepto «rojo» dentro del conjunto de los colores, y a su vez, el valor está dado por comparación entre otros conjuntos, es decir, sabemos que rojo es un color porque no es un sonido o un sabor.

31 Eco, Umberto. *El signo. versión digital*, www.microclima.net/files/librosignombertoeco.pdf, 2013, p.130.

32 Saussure, Ferdinand, *Curso de lingüística general*, Bueno Aires, Losada, 2007, p. 241.

33 Crow, David, *No te creas una palabra, una introducción a la semiótica*, Barcelona, Ed. Promopress, 2008, p. 41.

El valor de los signos es diferente de la significación, pero tan importante como ella o acaso más, pues surge de las relaciones que se dan entre los elementos dentro del sistema, de sus oposiciones y asociaciones, constituye sus articulaciones³⁴.

Esta dinámica de relaciones de comparación, de interacción de los signos con otros signos es lo que hace de los lenguajes un sistema de valores puros. (Figura 3).

The image shows the word "ROJO" in green capital letters on the left, followed by two slanted parallel lines (one green, one red) in the center, and the word "VERDE" in red capital letters on the right. This visualizes the concept of linguistic value and arbitrariness.

Figura 3: La palabra «ROJO» escrita en color verde y la palabra «VERDE» escrita en color rojo, demuestra el concepto de valor y arbitrariedad de los signos lingüísticos en relación a las cosas que representan. Fuente propia.

Sintagma y paradigma

Fiel al estructuralismo, Saussure estaba convencido de que todo lenguaje se basa en las relaciones que se generan entre los signos. Estas relaciones, a más de confirmar la ley del valor y la arbitrariedad, son también relaciones de sintagma y paradigma, una dualidad opuesta y complementaria según Saussure.

Para entender la relación sintagmática entre los signos, basta con haber leído esta línea. Es decir, nótese como los signos escritos (letras y palabras) interactúan unas con otras y van generando significado en un sentido lineal, una palabra a la vez. Lo mismo sucede cuando leo este texto en voz alta, nótese que los fonemas van sucediéndose uno tras otro, como un instrumento mono-tónico que solo puede emitir un sonido a la vez (fonemas en el caso de la voz humana, notas musicales en el caso de un saxofón o una trompeta).

Como se dijo anteriormente, la relación sintagmática que generan los signos explica con claridad la correspondencia entre el valor y la arbitrariedad. Un signo lingüístico solo tiene valor al momento de la relación sintagmática con los signos que lo afectan por la relación entre otros signos que en un sistema de lenguaje se encuentran antes y después. Observemos la siguiente frase:

34 Beuchot, Mauricio, *La semiótica. Teorías del signo y del lenguaje en la historia*, México, Fondo de Cultura económica, 2004, p. 159.

...vino Juan a visitarme, y trajo como regalo, una botella de vino...

Nótese como la relación sintagmática que se da entre las palabras de la oración, afecta al valor de la palabra /vino/ que al principio es un verbo que luego se convierte en sustantivo. El cambio de valor que tienen los signos en esta oración nos remiten a situaciones completamente diferentes.

Si bien este principio se aplica a todos los sistemas de signos, las relaciones sintagmáticas no se perciben con claridad técnicamente en cierto tipo de lenguajes, como por ejemplo, en el lenguaje visual de la fotografía, en el que todos los signos se perciben de una sola vez y no mediante una organización lineal, sin embargo, la gran mayoría de lenguajes, sí se fundamentan en dicha relación, inclusive la fotografía, ya que al momento de analizarla, podemos describir sus signos uno por uno como unidades separadas y darle, por así decirlo, una lectura sintagmática a la imagen. Si cambiamos un elemento de la composición fotográfica, o si alteramos el color de la misma, cambiará su valor y por consiguiente su significado.

Por otra parte, el paradigma se entiende al gran conjunto de convenciones que permiten la existencia y funcionamiento de un lenguaje determinado.

Hay también dos ejes de relación: el sintagmático y el asociativo (o paradigmático); en el primero, los signos se relaciona in praesentia, por la oposición que dicen unos con respecto a otros, [...] en el segundo, los signos se relacionan in absentia, por las asociaciones y evocaciones que surgen a partir de ellos³⁵.

El paradigma, se refiere a la naturaleza misma de un lenguaje, a los fenómenos que permiten agrupar las distintas expresiones y manifestaciones perceptivas que pueden tener los signos, por ejemplo, para el lenguaje escrito, el paradigma es el alfabeto y las letras, es decir 26 unidades (signos) de carácter visual formadas por líneas y puntos. Al asociar esas letras en base a ciertas reglas sintagmáticas (gramática y ortografía) formamos las palabras, que pueden ser expresadas con fonemas siendo estos el paradigma del lenguaje oral. Lo mismo sucede si analizamos el lenguaje musical, en donde el paradigma son los sonidos y las melodías o el caso de la indumentaria o vestimenta que es el paradigma del lenguaje de la moda. Todo lenguaje tiene un paradigma, un soporte en donde puede existir, la relación de paradigma que se da entre los signos es más de carácter mental y conceptual.

35 Beuchot, *La semiótica...*, p. 160.

Inmutable y cambiante

Una ley muy importante que Saussure determina en los signos es su correspondencia entre inmutabilidad y cambio. Recordemos que el valor que damos a los signos está dado por la cultura y la sociedad. «Todo lo que se necesita para que exista un lenguaje es el acuerdo entre un grupo de gente a cerca de que una cosa representará a otra»³⁶. En este sentido, todo lenguaje, que está formado por signos arbitrarios, no puede ser cambiado por otro sistema de un día para el otro, ya que esas arbitrariedades han adquirido valor y tienen que ser aprendidas y practicadas de generación en generación: «precisamente porque el signo es arbitrario no conoce otra ley que la de la tradición, y precisamente por fundarse en la tradición puede ser arbitrario»³⁷.

Todo lenguaje tiene un carácter inmutable para que pueda ser usado y entendido por la sociedad.

«La lengua forma cuerpo con la vida de la masa social, y la masa, siendo naturalmente inerte, aparece ante todo como un factor de conservación»³⁸.

Un lenguaje debe usar signos relativamente estables durante un determinado período de tiempo para que de esta manera cumpla su función y sea entendido por un grupo social.

De la misma manera, y en correspondencia a la idea anterior, los signos también son cambiantes, pues al ser estos un producto social, se insertan directamente en esta dinámica. Para entender esto, podríamos plantear la metáfora de que los signos nacen, crecen, se reproducen y mueren, reafirmando las palabras de Saussure quien dice que la Semiología es una ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de la vida social. Así como los sistemas de signos son inmutables para poder ser aprendidos y usados por la sociedad, éstos también se transforman en períodos más o menos prolongados de tiempo, como el lenguaje oral y escrito, o en transcurso más cortos como los signos usados en la moda.

36 Crow, David, *No te creas una palabra, una introducción a la semiótica*, Barcelona, Ed. Promopress, 2008, p. 20.

37 Saussure, Ferdinand, *Curso de lingüística general*, Buenos Aires, Losada, 2007, p. 153.

38 *Ibidem*.

La lengua se altera y evoluciona, esta alteración o mutabilidad, Saussure la resume como el desplazamiento de la relación entre el significado y el significante en los signos y sus sistemas.

Diacrónico y sincrónico

La correspondencia entre diacronía y sincronía hace referencia a la manera en que se puede estudiar un lenguaje en relación a los efectos que el tiempo causa en cualquiera de estos sistemas de signos.

La continuidad del signo en el tiempo, unida a la alteración en el tiempo, es un principio de semiología general [...] el tiempo altera todas las cosas; no hay razón para que la lengua escape de esta ley universal³⁹.

El estudio diacrónico, analiza la evolución social de un lenguaje a lo largo del tiempo y la historia. Tiene que ver con lo cambiante del lenguaje, por consiguiente es un estudio dinámico y evolutivo.

El estudio sincrónico, analiza un lenguaje en un momento determinado del tiempo, tiene que ver con lo inmutable del lenguaje, es decir, con un estudio estático, estable, de manera fija y sin relación con el tiempo ni la historia. El estudio sincrónico analiza un lenguaje de manera abstracta, tomando simplemente un recorte o momento de su existencia.

Lo diacrónico se relaciona con la lengua, es decir con las leyes y los conceptos. Lo sincrónico se relaciona con el habla, es decir con la acción, los fonemas y la práctica. Al analizar un lenguaje, dice Saussure, «nos movemos sucesivamente en el dominio al estudiar el cambio fonético, y en el dominio sincrónico al examinar las consecuencias que desencadena»⁴⁰.

39 Saussure, Ferdinand, *Curso de lingüística general*, Bueno Aires, Losada , 2007, p. 157.
40 Saussure, Curso de ..., p. 283.

Esta dualidad o correspondencia permite afrontar el estudio del lenguaje:

En su aspecto más concreto, como hecho social dinámico en el que los sujetos hablantes son los protagonistas (sincronía) y luego en la perspectiva diacrónica, es decir, como un sistema en el cual se hallan los esquemas estructurados, formales, teóricos y estables que dicha lengua fue asumiendo a lo largo del tiempo⁴¹.

En definitiva, diacronía y sincronía es también una ley que afecta a cualquier sistema de signos, y nos da la posibilidad de entender su naturaleza desde un enfoque evolutivo, es decir, en la manera en que dicho sistema se ha alterado durante su historia y su vida; o bien desde una mirada más precisa, de cómo dicho sistema se nos presenta hoy y cuál es su relación entre los significantes y significados que un sistema propone. (Figura 4).



Figura 4: El uso de dos puntos y un paréntesis aparentan ser una sonrisa. Este signo ha dado origen a la aparición de los llamados emoticones o smileys, que son códigos visuales que aparecen hoy en día en los mensajes de texto enviados por dispositivos móviles o computadoras y son usados para representar de una forma sencilla lo complejo de las emociones humanas.

Conclusiones

La idea de que el diseño gráfico es una disciplina que, mediante el uso de la imagen visual, pretende comunicar conceptos y mensajes, está bastante institucionalizada en nuestra sociedad. No es la intención ahora entrar en la discusión sobre si las prácticas profesionales relacionadas con la producción de imágenes son o no comunicación, en lo que si estamos de acuerdo, es, que dichas disciplinas cumplen todas las características para ser entendidas como lenguajes.

La semiología es, por consiguiente, la base teórica para el estudio de los signos visuales, sus significantes y significados, sus formas de organización y sus sistemas, sus leyes y las formas de quebrantarlas, en definitiva, la influencia de las imágenes en la sociedad y su contexto.

41 Zecchetto, Victorino y otros, *Seis semiólogos en busca del lector*, Tomo I, Quito: Ed. Abya-Yala, 2000, p. 28

Ferdinand de Saussure es el creador de la Semiología moderna, plantando las bases fundamentales de esta nueva ciencia del siglo XX. La teoría del signo de Saussure es la más difundida, conocida y usada en el mundo entero y ha servido de inspiración e influencia para otras ramas de la ciencia y la filosofía. No hay duda que su obra forma parte de las bases conceptuales de la cultura contemporánea.

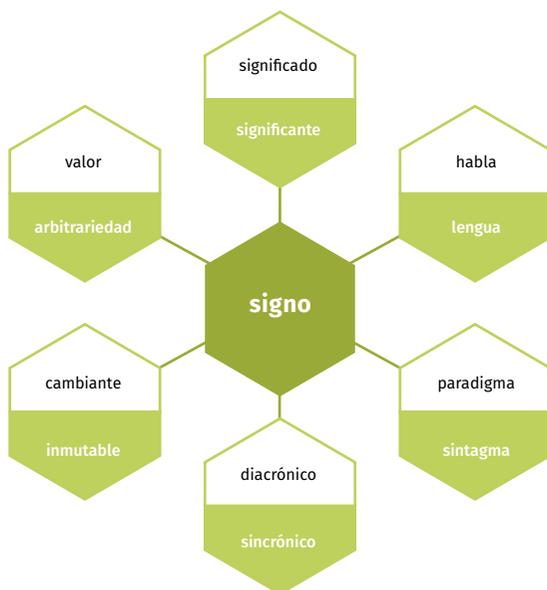
Es verdad que la teoría de Saussure se aplicaba directamente a los signos lingüísticos, sin embargo, muchos de los conceptos aquí planteados también sirven para entender al signo en general. La innovación de Saussure radica en demostrar que el signo no solo corresponde a la parte material de las cosas sino a la relación que existe entre significante y significado. Para Saussure, el signo es un fenómeno psíquico basado en el proceso dinámico de relaciones entre el objeto percibido y la idea que se crea en la mente a raíz de dicha percepción. Esta mirada particular del signo, ayudó en definitiva a entender la relación de los seres humanos con las cosas que nos rodean.

Saussure propuso interpretar al lenguaje como un sistema de signos interrelacionados entre sí y con el contexto que lo rodea. Fue una visión innovadora y radical para su tiempo. El contexto también es parte indispensable de los signos, sin él, sería imposible entender el significado de las cosas y la razón de la existencia de los distintos lenguajes que usamos para comunicarnos.

Otro aporte muy importante que vale recalcar en estas conclusiones, es el del concepto de valor y arbitrariedad. Lo que verdaderamente demuestra el uso de esta correspondencia es que todos los elementos de una estructura están determinados no por su existencia individual, sino por las relaciones que estos elementos generan entre sí, relaciones por similitud y diferencia entre arbitrariedades que únicamente existen por una convención cultural. Estas arbitrariedades trascienden al signo lingüístico y se aplican también a la existencia de cualquier signo en general. «Esta idea de representación arbitraria basada en el acuerdo liberó a los artistas plásticos de la tiranía de las palabras y ha sido explorada con gran inventiva en las artes plásticas»⁴².

En resumen, hoy en día no podríamos entender al diseño sin el aporte conceptual de la semiología. Es aquí donde podemos ver la gigantesca influencia de esta teoría en la cultura contemporánea. Cualquier persona cuya actividad sea la producción de imágenes, estará produciendo signos. Es necesario que asumamos dicha responsabilidad con mucha seriedad y profesionalismo, tanto en la parte práctica como teórica, pues al generar signos estamos siendo partícipes del desarrollo de nuestra cultura y sociedad.

42 Crow, David, *No te creas una palabra, una introducción a la semiótica*, Barcelona, Ed. Promopress, 2008, p. 22.



Propuesta de cuestionario y ejercicios

A continuación, presentamos un ejemplo de aplicación de análisis semiológico con el uso de los conceptos propuestos por Saussure, con el fin de mostrar de qué manera esta teoría puede ayudarnos al momento de hablar de las imágenes y al momento de plantear nuestros propios conceptos para generarlas. También se propone un cuestionario de preguntas y dos propuestas de ejercicios prácticos con el objetivo de evaluar los conocimientos y el entendimiento de los conceptos aquí estudiados

Ejemplo de análisis semiológico usando los conceptos de Ferdinand De Saussure (Figura 5)

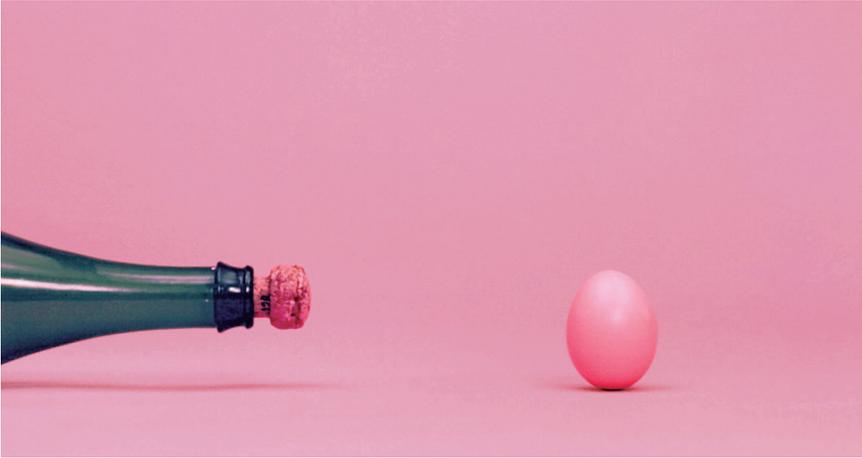


Figura 5: Lerner & Sander, *Revenge*, Amsterdam 2009 <http://www.lernertandsander.com/index.php?/projects/wraak/>

Significante

Se trata de una imagen fotográfica en un formato rectangular horizontal, en la que se puede observar, en dirección de izquierda a derecha, el pico de una botella de cristal de color verde con líquido en su interior. La botella se encuentra recostada, y aparece incompleta en la escena, es decir, solo se puede ver aproximadamente una tercera parte de la misma. El pico de la botella se encuentra tapado con un corcho, el cual no está completamente introducido en la botella. El corcho apunta directamente a un huevo de gallina que está frente a él, en la parte derecha de la imagen y sobre el mismo plano y enfoque fotográfico. El huevo se encuentra colocado de forma vertical asentado en uno de sus vértices, en una suerte de equilibrio. Todo esto sucede en un fondo de color rosa completamente plano con una fuerte iluminación artificial con dirección de arriba hacia abajo haciendo que los objetos presenten una sombra cenital.

Significado

En cuanto al concepto que podemos construir en base a esta representación, podríamos sintetizarlo con la presencia de una dualidad bien definida. Por un lado, una botella de vidrio con un corcho característico de las botellas de champagne que se encuentra a punto de salir despedido. Del otro lado un huevo de gallina en equilibrio, una posición inusual. En cuanto a la botella de champagne, ésta nos recuerda al júbilo de una celebración, la acción de detonar el corcho que sale disparado por una fuerte presión, sin embargo, en este caso, la botella y el corcho nos remite a su acción violenta, como un arma y una bala, que pueden lastimar y destruir. El pico de la botella es un cañón que apunta directamente en sentido horizontal a un frágil, débil e inocente huevo de gallina, que se encuentra de pie, inmóvil e indefenso, como un personaje vivo, que fácilmente puede ser destruido por la acción de ese proyectil. El huevo es la vida, la botella es la muerte y la acción se encuentra en un momento de incertidumbre, el poder del proyectil, frente a la fragilidad de la existencia.

Notemos en esta escena lo arbitrario de los objetos que representan la acción de violencia e inminente destrucción, una botella y un huevo, cuyo valor en la representación está dado por comparación y oposición. La lectura de la escena de izquierda a derecha, muestra también la relación sintagmática de estos signos, cuyo paradigma, la fotografía, genera lecturas y significados que se ven afectados de manera dinámica y relacional.

Propuesta de cuestionario de evaluación

- ¿Cuál cree usted que fue el mayor aporte de Saussure a la lingüística?

.....
.....

- ¿Qué entiende por lingüística?

.....
.....

- ¿Qué entiende por semiología?

.....
.....
.....

• ¿Qué es el signo para Saussure?

.....
.....

• ¿Cuál es la relación entre significado y significante?

.....
.....

• ¿Cuál es la relación entre lengua y habla?

.....
.....

• ¿Cuál es la relación entre el valor y la arbitrariedad del signo?

.....
.....

• ¿Cuál es la relación entre lo inmutable y lo cambiante?

.....
.....

• ¿Cuál es la relación entre diacronía y sincronía?

.....
.....

• ¿Cuál es la relación entre sintagma y paradigma?

.....
.....

• ¿Cuáles son sus conclusiones a cerca de la semiología de Saussure?

.....
.....

.....
.....

Propuesta de ejercicios prácticos

Ejercicio 1: Determinar el significante y el significado de imágenes fotográficas.

Descripción:

- Se entregará previamente a cada estudiante una imagen fotográfica diferente a cada uno de ellos.
- En base al ejemplo de análisis semiológico presente en el apartado anterior, el estudiante realizará por escrito el análisis de la fotografía y deberá sustentarlo en clase.

Ejercicio 2: Determinar el significante y el significado de una imagen artística.

Descripción:

- Se proyectará en clase una imagen artística seleccionada.
- Los estudiantes deberán observarla y durante un período de tiempo escribir sobre el significado y el significante que creen encontrar en la misma.
- Cada estudiante deberá leer y sustentar su trabajo.
- Al final se realizan las conclusiones y se encuentra las similitudes y diferencias entre cada análisis presentado.





La semiótica de Charles S. Peirce

«La primera regla de buen gusto cuando se escribe es usar palabras que no den lugar a errores de comprensión; y si un lector ignora el significado de las palabras, es infinitamente mejor que sepa que no lo sabe». CHARLES S. PEIRCE

Reconocido como uno de los más grandes filósofos norteamericanos de todos los tiempos, Charles S. Peirce propone una teoría muy profunda y compleja sobre la semiótica en general. Desde una visión más pragmática, este autor desarrolla una teoría triádica para entender al signo. Peirce al igual que Saussure, es reconocido como uno de los padres fundadores de la semiótica. Estos dos personajes desarrollaron sus teorías de manera paralela, pero en diferentes contextos, Saussure desde la lingüística y Peirce desde la filosofía, am-

bos tratan de describir el fenómeno de los signos, sus componentes y su función, por consiguiente, encontraremos aquí ciertas similitudes, pero también diferencias que nos ayudarán a ampliar nuestro conocimiento sobre el mundo de los signos. En este capítulo se analizarán las categorías del signo según este autor, el representamen, el objeto y el interpretante, sus distintas clasificaciones, y el concepto de semiosis, indispensable para entender el verdadero aporte de esta teoría al diseño en general.

Acerca del pragmatismo

Para captar de mejor manera la teoría semiótica de Peirce, hay que entender primero que sus ideas se encierran en la corriente filosófica pragmatista. En resumen, el pragmatismo se basa en la práctica del pensamiento y el sentido y valor para la vida, es decir, el pensamiento llevado a la práctica es lo que le da valor a la existencia. El pragmatismo significa acción, en la que todo concepto es valorado de acuerdo al éxito que éste tenga en la práctica. En otras palabras, esta corriente filosófica sostiene que los seres humanos somos incapaces de conocer el significado de las cosas, si no lo ponemos en práctica primero.

El pragmatismo es hacer útil a los significados. Esta forma de ver la realidad se convierte en un método para averiguar la validez de nuestro razonamiento en base a las consecuencias prácticas que ese razonamiento genera. El verdadero significado de las cosas no solo está en los conceptos, sino en la práctica de esos conceptos, siendo la experiencia misma la que, en última instancia, confirme el conocimiento sobre el mundo.

Pongamos un ejemplo simple: Intente por un momento describir con palabras el concepto del sabor dulce, Ese concepto a lo mejor coincide con palabras como sensación, sentido del gusto, agradable, etc. para luego hacer comparaciones (miel, azúcar, caramelo, etc.) u oposiciones (limón, sal, café, etc.). Pero pensemos que la persona a la cual estamos describiendo este sabor nunca ha experimentado ninguna de estas comparaciones y oposiciones en su vida. La única forma de que esa persona pueda entender dicho concepto, es experimentándolo con sus propios sentidos, es decir, en la práctica misma de saborear algo dulce. De esta manera, el concepto de lo dulce es aprendido verdaderamente en la experiencia y no en el mundo abstracto de las palabras.

La filosofía triádica de Peirce

Charles S. Peirce tenía una personalidad muy compleja que se vería reflejada en su pensamiento. Su visión sobre el mundo era una fusión entre filosofía, cosmología, metafísica, ciencia y lógica. Esta forma de entender la realidad se refleja también en su teoría semiótica, mediante la cual pretende dar una explicación e interpretación del conocimiento humano.

Según Peirce, los seres humanos conocemos el mundo al menos en tres niveles diferentes, estos tres niveles no pueden ser entendidos por separado, sino como una constante interacción, ninguno es más importante que el otro y la existencia de uno depende de la existencia de los otros dos.

Esta visión triádica de la realidad, de alguna manera, ha estado presente en la cosmovisión de muchas culturas alrededor del mundo. Un ejemplo claro de esto es la religión católica, que se fundamenta en la existencia de un solo dios, pero formado por tres: el padre, el hijo y el espíritu santo, donde el padre representa la mente, la creación, el orden, las leyes y los conceptos; el hijo representa el cuerpo, la sangre, el mundo físico, el dolor y el sacrificio, y el espíritu santo que representa la parte etérea, indefinida, el alma y la esencia.

Un ejemplo para entender esta filosofía triádica está en la idea muy conocida y aceptada por muchos, de que los seres humanos somos, posiblemente, una fusión entre cuerpo, mente y espíritu. En donde cada categoría es una experiencia de realidad que se explica desde distintos puntos de vista. Así tenemos por ejemplo, a la física, que nos ayuda a entender el fenómeno del cuerpo y su funcionamiento, la psicología, que explica lo relacionado a la mente, y la metafísica, que se encarga del tema del espíritu. Cada uno de ellos nos permite, en última instancia, entender la totalidad de quienes somos.

Las categorías de la realidad

Para explicar su teoría semiótica, Peirce recurre a la ciencia, la filosofía y la metafísica. Estos grandes campos del saber le sirven para argumentar el desarrollo de tres conceptos fundamentales que resumen la experiencia del conocimiento humano. A estos conceptos Peirce los llamó categorías o correlatos, y sus nombres son acuñados por él mismo. Estos correlatos son: Primeridad (Firstness), Segundidad (Secondness) y Terceridad (Thirdness).

«Peirce buscaba aquella universalidad del pensamiento que le permitiera comprender la totalidad del mundo, y para ello vio la necesidad de elaborar un sistema con categorías lo más ampliamente abarcativas de las realidades conocidas y cognoscibles»⁴³.

43 Zecchetto, Victorino y otros, *Seis semiólogos en busca del lector*, Tomo I, Quito: Ed. Abya-Yala, 2000, p. 44.

Primeridad

La primeridad, tal como la misma palabra lo sugiere, es la experiencia primera que tenemos los seres humanos al enfrentarnos al mundo de los signos. Es el antes de todas las cosas. La primeridad según Peirce, es una idea ontológica y metafísica. Volviendo a la metáfora de cuerpo, mente y espíritu, la primeridad corresponde al espíritu, aquel sentimiento o presencia intangible que ni la ciencia ni la psicología pueden explicar, pero que de alguna manera, tiene la posibilidad y el derecho de existir. La primeridad es según el propio Peirce, la manifestación y la esencia pura del ser. La primeridad

«es una sensación de algo. Podría describirse como un sentimiento o un estado de ánimo. Decir que uno se siente triste funcionaría en este primer nivel»⁴⁴.

La primeridad no existe en el mundo de los conceptos, es un sentimiento o presentimiento de la posibilidad de la existencia misma. La primeridad es una de las reflexiones más complejas y profundas planteada por Peirce, ya que para entenderla, no deberíamos ni siquiera pensarla, es una idea que no puede ni debe ser explicada. La primeridad no es tangible, medible ni calculable, es un concepto abierto e indeterminado, es una cualidad indefinida de la realidad.

Tal vez la experiencia más cercana a la primeridad que todos hemos sentido, pero que, lamentablemente, no nos queda el recuerdo consciente, es nuestra propia vida durante las primeras semanas de recién nacidos, en donde, al no existir razonamiento, palabras, lenguaje, ideas o experiencias previas sobre lo que estamos sintiendo, nuestro ser, para decirlo de alguna manera, se conecta con el fluir de la energía universal. Cuando el pensamiento, las palabras y el lenguaje aparecen, la experiencia de primeridad se desvanece.

Experiencias trascendentales como la meditación, el ayuno, la danza, o el uso de sustancias o plantas medicinales, pueden en algún momento conectar nuestra conciencia a la primeridad. Recordemos que Peirce era alcohólico y en sus últimos años de vida también consumía morfina, lo cual posiblemente, pudo haberlo llevado a sentir de cerca la experiencia misma de primeridad como un nivel puro de conciencia.

44 Crow, David, *No te creas una palabra, una introducción a la semiótica*, Barcelona, Ed. Promopress, 2008, p. 34.

La Primeridad es una categoría o correlato del pensamiento humano que comprende las cualidades generales de todas las cosas. Estas cualidades «son determinaciones generales y eternas, únicas pero parciales, sensaciones vagas, potenciales, simples similitudes o identidades incompletas sin identidad. Las cualidades se funden entre sí, cada una es lo que es en sí misma sin ayuda de las demás»⁴⁵.

En resumen, desde un punto de vista didáctico y descriptivo, podemos decir que la primeridad es el inicio, la primera impresión, la sensación de que algo existe como signo. «Es todo cuanto tiene posibilidad de ser real o imaginario. Esta pura posibilidad aunque indeterminada todavía, es la que permite después la concreción de todos los seres»⁴⁶. La primeridad es un correlato que comprende todo lo abstracto, lo no conocido, la posibilidad pura de que existe la realidad. Es una sensación, un presentimiento, un sentimiento antes de ser pensado. No tiene palabras para ser explicada, y ni siquiera tiene que ser explicada sino vivida.

Segundidad

Peirce llamó segundidad a todo lo que pertenece al nivel del mundo físico y material. Esta categoría o correlato se aleja del tema ontológico y metafísico de la primeridad para conectarse con las cosas reales, es decir, con la presencia material del mundo captado por los sentidos. Recordemos nuevamente la metáfora de cuerpo, mente y espíritu; En este caso, la segundidad corresponde al cuerpo, es decir, la presencia física de todo lo que compone la sustancia material de nuestro ser. Si la primeridad es el sentimiento, la segundidad es la experiencia, la conexión sensorial con el mundo físico de la energía y la materia, que puede ser medida, calculada, descrita, enumerada y comprobada.

Por otro lado, entendamos que la segundidad es una categoría que se refiere también a todos los hechos reales, en otras palabras, los acontecimientos de la realidad. La segundidad como correlato en relación a los signos «es el nivel de los hechos, la relación física entre una cosa y otra»⁴⁷.

Esta categoría abarca todo lo realizado, lo que ocurre, lo concretizado, las evidencias y pruebas de la existencia de las cosas, es decir, la segundidad es el conjunto de todos los fenómenos existentes.

45 Rodríguez, Alejandro, *Introducción a la teoría semiótica de Charles Peirce*, México, (s.e), 2004, p.12.

46 Zecchetto, Victorino y otros, *Seis semiólogos en busca del lector*, Tomo I, Quito: Ed. Abya-Yala, 2000, p. 44.

47 Crow, David, *No te creas una palabra, una introducción a la semiótica*, Barcelona, Ed. Promopress, 2008, p. 34.

La Segunda Categoría de los fenómenos comprende los hechos reales, lo acontecido, la realidad. Un acontecimiento es perfectamente individual, sucede en el tiempo. Los hechos tienen como sujeto a la materia, a las sustancias materiales. Los hechos son brutales por reaccionar y resistir. Las simples cualidades no resisten, es la materia la que resiste⁴⁸.

Finalmente, recordemos que para la semiótica, todo signo pasa por un proceso de interpretación y representación, y para esto, es necesario que exista de forma física o material para que pueda ser percibido y experimentado. Es justamente este soporte del signo el que Peirce relaciona con el correlato de segundidad.

Terceridad

La tercera categoría de la experiencia del conocimiento humano que Peirce analiza es la que él denominó como terceridad. Esta comprende el nivel de pensamiento que genera y ordena la realidad. La terceridad no se refiere ni al cuerpo ni al espíritu, sino a la mente, es decir, al ejercicio mental del razonamiento que produce el enlace lógico entre primeridad y segundidad. La terceridad es la que crea estos conceptos.

Si bien, la terceridad pertenece a un mundo inmaterial y abstracto de las ideas, ésta se fundamenta en el pensamiento y las leyes, es decir, los principios, teorías, significados y lenguaje que generamos para explicar cualquier fenómeno-signo. Si la primeridad es el sentimiento y la segundidad es la experiencia, la terceridad es el pensamiento que permite relacionar todas las demás categorías y conectarlas unas con otras para dar sentido a la existencia. «Podemos pensar en este nivel como el nivel mental. Es el nivel de las reglas generales que reúnen a los otros dos en una relación. Vincula el signo al objeto mediante una convención»⁴⁹.

Pensemos por un momento en el fenómeno de la gravedad. Esta fuerza universal existió desde el origen del universo y en definitiva no necesita ser explicada, es decir, es una posibilidad de la energía. También es un hecho real, una segundidad, puesto que puede ser medido, calculado, sentido y experimentado por nuestro propio cuerpo, la gravedad, esa fuerza que nos mantiene con los pies sobre la tierra. Y tercero, la gravedad es una ley, un significado, y un concepto, una teoría que pasa por el nivel racional y que necesita ser pensada y explicada.

48 Rodríguez, Alejandro, *Introducción a la teoría semiótica de Charles Peirce*, México, (s.e), 2004, p.12.

49 Crow, David, *No te creas una palabra, una introducción a la semiótica*, Barcelona, Ed. Promopress, 2008, p. 34.

La terceridad consiste en pensar en la realidad, ya no es una posibilidad ni tampoco un hecho real, es una idea, un concepto, una ley o convencionalismo social que da sentido a las cosas. La terceridad «está formada por las leyes que rigen el funcionamiento de los fenómenos, es una categoría general que da validez lógica y ordena lo real»⁵⁰. En otras palabras, la terceridad es el nivel que explica el funcionamiento de los fenómenos de la realidad.

La Tercera Categoría de los fenómenos consiste en aquello que llamamos leyes cuando se contemplan solo desde el exterior, pero que cuando reflexionamos sobre ellas llamamos pensamiento. Los pensamientos no son ni cualidades ni hechos, pueden ser producidos y crecer, tener razones buenas o malas. Son generales porque se tienen y se comparten, se refieren a todas las cosas posibles y no simplemente a las que existen. La ley determina de qué manera se caracterizan los hechos que pueden ser, pero que no pueden haber ocurrido nunca todos. La ley requiere un tipo peculiar de sujeto, el pensamiento o, como se suele denominarla, la mente. La ley es algo alejado a la vez de la cualidad y de la acción como están alejadas éstas entre sí⁵¹.

Primeridad, segundidad y terceridad constituyen un modelo de teoría sobre el pensamiento humano, son correlatos que desde un punto de vista filosófico, nos ayudan a reflexionar acerca de la realidad la cual, según Peirce, comprende la idea de ser una pura posibilidad o cualidad, convirtiéndose también en hechos reales y físicos para finalmente ser traducida en ideas, leyes, conceptos y teorías. Lo importante es entender a estos correlatos como un fenómeno continuo, dinámico, fluido y sobre todo infinito, en donde no tiene sentido pensar en un principio o en un final. Esta tríada no tiene un orden específico y su síntesis es el resultado de tres categorías que se funden en una misma cosa, y que también se aplican al momento de describir y analizar el signo, como veremos posteriormente.

50 Zecchetto, Victorino y otros, *Seis semiólogos en busca del lector*, Tomo I, Quito: Ed. Abya-Yala, 2000, p. 45.
51 Rodríguez, Alejandro, *Introducción a la teoría semiótica de Charles Peirce*, México, (s.e), 2004, p.14.

El signo según Peirce

Posiblemente, una de las frases más trascendentes de Charles S. Peirce en relación a la semiótica es aquella que usa para referirse al signo. El signo, dice Peirce, «Es algo que, para alguien, representa o se refiere a algo en algún aspecto o carácter. Se dirige a alguien, esto es, crea en la mente de esa persona un signo equivalente, o, tal vez, un signo aún más desarrollado»⁵².

Sintetizando la cita anterior, podemos decir que el signo es algo que está en lugar de algo, por algo y para algo. No hay definición más acertada para comprender el fenómeno semiótico y la existencia de los signos en general. Y nuevamente, podemos ver en esta definición la influencia de su filosofía triádica. Por ejemplo, cuando Peirce dice que el signo es algo, está proponiendo la idea de posibilidad (primeridad). La palabra algo es de naturaleza indefinida, indeterminada, y la usamos justamente cuando no podemos encontrar palabras para nombrar una cosa.

Todo signo está en lugar de algo, esta es una ley o condición fundamental del mundo de los signos. Los signos representan a las cosas y a los hechos reales, (segundidad) es decir, siempre habrá algo a lo cual el signo se refiera y que sustente su propia existencia. Por último, todo signo es una terceridad, puesto que existe por alguna ley o razón, es decir, tiene que ser interpretado por alguien ya que el signo es una representación por la cual alguien puede mentalmente remitirse a un objeto. De esta manera, el signo existe y se crea nuevamente en la mente de las personas, y este nuevo signo será también resultado de las ideas, las experiencias y el contexto de cada uno para ser representado e interpretado, sin un principio ni un final.

Un representamen es el primer correlato de una relación triádica; el segundo correlato se llamará su Objeto, y el posible Tercer Correlato se llamará su Interpretante, por cuya relación triádica el posible Interpretante es determinado para ser el Primer Correlato de la misma relación triádica con el mismo Objeto, y para algún posible Interpretante. Un signo es el Representamen del cual algún Interpretante es una cognición de alguna mente⁵³.

De esta manera, Peirce plantea su teoría del signo, y para definir este fenómeno, sugiere una subdivisión del mismo en tres niveles distintos que él los llamó

52 Peirce, Charles, S, *La ciencia de la semiótica*, Buenos Aires, Nueva Visión, 1986, p. 22.

53 Peirce, *La ciencia de...*, pp. 28-29.

representamen (algo), objeto (en lugar de algo) e interpretante (por algo y para algo). En resumen, el signo debe ser entendido bajo esta relación de continuidad entre estos tres niveles.

El representamen

Entendamos por Representamen al primer nivel del signo (Primeridad), es decir el algo que está en lugar de algo. El representamen es un estímulo, es la representación de algo. Es el signo en relación con el signo mismo, la expresión que muestra alguna cosa. El representamen es una posibilidad, una cualidad pura del signo, es una realidad teórica y mental.

«Un Signo o Representamen presente, representa con diferentes recursos a un objeto ausente, sus referentes, una posibilidad»⁵⁴.

De la misma manera, Peirce propone una tricotomía para diferenciar tres niveles del representamen, estos son:

Cualisigno: Es la cualidad general y parcial de un signo, es posibilidad pura. «un puede ser así»⁵⁵. El cualisigno es un representamen indefinido, es un signo en estado de primeridad. «Un Cualisigno es una cualidad que es un signo. No puede actuar verdaderamente como un signo hasta tanto no esté formulado; pero la formulación no tiene relación alguna con su carácter en tanto signo»⁵⁶.

Sinsigno: En palabras de Peirce, un sinsigno, «involucra a un cualisigno o, en realidad, varios cualisignos. Pero esos cualisignos son de una naturaleza peculiar y solo forman un signo cuando están efectivamente formulados o encarnados»⁵⁷. Un sinsigno ya no es una posibilidad, sino un hecho real y existente (segundidad), presente por medio de sus cualidades individuales, es decir, es la presencia real o concreta del signo como cualidad general, «un es así...»⁵⁸.

54 Rodríguez, Alejandro, *Introducción a la teoría semiótica de Charles Peirce*, México, (s.e), 2004, p.19.

55 Rodríguez, *Introducción...*, p. 26.

56 Peirce, Charles, S, *La ciencia de la semiótica*, Buenos Aires, Nueva Visión, 1986, p. 29.

57 *Ibidem*.

58 Rodríguez, Alejandro, *Introducción a la teoría semiótica de Charles Peirce*, México, (s.e), 2004, p.26.

Legisigno: Es una ley que permite la representación de esas cualidades individuales, es decir, son cualidades convencionales del signo. «un debe ser así...»⁵⁹. El legisigno, es un representamen con nivel de terceridad, su existencia se da de acuerdo a las leyes y conceptos que lo validan socialmente. El legisigno se refiere al valor, a la norma o modelo que hace que los signos adquieran significado.

Cada legisigno significa por medio de una instancia de su aplicación, que puede ser llamada una Réplica de él. Así, la palabra «el» (artículo) puede aparecer de quince a veinticinco veces en una página. En todas esas ocurrencias es una única y misma palabra, el mismo legisigno. Cada una de esas instancias es una Réplica. La Réplica es un Sinsigno. En consecuencia, todo Legisigno requiere Sinsignos. Pero éstos no son Sinsignos ordinarios, como lo son los sucesos que son considerados significantes. Tampoco la Réplica sería significativa, si no fuera por la ley que la convierte en tal⁶⁰.

El Objeto

«Un Signo o Representamen, un Primero, está en lugar de un Objeto, un Segundo»⁶¹. El objeto se refiere al segundo nivel del signo (Segundidad), es decir, a los hechos y las cosas reales. Todo signo representa a algo, ese algo es lo que Peirce denomina como el Objeto del signo. El objeto es el referente real y ausente al que se refiere el representamen, es la parte material y formal del signo en relación con los otros componentes del mismo.

Pensemos por un momento en la palabra /mar/. Esta palabra está presente como signo que al leerlo nos remite mentalmente al objeto real al cual representa, (El océano, la playa, la costa, etc.). Posiblemente, en este instante, usted no se encuentra leyendo este texto a orillas del mar, así que es este signo el que nos conecta con ese referente ausente, pero representado por el signo /mar/. «El Objeto es aquello acerca de lo cual el Signo presupone un conocimiento para que sea posible proveer alguna información adicional sobre el mismo»⁶².

Según Peirce, un signo puede representar a su objeto, al menos en tres niveles diferentes:

59 Ibídem.

60 Peirce, Charles, S, *La ciencia de la semiótica*, Buenos Aires, Nueva Visión, 1986, p. 30.

61 Rodríguez, Alejandro, *Introducción a la teoría semiótica de Charles Peirce*, México, (s.e), 2004, p.23.

62 Peirce, Charles, S, *La ciencia de la semiótica*, Buenos Aires, Nueva Visión, 1986, p. 30.

Ícono: se refiere al signo que representa a su objeto por apariencia, similitud o semejanza. Es decir, el signo es análogo al objeto. «Cualquier cosa, sea lo que fuere, cualidad, individuo existente o ley, es un ícono de alguna otra cosa, en la medida en que es como esa cosa y en que es usada como signo de ella»⁶³.

Un signo ícono es aquel que imita a su objeto sin necesidad de la existencia real o no de dicho objeto. Es decir, se pueden crear signos ícono de objetos inexistentes como por ejemplo en el arte surrealista, o como en el diseño de personajes de fantasía, etc. Para Peirce, el ícono también se refiere a la imagen mental que se genera en nuestra imaginación al interpretar los signos, ya que la imaginación es icónica a nuestras experiencias de realidad.

El Ícono Semiótico imita las apariencias de su Objeto por medio de una cualidad, un existente individual o una ley, sin importar que exista o no, que sea conceptual, físico, abstracto, concreto, falso o verdadero... permite la confusión entre representación y presentación»⁶⁴.

Al ser una relación por semejanza entre un signo ícono y su objeto, ésta puede presentarse en tres niveles diferentes. Surge aquí la idea de una subclasificación triádica del ícono en tres tipos: ícono imagen, ícono diagrama e ícono metáfora.

Ya que el ícono se basa en la analogía, esta puede ser muy apegada, como en la imagen, que es casi copia de la cosa, pero nunca llega a ser copia perfecta; el diagrama tiene analogía con la cosa de manera más móvil [...]. Y la metáfora sigue teniendo analogía con la cosa o hecho que designa, pero menos clara y directa, [...] sin embargo, una buena metáfora puede ser tan representativa de algo como una fórmula suya o una casi copia suya⁶⁵.

Índice: «Un índice es un signo que se refiere al Objeto que denota en virtud de ser realmente afectado por aquel Objeto»⁶⁶. El signo índice es aquel que se relaciona con su objeto por evidencia física. El índice, tal cual la palabra nos remite, es el signo que indica, señala, apunta o dirige (como el dedo índice) al objeto al cual representa. Estos signos se relacionan directamente con el objeto en presencia o referencia real del mismo objeto. «La acción de los índices depende de asociaciones por contigüidad y no de asociaciones por parecido o de operaciones intelectuales»⁶⁷.

63 Ibídem.

64 Rodríguez, Alejandro, *Introducción a la teoría semiótica de Charles Peirce*, México, (s.e), 2004, p.26.

65 Beuchot, Mauricio. *La semiótica. Teorías del signo y del lenguaje en la historia*, México, Fondo de Cultura Económica, 2004, 139.

66 Peirce, Charles, S, *La ciencia de la semiótica*, Buenos Aires, Nueva Visión, 1986, p. 30.

67 Peirce, *La ciencia...*, p. 61.

El índice es considerado también como una huella o señal dejada por el mismo objeto al cual representa, es decir, entre el signo y el objeto existe una relación íntima, de presencia real o física, como una marca, una pista, un rastro, un vestigio o un indicio de algo.

Los signos índice tienen la facultad de llamarnos la atención, de ponernos en alerta a cerca de algo, como escuchar el ladrido de un perro, o mirar un faro de luz al horizonte.

Cualquier cosa que concentra la atención es un Índice. Cualquier cosa que nos sobresalta es un Índice, en la medida en que marca la conjunción entre dos proporciones de la experiencia. [...] Pero puede esperarse que se conectará con alguna otra experiencia⁶⁸.

Símbolo: Un símbolo «es el signo simplemente arbitrario, como las palabras; ellas, en efecto, tienen significado por una ley de convención arbitrariamente establecida»⁶⁹. El símbolo no se relaciona a su objeto por similitud o semejanza, ni tampoco por presencia o conexión física, sino que se relaciona por concepto, idea, o convención cultural. «En esta clase de signos no hay conexión lógica entre el signo y su significado. Para funcionar dependen exclusivamente de que la persona que los percibe haya aprendido la relación entre el signo y su significado»⁷⁰.



Figura 6: la palabra «signo» escrita en ruso, evidentemente requiere de conocimiento previo y contexto para interpretar esta imagen.

Un signo símbolo requiere de conocimiento previo para ser interpretado, y por lo general depende íntegramente del contexto en el cual existe. (Figura 6)

Un Símbolo es un signo que se refiere al Objeto que denota en virtud de una ley, usualmente una asociación de ideas generales que operan de modo tal que son la causa de que el Símbolo se interprete como referido a dicho Objeto. En consecuencia, el Símbolo es, en sí mismo, un tipo general o ley, esto es, un Legisigno⁷¹.

68 Peirce Charles, S, *La ciencia de la semiótica*, Buenos Aires, Nueva Visión, 1986, p. 50.

69 Zecchetto, Victorino y otros, *Seis semiólogos en busca del lector*, Tomo I, Quito: Ed.Abya-Yala, 2000, p. 57.

70 Crow, David, *No te creas una palabra, una introducción a la semiótica*. Barcelona, Ed. Promopress, 2008, p. 33.

71 Peirce, Charles, S, *La ciencia de la semiótica*, Buenos Aires, Nueva Visión, 1986, p. 31.

A pesar de la aparente complejidad del símbolo, éste, tiene gran presencia y valor en la vida cotidiana. La gran mayoría de lenguajes que aprendemos y usamos los seres humanos se basan en códigos de carácter simbólico. Todas las personas representamos e interpretamos símbolos todos los días, aprendemos a comunicarnos con ellos y son la base de la comunicación en una sociedad.

«El Símbolo es origen y destino final, está marcado por el contexto o sistema del cual emerge y simultáneamente señala hacia cuál se dirige. Sin origen ni destino, el Símbolo se pierde, no tendrá sentido ni explicación, se volverá impertinente»⁷².

Sin duda, la clasificación propuesta por Peirce para determinar la relación entre los signos y los objetos a los cuales representa es muy útil al momento de referirnos a los signos visuales. Pero también, esta clasificación nos permite determinar los distintos signos que podemos percibir con otros sentidos. Así tenemos, por ejemplo, íconos auditivos como las onomatopeyas o los efectos de sonido, índices como la sirena de una ambulancia, o símbolos como el lenguaje oral. Lo mismo sucede en el caso de nuestra percepción táctil en la que podemos encontrar íconos como pieles sintéticas, índices como texturas reales, y símbolos como el lenguaje braille.

El Interpretante

Por último, en esta tríada está el Interpretante, entendido por Peirce como el tercer nivel del signo (terceridad), en otras palabras, la representación del signo que se crea en nuestra mente, un nuevo signo, que como sabemos ya, puede ser equivalente al signo percibido o inclusive más desarrollado.

El interpretante se refiere al «Pensamiento y representación, el análisis del signo creado en la mente del agente semiótico que percibe el Signo, El Interpretante y sus signos nuevos [...] Un pensamiento consecuente que relaciona al Representamen con el Objeto»⁷³.

⁷² Rodríguez, Alejandro, *Introducción a la teoría semiótica de Charles Peirce*, México, (s.e), 2004, p.68.
⁷³ Rodríguez, *Introducción...*, p.28.

El interpretante se refiere al significado (Saussure) es decir a las ideas, las leyes, lo inmaterial del signo. «No hay que imaginar al interpretante como una persona que lee el signo, sino que se trata únicamente de la repercusión de dicho signo en la mente. La noción de interpretante, según Peirce, encuadra perfectamente con la actividad mental del ser humano, donde todo pensamiento no es sino la representación de otro»⁷⁴.

Al igual que con el Representamen y el Objeto, Peirce propone una subdivisión del interpretante en tres niveles que «recobrarían los clásicos elementos de la lógica: el término, el enunciado y el argumento (o desde el lado epistemológico, concepto, juicio y raciocinio)»⁷⁵.

La verdad es que la noción de interpretante se propone en el pensamiento de Peirce como tercer elemento de mediación, en cualquier relación triádica que implique un primero y un segundo, ya que la relación triádica es una constante metafísica y ontológica del universo físico y mental, y no únicamente una organización semiótica; por esto existe interpretante cada vez que hay mediación, tanto si esta mediación está provocada por otro signo o por una idea en sentido platónico, por una imagen mental, por una definición o por la relación de necesidad que liga la inferencia que interviene con la premisa que la ha permitido⁷⁶.

Rema: Es la idea o ley general que hacemos de un signo. Su interpretación se limita a un nivel puramente descriptivo.

Un Rema es un Signo que, para su Interpretante, es un Signo de Posibilidad cualitativa, vale decir, se entiende que representa tal o cual clase de Objeto posible. Un Rema puede, quizás, proporcionar alguna información; pero no se interpreta que la proporciona. [...] es un signo que se entiende como representación de su Objeto solamente en sus caracteres⁷⁷.

Dicente: llamado también Dicisigno, se refiere a la idea o ley particular que hacemos de un signo. Su interpretación es más específica, a manera de una proposición o una asociación de ideas.

74 Zecchetto, Victorino y otros, *Seis semiólogos en busca del lector*, Tomo I, Quito: Ed. Abya-Yala, 2000, p. 51.

75 Beuchot, Mauricio, *La semiótica. Teorías del signo y del lenguaje en la historia*, México, Fondo de Cultura Económica, 2004, p.139.

76 Eco, Umberto. *El signo*. versión digital, www.microclima.net/files/librosignounumbertoeco.pdf, 2013, p. 164.

77 Peirce, Charles, S, *La ciencia de la semiótica*, Buenos Aires, Nueva Visión, 1986, p. 31.

Un Signo Dicente es un Signo que, para su Interpretante, es un Signo de existencia real. [...] Es un signo que se entiende representa a su objeto con respecto a la existencia real⁷⁸.

Argumento: Es una idea más desarrollada y razonada que hacemos de un signo. Su interpretación se basa en silogismos, es decir, en argumentos lógicos con un fuerte nivel de reflexión interpretativa. «Un Argumento es un Signo que, para su Interpretante, es un Signo de ley. [...] es un Signo que se entiende representa a su Objeto en su carácter de Signo»⁷⁹.

En resumen, y retomando la visión lógica que tenía Peirce, podemos sintetizar la clasificación de los signos propuesta por este autor en la siguiente Tabla:

LA SEMIÓTICA DE PEIRCE	Correlatos	Primeridad Presentimiento Posibilidad Cualidad	Segundidad Materia Hecho real Lo físico	Terceridad Idea Pensamiento Lo mental
	El signo	Es algo	Que está en lugar de algo	Por algo y para algo
	Niveles del signo	Representamen Posibilidad Cualidad pura del signo	Objeto Hecho material Referente real y ausente del signo	Interpretante Razón o ley Interpretación mental de los signos Un nuevo signo igual o más desarrollado
Primeridad Presentimiento Posibilidad Cualidad	Niveles del representamen	Cualisigno Posibilidad pura "puede ser así"	Ícono El signo se relaciona con su objeto por semejanza	Rema Interpretación general de un signo
Segundidad Materia Hecho real Lo físico	Niveles del objeto	Sinsigno Posibilidad real "es así"	Índice El signo se relaciona con su objeto por evidencia física	Disente Interpretación particular de un signo
Terceridad Idea Pensamiento Lo mental	Niveles del interpretante	Legisigno Concepto de posibilidad "debe ser así"	Símbolo El signo se relaciona con su objeto por concepto, idea, convención cultural	Argumento Interpretación personal, razonado y desarrollada de un signo

Tabla 3: En esta tabla podemos ver la relación que existe entre el concepto de signo con los correlatos de primeridad, segundidad y terceridad. Así mismo, se evidencia la relación que estos correlatos tienen con los niveles del signo (representamen, objeto e interpretante) y sus tricotomías. Fuente propia.

78 Ibídem.
79 Ibídem.

La Semiosis

Recordemos que a Charles S. Peirce se lo conoce también como uno de los fundadores del pragmatismo (ver pág. 60) y como fiel defensor de dicha corriente filosófica, Peirce consideraba que el valor, la utilidad y la función de la semiótica está en la práctica. De ahí surge el término semiosis para referirse a la acción misma de poner en práctica la semiótica. La semiosis es pues la sucesión que se manifiesta entre tres elementos, un Signo, un Objeto y un Interpretante.

En fin, más allá del signo definido teóricamente, existe el ciclo de la semiosis, la vida de la comunicación, y el uso y la interpretación que se hace de los signos; está la sociedad que utiliza los signos, para comunicar, para informar, para mentir, engañar, dominar y liberar⁸⁰.

Todo pensamiento es la representación de otro. Esta constante transformación del signo en otros signos sin importar su nivel de complejidad se conoce como semiosis, y es un proceso interactivo que se produce entre los signos y quienes los interpretamos, es decir, entre el signo y el «agente semiótico»⁸¹.

La semiosis es el proceso infinito y continuo de representar e interpretar los signos, es en esencia interactuar con la realidad-signo, y es un fenómeno cotidiano que en definitiva nos permite desarrollar nuestra vida en la sociedad dando sentido y significación a todo lo que nos rodea.

El interpretante que resulta en nuestra mente a partir del primer representamen puede entonces convertirse en un nuevo signo y disparar una cadena infinita de asociaciones en la que el interpretante de una secuencia se convierte en el representamen de la siguiente [...] El significado de los signos quedará afectado por el trasfondo del lector, su pasado, educación, cultura y experiencia tendrán peso en la manera en que se interprete el signo⁸².

80 Eco, Umberto. *El signo*. versión digital, www.microclima.net/files/librosignombertoeco.pdf, 2013, p. 20.

81 Rodríguez, Alejandro, *Introducción a la teoría semiótica de Charles Peirce*, México, (s.e), 2004, p.28.

82 Crow, David, *No te creas una palabra, una introducción a la semiótica*. Barcelona, Ed. Promopress, 2008, p. 36.

Conclusiones

No hay duda que el aporte de Peirce al mundo de los signos es invaluable para el desarrollo de la semiótica. Su visión particular de esta ciencia desde un enfoque filosófico, propone ideas altamente creativas sobre el entendimiento de las leyes que rigen a los signos.

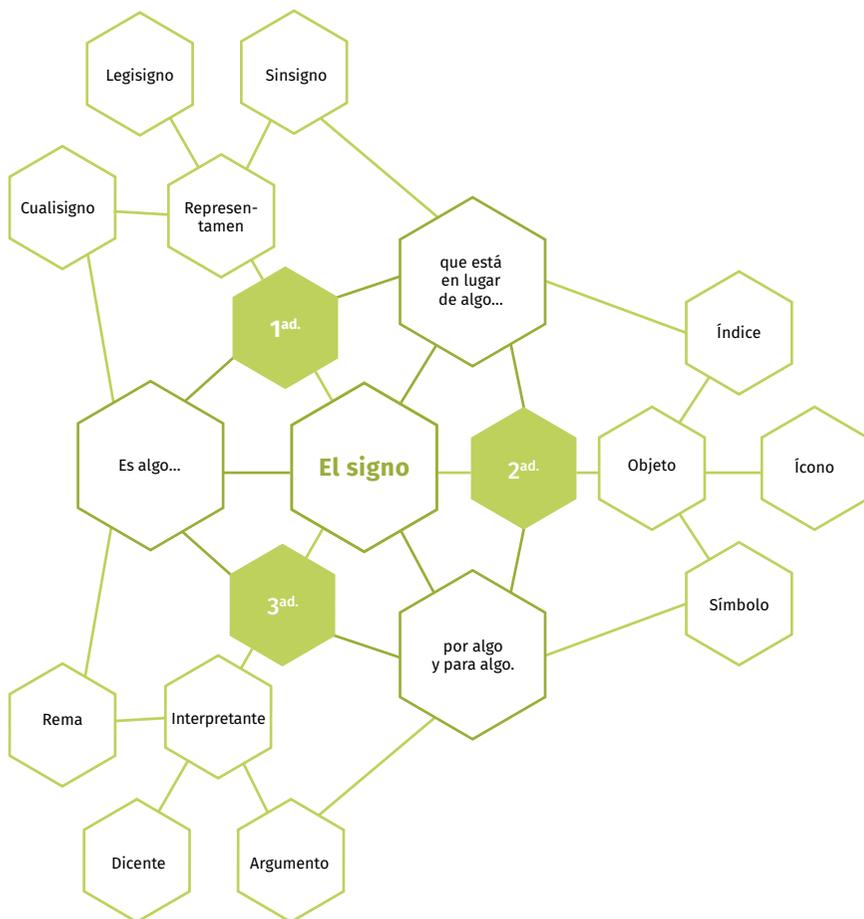
Su concepto de realidad triádica, a más de aportar a la descripción semiótica del signo, sintetiza también el proceso del conocimiento de los seres humanos, evidenciando que tanto lo científico como lo ontológico forman parte de nuestra experiencia vital. Peirce demostró que la ciencia también puede estar enriquecida de ideas que no necesariamente merecen una explicación racional, medible o calculable.

Cabe destacar la organicidad de la semiótica de Peirce en relación con el conjunto de su pensamiento filosófico. Se trata, en efecto, de una construcción teórica perfectamente coherente con las ideas y el contexto global de la filosofía que la sustenta⁸³.

Su concepto de semiosis como el proceso práctico y real de la semiótica, aportó al desarrollo de la corriente filosófica pragmatista, que propuso nuevas formas de interpretar la realidad. La teoría de Peirce ha servido como aporte indiscutible para enriquecer las ideas sobre la filosofía de la comunicación y los signos.

Por último, podemos decir que Peirce desarrolló una teoría muy compleja capaz de analizar semióticamente a la realidad misma y a todo lo que la genera, es una teoría muy útil que hasta el día de hoy nos permite enfrentarnos a los signos con argumentos mucho más profundos y creativos.

83 Zecchetto, Victorino y otros, *Seis semiólogos en busca del lector*, Tomo I, Quito: Ed. Abya-Yala, 2000, p. 67.



Propuesta de cuestionario y ejercicios

A continuación se muestra un ejemplo de aplicación de análisis con el uso de la teoría semiótica de Peirce, con el objeto de evidenciar la manera en la que dicha teoría adquiere valor en la práctica, al momento de generar discursos y reflexiones sobre los signos visuales cualquiera que estos sean. Por último, se propone también un ejemplo de cuestionario de evaluación y un ejercicio práctico en los que se pondrá a prueba los conocimientos adquiridos en este capítulo.

Ejemplo de análisis semiótico usando la teoría de Charles S. Peirce

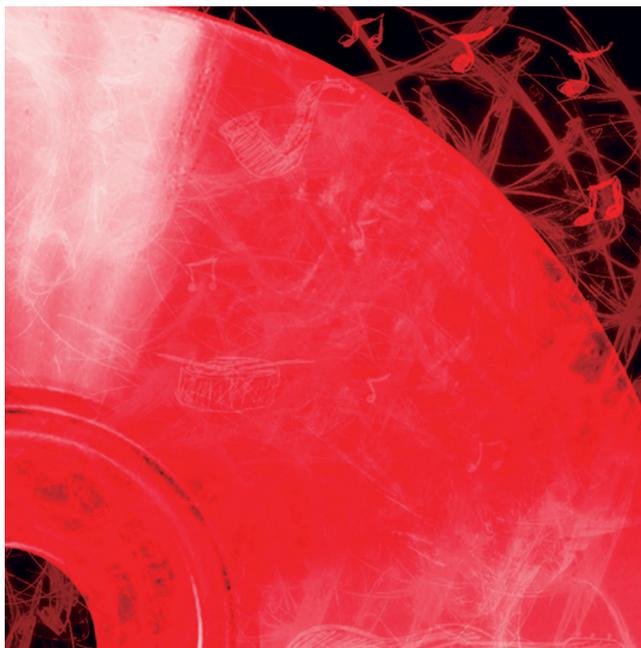


Figura 7: Edwin Tenesaca, sin título, fotomontaje digital, Estudiante de 7º ciclo en la Escuela de Diseño, Universidad de Cuenca, 2013

La imagen como Representamen:

Para comenzar este análisis, recordemos que la teoría semiótica de Pierce se caracteriza por entender al signo como una unidad formada por distintos momentos que se construyen y se complementan entre sí. La subdivisión de niveles y conceptos del signo se articula con su filosofía triádica en donde primeridad, segundidad y terceridad se relacionan entre sí para dar sentido a la existencia de un signo.

Volviendo a la figura 7, recordemos también que estamos ante algo que está en lugar de algo, por algo y para algo. En este sentido, ese algo es un signo o representamen de carácter visual. La posibilidad (primeridad) de la existencia de este signo, por un lado, es la posibilidad de lo visual. La experiencia y la impresión de la luz, la cualidad de la energía electromagnética que permite la posibilidad de la existencia de la imagen que vemos. Al mirar esta imagen como un cualisigno, estamos, por ejemplo, ante la posibilidad y cualidad de la luz, del color, del contraste, de la posibilidad de existencia de las líneas y planos que hacen que este signo sea percibido por nuestra mirada.

Por otra parte, este representamen entendido como Sinsigno, se puede describir como la presencia real de una percepción visual, la existencia y evidencia del color rojo, en contraste con el blanco y el negro, la presencia de planos curvos, de líneas libres, aleatorias y desordenadas.

Por último, si observamos esta imagen y la entendemos como un legisigno, podemos resaltar la razón de la existencia de la luz, a diferencia de otras manifestaciones de energía, como el sonido o los sabores. La ley de la armonía y el contraste, o la relación entre fondo y figura para diferenciar la presencia de distintos elementos que componen dicha imagen. Además de esto, consideremos también la presencia de las líneas y planos, entendidos como herramientas del lenguaje visual que permiten la configuración de dicha imagen.

La imagen-signo en relación a su Objeto:

En esta imagen, la relación entre el objeto y los signos visuales que la componen se presenta en tres niveles:

Como ícono, ya que en la imagen podemos ver una fotografía de la cuarta parte de un CD de audio digital, y sobre su superficie, se encuentran dibujados con líneas blancas muy ralas un saxofón, un tambor y sus baquetas y el perfil de una guitarra acústica. Estas imágenes son icónicas pues representan a esos objetos por similitud o apariencia.

Como imagen índice resalta la presencia de líneas y manchas en forma aleatoria sobre la superficie del CD, que son la presencia física de rayones y marcas en la superficie del objeto causadas por el contacto con otras superficies. Estas marcas son signos índice pues se representan por evidencia física del uso que se le ha dado a este objeto durante el tiempo.

Por último, como imágenes símbolo, podemos ver signos musicales como corcheas y semicorcheas distribuidas aleatoriamente en la escena, tanto en el fondo como en el objeto, que al igual que las imágenes ícono, se funden con la forma y textura que tienen los rayones de la superficie del CD. Estas imágenes son símbolos, pues representan al sonido musical por concepto y convención cultural.

La imagen-signo como Interpretante:

Observemos que todas las descripciones hechas anteriormente de esta imagen ya son de alguna manera un interpretante del signo analizado. Esto demuestra una vez más, que tanto el representamen como el objeto y el interpretante, son niveles que se funden para explicar el signo como una unidad. En este apartado, trataremos de realizar una interpretación que explique las diferencias entre los tres niveles propuestos por Peirce: rema, dicente y argumento.

El signo como rema: La presencia como signo de una imagen visual, configurada por planos curvo de color rojo y negro; líneas finas de ritmo libre y formas aleatorias de color blanco y rojo, todo esto en un formato cuadrado.

El signo como dicente: Esta imagen es un fotomontaje digital en la que se puede ver la cuarta parte de la superficie rayada de un CD de audio, y sobre esta superficie, un montaje de figuras hechas con líneas de color blanco: un saxofón, un tambor con sus baquetas y el perfil de una guitarra. También aparecen, tanto en el fondo de color negro como en la figura del CD, la representación de notas musicales. Todo esto, saturado en un tono de color rojo.

El signo como argumento: Al observar esta imagen y los elementos que la configuran, un CD de audio, notas musicales y dibujos de instrumentos musicales, podemos decir que, en términos generales, el concepto que quiere transmitir este signo (...por algo y para algo, la razón de la existencia de este signo) es el de la música.

La superficie de un CD llena de rayones, nos remite a la experiencia de escuchar nuestra música favorita en los discos que más amamos, que son los discos más usados y escuchados y por consiguiente más deteriorados y marcados, justamente por el uso intenso que hacemos de ellos. La música es una experiencia sonora y audible, que en esta imagen bien se la ha podido traducir a un lenguaje visual.

La inclusión de dibujos que, simulando los rayones del CD, crean la presencia de instrumentos musicales como un saxofón, un tambor redoblante y una guitarra acústica, instrumentos que son fáciles de identificar e inclusive a manera de estereotipo representan en este caso la presencia de la música en los objetos con los cuales se la ha producido, para luego ser registrada en este CD, un registro de carácter digital, una transformación de la energía sonora en ceros y unos, una técnica contemporánea de registro del audio, que a diferencia de las técnicas analógicas, por ejemplo los discos de vinilo, los mismos rayones y marcas son los que la música deja en el material para ser amplificada por la aguja, en este caso, los rayones recuerdan esa experiencia analógica de la música en oposición a los formatos digitales.

Por último, la presencia de las notas musicales, los símbolos que traducen al sonido en lenguaje de códigos visuales, también refuerzan la presencia de la música en esta imagen, la música que puede mover los sentimientos más profundos, representados con ese color rojo intenso que hace de la imagen un signo muy sugestivo y provocador.

Propuesta de cuestionario de evaluación

- ¿Qué entiende usted por pragmatismo?

.....

.....

- ¿Qué entiende usted por primeridad?

.....

.....

- ¿Qué entiende usted por segundidad?

.....

.....

- ¿Qué entiende por terceridad?

.....

.....

• ¿Qué es el signo según Peirce?

.....
.....

• ¿Qué entiende usted por representamen?

.....
.....

• ¿Qué entiende usted por El Objeto?

.....
.....

• ¿Qué entiende por interpretante?

.....
.....

• Enumere y explique las partes del representamen

.....
.....

• Enumere y explique las partes del objeto

.....
.....

• Enumere y explique las partes del interpretante.

.....
.....

• ¿Qué entiende por semiosis?

.....
.....

• Escriba tres conclusiones sobre la semiótica de Peirce

.....
.....
.....

Propuesta de ejercicios prácticos

Ejercicio 1: Determinar ejemplos de signos ícono índice y símbolo.

Descripción: Se formarán grupos de trabajo de 3 personas.

Cada grupo discutirá sobre posibles ejemplos de signos en base a su naturaleza perceptiva y a su relación que éstos tengan con el objeto al cual representan. Los ejemplos se clasificarán de la siguiente manera:

- Tres ejemplos de íconos, índices y símbolos visuales.
- Tres ejemplos de íconos, índices y símbolos auditivos.
- Tres ejemplos de íconos, índices y símbolos gustativos.
- Tres ejemplos de íconos, índices y símbolos olfativos.
- Tres ejemplos de íconos, índices y símbolos táctiles.

Tipos de signos por su naturaleza perceptiva	Signos visuales	Signos auditivos	Signos táctiles	Signos gustativos	Signos olfativos
Ícono					
Índice					
Símbolo					

Ejercicio 2: Creación de signos ícono índice y símbolo.

Descripción: Realizar un tríptico fotográfico en el que a un mismo objeto se lo convierte en imagen ícono índice y símbolo.





La semiología de Roland Barthes

La semiología no es para mí una causa; no es para mí una ciencia, una disciplina, una escuela, un movimiento con el que identifico mi propia persona [...] ¿Qué es, entonces, para mí, la semiología? Es una aventura... ROLAND BARTHES

Influenciado por el pensamiento de Ferdinand de Saussure, Roland Barthes propone una teoría crítica y subversiva sobre la semiología, y rescata el poder de esta ciencia para entender el contexto cada vez más complejo de mediados del siglo XX. Siguiendo la corriente estructuralista (ver pág. 34), este autor desarrolla el debate teórico sobre la semiología con una innovación extraordinaria, dándole mayor presencia al receptor, es decir, al agente semiótico que interpreta los signos, ya que éste también forma parte esencial de una estructura semiótica o sistema de significación.

Para Barthes, la ciencia de los signos abarca mucho más que la construcción de las palabras y sus representaciones. La semiología comprende todos los sistemas de signos cualesquiera que sean sus contenidos o límites. Imágenes, sonidos, gestos y objetos son todos ellos partes de sistemas que tienen significados semióticos⁸⁴.

En este capítulo, se revisarán los conceptos claves de este autor tales como el mito y el metalenguaje, el sentido y la forma, la retórica, el signo y los sistemas de significación, el discurso denotativo y connotativo, el código y el mensaje, entre otros.

⁸⁴ Crow, David, *No te creas una palabra, una introducción a la semiótica*. Barcelona, Ed. Promopress, 2008, p. 56.

La semiología y su aplicación práctica

Barthes estudia el significado. Y, además, estudia cómo hacemos inteligible o significativo lo cotidiano. Cómo hacemos significativo lo insignificante. Por eso analiza sobre todo lo no dicho, o lo que queda implícito o atemático⁸⁵.

Una de las principales características de la semiología de Barthes es su conexión con su realidad, su contexto y su vida misma. El interés más grande que él tenía a cerca de la semiología, era el uso que podíamos hacer de esta ciencia al momento de enfrentarnos al universo de los signos. Las sociedades se asientan en sistemas estructurados de signos, por consiguiente, se puede interpretar una sociedad al interpretar los signos que dicha sociedad ha creado.

Al igual que Saussure, Roland Barthes aceptaba la idea de que el lenguaje oral y escrito conforman el sistema de signos estructurado más importante de una sociedad, sin embargo, la aparición y la popularización de nuevos lenguajes experimentales que poco a poco se consolidaban y que estaban revolucionando el mundo de la fotografía, el cine, la publicidad, el arte, la música, los objetos de consumo masivo, etc., anunciaban a los críticos que dichos lenguajes no podían ser dejados de lado por la semiología ya que, nuevamente, todo producto de una cultura no es más que un signo que la representa.

La semiología no podría ser tratada didácticamente hasta que estos sistemas hayan sido reconstruidos empíricamente. Sin embargo, para llevar a cabo este trabajo hay que disponer de cierto saber. Círculo vicioso del que hay que salir mediante una información preparatoria, que no puede ser sino, a la vez, tímida y temeraria: tímida, porque el saber semiológico no puede ser actualmente más que una copia del saber lingüístico; temeraria, porque este saber tiene que aplicarse ya, por lo menos como proyecto a objetos no lingüísticos⁸⁶.

Barthes usó la semiología para conocer, entender y criticar la cultura y la sociedad occidental moderna. Sus obras comprendían interesantes análisis semiológicos de la vida cotidiana, como la publicidad, la fotografía, los productos de

85 Beuchot, Mauricio, *La semiótica. Teorías del signo y del lenguaje en la historia*, México, Fondo de Cultura Económica, 2004, p. 163.

86 Barthes Roland, *La Aventura semiológica*, Barcelona, Ed. Paidós, 1993, p.20.

consumo, de entretenimiento, la moda, la comida, etc. «Su camino, su medio y sus instrumentos son semiológicos, cuando reflexiona sobre los imaginarios de la sociedad y de la cultura y, aún en el momento final, cuando lo hace sobre la gran diversidad de voces (esos múltiples códigos) que atraviesan los textos»⁸⁷.

Signos naturales y signos culturales

En su aventura por el mundo de los signos, Roland Barthes se encontró con que muchos de ellos han llegado a tal grado de convención, que los creemos inclusive naturales, innatos en nosotros, como parte del instinto que tenemos como seres humanos.

Recordemos que los signos únicamente existen como producto de una sociedad, siendo estos, a su vez, los que la crean y la representan. Al ser este un principio semiológico, queda claro que la naturaleza no crea signos, somos los seres humanos los que vemos a la naturaleza como un signo, el solo hecho de nombrarla como /naturaleza/ es haber creado un signo de ella.

Barthes demuestra en sus obras que al parecer, todos los significados obvios que damos de nuestra cotidianidad, son cuidadosamente construidos por nuestra cultura y sobre todo por las instituciones de poder que la rigen. La sociedad está llena de signos aparentemente naturales, sin embargo todas nuestras actividades se reducen a convenciones culturales aprendidas y usadas en un contexto determinado.

Pensemos por un momento en los sistemas de signos que usamos cotidianamente. El uso constante de ciertos signos, hace que fluyan con naturalidad (hablar, escribir, saludar, vestirse, servir la mesa, hacer una llamada por celular, etc.) recordemos que para todos estos sistemas, hemos pasado por un arduo trabajo de enseñanza, aprendizaje, prueba y error, es decir, son un conjunto de convenciones culturales que responden a un determinado contexto. Sin embargo, este uso intenso y cotidiano de signos hace que adquieran cierto carácter de naturalidad. Este fenómeno es usado por las instituciones de poder como la religión, los gobiernos, la prensa y la publicidad quienes al repetir constante e insistentemente sus signos, nos convence de que el uso de los mismos debe ser natural y obligatorio para todos.

87 Zecchetto, Victorino y otros, *Seis semiólogos en busca del lector*, Tomo I, Quito: Ed. Abya-Yala, 2000, p. 28.

«No hay entonces para Barthes signos naturales, todos son culturales aunque el establishment, las instituciones pretendan naturalizar los signos a través del lenguaje»⁸⁸.

El mito según Barthes

Se me objetarán mil otros sentidos de la palabra mito. Pero yo he buscado definir cosas y no palabras. Roland Barthes

Una de las herramientas de análisis semiótico que Barthes implementó para desenmascarar la supuesta naturalidad de los signos es la idea del mito. El mito es un relato y por consiguiente un sistema de comunicación y significados. Es una creencia, un mensaje específico que puede ser manifestado por cualquier tipo de lenguaje. Recordando a Saussure y su dualidad lengua/habla, el Mito para Barthes es un Habla, es decir, al convertir las cosas a un estado de lenguaje, pasan automáticamente al universo de las convenciones sociales, al universo de los mitos. «El mito no es un objeto ni un concepto ni una idea, sino que como habla no es otra cosa que el modo de significación de una forma»⁸⁹. En el momento de hablar de las cosas, en otras palabras, en el momento que convertimos a las cosas en signos, empezamos a generar mitos sobre ellas. Todo tipo de lenguaje, dice Barthes, puede servir de soporte para el habla mítica.

Por lo tanto, en adelante entenderemos por lenguaje, discurso, habla, etc., toda unidad o toda síntesis significativa, sea verbal o visual; para nosotros, una fotografía será un habla de la misma manera que un artículo de periódico. Hasta los objetos podrán transformarse en habla, siempre que signifiquen algo⁹⁰.

Esta reflexión nos da a entender claramente la idea de que todo signo representa a la realidad, y al ser una representación se transforma y crea una nueva realidad de aquello representado. Esa nueva realidad, esa nueva existencia es la que se puede definir bajo el concepto del mito.

88 Zecchetto, Victorino y otros, *Seis semiólogos en busca del lector*, Tomo I, Quito: Ed. Abya-Yala, 2000, p. 79.

89 Zecchetto, *Seis semiólogos...*, p. 82.

90 Barthes, Roland, *Mitologías*, México, Siglo XXI, 2009, p.109.

¿Entonces, todo puede ser un mito? Sí, yo creo que sí, porque el universo es infinitamente sugestivo. Cada objeto del mundo puede pasar de una existencia cerrada, muda, a un estado oral, abierto a la apropiación de la sociedad, pues ninguna ley, natural o no, impide hablar de las cosas⁹¹.

El lenguaje y el metalenguaje

Recordemos que uno de los fundamentos de la semiología está, según Saussure, en entender al signo como la interacción que existe entre el significante y el significado. Esta es la idea que permite a Barthes sustentar su teoría sobre el mito, entendido como un lenguaje articulado de signos, como un sistema semiológico:

Mientras el lenguaje común me dice simplemente que el significante expresa el significado, en cualquier sistema semiológico no nos encontramos con dos, sino con tres términos diferentes. Lo que se capta no es un término por separado, uno y luego el otro, sino la correlación que los une: tenemos entonces el significante, el significado y el signo, que constituye el total asociativo de los dos primeros términos⁹².

Un metalenguaje, es aquel lenguaje que hablan sobre el lenguaje mismo o sobre otro lenguaje. Ese otro lenguaje, llamado lenguaje objeto, a su vez, puede ser entendido como metalenguaje de sistemas de significación más simples. Un metalenguaje puede ser igual a su lenguaje objeto, por ejemplo, un libro que hable de otro libro, o puede ser representado por diferentes metalenguajes. Una película que hable sobre un libro, o una poesía convertida en canción. Por lo general, es el lenguaje oral y escrito el que nos permite usar a la semiología como un metalenguaje y así poder reflexionar sobre los signos entendidos como lenguajes objeto que a su vez son un metalenguaje de estructuras más simples.

Esta es la razón por la cual Roland Barthes consideraba que la semiología debería ser una ciencia perteneciente a la lingüística y no como sugiere Saussure, que la lingüística es una rama de la semiología, puesto que, es el lenguaje oral y

91 Barthes, Roland, *Mitologías*, México, Siglo XXI, 2009, p.108.

92 Barthes, *Mitologías...*, p.110.

escrito el que nos permite atravesar por todos los sistemas de significación, y el que nos permite analizar los signos y reflexionar sobre otros tipos de lenguajes.

Para Barthes, el mito es una suerte de metalenguaje que le permite construir el significado o concepto de distintas manifestaciones de signos o sistemas de significación.

Pero el mito es un sistema particular por cuanto se edifica a partir de una cadena semiológica que existe previamente: es un sistema semiológico segundo. Lo que constituye el signo (es decir el total asociativo de un concepto y de una imagen) en el primer sistema, se vuelve simple significante en el segundo [...] Se trate de grafía de letras o de grafía pictórica, el mito solo reconoce en ellas una suma de signos, un signo global, el término final de una primera cadena semiológica⁹³.

Por ejemplo, al observar una fotografía, estamos ante la suma de varios significantes visuales, cada uno de ellos con sus significados propios. Este lenguaje fotográfico es lo que Barthes denomina lenguaje objeto, es decir, el lenguaje visual y técnico que ha hecho posible la existencia de esa imagen, un significante básico que describe a la fotografía de manera objetiva. Ahora bien, si traducimos los personajes acciones y objetos que vemos en esa fotografía, y empezamos a construir un nuevo significado con la misma, esa fotografía ahora se ha transformado en un metalenguaje, que da origen a un discurso más profundo, con características diferentes a la simple descripción, ese discurso es el que crea el mito. La fotografía en su conjunto ya es un nuevo significante, un signo cargado de significados diferentes que no aparecen necesariamente en la escena, pero que están latentes por ser descubiertos.

Al reflexionar sobre un metalenguaje, el semiólogo ya no tiene que preguntarse sobre la composición del lenguaje objeto, ya no necesita tener en cuenta el detalle del esquema lingüístico: tendrá que conocer solo el término total o signo global y únicamente en la medida en que este término se preste al mito. Por esta razón el semiólogo está autorizado a tratar de la misma manera la escritura y la imagen: lo que retiene de ellas es que ambas son signos, llegan al umbral del mito dotadas de la misma función significante, una y otra constituyen un lenguaje objeto⁹⁴.

93 Barthes, *Mitologías...*, p.111.

94 Barthes, *Mitologías...*, p.112.

El mito como sistema de significación también tiene un significante y un significado. El significante, creado por el lenguaje objeto, genera un nuevo signo global. Para Barthes, éste significante se denomina sentido o forma, mientras que el significado que se construye a través de esa forma, Barthes lo denomina concepto. El mito generado por esta dinámica, se denomina significación.

Por último, el mito como herramienta de análisis semiológico, nos ha permitido redescubrir los signos que la sociedad nos ha convencido de su naturalidad. En palabras de Barthes, el efecto realidad de los signos que produce la sociedad y los presenta como naturales, nos hace olvidar el origen histórico de los mismos. Hoy en día esos signos son los que nos convencen de quienes somos y quienes deberíamos ser.

Para él (Barthes) los mitos resultan del significado generado por aquellos grupos de la sociedad que tienen el control del lenguaje y los medios de difusión. Estos significados son vistos como parte del orden natural de las cosas; su procedencia y el proceso que transformó el significado de los signos o se han olvidado o permanecen ocultos. Este proceso de generación de mitos filtra el contenido político y lo deja fuera de la significación⁹⁵.

El signo según Roland Barthes

Barthes basa su análisis del signo en la dualidad propuesta por Saussure, es decir, en la relación que existe entre el significante y el significado, sin embargo, no deja de reconocer la ambigüedad que este término genera. Es por esta razón que empieza por definir el principio fundamental que todo signo posee y es precisamente el concepto de relación entre una cosa y otra. Barthes usa el término en latín *relata*, (volver a mostrar o representar) para referirse indistintamente al significado y al significante, es decir a dos cosas que se relacionan.

Barthes también analiza brevemente cinco niveles de relación que existen entre los dos *relata*. Esta relación, que puede ser en ausencia o en presencia, se resume de la siguiente manera:

- Todo signo tiene o no una representación psíquica.
- Todo signo se basa o no en una analogía.

95 Crow, David, *No te creas una palabra, una introducción a la semiótica*. Barcelona, Ed. Promopress, 2008, p. 62.

- La unión entre los dos relata es o no inmediata.
- Los relata coinciden o se diferencian.
- La relación entre los relata puede o no ser existencial.

Por otro lado, para diferenciar a los dos elementos de esta relación, Barthes usa los términos expresión para referirse al significante; y contenido para referirse al significado. Pero el semiólogo va mucho más allá, y, en base a una influencia especial del lingüista danés Louis Hjelmslev, del cual Barthes compartía su visión estructuralista del lenguaje, rescata los términos de sustancia y forma para diferenciar los estados en los que tanto la expresión (significante) y el contenido (significado) pueden presentarse.

Pongamos como ejemplo la fotografía de nuestra cédula de identidad. Esta imagen como signo, tiene un significante (expresión) y un significado (contenido). La sustancia de la expresión se puede describir como la impresión de luz que hace posible la existencia de la imagen fotográfica; la forma de la expresión puede describirse como la imagen fotográfica de un rostro humano con un encuadre centrado y simétrico y una iluminación frontal y directa. En cuanto al contenido (significado) la sustancia del contenido de dicha fotografía se resume en: fotografía de identificación de cédula de identidad; mientras que la forma del contenido tiene que ver con el concepto de identificación facial, el rostro como factor identitario de reconocimiento en una sociedad que requiere de individuos diferenciados, registrados y clasificados.

Barthes también hace una distinción importante entre signos lingüísticos (las palabras) y signos semiológicos (cualquier otro sistema de significación). Esta diferenciación le permite argumentar la existencia de distintos sistemas de significación tales como los formados por funciones-signo, es decir, los objetos funcionales que nos rodean y cuyo uso se convierte en signo de ese uso, por ejemplo, un martillo, una silla, un sombrero, etc. Estos objetos, a más de significar su uso, también pueden tener diferencias de significación.

Muchos sistemas semiológicos (objetos, gestos, imágenes,) tienen una sustancia de la expresión cuyo ser no se encuentra en la significación; son frecuentemente objetos de uso, conducidos por la sociedad hacia finalidades de significación: la ropa sirve para protegerse, el alimento sirve para alimentarse, por más que también sirvan para significar. Proponemos denominar a estos signos semiológicos de origen utilitario, funcional, funciones-signo⁹⁶.

96 Barthes, Roland, *La Aventura semiológica*, Barcelona, Ed. Paidós, 1993, pp. 40-41.

El significante es un mediador que permite la existencia de un significado, «la materia le es necesaria»⁹⁷. Esta reflexión permite a Barthes hablar de otra distinción de los signos por sus características materiales o de significante. Para esta distinción usa el término de signo típico, es decir, signos que comparten una misma sustancia material, por ejemplo, las palabras (signo verbal), las imágenes (signo gráfico), las expresiones faciales, (signos gestuales) etc. La publicidad, el cine, el teatro, pueden considerarse como una conjunción de signos típicos, es decir, de «sistemas mixtos de significación que implican materias diferentes»⁹⁸.

El signo es un segmento (bi-faz) de sonoridad, de visibilidad, etc. la significación puede concebirse como un proceso; es el acto que une el significante y el significado, acto cuyo producto es el signo⁹⁹.

Barthes también hace otra distinción que podría ser muy útil para argumentar los niveles de relación entre significado y significante. Si la relación del signo con su significado es directa o analógica estamos ante un signo motivado. Es decir, el signo tiene un fuerte carácter de iconicidad con lo que representa, por ejemplo, una fotografía como signo visual o una onomatopeya como signo lingüístico. En cambio, los signos inmotivados son los que crean una relación arbitraria con lo que representan, son de carácter simbólico y convencional, como las letras y las palabras.

El significado procede de la convención hasta tal punto que los signos con poca convención deben ser muy icónicos para llegar a un público amplio. Dicho de otro modo, un signo con poca convención necesita ser altamente motivado [...] El término (motivado) se emplea para denotar en qué grado el significante describe el significado [...] Así pues cuanto menos motivado esté el signo más importante es que el lector conozca las convenciones que ayudan a descifrar la imagen¹⁰⁰.

97 Barthes, Roland, *La Aventura semiológica*, Barcelona, Ed. Paidós, 1993, p. 45.

98 *Ibidem*.

99 Barthes, *La Aventura...*, p. 46.

100 Crow, David, *No te creas una palabra, una introducción a la semiótica*. Barcelona, Ed. Promopress, 2008, p. 58.

En definitiva, significado y significante seguirán siendo para Barthes los dos elementos que dan existencia a un signo, en donde el significado, (contenido o concepto) no es más que su representación mental y el significante (la expresión) su representación material. La verdadera importancia de un signo está en la relación de estos dos relata, ni el uno ni el otro podrán existir por separado.

Discurso denotativo y connotativo

Está claro que la relación entre significante y significado es el fundamento de todo proceso de significación y que este proceso es de carácter dinámico, en donde el contenido depende de la expresión y viceversa.

En la práctica, el significado no puede separarse del significante, y lo que afecte a lo uno afecta también a lo otro. Denotación (significante) y connotación (significado) son los pilares de la semiología de Roland Barthes, que se resumen en el discurso que hacemos de los signos a partir de diferenciar estos dos momentos argumentando su relación.

La denotación tiene que ver directamente con el discurso que damos sobre el significante o la expresión de un signo. Este discurso es de carácter objetivo, descriptivo y enumerativo, sin ningún valor cultural o simbólico es decir, es repetido y constante y no posee ninguna valoración personal de quien interpreta dicho signo. La denotación tiene que ver directamente con lo que se representa.

Este primer orden de significación es directo. Se refiere a la realidad física del objeto significado. En otras palabras, una fotografía de un niño representa un niño. No importa quien haya hecho la foto ni cómo ésta haya sido realizada, en este primer orden de significación solo representa niño¹⁰¹.

En cuanto a la connotación, esta tiene que ver con el discurso que damos sobre el significado o el contenido de un signo. Es un discurso subjetivo y retórico, y depende mucho del contexto cultural en el que se encierre dicho signo. La connotación es de carácter arbitrario y se basa en las convenciones culturales de quien interpreta un signo. Es un discurso de carácter personal y depende de cada observador, la connotación tiene que ver con el cómo y porqué se representa un signo.

101 Crow, *No te creas una...*, p. 57.

El lector realiza un papel en este proceso al aplicar su conocimiento de la codificación sistemática de la imagen. Al hacer esto, el significado resulta afectado por el trasfondo del observador. Al igual que en el modelo de Peirce, este hecho humaniza todo el proceso¹⁰².

El código y el mensaje

Entendamos por código a cada una de las unidades de significación que forman parte de un lenguaje. Estos conjuntos de códigos pueden ser de naturaleza diferente. Por un lado están los códigos digitales, es decir, aquellos formados por unidades o dígitos que se diferencian claramente unos de los otros pero que en su conjunto tienen algo en común. Entre los ejemplos más claros de códigos digitales tenemos al lenguaje escrito (letras) lenguaje Braille (puntos) código morse (puntos, líneas) etc. Recordando a Saussure (ver pág. 46) los sistemas de códigos son paradigmas cuyas unidades se relacionan de manera sintagmática.

Por otro lado tenemos a los códigos analógicos, que son aquellos cuyas unidades no tienen diferencias claras y su lectura no se da por una relación sintagmática, ordenada ni lineal. Un ejemplo de esto sería la fotografía, la pintura, la música, el teatro etc. Muchas veces, al enfrentarnos a códigos analógicos, es necesario convertirlos a códigos digitales para su mejor comprensión o registro. Por ejemplo, al traducir la música a un pentagrama, o la actuación a un guión, o simplemente al describir una imagen y sus técnicas de reproducción con el uso del lenguaje oral y escrito.

En consecuencia, los códigos pueden ser de distinta naturaleza, ya sean digitales o analógicos, su objetivo es formar parte de sistemas de comunicación cuyas combinaciones generan mensajes y por consiguiente significación. Los conceptos de código y mensaje ayudan a entender de mejor manera la relación dual propuesta por Saussure entre lengua y habla. En el lenguaje oral y escrito la lengua (código) y el habla (mensaje) se establecen con total claridad, ya que los códigos usados son digitales y la relación entre éstos es de carácter sintagmático (ver pág. 47). Sin embargo, al enfrentarnos a lenguajes no convencionales de los cuales Roland Barthes se veía completamente atraído como la publicidad, el teatro, la fotografía, el diseño, la moda, etc. cuyos códigos analógicos no tienen necesariamente reglas fijas como sí las tiene el hablar y escribir, resulta de gran ayuda remplazar estos términos por los conceptos de código y

102 Ibídem.

mensaje, en donde cualquier tipo de lenguaje, sea oral, escrito, visual, táctil etc, está formado por códigos (lengua) y servirá de una u otra manera para transmitir mensajes (habla) en cualquier nivel perceptivo.

Según una etimología antigua, la palabra imagen debería relacionarse con la raíz de imitari. Heno aquí de inmediato frente al problema más grave que pueda plantearse a la semiología de las imágenes: ¿puede acaso la representación analógica producir verdaderos sistemas de signos y no solo simples aglutinaciones de símbolos? ¿Puede concebirse un analógico, y no meramente digital? Sabemos que los lingüísticos consideran ajena al lenguaje toda comunicación por analogía, desde el de las abejas hasta el por gestos, puestos que esas comunicaciones no poseen una doble articulación, es decir, que no se basan como los fonemas, en una combinación de unidades digitales¹⁰³.

En su famoso ensayo de la década del 70 titulado *Retórica de la imagen*¹⁰⁴, Barthes propone un método de análisis semiótico que podría ser muy pertinente al momento de enfrentarnos a lenguajes analógicos como el que generan las imágenes. Además, el análisis presente en este ensayo, demuestra con total claridad que los sistemas de significación no oficiales como la publicidad, están influenciando de manera decisiva nuestra vida cotidiana. La importancia de la imagen publicitaria, más allá de ser parte esencial de un sistema en el que domina el mercado y el consumo, es un vehículo de connotación y significado a través del cual se promueven los mitos de nuestra cultura contemporánea.

En publicidad la significación de la imagen es sin duda intencional: lo que configura a priori los significados del mensaje publicitario son ciertos atributos del producto, y estos significados deben ser transmitidos con la mayor claridad posible; si la imagen contiene signos, estamos pues seguros que en publicidad esos signos están llenos, formados con vistas a la mejor lectura posible: la imagen publicitaria es franca, o, al menos, enfática¹⁰⁵.

En este ensayo Barthes realiza un análisis semiótico de una imagen publicitaria de la marca de productos alimenticios Panzani (Figura 8). Luego de una breve descripción denotativa en la que define el tipo de imagen y enumera los elementos que la conforman, Barthes propone separar dicho análisis en tres

103 Barthes, Roland, *Retórica de la imagen*, en «Communications N°4», Buenos Aires, Ed. Tiempo Contemporáneo, 1970, p.1.

104 Barthes, Roland, *Retórica de la imagen*. en «Communications N°4», Buenos Aires, Ed. Tiempo Contemporáneo, 1970.

105 Barthes, *Retórica...*, p.1.

mensajes diferentes: El mensaje lingüístico, el mensaje icónico codificado, y el mensaje icónico no codificado. Analicemos brevemente cada uno de ellos.



Figura 8: imagen publicitaria de la marca Panzani analizada por Barthes en 1970 para su ensayo retórica de la imagen.

El mensaje lingüístico

El mensaje lingüístico es aquel cuyo código es la escritura, es decir, las letras las palabras y el idioma. Hoy en día, en los sistemas de comunicación visual, el código lingüístico sigue siendo de suma importancia para la lectura que hacemos de las imágenes. Barthes nos recuerda la importancia del texto escrito y su relación que éste genera con las imágenes.

Actualmente, a nivel de las comunicaciones de masas, parece evidente que el mensaje lingüístico esté presente en todas las imágenes: como título, como leyenda, como artículo de prensa, como diálogo de película, como fumetto. Veamos entonces que no es muy apropiado hablar de una civilización de la imagen: somos todavía, y más que nunca, una civilización de la escritura¹⁰⁶.

Recordemos que para Barthes, el lenguaje oral y escrito es el más importante de todos los lenguajes, en el sentido de que nos permite generar discursos sobre otros sistemas de significación, es por esto que considera que uno de los problemas de la imagen es su carácter polisémico. La conocida frase que dice: una imagen vale más que mil palabras, demuestra no necesariamente una virtud, sino más bien un vicio, un peligro que el lector enfrenta ante los signos visuales. He aquí la importancia del código lingüístico, cuya función en relación a la imagen, Barthes la determina como de anclaje y relevo, entendiendo a la imagen bajo la metáfora de un barco a la deriva, flotante en un océano de significación. La palabra (oral y escrita) amarra una imagen con su significado.

Por tal motivo en toda sociedad se desarrollan técnicas diversas destinadas a fijar la cadena flotante de los significados, de modo de combatir el terror de los signos inciertos: El mensaje lingüístico es una de esas técnicas. A nivel del mensaje literal, la palabra responde de manera, más o menos directa, más o menos parcial, a la pregunta: ¿qué es? [...] el mensaje lingüístico guía no ya la identificación, sino la interpretación, constituye una suerte de tenaza que impide que los sentidos connotados proliferen hacia regiones demasiado individuales¹⁰⁷.

Los ejemplos más claros de cómo un texto cumple con la función de anclaje, están en los pie de foto de las noticias de prensa escrita, en los libros ilustrados, en la publicidad que vemos a diario, en una tarjeta o una postal, etc. En cambio, la función de relevo, se observa más en ejemplos como el cómic, el cine, en un manual de indicaciones de usuario, en un tutorial por internet, etc. en los cuales el texto cumple una función mucho más importante, y la imagen solo se convierte en un refuerzo.

Cuando la palabra tiene un valor diegético de relevo (narrativo), la información es más costosa, puesto que requiere el aprendizaje de un código digital (la

106 Barthes, *Retórica...*, p.6.

107 Barthes, *Retórica...*, pp.6-7.

lengua); cuando tiene un valor sustitutivo (de anclaje, de control), la imagen es quien posee la carga informativa, y, como la imagen es analógica, la información es en cierta medida más perezosa/floja¹⁰⁸.

Por último, y no menos importante, recordemos que los mensajes lingüísticos que aparecen junto a las imágenes tienen características de denotación y connotación, un nombre, un título, una marca, un eslogan, una frase, cualquiera que esta sea, propone también significados y connotaciones que van más allá de la simple descripción. El mismo hecho del tipo de letra o diseño tipográfico utilizado puede de alguna manera afectar dicha connotación. La gran mayoría de imágenes que vemos a diario construyen junto al texto connotaciones que son impuestas al espectador para que éste actúe de la manera que la imagen, o más bien dicho, la institución que la promueve le conviene para sus propios intereses. «Barthes describe el modo en que el lector es teledirigido hacia un significado elegido de antemano, y señala que ello tiene con frecuencia un propósito ideológico. El texto anclado tiene pues un valor represivo en la contemplación de una imagen»¹⁰⁹.

El mensaje icónico no codificado

En términos generales, el mensaje icónico (codificado o no codificado) es aquel cuyo código es visual y se refiere a la imagen como tal. Al ser un código de carácter analógico su forma de lectura es discontinua, no lineal, no tiene un inicio o un final predeterminado, a pesar de que mediante el uso de ciertas herramientas visuales, el emisor de la imagen puede sugerir al espectador una cierta dirección de lectura determinada.

Recordemos que el mensaje icónico se representa mediante signos motivados (ver pág. 94) es decir, su significado, por un lado, es la propia representación, (el dibujo de un corazón representa a un corazón) y por otro, la convención cultural que una imagen puede connotar (el dibujo de un corazón puede representar el amor).

El mensaje icónico no codificado hace referencia tanto al tipo de imagen y sus características técnicas básicas como a la identificación de la escena mediante una descripción literal. Por ejemplo si se trata de una fotografía, se describe la composición, la iluminación, los «objetos identificables (nombr-

108 Barthes, *Retórica...*, p.8.

109 Crow, David, *No te creas una palabra, una introducción a la semiótica*. Barcelona, Ed. Promopress, 2008, p. 76.

bles)»¹¹⁰ los personajes y los hechos que en esa escena aparecen, de manera muy clara y objetiva. Este mensaje genera un discurso denotativo de la imagen (ver pág. 95) lo que Barthes denominó como el mensaje literal para el cual, lo único que necesitamos es nuestra percepción y las palabras suficientes para nombrar y describir las cosas.

La fotografía es un lenguaje cien por ciento analógico, en donde la relación entre el significado y el significante, nos dice Barthes, ya no es de carácter arbitrario como si lo es en el lenguaje escrito ya que en la fotografía, el objeto en sí mismo se convierte en su propia representación. Esta es la razón por la cual el lenguaje visual, específicamente el lenguaje fotográfico, Barthes lo identifica como un lenguaje sin código, sin equivalencias simbólicas, y menos aún convencionalismos sociales o institucionales.

El mensaje icónico codificado

Al igual que el mensaje icónico no codificado, éste también es un mensaje de códigos analógicos. La diferencia radica en el valor simbólico y cultural que la imagen y sus signos son capaces de transmitir.

«De los dos mensajes icónicos, el primero está de algún modo impreso sobre el segundo: el mensaje literal aparece como el soporte del mensaje simbólico»¹¹¹.

El mensaje icónico codificado se refiere netamente al discurso connotativo que podemos dar de una imagen. (ver pág. 96). Este mensaje es simbólico y subjetivo en oposición al mensaje literal (discurso denotativo) que es de carácter objetivo.

Un sistema que se hace cargo de los signos de otros sistemas para convertirlos en sus significantes, es un sistema de connotación. Diremos pues de inmediato que la imagen literal es denotada, y la imagen simbólica connotada. De este modo, estudiaremos sucesivamente el mensaje lingüístico, la imagen denotada y la imagen connotada¹¹².

110 Barthes, Roland, *Retórica de la imagen*, en «Communications N°24», Buenos Aires, Ed. Tiempo Contemporáneo, 1970, p.4.

111 Barthes, *Retórica...*, p.11.

112 Barthes, *Retórica...*, p.5.

El mensaje icónico codificado hace referencia a que la imagen puede ser analizada en base a códigos culturales de significación. El lector genera un discurso connotativo que aparentemente puede ser muy personal y libre de tal manera que los significados que se dan de una imagen varían dependiendo del lector de la misma. Sin embargo nos advierte Barthes que «la variación de las lecturas no es anárquica, depende de los diferentes saberes contenidos en la imagen (saber práctico, nacional, cultural, estético), y estos saberes pueden clasificarse, construir una tipología»¹¹³. Para el mensaje icónico codificado el lector es fundamental, ya que este mensaje es el resultado de la imagen en relación con el saber, la memoria, las experiencias y el contexto social y cultural al cual pertenece el espectador de la misma.

Por último, hay que aclarar que tanto el mensaje literal (mensaje icónico no codificado) como el mensaje simbólico (mensaje icónico codificado) no pueden separarse en la práctica, puesto que el uno depende del otro y cualquier cambio en el significante de una imagen, afectará directamente al significado de la misma.

No se encuentra nunca (al menos en publicidad) una imagen literal en estado puro. Aun cuando fuera posible configurar una imagen enteramente «ingenua», esta se uniría de inmediato al signo de la ingenuidad y se completaría con un tercer mensaje, simbólico. [...] Despojada utópicamente de sus connotaciones, la imagen se volvería radicalmente objetiva, es decir, en resumidas cuentas, inocente¹¹⁴.

Conclusiones

Nuestra vida está rodeada de signos que nos conectan al mundo y a la realidad. Esta dinámica de significación es la que da sentido a todas las cosas, y los signos son los mediadores para esta construcción de sentido.

Barthes nos invita a sensibilizarnos ante los signos, por más insignificantes que estos puedan parecer, y nos da las herramientas conceptuales que nos permita enfrentarlos. Ya que todo signo al ser producto de una sociedad es capaz de someter y manipular. Gracias a la semiología, la gente puede estar preparada ante este dominio; no hay duda que la obra de Barthes fue trascendental para despertar la consciencia de la gente ante la existencia del poder de los sistemas de significación.

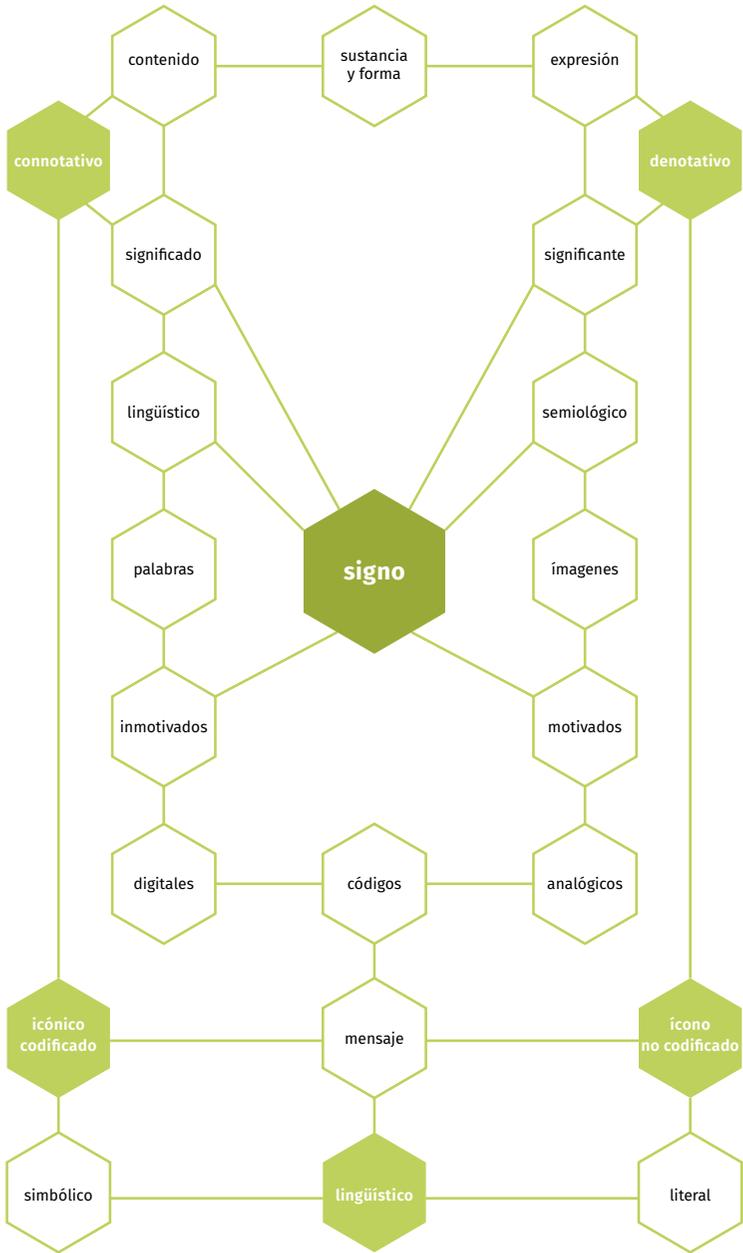
113 Barthes, *Retórica...*, p.11.

114 Barthes, *Retórica...*, pp. 8-9.

Roland Barthes nos enseña a descubrir nuestra cultura a través del análisis semiológico de los signos que ésta produce, desde las cosas más comunes y cotidianas hasta las obras de arte, este autor demuestra en su obra la utilidad de la semiótica como herramienta para el entendimiento de los signos, y en este caso particular de los signos visuales, que son el producto de actividades proyectuales como lo es el diseño. Por medio de la creación de imágenes somos capaces de construir significación y la semiología es el método más idóneo para hacerlo.

Barthes ha lanzado la estocada de la sospecha, ha invitado a comprender – con placer o con trabajo – estas prácticas significantes corporizadas en discursos – que excluyen o discriminan – articulados sobre la mala creencia compartida de que los signos son naturales, inocentes, y que significan, exclusivamente, aquello que denotan¹¹⁵.

115 Zecchetto, Victorino y otros, *Seis semiólogos en busca del lector*, Tomo I, Quito: Ed. Abya-Yala, 2000, p. 121.



Propuesta de cuestionario y ejercicio

A continuación se plantea un ejemplo de aplicación de análisis semiológico en relación a la teoría de Roland Barthes. Este análisis, más que una descripción objetiva de sus postulados teóricos será más bien planteado al más puro estilo de Barthes en sus ensayos publicados en *Mitologías*¹¹⁶, en el sentido de que el mensaje icónico codificado y no codificado no deben ser vistos por separado, sino en función de su relación. De esta manera, el análisis presentado a continuación no pretende separar el discurso denotativo del connotativo, sino fusionarlos para generar un método de análisis más personal y libre.

El objetivo de este análisis es mostrar la manera en la que esta teoría adquiere valor en la práctica, al momento de generar discursos denotativos y connotativos de los signos que nos rodean y están influenciando día tras día nuestro comportamiento.

Por último, recordemos que la presente imagen no es más que un sistema de significación, una imagen-signo, formada a su vez por distintos signos. La imagen en su conjunto ya es un nuevo signo global, que tiene un significante dado por el sentido o la forma de la imagen, y un significado, dado por el contenido o concepto, por los mitos que se encuentran implícitos en la misma.

116 Barthes, Roland, *Mitologías*, México, Siglo XXI, 1999.

Ejemplo de análisis semiótico usando la teoría de Roland Barthes:



Figura 9: imagen de portada de la revista Vistazo #1035 correspondiente al mes de octubre de 2010. Fuente: propia.

Para comenzar con este análisis y relacionarlo con los conceptos desarrollados por Roland Barthes, debemos entender a esta imagen como un sistema de significación, es decir, un signo global y complejo formado a su vez por distintos signos de naturaleza más simple. Recordemos que la imagen en su conjunto es el lenguaje objeto de esta representación que está formado por códigos lingüísticos, es decir, el nombre de la revista y los titulares que en esta portada aparecen; y también por códigos visuales o icónicos, cuya sustancia de la expresión es específicamente la fotografía y el fotomontaje digital.

La portada de una revista a más de ser una imagen informativa, es por sobre todo una imagen publicitaria, más aún si se trata de un medio de comunicación privado de circulación masiva cuyo objetivo es llegar al mayor número de lectores posibles y todas sus estrategias apuntan a cumplir un objetivo comercial con fines de lucro.

En cuanto al contenido de esta imagen, en términos generales la sustancia es visual y sus límites son el formato común de una portada de revista. En cuanto a la forma del contenido, ésta viene dada por sus connotaciones intrínsecas tales como el poder de impacto que dicha portada debe tener con el fin de competir visualmente con los demás productos de similares características que lo rodean en los puestos de revistas y en los lugares que, por lo general, se exhibe y se consume este material.

A continuación analizaremos dicha imagen tratando de identificar los tres mensajes que propone Barthes, el mensaje lingüístico, el mensaje icónico codificado y el mensaje icónico no codificado, para con esto poder generar un discurso denotativo y connotativo de la imagen, que en última instancia nos permitirá conectarnos al contexto que define a nuestra cultura y nuestra sociedad.

Mensaje lingüístico

En la imagen podemos leer de acuerdo a un orden jerárquico dado por el tamaño de la tipografía lo siguiente: En la parte superior la palabra *vistazo*, que al ser la marca de la revista se convierte en el principal mensaje que pretende consolidar el producto ante sus posibles consumidores.

En cuanto a su concepto, este nombre hace referencia al panorama que un medio de comunicación, en un formato de revista periódica mensual, hace sobre los temas de actualidad e interés general tanto nacional como internacional en los distintos ámbitos de la sociedad, pero por sobre todo en el ámbito político. Los temas son seleccionados y escogidos por el comité editorial de la revista y pretenden estar dirigidos a un público masivo a nivel nacional.

Inmediatamente, en la parte inferior central aparece una frase que dice *Septiembre negro, cuando todos perdimos*. Este es el título y subtítulo al cual se refiere al tema principal que este número de la revista dedica. Su concepto connota oscuridad y negatividad, un nombre que inclusive fue escogido por un grupo terrorista en medio oriente que causó sufrimiento y dolor durante años y mató a mucha gente. En este caso, el nombre hace referencia a un evento relacionado a una fecha en la que toda la sociedad ecuatoriana de alguna manera sufrió directa o indirectamente. En esta fecha, conocida como el 30S (30 de septiembre de 2010), se vivió un momento de fuerte inestabilidad que atentó con las instituciones sociales, la democracia y el pueblo en general. Para algunos se trató de un intento de golpe de estado, para otros una legítima protesta policial.

Por último, en el extremo superior de la portada, en una pequeña franja horizontal, encontramos la descripción de un reportaje especial sobre el cáncer que dice: *vencer al cáncer sí se puede*, invitando al público a conocer más sobre la

prevención de esta enfermedad; y, en la parte inferior izquierda encontramos un código de barras con el precio del producto y una dirección web lo cual nos indica y nos confirma que se trata de un producto comercial.

Mensaje icónico no codificado (discurso denotativo o mensaje literal)

Esta representación está formada por imágenes fotográficas, es decir, signos motivados de alto nivel de analogía con la realidad. Sin embargo, al tratarse de un evidente fotomontaje digital, las imágenes han sido compuestas, manipuladas, editadas y ordenadas de tal manera que crean una realidad nueva y particular.

Al igual que con los textos, aquí las imágenes están ordenadas por cierta composición que jerarquiza unos elementos sobre otros. Este orden jerárquico dado por la ubicación de las imágenes en el formato y por el tamaño de las mismas, es el que sugiere al espectador la lectura que damos de la imagen en su conjunto. Así tenemos que, en términos generales, la portada a sido dividida en 3 franjas horizontales, cada una de ellas con los siguientes contenidos:

En la franja superior, la misma en la que aparece la marca de la revista, encontramos también una imagen central. Se trata de una fotografía de medio cuerpo del expresidente constitucional del Ecuador en el año 2010. Él se encuentra vestido de traje formal, precisamente el que se usa en días de trabajo. El expresidente sostiene con su mano derecha un micrófono que usa eventualmente para dirigir un discurso a un grupo considerable de personas, y con su mano izquierda rasga desde su cuello parte de su camisa y su corbata en una actitud amenazante y agresiva reforzada por los rasgos de expresividad de su rostro.

Ubicadas tanto a la izquierda como a la derecha del personaje central, aparecen las imágenes, por un lado de un grupo de militares, y del otro un grupo de policías, entendidos así por el uniforme que los caracteriza. Ellos se encuentran juntos, ocupando algún espacio público y al aire libre, algunos están de pie, otros sentados y otros acostados. La característica común es su actitud pasiva, tranquila y de espera. Algunos de los personajes, especialmente los que están en el grupo de policías tienen cubierto su rostro con pasamontañas y camisetas, y otros llevan equipo antimotines, creando en esta actitud pasiva un ambiente algo perturbador.

En la parte media de la imagen aparece la segunda franja horizontal que también ocupa 1/3 de la escena. Se trata de una imagen que representa la erupción de un volcán, en donde solo podemos ver el color rojo de la lava, el humo y las explosiones. Esta imagen sirve de fondo para el título *Septiembre negro, cuando todos perdimos*, generando así un alto contraste entre la tipografía que es de color blanco y la imagen en tonos rojo y negro. Esta imagen central se separa

tanto de la franja superior e inferior con líneas irregulares representadas con la imagen de un papel rasgado, mutilado y quemado.

En la franja inferior de la imagen, ocupando 1/3 de la portada, se encuentra en el centro la imagen de dos soldados rasos uniformados. Uno de ellos lleva un chaleco antibalas, un casco y un rifle de asalto. Está cargando en su espalda a otro soldado quien, en su hombro izquierdo tiene un parche de la bandera del Ecuador y puede verse claramente que se encuentra herido, pues lleva una sonda colgada del brazo izquierdo y su rostro expresa mucho dolor. La escena demuestra el rescate de un soldado a otro en el contexto de un eventual ataque.

Al lado derecho de estos personajes aparece la imagen del interior de un establecimiento comercial de la línea de supermercados TIA. Este local comercial se encuentra saqueado, con todos los estantes vacíos y los productos rotos y esparcidos por el piso. Al lado izquierdo de los soldados aparece la fotografía de un cuerpo tirado en el suelo, al parecer un policía de rescate por el uniforme que éste lleva. El personaje yace en una vereda aparentemente herido o muerto.

Por último, en el extremo superior derecho, junto al texto del artículo especial sobre el cáncer, se encuentra la imagen de un dorso femenino visto de frente que tapa sus pechos con las manos. En su mano derecha lleva un listón rosa, símbolo de la lucha contra el cáncer de mama, dando a entender que el artículo especial, *vencer al cáncer sí se puede*, hace referencia a una campaña de prevención del cáncer de mama.

Mensaje icónico codificado (discurso connotativo o mensaje simbólico)

El 30 de septiembre del 2010 sucedió en nuestro país un hecho que marcó la vida política de nuestra época. Se trató de una insurrección policial que dio paso al desarrollo de eventos que se caracterizaron por la inestabilidad institucional de la república, como cierre de aeropuertos, atentados a la asamblea, atentados a los medios públicos y a la vida del expresidente de la república que hasta el día de hoy siguen siendo investigados.

Luego de lo sucedido, los medios de comunicación hablaron mucho sobre el tema. Se publicaban opiniones que negaban que la insurrección policial se hubiera convertido en un intento de golpe de estado, incluso algunos políticos de oposición aplaudieron el comportamiento de la tropa policial. Sin embargo, la versión oficialista insiste hasta el día de hoy en que los acontecimientos sucedidos, dieron inicio a un intento de golpe de estado que atentó incluso contra la vida del expresidente, y que este intento golpista fracasó por muchas razones, entre ellas, el apoyo del pueblo para con la democracia.

Un ejemplo mediático que analizó este tema fue justamente la revista *Vistazo* del mes de octubre del 2010, un medio de comunicación masivo que se esperaba diera una opinión imparcial de los hechos, ya que no tiene legitimidad política ni debería representar a ningún interés particular sino al interés público. Pero, ¿acaso esta portada muestra una información imparcial de los hechos? O más bien, ¿esta imagen fue manipulada para persuadir a la opinión pública e imponer una verdad acerca de los mismos?

Volviendo al tema de la imagen, es claro que muchos medios de comunicación actúan como actores políticos. En el caso de esta portada, veremos claramente que su actuar no es imparcial, manifestando claramente el apoyo a una de estas dos tesis.

Observemos la imagen del expresidente. De todas las miles de fotografías que ese día la prensa pudo captar de los acontecimientos, y específicamente del expresidente, ¿por qué este medio escoge esta imagen en particular?, ¿por qué escoge la imagen más amenazante y agresiva del primer mandatario? Es por la razón de ponerlo a él como el incitador de la violencia, reafirmando la imagen que se quiere institucionalizar por ciertos grupos mediáticos: una imagen del expresidente Rafael Correa presentado como un dictador intolerante que insulta y agrede a todos quienes se oponen a sus ideas y que impone su punto de vista por medio de la fuerza.

Veamos también en qué sentido el medio usa las imágenes de los policías y militares que fueron parte de estos terribles hechos. No hay duda de que son los mismos policías quienes generaron la violencia ese día, sin embargo, la portada los muestra pasivos, como víctimas inocentes del agresor que se encuentra en el centro de los dos, en el lugar de privilegio, en el lugar del jefe, rey o gobernante. Ellos no hacen nada, solo esperan; ellos están de pie, en una justa protesta pública, pues se han violentado sus derechos, y aparte de eso, son insultados y amenazados por quien el medio de comunicación impone como el culpable de la violencia. Esta imagen no nos da ninguna otra opción.

El culpable, el expresidente de la República, es quien ha causado esta explosión de violencia. La frase *septiembre negro*, acentuada con el fondo explosivo del volcán, muestra un momento comparado al terror y al sufrimiento, conceptos que se marcan aún más en la parte inferior de la imagen, representados por los soldados heridos, el saqueo el desorden, y finalmente, la muerte.

Para finalizar, observemos en la parte superior de la imagen la frase: *vencer al cáncer si se puede*. Notemos la ubicación de la palabra /cáncer/ ubicada en la parte superior del personaje central. Bien podría interpretarse como un título que, metafóricamente, convierte al expresidente en un cáncer enquistado en el poder, y que cualquier intento por vencerlo será válido. Este al final fracasó, pero queda abierta la posibilidad de enfrentarlo nuevamente.

Como podemos ver, ningún signo es inocente, todos tienen un trasfondo cultural que puede ser develado con ayuda de un análisis semiótico. En el caso de esta portada, el trasfondo es netamente político y sobre todo publicitario, a manera de un cartel cinematográfico, que pretende sintetizar un guión dirigido a los consumidores. Es por esto que debemos estar atentos ante los signos que nos rodean y poder defendernos de su imposición que nos obliga a creer y pensar de acuerdo a sus conveniencias.

Propuesta de cuestionario de evaluación

- ¿Cuál es la característica principal de la semiología de Barthes?

.....
.....

- Explique la relación entre signos naturales y signos culturales

.....
.....

- ¿Qué es el mito según Barthes?

.....
.....

- ¿Qué entiende por metalenguaje?

.....
.....

- ¿Qué es el signo según Barthes?

.....
.....

- ¿Qué entiende por denotación y connotación?

.....
.....

- ¿Qué entiende por código y mensaje?

.....
.....

- ¿Qué entiende Usted por el mensaje lingüístico?

.....

.....

- ¿Qué entiende Usted por el mensaje icónico no codificado?

.....

.....

- ¿Qué entiende Usted por el mensaje icónico codificado?

.....

.....

- Escriba tres conclusiones sobre la semiología de Barthes

.....

.....

.....

Propuesta de ejercicio práctico

Ejercicio 1: Análisis semiológico de una imagen.

Descripción: El estudiante deberá determinar el mensaje lingüístico, el mensaje icónico codificado y no codificado de una imagen presentada en clase.





La semiótica de Umberto Eco

Actualmente la semiótica es una técnica de investigación que explica de manera bastante exacta cómo funcionan la comunicación y la significación. La semiótica no es solamente una teoría, ha de ser también una forma de la praxis. **UMBERTO ECO**

Umberto Eco, para muchos, el filósofo y semiólogo más importante de nuestra época, realizó grandes aportes para la semiótica contemporánea, aportes que abarcan desde aspectos conceptuales y teóricos sobre el signo, hasta aspectos prácticos como la creación de la primera revista de semiótica en Europa, o la fundación de la asociación de estudios semióticos que daría origen a congresos internacionales dedicados a esta área del conocimiento. Eco es un personaje con estrecha relación al mundo de la comunicación la cultura y los signos, es un verdadero semiólogo consciente de que nuestra vida existe porque existen los signos. Eco se interesa por el uso práctico de la semiótica,

es decir, por la forma en que la sociedad utiliza los signos y les da significado. Para Eco, la sociedad no es más que un sistema de sistemas de significación, y el éxito de la misma depende del uso que hagamos de dichos sistemas ya que «son fundamentales para los fines de la interacción social»¹¹⁷.

Sus postulados son muy importantes para entender la relación de la semiótica, el diseño, y la sociedad. Temas como el signo y sus procesos de significación, la tipología y clasificación de los signos, el signo como fenómeno filosófico, la semiosis, etc. serán revisados y desarrollados en este apartado.

¹¹⁷ Eco, Umberto, *Signo*. Barcelona, Labor, 1988, p. 9.

El signo

El principal problema para la semiótica radica en la definición del signo. Para Eco, este término históricamente ha sido usado de manera amplia y general debido justamente a que todo puede convertirse en signo en una sociedad que vive inmersa en sistemas de significación, es decir, en las infinitas interacciones y situaciones sociales que tenemos con todo lo que nos rodea.

Signo viene a ser una palabra totalmente homonímica, o sea, que se utiliza en diferentes ocasiones, con diversos sentidos, y, en general, de manera metafórica y vaga [...] pese a su variedad, es del todo apropiada, correcta, técnicamente aceptable. Y al decir «técnicamente», nos referimos a su aceptabilidad desde el punto de vista de la disciplina que estudia todas las posibles variedades de signos, o sea la semiótica o semiología¹¹⁸.

El primer paso para aclarar el concepto de signo, es revisar qué tienen en común y en que difieren las distintas descripciones y significados que la sociedad ha construido de esta palabra.

Eco encuentra en primera instancia, dos campos de acción diferentes en el mundo de los signos: por un lado el mundo de los signos culturales o artificiales, es decir, aquellos sistemas de códigos convencionales que la sociedad ha construido para comunicarse interpretando y representando la realidad, el mismo sistema que ha convertido a los seres humanos en «animales capaces de elaborar y comunicar signos»¹¹⁹. Estos signos «son puestos intencionalmente por los seres humanos para comunicarse con otros seres humanos»¹²⁰. Por otro lado tenemos los signos naturales, que son «los signos no emitidos intencionalmente y que, por así decirlo, constituyen acontecimientos naturales que utilizamos para reconocer algo o deducir su existencia»¹²¹.

Sin embargo, tanto los signos naturales como los artificiales dependen de una convención, de un aprendizaje y una tradición.

Existen artificios que son signos en sentido propio, como las palabras, algunas siglas, algunas convenciones de señalización, y luego está todo lo demás que no

118 Eco, *El signo*, p. 12.

119 Eco, *El signo*, p. 10.

120 Eco, *El signo*, p. 14.

121 *Ibidem*.

es signo, que puede ser experiencia perceptiva, capacidad de deducir hipótesis y previsiones de la experiencia, etc¹²².

La naturaleza no produce signos para los seres humanos, sería una visión demasiado egocéntrica. Somos los seres humanos los que interpretamos a la naturaleza como signos que nos han permitido, en definitiva, adaptarnos a nuestro entorno.

Todo signo interpretado por nosotros, sea de origen natural o artificial formará parte de sistemas más estructurados de signos, estos sistemas son los que la sociedad ha creado para clasificar el universo infinito de signos. Recordemos que los sistemas de significación no son más que «sistema de ideas [...] que se manifiestan como una organización especial de valores o contenidos. En la medida en que tales contenidos se le manifiestan bajo la forma de conceptos o de categorías mentales»¹²³. Y que a su vez se asocian, se tejen y se entrelazan entre sí para así construir la realidad.

El signo como un proceso

Umberto Eco tenía una estrecha relación con el mundo de la comunicación. Gran parte de su trabajo lo dedicó a la investigación en este campo en particular, nuevamente, no solo desde un punto de vista teórico o crítico, sino desde una perspectiva de la experiencia práctica. Trabajó en la RAI (Radio Audición Italiana) como crítico y comentarista, escribió varios artículos para revistas de estética y arte, trabajó en la editorial «Bompiani» dirigiendo ensayos de filosofía, sociología y semiótica, dirigió el Instituto de las disciplinas de la Comunicación y del Espectáculo y fue profesor de comunicación visual en las principales universidades de Italia. En resumen, Eco se convirtió en una celebridad en el mundo intelectual debido a «su interés por las formas estéticas de la modernidad, la teoría de la comunicación, la cultura de masas y, en definitiva, por la semiótica en todas sus formas comunicativas»¹²⁴.

Desde esta perspectiva, podemos decir que para Eco, el signo es un elemento fundamental en todo proceso de comunicación. Cualquier signo tiene en común con otros signos el hecho de tener una facultad comunicativa. Todo signo encaja perfectamente en la teoría de la comunicación, que en esencia se resume en emisor, código, mensaje, y receptor (ver pág. 28).

122 Eco, *El signo*, p. 11.

123 Eco, *El signo*, p. 9.

124 Tello, Nerio, *Umberto Eco para principiantes*, Buenos Aires, Era Naciente, 2003, p. 12.

El signo no es solamente un elemento que entra en el proceso de comunicación (puedo también transmitir y comunicar una serie de sonidos sin significado), sino que es una entidad que forma parte del proceso de significación¹²⁵.

Para entender de mejor manera el papel del signo en un proceso de comunicación o significación, Eco lo diferencia de los estímulos – respuesta que podemos tener ante cualquier percepción, con el fin de evidenciar que los signos son códigos que sirven de mediadores para transmitir un mensaje específico. Una reacción instintiva ante un estímulo no convierte a ese estímulo en signo. Para entender esta diferencia, podemos recurrir a un pequeño relato de José Antonio Marina al referirse a la evolución de la inteligencia humana:

En un momento de su evolución, el hombre aprendió a decirle no al estímulo. Inhibió una respuesta ordenada en él desde hacía siglos. [...] Como el sonámbulo guía sus pasos y elude los obstáculos sin tener conciencia de ello, así nuestro antepasado se deslizó durante siglos por las cárcavas inhóspitas de la prehistoria. La transfiguración ocurrió un misterioso día, cuando al ver el rastro (de un bisonte) detuvo su carrera, en vez de acelerarla, y miró la huella. Aguantó impávido el empujón del estímulo. Y, de una vez para siempre, se liberó de su tiránico dinamismo. Aquellos dibujos en la arena eran y no eran el bisonte. Había aparecido el signo, el gran intermediario. Y el hombre pudo contemplar aquel vestigio sin correr. Bruscamente era capaz de pensar el bisonte aunque ni en sus ojos, ni en su olfato, ni en sus oídos, ni en su deseo estuviera presente ningún bisonte. Podía poseer el bisonte sin haberlo cazado. Y, además, indicárselo a sus compañeros.¹²⁶

El signo se caracteriza precisamente por generar una reflexión, un proceso de interpretación y representación, que si bien sucede en fracción de segundos, es muy diferente a un estímulo-respuesta.

125 Eco, Umberto, *El signo*, versión digital, www.microclima.net/files/librosignounbertoeo.pdf, 2013, p. 22.
126 Marina, José A., *Teoría de la inteligencia creadora*. Barcelona, Anagrama, 1993, Pp. 26, 27.

Los procesos signícos son tales en cuanto son reversibles, [...] uno puede pasar del signo a su referente cuando es capaz de efectuar igualmente el camino inverso; es decir, cuando no solamente se sabe que allí donde hay humo se quema algo, sino que cuando algo se quema se produce humo¹²⁷.

Eco concuerda en que para definir al signo es necesario entenderlo como un proceso en el que están en juego tres aspectos principales: el significante, el referente y el significado. Lo que Peirce definió como representamen, objeto e interpretante. (ver págs. 67 a 71). También considera que la definición de signo propuesta por Peirce es pertinente para entender al signo desde una dimensión lógica, es decir, algo que está en lugar de algo por alguna razón o aspecto específico. Al aceptar esta premisa, Eco reconoce que todo signo representa a otra cosa, sin embargo ningún signo es en su totalidad esa otra cosa, simplemente lo representa parcialmente, usando los atributos necesarios para que sea interpretado. Para Eco, todo signo tiene una dimensión semántica (el signo en relación con un significado) sintáctica (el signo en relación consigo mismo y sus leyes que lo conforman) y pragmática (el signo en relación a su función, a su uso práctico en un determinado contexto).

Cada signo implica la asociación de una forma significante (plano de la expresión) con un significado (plano del contenido), a partir de una decisión convencional, esto es, basándose en un código. A su vez, el interpretante da lugar a que el significado sea predicado por un significante; es decir, que se de la adecuada traducción de un signo gracias a la relación con otro signo o conjunto de signos. Es necesario realizar esta «traducción» en circunstancias adecuadas, esto es, dentro de las limitaciones y formas interpretativas que da el contexto¹²⁸.

En resumen, el signo solo puede ser entendido como un proceso dinámico y relacional, en el que interactúan distintos factores exclusivos de una sociedad. El signo es un producto social y solo puede existir en este contexto.

Toda la cultura se considera como un sistema de sistema de signos, en el que el significado de un significante a su vez se convierte en significante de otro significado o incluso en significante del propio significado —independientemente del hecho de que sean palabras, objetos, cosas, ideas, valores, sentimientos, gestos o comportamientos—. Así, la semiótica se convierte en la forma científica de la antropología cultural¹²⁹.

127 Eco, Umberto, *El signo*, versión digital, www.microclima.net/files/librosignoumbertoeco.pdf, 2013, p. 23.

128 Zecchetto, Victorino y otros, *Seis semiólogos en busca del lector*, Tomo I, Quito: Ed. Abya-Yala, 2000, p. 66.

129 Eco, Umberto, *El signo*, versión digital, www.microclima.net/files/librosignoumbertoeco.pdf, 2013, p. 187.

El signo y sus clasificaciones

Eco aborda el tema de clasificación de los signos, advirtiendo que este trabajo podría ser infinito, ya que la posibilidad de que todo en el universo pueda ser considerado como signo, es bastante real siendo esta idea hoy en día tema de discusión en las altas esferas de la semiótica. Sin embargo, Eco hace una delimitación importante para abordar el tema, y es que para una clasificación de los signos, debemos considerar únicamente a aquellos que

«como tales, intervienen en las relaciones interhumanas»¹³⁰.

De esta manera, destaca como primera instancia, a aquellos signos que se diferencian por la fuente, generándose así dos grandes subconjuntos a los cuales Barthes ya se había referido con anterioridad: los signos naturales y los signos artificiales. (ver pág. 88).

Sabemos ya que los signos artificiales, llamados también signos culturales, son aquellos que alguien emite a otra persona para comunicar un mensaje intencional usando códigos específicos (lenguaje oral y escrito, lenguaje de señas, lenguaje visual, etc.). La diferencia entre signos culturales y signos naturales, es que éstos últimos no son emitidos intencionalmente por alguien, sino son el resultado de procesos que están fuera de nuestro control (el sonido de un trueno, la dirección del viento, el ladrido de un perro, el dolor de estómago, etc.). Los signos naturales pueden entenderse también como señales, indicios o síntomas, lo que Peirce denominó en su clasificación como signos índice. (ver pág. 69).

Eco denomina a los signos naturales como signos expresivos¹³¹, sin embargo nos recuerda que los signos naturales también son interpretados bajo alguna experiencia o condición social y cultural, la diferencia está precisamente en la fuente de emisión.

130 Eco, *El signo*, p. 33.

131 Eco, *El signo*, p. 34.

Cualquier evento físico, el signo meteorológico, la manera de andar de una persona, etc., son otros tantos fenómenos de significación, por medio de los cuales interpretamos el universo, gracias a experiencias precedentes que nos han enseñado a leer estos signos como elementos reveladores¹³².

En definitiva, para Eco la principal característica que hace que algo sea llamado como signo, no es la fuente ni menos aún el significante material, sino el proceso mental por el cual alguien interpreta las cosas como signo. En otras palabras, para que algo sea entendido como signo, debe estar inmerso en un proceso de significación o de semiosis (ver pág. 74).

Una segunda clasificación de los signos que analiza este autor es el de signos simples y signos complejos. Sin embargo, esta clasificación es bastante subjetiva, en el sentido de que depende íntegramente del contexto. Por ejemplo, una letra es un signo simple, y una palabra un signo complejo. Pero la palabra en relación a un párrafo se convierte en un signo simple siendo el párrafo el signo complejo. Esta clasificación nos puede ayudar al momento de diferenciar los signos en su contexto y facilitar la lectura de los mismos.

Eco hace referencia en su clasificación a los sistemas de significación que Barthes definió como funciones signo (ver pág. 93). Todo objeto significa algo de acuerdo a su uso o función que éste cumple. Eco complementa esta idea con la noción de función primaria y función secundaria. Por ejemplo, un sombrero entendido como objeto signo, tiene una función primaria, que es la de protegernos con su sombra ante la inclemencia de los rayos solares. Pero ese sombrero también cumple una función secundaria que puede ser la de mostrarse como un producto cultural, es decir, de acuerdo a ciertas características formales que tenga dicho sombrero, éste transmite connotaciones geográficas, culturales, sociales, económicas o estéticas. «En algunos casos, la función secundaria prevalece hasta el punto de atenuar o incluso eliminar del todo la función primaria»¹³³.

Otra posible clasificación propuesta por Eco consiste en la diferenciación entre signos comunicativos y signos expresivos. Los primeros casi siempre son de naturaleza artificial y son emitidos intencionalmente con el objetivo de comunicar un mensaje. Los segundos, en cambio, son aquellos emitidos sin intención previa, de manera involuntaria y espontánea, casi siempre parten de una fuente natural y la intención del emisor no es la de comunicar; sin embargo siguen siendo susceptibles a la interpretación de alguien. El

132 Ibídem.

133 Eco, Umberto, *El signo*, versión digital, www.microclima.net/files/librosignoumbertoeco.pdf, 2013, p. 40.

lenguaje gestual y corporal es un ejemplo claro para entender esta clasificación. Por ejemplo, podemos decirle a una persona que estamos agotados y que necesitamos descansar. En ese caso se ha emitido un signo intencional para comunicar un sentimiento personal. Por otro lado, podemos bostezar sin la mínima intención de comunicar nada a nadie, y otra persona fácilmente puede interpretar nuestro debilitado estado físico y llegar a la conclusión de que necesitamos un descanso.

Una clasificación más de los signos podría darse de acuerdo a la naturaleza física del mismo en relación a nuestro aparato receptor. Es decir, signos visuales, olfativos, gustativos, táctiles y auditivos. Está por demás explicar las diferencias entre unos y otros, ya que basta con prestar atención a nuestra percepción para darnos cuenta de sus características particulares. Todo tipo de signo en general puede encajar en esta clasificación que, en definitiva, resulta demasiado amplia para ejemplificarla en este texto.

En cuanto a la relación del signo con su significado, Eco advierte la presencia de signos unívocos, es decir, con un solo significado posible: por ejemplo, la luz roja de un semáforo o las señales de tránsito en general; y signos equívocos, aquellos que pueden presentar distintos significados en un mismo significante, como por ejemplo la palabra /vela/ que puede significar dos cosas diferentes de acuerdo al contexto utilizado. Por último están también los signos plurales, es decir los que generan varios significados al mismo tiempo, y los signos vagos, cuyos significados son imprecisos y nada claros.

Una interesante clasificación propuesta por Eco consiste en diferenciar a los signos cuyos sistemas de significación se desprenden de otros sistemas. Estos sistemas son denominados como signos parásitos. Por ejemplo, los códigos usados en la nomenclatura musical, son signos-parásito que representan el signo principal que es el sonido mismo de la música. Otro ejemplo lo encontramos en las palabras escritas, que no son más que signos parásitos que representan a la palabra oral, siendo ésta en definitiva la que genera el significado mental que tenemos sobre las cosas.

Haciendo referencia a la famosa clasificación dada por Peirce sobre el signo en relación a su objeto, son tres las posibilidades: índice, ícono y símbolo. (ver págs. 69 a 71). Eco realiza algunos alcances a esta definición, aclarando que los signos índice, no solo representan a las cosas por conexión física, sino que de acuerdo a la presencia del signo y su referente, estos pueden actuar como índices o indicadores directos. A estos indicadores, Eco los llama signos vectores, cuya definición es la siguiente:

Signos indicadores en sentido propio [...] como el dedo que apunta al objeto, y que [...] no mantiene relaciones causales con el objeto, sino que funcionan solo en presencia del objeto. Así sucede en el caso de la flecha indicadora en la carretera, o con la banderola que señala la dirección del viento. [...] definimos al índice vector como un signo cuyo significado consiste en dirigir la atención sobre un referente¹³⁴.

En cuanto a los signos ícono, Eco nos recuerda que no es suficiente entenderlos bajo el concepto de similitud o semejanza ya que estas palabras son solo sinónimos de iconicidad.

«un signo es icónico en cuanto posee las propiedades de su denotado. Así, son íconos una fotografía, un dibujo, un diagrama, y también una fórmula lógica y sobre todo una imagen mental»¹³⁵.

Recordemos que los niveles de iconicidad pueden ser distintos para representar un objeto. Peirce llama a estos niveles como ícono/imagen, ícono/diagrama e ícono/metáfora. Para Eco, esta clasificación puede explicarse también con los términos de íconos intrínsecos (los que representan a un objeto usando una parte de ese objeto), íconos traslativos (íconos que representan a su objeto con el uso de atributos de dicho objeto) e íconos ostensivos (los que usan al mismo objeto como representación).

También Eco aclara algunas condiciones que debe cumplir un signo para considerarse como ícono. Primero, no se puede iconizar algo desconocido; segundo, para generar un signo ícono, se necesita de lenguajes analógicos o artificios figurativos, y tercero, cualquier acción de similitud y semejanza para representar un signo ícono pasa también por el universo de las convenciones culturales.

En definitiva, Eco nos recuerda que para ésta y otras clasificaciones, debemos siempre estar atentos al contexto en el cual los signos son usados. Es en la práctica en que los signos se configuran, haciendo posible el hecho de que

134 Eco, *El signo*, p. 58.

135 Eco, *El signo*, p. 57.

un mismo significante pueda significar diversos conceptos dependientes de la función que un signo haya adquirido.

Los signos pueden asumir características diversas, según los casos y las circunstancias en que los utilizamos, precisamente porque tienen un carácter fundamental común: ser el objeto de una teoría unificada del signo que supere las diferentes clasificaciones¹³⁶.

El signo como un fenómeno filosófico

El hombre es su lenguaje, porque la cultura se constituye como sistema de sistema de signos. Incluso cuando cree que habla, el hombre es hablado por las reglas de los signos que utiliza. Conocer las reglas de estos signos es conocer la sociedad, pero es también conocer el sistema de determinaciones lingüísticas que nos constituye como «alma»¹³⁷.

Una de las principales características de la semiótica de Umberto Eco es la relación que ésta tiene con el campo de la Filosofía. Desde aquí, el autor hace sus más importantes reflexiones sobre el signo.

Desde esta perspectiva, Eco plantea la idea de que los signos no son más que el producto de la abstracción mental que los seres humanos hacemos del mundo. Sin ellos no podríamos acceder a la realidad, el poder de abstracción es el que nos permite generar cultura y ésta solo existe por la actividad simbólica que la humanidad ha desarrollado durante su evolución hasta convertirla en lenguaje.

Se ha llamado al hombre animal simbólico, y en este sentido, no solamente el lenguaje verbal sino toda la cultura, los ritos, las instituciones, las relaciones sociales, las costumbres, etc., no son otra cosa que formas simbólicas [...] en las que el hombre encierra su experiencia para hacerla intercambiable; se instaura humanidad cuando se instaura sociedad, pero se instaura sociedad cuando hay comercio de signos¹³⁸.

136 Eco, *El signo*, p. 74.

137 Eco, *El signo*, p. 166.

138 Eco, *El signo*, p. 107.

Son los signos y sus usos los que permiten la existencia de todo, inclusive de la filosofía misma. El poder de abstracción, es decir, de imaginación, es el que va creando la experiencia de existencia, y esa imaginación ya es producción signíca. Son los signos los que nos permiten interactuar con la realidad, conocernos a nosotros mismos, dominar la naturaleza, y crear el mundo que nos rodea.

Toda la discusión filosófica sobre las ideas nace porque articulamos signos. Se elaboran signos incluso antes de emitir sonidos, y en todo caso, antes de pronunciar palabras. [...] Las cosas se controlan por medio de sus signos o de otras cosas que asumen como signos de aquéllas¹³⁹.

Llama la atención también las reflexiones filosóficas que Eco dedica al tema del signo ícono. El concepto de iconicidad ha sido discutido con gran pasión en el mundo de la semiótica por diversos autores.

Así se comprende en qué sentido, como ya habían afirmado otros filósofos, el proceso signíco se identifica con el proceso abstractivo del pensamiento. Se trata de elegir algunos aspectos generales de los datos de la experiencia, y de construir una especie de modelo estenográfico: la teoría del iconismo dice que este modelo tiene la misma forma que el objeto significado¹⁴⁰.

Así lo demuestra Eco en su obra, en la que realiza un recorrido profundo del pensamiento de algunos de los más importantes filósofos y semiólogos (Peirce, Morris, Moles, entre otros) llegando a la conclusión de que una de las características intrínsecas de los signos es precisamente su carácter de iconicidad, puesto que al ser interpretados, éstos se transforman en una imagen mental, la cual siempre tendrá una relación de apariencia o semejanza con el objeto representado.

Los iconos mentales son abstracciones, esquemas, que solo recogen ciertos aspectos del singular, y que se construyen en la mente volviendo a coordinar las sensaciones, a base de sensaciones precedentes. Son como los dibujos, que imitan una forma, quizás un color, pero no los aspectos táctiles del objeto¹⁴¹.

Las semejanzas que creemos encontrar en los signos ícono, son solo construcciones mentales que determinan el nivel de semejanza de acuerdo a nuestras propias experiencias.

139 Eco, *El signo*, p. 109.

140 Eco, *El signo*, p. 140.

141 *Ibidem*.

Signo icónico no es algo que se asemeja a la realidad denotada, como si se ofreciera como «don» del objeto a nuestra percepción: es un signo producido de tal manera que genera aquella apariencia que nosotros llamamos « semejanza ». El sentido de dependencia causal del objeto no es un efecto del objeto, sino de la convención productiva del signo (y, a la vez, del objeto como unidad cultural, cf. § 5.9)¹⁴².

Eco da mucha importancia en sus reflexiones filosóficas al concepto de interpretante formulado por Peirce (ver pág. 74), y sumado a esto, rescata nuevamente la idea de semiosis ilimitada. El signo solo existe en el interpretante de dicho signo, y la interpretación es un proceso mental infinito, no tiene un principio y un final, y todo signo de alguna manera se refiere a otro. Para Eco, el signo no es más que un momento de semiosis, es ahí, en esa dinámica, en esa práctica, en donde el signo adquiere su existencia.

Entender al signo como momento (siempre en crisis) de la semiosis implica considerarlo como el instrumento a través del cual el sujeto mismo se construye y se deconstruye continuamente. En el proceso de semiosis ilimitada no se puede interpretar una expresión sin traducirla a otros signos – sean o no del mismo sistema semiótico - ; de tal forma que el interpretante no solamente defina al interpretado de alguna manera, sino que a su vez deje conocer algo más acerca del interpretado¹⁴³.

En definitiva, estos breves párrafos son un resumen general de algunas de las principales ideas que Eco desarrolla ampliamente en su obra, observando al signo como un fenómeno filosófico. Desde esta perspectiva, este análisis es extremadamente amplio y demuestra que el signo, así como nos permite entender los aspectos cotidianos de nuestra vida, también puede ser un vehículo para indagar sobre los temas más profundos de nuestro ser.

142 Eco, *El signo*, p. 147.

143 Zecchetto, Victorino y otros, *Seis semiólogos en busca del lector*, Tomo I, Quito: Ed. Abya-Yala, 2000, p. 67.

El signo y sus características comunes

Quizá uno de los aportes más importantes de Umberto Eco para la semiótica sea la búsqueda que él hace sobre la función común que todos los signos tienen. De esta manera, Eco propone una teoría única del signo en la que se formule sus características fundamentales pero no únicamente desde una visión abstracta, ya que

«los signos estímulos suscitan signos respuestas, sin que nunca se pueda alcanzar la realidad mental subyacente, si no es por medio de signos»¹⁴⁴.

Una verdadera teoría del signo debe tener claras indicaciones prácticas y debe ser netamente operativa a tal punto que sirva para entender el comportamiento de los signos en general.

Desde esta perspectiva, Eco plantea los siguientes principios teóricos que caracterizan al mundo de los signos, estos son:

La señal: Recordemos que todo proceso de significación es a su vez un proceso de comunicación. Para que exista la comunicación entre un emisor y un receptor siempre habrá la presencia física de una señal entendida como estímulo perceptivo, independiente del código o mensaje. La ausencia o la presencia de una señal dan origen a un proceso sígnico.

El signo: El signo existe cuando una señal es codificada mediante ciertas convenciones sociales y se ha convertido en significante de algún significado. Independiente de que una señal sea emitida sin intención o con intención, para que exista un proceso de significación, el receptor debe decodificar la información percibida mediante los convencionalismos sociales establecidos en su contexto.

144 Eco, Umberto, *El signo*, versión digital, www.microclima.net/files/librosignoumbertoeco.pdf, 2013, p. 168.

La semiosis ilimitada: Todo proceso sónico es infinito. La interpretación y la representación que hacemos de los signos es un proceso progresivo que nos lleva de significantes a significados y viceversa.

Todo objeto al que se refiere un signo puede convertirse a su vez en el significante del mismo significado del significante inicial, o incluso en el significante cuyo significado metalingüístico es el significante inicial. Por lo tanto, no existen signos en sentido específico y cualquier objeto puede ser instituido como significante de otro objeto¹⁴⁵.

El signo es de naturaleza relacional: Todo signo existe por un proceso relacional entre significado y significante. El signo es un momento dinámico de interacción entre emisor y receptor.

Todo signo pone en correlación el plano de la expresión (plano significante) y el plano del contenido (plano significado), y ambos oponen a su nivel sustancia y forma. Ningún tipo de signo escapa a esta clasificación¹⁴⁶.

El signo es una convención social: Para ser interpretado, todo signo pasa por las convenciones sociales que rigen en el contexto en el que dicho signo es representado. «En el signo, el significante se asocia al propio significado por decisión convencional, y por lo tanto, basándose en un código»¹⁴⁷.

El código: Para que el significante transmita un significado, es necesario un sistema convencional de códigos comunes entre emisor y receptor. «Lo que contribuye a definir un signo es su posibilidad de instituir una relación entre significante y significado a base de un código, y no el hecho de que el significante haya sido emitido intencionalmente»¹⁴⁸.

Para Eco, el concepto de código es fundamental para la semiótica, ya que no podrían existir los signos si no hubiese detrás de ellos un sistema de códigos (lengua, reglas, convenciones, experiencias) que permita la interpretación de dichos signos. «En su sentido ampliado semántica, sintáctica y pragmáticamente, (el código) es el sistema convencionalizado de reglas metalingüísticas que ligan unos elementos expresivos

145 Eco, *El signo*, p. 169.

146 Eco, *El signo*, p. 170.

147 Eco, *El signo*, p. 171.

148 Eco, *El signo*, p. 172.

determinados a unas determinadas unidades culturales»¹⁴⁹.

El interpretante: Todo signo puede ser interpretado con ayuda de otros signos o sistemas de significación que pueden o no tener la misma sustancia de la expresión. Un signo será tal cuando sea susceptible a ser interpretado.

La referencia: Todo signo existe en el acto de referencia que realiza el interpretante. El significado de los signos no es más que referencias de otras referencias en un proceso de semiosis ilimitada. «el destinatario descodifica el signo originario solo en aquello que le sirve para los fines de la comunicación emprendida, o de los usos de referencia a los que se pretende aplicarlo»¹⁵⁰.

Índice vector: Recordemos que una función característica de los signos índice es llamar la atención del interpretante (ver pág. 54). Eco nos dice que todo signo cumple de alguna manera la función de índice, ya que si no llama la atención a nuestros sentidos, no podría iniciarse ningún proceso de significación. «En el acto de referencia se utilizan metalingüísticamente unos tipos de índices particulares cuyo significado genérico es «dirige tu atención hacia tal campo perceptivo en el que deberás organizar una percepción actual del objeto de referencia»¹⁵¹.

Unidad semántica: Con estos términos, Eco se refiere a que todo interpretante es una unidad cultural autónoma que define los significados de los signos. La suma de estas unidades culturales genera un sistema semántico global. «Es la inmensa variedad de los interpretantes lo que permite traducir siempre una unidad cultural a un interpretante reconocible»¹⁵². Podríamos decir que las unidades culturales son el conjunto de características similares que permite agrupar la realidad en conceptos. Estas unidades semánticas son tangibles, ya que se manifiestan físicamente en los signos que las representan, y también son dinámicas y cambiantes, puesto que forman parte de todo proceso de significación que se dé por comparación y oposición entre unidades semánticas.

Definir, describir y agotar este sistema (de las unidades culturales) es imposible, y no solamente a causa de su amplitud, sino también porque en el círculo de la semiosis ilimitada, las unidades culturales se reestructuran continua-

149 Eco, *El signo*, p. 185.

150 Eco, *El signo*, p. 174.

151 Eco, *El signo*, p. 175.

152 Eco, *El signo*, p. 179.

mente en sus correlaciones (tal es la vida de la cultura), tanto por el impulso de nuevas percepciones como por el juego de sus contradicciones recíprocas¹⁵³.

Denotación y connotación: para Eco, estos conceptos siguen siendo indispensables en una teoría de los signos. La denotación se refiere a la referencia que hacemos de un signo según las unidades semánticas con las cuales comparamos y oponemos dicho signo para entender su significado. La denotación es la correspondencia entre unidades semánticas y su discurso no es más que una extensión del mismo signo.

La denotación es la referencia que se produce en unas circunstancias y en un contexto determinado, a aquella posición en el sistema semántico en el que, desde el comienzo y de manera potencial, el código hacía que el significante fuera referido¹⁵⁴.

La connotación, por otro lado, se entiende como la forma en que las unidades culturales se refieren unas a otras, generando así el proceso de semiosis ilimitada en la que una unidad semántica se asocia con otra en un proceso que no tiene principio ni fin. «La suma de las referencias connotativas constituye, desde otro punto de vista, el espectro compositivo de la unidad cultural»¹⁵⁵.

La definición y el sentido: en palabras de Eco, la definición es un artificio metalingüístico que forma parte de todo proceso de significación. En el momento en el que damos valor a los signos al reflexionar sobre su significado mediante el uso de otros lenguajes o sistemas de signos, estamos generando una definición. Por otra parte, el sentido es la dirección o el recorrido que el interpretante selecciona para su definición, siendo este sentido resultado del contexto en el que dicha definición existe.

Producción del signo: Por último, Eco considera de mucha importancia el proceso de producción de los signos, sobre todo para entender la existencia de signos complejos como el arte y el diseño, en el que su proceso productivo, sus motivaciones y su contexto, permiten al interpretante dar una definición y un sentido con mucho más valor de argumentación.

Producir signos implica trabajo, tanto si estos signos son palabras como cosas. El trabajo productivo parece ajeno al signo como artificio significativo

153 Eco, *El signo*, p. 181.

154 Eco, *El signo*, p. 182.

155 Eco, *El signo*, p. 183.

y parece referirse solamente a la estructura de la expresión; pero debería incluirse también entre los significantes que el signo connota, de la misma manera que la palabra pronunciada connota por medio de su pronunciación las características lingüísticas del que habla¹⁵⁶.

Conclusiones

La obra de Umberto Eco es extremadamente amplia y profunda. En ella se evidencia el enorme conocimiento que este autor tiene a cerca de la semiótica en general por medio de un recorrido riguroso por toda la historia de esta ciencia, atravesada por su marcado estilo estético, lingüístico y sobre todo filosófico. Los argumentos que Eco presenta son sustentados por la visión de decenas de autores que en su momento histórico y contextual han planteado al signo como un fenómeno de estudio desde distintos campos del conocimiento humano.

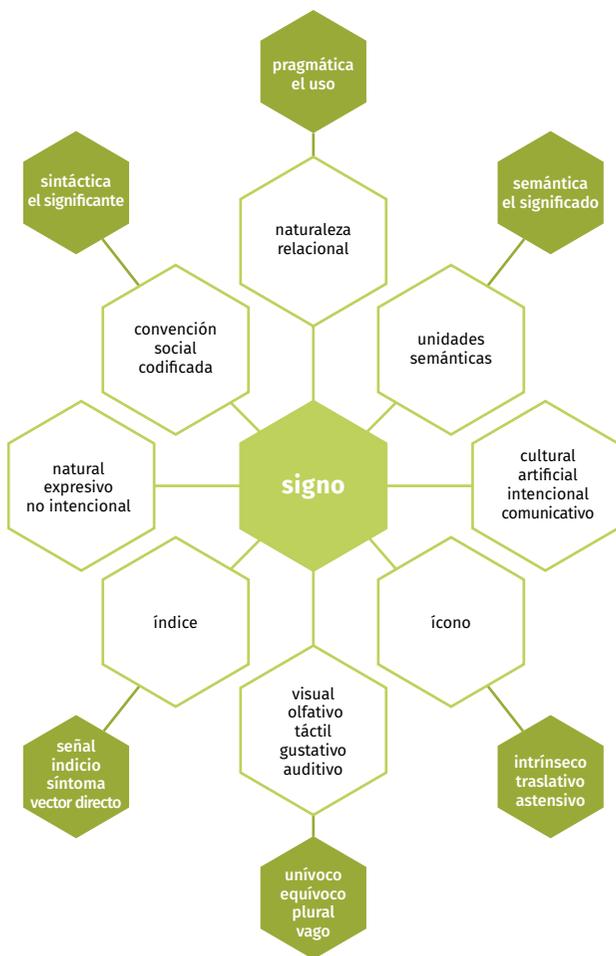
El valor de la teoría de Eco, es precisamente demostrar que los signos generan cultura y que la cultura no es más que una amalgama de signos de todo tipo que solo puede ser decodificada dentro del proceso infinito de la semiosis, siendo ésta la práctica misma de la comunicación como fenómeno social determinante. «La misma práctica social no puede expresarse más que en forma de semiosis. Por ello, los signos son una fuerza social, y no simples instrumentos que reflejan las fuerzas sociales»¹⁵⁷.

Su aporte también ha influenciado de manera importante en el estudio de la teoría de la comunicación y los códigos. Eco ha llegado a demostrar que la producción de signos es el aspecto más importante a considerar por la semiótica contemporánea siendo esta una ciencia inagotable.

En este capítulo hemos hecho una ligera reflexión sobre algunos de los aspectos más importantes que pueden ayudarnos al momento de representar e interpretar la producción gráfica de nuestra cultura, sin la menor duda de que dicha producción, forma parte del universo de los signos.

156 Eco, *El signo*, p. 188.

157 Eco, *El signo*, p. 191.



Propuesta de cuestionario y ejercicio

A continuación, y al igual que en los capítulos anteriores, se propone un ejemplo de aplicación de análisis semiótico de una imagen aplicando la teoría de Umberto Eco, esto, con el objetivo de mostrar el valor que en la práctica supone reflexionar sobre los sistemas de significación y los procesos sígnicos, y cómo este tipo de reflexiones ayudan a consolidar en última instancia, nuestra producción visual y de diseño.

Para finalizar, se propone también un ejemplo de cuestionario de evaluación que sintetizan los principales conceptos estudiados en este capítulo.

Ejemplo de análisis semiótico usando la teoría de Umberto Eco



Figura 10: Publicidad impresa para el automóvil Polo BlueMotion, realizada por DDB Germany, para Volkswagen Group, Alemania, 2008. Tomado de es.coloribus.com, archivo de publicidad mundial.

Para aplicar un análisis semiótico de carácter operativo y práctico siguiendo los postulados de Umberto Eco, debemos partir de la idea de que todos los sistemas de signos son el reflejo de una cultura y una sociedad. La semiótica nos ayuda a explorar las distintas posibilidades de significación que, en este caso, se encierran en una imagen, un signo evidentemente artificial, un signo cuya fuente es la cultural misma a la cual representa.

Debemos decir también que estamos ante un signo complejo y con claras propiedades comunicativas, un signo plural capaz de generar distintos significados en un mismo significante. Recordemos que esta imagen es producto de un proceso sónico; es por eso que, para afrontar el análisis de la misma, proponemos subdividirlo en tres categorías que Eco determina en los signos y que puede facilitar dicho análisis: una dimensión sintáctica (el signo en relación consigo mismo y las leyes que lo conforman), una dimensión semántica (el signo en relación con un significado) y una dimensión pragmática (el signo en relación a su función, a su uso práctico en un determinado contexto).

Dimensión sintáctica:

La imagen presenta un código exclusivamente visual. Se trata de una producción gráfica mediante técnicas digitales representada con signos íconos. También es importante mencionar que, al ser una imagen publicitaria, ésta propone la presencia de códigos publicitarios, como el uso de un logotipo y un eslogan, representado en códigos lingüísticos.

En cuanto a los códigos visuales, podemos encontrar en esta imagen, siguiendo una lectura de izquierda a derecha, la presencia de un personaje masculino en primer plano y en tres cuartos, vestido con un overol de color azul con botones y bolsillos en el pecho, y por dentro lleva una camisa blanca. En resumen, una indumentaria o uniforme de trabajo. El personaje lleva en su mano derecha una boquilla dispensadora de combustible conectada a su respectiva manguera. Del cañón de dicha dispensadora cuelga una pequeña araña sostenida con un filamento de su propia tela. El personaje no tiene cabeza, en lugar de ella existe la presencia de un reloj de arena hecho de cristal y tapas de madera cuya cuenta está a punto de terminar. Sobre dicho reloj flota un gorro azul, complemento de la indumentaria que lleva puesta este personaje cuyo trabajo es el de despachador de combustible de una gasolinera.

Junto a este personaje, y asentado sobre un muro de ladrillos de piedra caliza encontramos un tablero de ajedrez colocado en una ligera perspectiva y sobre el cual podemos ver la distribución de las piezas en algún momento particular de la partida. Las piezas del ajedrez han sido reemplazadas por un conjunto de

tanques de combustible, una torre petrolera y un dispensador de combustible propio de las gasolineras, y en el bando contrario, estas piezas están siendo representadas por árboles de distinta especie y tamaño. Las piezas tanto de un bando como del otro, representan por jerarquía y tamaño a las propias piezas del juego de ajedrez como los peones, la torre, el alfil, la reina y el rey. El juego se encuentra en un movimiento final, en un jaque mate, en el que el bando de los árboles claramente han ganado la partida a los tanques de combustible.

En el extremo izquierdo de la imagen encontramos un caballete de madera sobre el cual descansa un lienzo blanco de medianas proporciones. En este lienzo se ha pintado la silueta de un automóvil cuya figura corresponde en parte al fondo usado en la imagen: un cielo azul amplio, claro y despejado, con nubes blancas iluminadas y frescas. Este cielo forma parte del paisaje que sirve de fondo a los distintos elementos presentes en esta imagen. Dicho paisaje se complementa con un mar azul que en el horizonte se fusiona con el cielo. Detrás de dicho lienzo también se encuentra un pilar construido con el mismo ladrillo de piedra caliza; lo curioso es que dicho pilar no aparece en la figura del lienzo, poniendo en duda si la silueta en cuestión se trata de un corte del lienzo o de una ilustración.

Sobre el mar, que se encuentra en tercer plano y que sirve de fondo de la escena, flota una botella de cristal gigante en sentido horizontal y con una ligera perspectiva. Esta botella, que se encuentra despegada del agua, contiene en su interior un buque petrolero que se asienta sobre agua oscura y contaminada, al igual que el aire que lo rodea. La botella se encuentra tapada con un corcho y presenta dos soportes de madera en su parte inferior, convirtiéndose así en el tradicional adorno del barco en la botella.

Por último, en el extremo inferior derecho podemos ver la presencia del logotipo de la marca Volkswagen y dos pequeñas frases colocadas una sobre la otra, escritas en inglés con tipografía sencilla, sin serifa y de color blanco que dicen: *Absurdly low consumption* y *The Polo Blue Motion*, siendo la primera frase el eslogan del producto (Absurdamente bajo consumo) y la segunda, el nombre del producto en cuestión: el automóvil Polo modelo Blue Motion.

Dimensión semántica:

Para el desarrollo del significado partiremos del eslogan antes señalado: *Absurdamente bajo consumo, Polo Blue Motion*.

El texto aparece aquí como un eslogan publicitario. Recordemos que estamos ante una imagen de tipo comercial que anuncia y promociona un producto específico. En este mensaje lingüístico, encontramos el nombre del producto y

su característica fundamental, su ventaja competitiva, la fortaleza o razón principal del porqué este producto es mejor que el de la competencia haciendo del mismo un automóvil único y especial. Claramente se trata de su bajo consumo de combustible, detalle que lo hace muy atractivo al consumidor, pues el bajo consumo se traduce comercialmente en ahorro de dinero para el usuario.

Es a partir de este mensaje lingüístico que podemos empezar a desarrollar las distintas unidades semánticas que conforman a este signo. Una de estas unidades semánticas, sin duda tiene que ver con el tema de la publicidad. La imagen se convierte en un refuerzo visual del eslogan promocional: *Absurdamente bajo consumo*, La imagen trata de representar la fusión de la idea de lo absurdo con la idea del bajo consumo de combustible y nos refuerza el concepto de que, el consumo de gasolina de este automóvil es tan poco, que supera lo convencional, llegando a bordear el sentido de lo absurdo.

En publicidad, el concepto de lo absurdo siempre ha estado en relación con el bajo costo o con el bajo consumo, algo así como *¡precios de locura!*, o *¡increíbles rebajas!* Este concepto es de fácil acceso y lectura para el usuario, ya que apunta, en última instancia, a lo que todo el mundo busca al comprar y consumir: gastar menos.

En el mundo de la imagen, el concepto de lo absurdo se ha manejado desde distintos puntos de vista. Esto nos lleva a una segunda unidad semántica: el arte. Posiblemente, dentro de los estilos y movimientos artísticos de la historia, es el surrealismo el que con mayor fuerza se ha opuesto al concepto de la razón y ha valorado lo ilógico e inadmisibles en las distintas propuestas estéticas que se han originado desde esta corriente. Dentro del surrealismo, específicamente en lo que a pintura se refiere, formaron parte artistas mundialmente conocidos por sus obras, como es el caso de René Magritte.

La imagen publicitaria en cuestión nos remite a la estética de Magritte, caracterizada precisamente por lo absurdo, lo sugestivo y provocativo, representado en los ingeniosos cambios en la perspectiva, las confusiones entre fondo y figura, los personajes cargados de simbolismo, las escenas mágicas que rompen con todas las leyes de la realidad, etc.

El realismo mágico de Magritte se presta perfectamente para acentuar el concepto de lo absurdo, lo extraño y lo paradójico y, al mismo tiempo, usar como referente al arte pictórico mundial, entendido como la más alta representación de imágenes estáticas, haciendo que esta imagen publicitaria se confunda con una imagen artística, que sin duda, trasciende a lo efímero y superficial de la publicidad, otorgándole el carácter sublime del arte pictórico, dándole así al producto en cuestión mucha más jerarquía, ya que no solo es un automóvil cualquiera producido en serie, sino que se convierte aquí en una obra de arte,

reforzado aún más por su silueta que aparece pintada en un lienzo sobre un caballo, elemento mundialmente utilizado para identificar y representar el arte tradicional pictórico. Silueta que nuevamente juega con el tema de lo absurdo, al confundirse visualmente con el cielo que sirve de fondo a la escena y omitir el pilar del muro de piedra caliza que también se encuentra detrás de dicho lienzo.

Finalmente, una tercera unidad semántica la podemos encontrar en el concepto de la ecología. Este concepto, que hoy en día es fundamental y determinante en muchas de las actividades contemporáneas, replantea las prácticas de consumo que en los últimos años nos han llevado a un grave deterioro ambiental. La aparición de productos ecológicos o sustentables tiene mucho más acogida por los consumidores, quienes se sienten más responsables con la ecología al elegir ciertos productos que la sociedad ha catalogado como eficientes, no contaminantes, y cuyos procesos de producción causan poco impacto en nuestro entorno ambiental.

La responsabilidad que todos tenemos ante el medioambiente es urgente. Qué mejor que actuar mediante la reducción de consumo de energía, en este caso específico de combustible fósil. La gasolina y sus derivados son algunos de los productos más contaminantes que están afectando a nuestro planeta y al aire que respiramos. Al mostrar una actitud ecológica mediante el consumo de productos amigables con el ambiente, hace del consumidor una persona responsable, lo cual es bien visto por la sociedad contemporánea que aplaude dichas prácticas. El poder simbólico que hace atractivo a este automóvil es justamente el mostrarse como un producto ecológico, y aquel que lo posea y lo use se convierte automáticamente en una mejor persona que cuida el planeta y es respetada por eso.

El bajo consumo de combustible de este automóvil es tan absurdo, que se convierte en una especie de premonición del fin del uso de energía fósil, una fuente de energía no renovable y contaminante y que la sociedad se encuentra en un proceso de reemplazarla por energía sustentable y amigable para con el planeta. Ante esta situación, esta imagen muestra a la naturaleza como la vencedora, mediante el uso de la metáfora de la partida de ajedrez, en la que los árboles vencen a los tanques de combustible. El tiempo, representado por el reloj de arena, se agota para esta industria contaminante, una industria abandonada, en la que los dispensadores de gasolina dejarán de existir, se cubrirán de telarañas, un sistema económico altamente tóxico que debería estar encerrado tal cual como se muestra en esa botella llena de contaminación. En esencia, el uso de este automóvil es un aporte para tener cada vez más un aire puro y un mar más limpio.

Dimensión pragmática:

Para finalizar este análisis, y a manera de conclusión, podemos mencionar que, en cuanto a la producción de esta imagen signo, es necesario aclarar que se trata de una imagen publicitaria, es decir, fue creada bajo ciertas condiciones y estrategias particulares que, al ser sintetizadas, permiten cumplir la función objetivo de dicha imagen: promocionar y vender un producto.

Esta imagen cumple una función netamente comercial. Pretende dar a conocer a los potenciales consumidores un producto, específicamente un medio de transporte privado, un automóvil familiar estándar de uso urbano. La publicidad tiene un formato impreso y su contexto de consumo se da en medios masivos de comunicación tales como revistas, vallas publicitarias, afiches, carteles, periódicos, y medios digitales. El producto está dirigido a un público de nivel socioeconómico alto, cuya capacidad de consumo le permite acceder a un automóvil propio. Un público de cierto nivel de educación que es capaz de entender la analogía artística del surrealismo de Magritte sumado al compromiso de conservación del medio ambiente.

Propuesta de cuestionario de evaluación

- ¿Qué entiende usted por signos culturales o artificiales?

.....
.....

- ¿Qué entiende usted por signos naturales?

.....
.....

- ¿Qué entiende usted por sistema de significación?

.....
.....

- ¿Cuál cree usted que es la diferencia entre un estímulo respuesta y un signo?

.....
.....
.....

• ¿Qué entiende usted por dimensión semántica, dimensión sintáctica y dimensión pragmática de un signo?

.....
.....

• Explique un ejemplo de signos simples y signos complejos.

.....
.....

• Explique con un ejemplo la función primaria y secundaria que puede tener un signo.

.....
.....

• ¿Cuál es la diferencia entre un signo comunicativo y un signo expresivo?

.....
.....

• Explique tres ejemplos de signos. Uno gustativo, uno olfativo y uno táctil.

.....
.....

• Enumere cuatro ejemplos, uno de cada tipo de signos: unívoco, equívoco, plural y vago.

.....
.....

• Explique un ejemplo de signo indicador directo o signo vector.

.....
.....

• Enumere tres ejemplos, uno de cada tipo de signo ícono: intrínseco, traslativo y ostensivo.

.....
.....

• ¿Qué entiende usted por el carácter de iconicidad de los signos?

.....
.....

- ¿Qué entiende usted por el principio semiótico de «el código»?

.....
.....

- ¿Qué entiende usted por el concepto de unidad semántica?

.....
.....

Propuesta de ejercicio práctico

Ejercicio 1: Análisis semiótico de una imagen.

Descripción: El estudiante deberá determinar la dimensión sintáctica, semántica y pragmática de una imagen presentada en clase.

Bibliografía

● **Acaso, María**, El lenguaje visual. Barcelona, Ed. Paidós, 2006.

Arnheim, Rudolf, *Arte y percepción visual: psicología de la visión creadora*, Buenos Aires, Ed. Universitaria, 1973.

Auster, Paul, Coetzee, J.M., *Aquí y ahora*, Barcelona, Anagrama, 2012.

● **Barthes Roland**, *La Aventura semiológica*. Barcelona, Ed. Paidós, 1993.

_____, *Retórica de la imagen*. en «*Communications N°4*», Buenos Aires, Ed. Tiempo Contemporáneo, 1970.

Barthes, Roland. “*Rhétoric de l’image*”, *Communications* 4, 1964. En español “*Retórica de la imagen*”, en *Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos, voces*, 2da ed., Barcelona, Paidós, 1992.

_____, *Mitologías*. México, Siglo XXI, 2009.

Baylon, Christian, Mignot, Xavier, *La Comunicación*. Madrid, Ediciones Cátedra, 1996.

Berger, John. *Modos de ver*, Barcelona, Gustavo Gilli, 2002.

Beuchot, Mauricio, *La semiótica. Teorías del signo y del lenguaje en la historia*. México, Fondo de Cultura económica, 2004.

● **Cobley, Paúl, JANSZ, Litza**, *Semiótica para principiantes*. Buenos Aires, Era Naciente SRL, 2004.

Crow, David, *No te creas una palabra, una introducción a la semiótica*. Barcelona, Ed. Promopress, 2008

● **De Bono, Edward**, *El pensamiento lateral: manual de creatividad*, Barcelona, Paidós, 1991.

De Saussure, Ferdinand, *Curso de lingüística general, Tomo I Y II*. Bueno Aires, Losada , 2007

Dondis, A. Donis, *La sintaxis de la imagen*. Barcelona, Gustavo Gilli, 2003.

● **Eco, Umberto**, *La estructura ausente*. Barcelona, Lumen, 2005.

_____, *Apocalípticos e integrados*. Madrid, Ed. De Bolsillo, 2004.

_____, *Obra Abierta: Forma E Indeterminación en El Arte Contemporáneo*. Buenos Aires: Ariel, 1992.

_____, *Signo*. Barcelona: Labor, 1988.

_____, *Tratado de semiótica general*. Barcelona: Lumen, 2000.

Euribe, Zadir Milla, *Introducción a la semiótica del diseño andino precolumbino*. Lima, Asociación de Investigación y Comunicación Cultural Amaru Wayra, 2008.

- **Frascara, Jorge**, *El poder de la imagen: reflexiones sobre comunicación visual*. Buenos Aires, Infinito. 2006.
- **Gonzalez, César**, *Apuntes a cerca de la representación*. México, Instituto de investigaciones filológicas. 2001.
- **Hawking, Stephen, MLIDINOW, Leonard**, *El gran diseño*. Barcelona, Crítica, 2010.
- **Jarrett, Christian**, *50 teorías psicológicas fascinantes y sugerentes*, Buenos Aires, Blume, 2011.
- **Lidwell, William y otros**, *Principios universales del diseño*, Barcelona, Blume, 2011.
- **Lupton, Ellen**, *Graphic design thinking: beyond Brainstorming*, Barcelona, Gustavo Gilli, 2012.
- **Marafioti, Roberto, Charles S. Peirce**, *El éxtasis de los signos*, Buenos Aires, Biblos, 2005.
- **Marina, José, Antonio**. *Teoría de la inteligencia creadora*. Barcelona, Anagrama, 1993.
- **Mattelar, Michéle, MATTELAR, Armand**, *Historia de las teorías de la comunicación*, Buenos Aires, Paidós, 1997.
- **Mirzoeff, Nicholas**, *Una introducción a la cultura visual*, Barcelona, Paidós, 2003.
- **Morgado, Ignacio**, *Cómo percibimos el mundo, Una exploración de la mente y los sentidos*, Buenos Aires, Planeta, 2012.
- **Peirce, Charles, S**, *La ciencia de la semiótica*, Buenos Aires, Nueva Visión, 1986.
- _____, *Obra lógico semiótica*, Madrid, Ed Taurus, 1987.
- **Rodríguez, Alejandro**, *Introducción a la teoría semiótica de Charles Peirce*. México, (s.e), 2004.
- **Susunaga, Fragoso Olivia**, *La aplicación de la semiótica al proceso del diseño*. México: Escuela mexicana de Arquitectura Diseño y Comunicación, Universidad La Salle, (s.a.).
- **Tello, Nerio**, *Umberto Eco para principiantes*, Buenos Aires, Era Naciente, 2003.
- **Vitta, Mauricio**, *El sistema de las imágenes, estética de las representaciones Cotidianas*, Barcelona, Paidós, 2003.

●
Zecchetto, Victorino y otros, *Seis semiólogos en busca del lector, Tomo I y Tomo II*. Quito, Ed. Abya-Yala, 2000.
_____, *La danza de los signos*, Quito: Ed. Abya-Yala, 2002.

Bibliografía APA

Acaso, M. (2006). *El lenguaje visual*. Barcelona, España: Paidós.

Barthes, R. (1993). *La Aventura semiológica*. Recuperado de <https://laimagencomofuente.wikispaces.com/file/view/-La-Aventura-Semiologica-Roland-Barthes.pdf>

_____. (1970). *Retórica de la imagen*. Recuperado de <http://documents.mx/documents/la-retorica-de-la-imagen-barthes-1970.html>

Beuchot, M. (2004). *La semiótica. Teorías del signo y del lenguaje en la historia*. Ciudad de México, México: Fondo de Cultura económica.

Cobley, P., & Jansz, L. (2004). *Semiótica para principiantes*. Buenos Aires, Argentina: Era Naciente.

Crow, D. (2008). *No te creas una palabra, una introducción a la semiótica*. Barcelona, España: Promopress.

De Saussure, F. (2007) *Curso de lingüística general, Tomo I Y II*. Bueno

Aires, Argentina: Losada.

Dondis, A. D. (2003). *La sintaxis de la imagen*. Barcelona, España: Gustavo Gilli.

Eco, U. (2013) *El signo*. Recuperado de www.microclima.net/files/librosig-noumbertoeco.pdf

Gonzalez, C. (2001). *Apuntes a cerca de la representación*. Ciudad de México, México: Instituto de investigaciones filológicas

Marina, J. A. (1993). *Teoría de la inteligencia creadora*. Barcelona, España: Anagrama.

Mirzoeff, N. (2003). *Una introducción a la cultura visual*. Barcelona, España: Paidós.

Morgado, I. (2012). *Cómo percibimos el mundo, Una exploración de la mente y los Sentidos*. Buenos Aires, Argentina: Planeta.

Peirce, C. S. (1986). *La ciencia de la semiótica*, Buenos Aires, Argentina: Nueva Visión.

Rodríguez, A. (2004). *Introducción a la teoría semiótica de Charles Peirce*. Ciudad de México, México: (s.e)

Zecchetto, V. (2000). *Seis semiólogos en busca del lector, Tomo I y Tomo II*. Quito, Ecuador: Abya-Yala.

Índice analítico

● A

Arbitrariedad: 33, 44, 45, 46, 51, 55

Argumento: 72, 73, 75, 79, 132

Artificial, signo: 117, 121, 140

Auditivo: 24, 25, 41, 71, 82, 123

● B

Barthes, Roland: 85, 87, 88, 89, 90, 91,

92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 100, 101,

102, 103, 105, 106, 107, 111, 112, 121, 122

● C

Cambiante: 20, 39, 48, 49, 55

Codificado: 26, 98, 100, 101, 102, 105,
107, 108, 109, 112

Codificado, no: 98, 100, 101, 102, 105,
107, 108, 112

Código: 20, 26, 27, 28, 36, 40, 41, 43,
50, 71, 80, 85, 88, 96, 97, 98, 99, 100,
101, 102, 106, 108, 111, 117, 118, 119,
120, 121, 123, 128, 129, 131, 132, 135, 142

Comunicación: 14, 17, 26, 27, 28, 31, 33,
35, 36, 50, 71, 74, 75, 89, 96, 97, 98, 106,
107, 109, 110, 115, 118, 119, 128, 130,
132, 140

Connotativo: 15, 85, 95, 101, 102, 105,
107, 109

Conocimiento: 17, 22, 23, 25, 27, 28, 30,
38, 59, 60, 61, 64, 68, 70, 75, 96, 115, 132

Contenido: 13, 14, 92, 93, 95, 105, 107,
120, 129

Contexto: 13, 17, 22, 25, 26, 27, 28, 31,
34, 35, 36, 45, 50, 51, 66, 70, 71, 75, 85,
87, 88, 95, 102, 107, 109, 120, 122, 123,

124, 128, 129, 131, 135, 140

Cualisigno: 67, 78

Culturales, signos: 88, 111, 117, 121, 140

● D

Decodificar: 28, 128

Denotativo: 15, 85, 95, 101, 105, 107, 108

Diacrónico: 49

Dicente: 72, 73, 79

Dualidad: 39, 40, 42, 43, 44, 46, 50, 54,
89, 92

● E

Eco, Umberto: 21, 45, 72, 74, 115, 117,
118, 119, 120, 121, 122, 123, 124, 125,
126, 127, 128, 129, 130, 131, 132, 134,
135, 145, 146, 147

Emisor: 28, 100, 118, 122, 128, 129

Equívoco, signo: 123, 141

Estímulo: 20, 21, 22, 23, 43, 67, 119, 128,
140

Expresión: 13, 14, 36, 67, 93, 95, 106,
120, 127, 129, 130, 131

● G

Gustativo 24, 82, 123, 141

● H

Habla 33, 40, 41, 42, 43, 45, 49, 55, 89,
96, 97, 125, 131

Huella 70, 119

● I

Iconicidad: 94, 124, 126, 141

Ícónico: 43, 98, 100, 101, 102, 105, 107,
108, 109, 112, 124, 127

Iconismo: 126

Iconizar: 124

Ícono: 69, 78, 79, 82, 123, 124, 126, 141

Indicador: 141

Índice: 69, 70, 130

Indicio: 70, 121

Información: 17, 20, 21, 22, 23, 25, 27, 28, 30, 68, 72, 87, 99, 100, 110, 128

Inmutable: 39, 48, 49, 55

Intencional, signo: 123

Interpretación: 13, 14, 15, 17, 19, 22, 24, 25, 31, 60, 64, 72, 73, 74, 79, 99, 119, 122, 127, 129

Interpretante: 59, 66, 67, 71, 72, 73, 74, 79, 81, 120, 127, 130, 131

Intrínseco, signo: 124, 141

● L

Legisigno: 68, 70, 78

Lengua: 33, 34, 37, 39, 40, 41, 42, 45, 48, 49, 50, 55, 89, 96, 97, 100, 129

Lenguaje: 14, 15, 17, 23, 25, 26, 27, 28, 31, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 62, 64, 69, 71, 72, 78, 79, 80, 87, 89, 90, 91, 92, 93, 96, 97, 99, 101, 106, 121, 123, 124, 125, 131

Lingüística: 33, 34, 35, 37, 38, 40, 41, 43, 45, 48, 49, 54, 59, 90, 125, 131, 145

Lingüístico: 39, 40, 42, 43, 46, 51, 87, 91, 93, 94, 97, 98, 99, 100, 101, 106, 107, 112, 132, 135, 137

● M

Medio: 15, 19, 20, 23, 24, 25, 27, 28, 34, 36, 37, 44, 67, 68, 69, 87, 103, 106, 107, 108, 110, 122, 126, 128, 131, 132, 140

Mensaje: 22, 24, 25, 27, 28, 85, 89, 96, 97, 98, 99, 100, 101, 102, 105, 107, 108, 109, 111, 112, 118, 119, 121, 122, 128, 137

Metalenguaje: 85, 90, 91, 111

Mito: 85, 89, 90, 91, 92, 111

● N

Naturales, signos: 89, 111, 117, 121, 140

● O

Objeto: 13, 34, 35, 38, 51, 59, 64, 66, 67, 68, 69, 70, 73, 77, 78, 79, 81, 82, 89, 90, 91, 92, 95, 101, 106, 120, 122, 123, 124, 125, 126, 127, 129, 130

Olfativo: 24, 82, 123, 141

Ostensivo: 124, 141

● P

Paradigma: 20, 26, 36, 46, 47, 54, 55, 96

Peirce, Charles S.: 24, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 77, 79, 81, 82, 96, 120, 121, 123, 124, 126, 127

Percepción: 17, 19, 20, 21, 22, 23, 25, 30, 35, 36, 37, 51, 71, 78, 101, 119, 123, 127, 130

Pragmática: 59, 120, 135, 140, 141, 142

Pragmatismo: 60, 74, 80

Primeridad: 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 73, 78, 80

● R

Realidad: 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 28, 30, 31, 34, 35, 36, 37, 39, 41, 44, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 67, 69, 74, 75, 87, 89, 92, 95, 102, 108, 117, 118, 125, 126, 127, 128, 130, 137

Receptor: 28, 85, 118, 123, 128, 129

Referente: 68, 120, 123, 124, 137

Rema: 72, 79

Representación: 13, 15, 17, 24, 25, 27, 30, 31, 37, 51, 54, 64, 66, 67, 68, 69, 71, 72, 74, 79, 89, 92, 95, 97, 100, 101, 106, 108, 119, 124, 129, 137

Representamen: 59, 66, 67, 68, 73, 74, 78, 79, 81, 120

● S

Saussure, Ferdinand De: 33, 34, 35, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 48, 49, 51, 52, 53, 54, 55, 59, 72, 85, 87, 89, 90, 92, 96

Segundidad: 61, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 73, 78, 80

Semántica: 120, 129, 130, 131, 135, 136, 137, 138, 141, 142

Semiología: 17, 33, 34, 36, 37, 38, 49, 50, 51, 54, 55, 85, 87, 90, 95, 97, 102, 103, 111, 112, 117

Semiosis: 59, 74, 75, 81, 115, 122, 127, 129, 130, 131, 132

Semiótica: 13, 17, 18, 23, 24, 28, 33, 35, 39, 40, 45, 46, 47, 48, 51, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 74, 75, 77, 78, 82, 85, 87, 92, 94, 100, 103, 115, 117, 118, 120, 121, 125, 126, 128, 129, 132, 135

Señal: 13, 70, 128

Significado: 13, 22, 33, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 49, 51, 55, 56, 59, 60, 64, 68, 70, 72, 74, 87, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 99, 100, 101, 102, 105, 115, 119, 120, 123, 124, 126, 128, 129, 130, 131, 135, 136

Significante: 33, 42, 43, 44, 45, 49, 51, 55, 56, 68, 87, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 101, 102, 105, 120, 122, 123, 125, 128, 129, 131, 135

Signo plural: 135

Simbólico: 37, 45, 71, 94, 95, 101, 102, 109, 125, 138

Símbolo: 40, 70, 71, 79, 82, 109, 123

Sincrónico: 49

Sinsigno: 67, 68, 78

Sintáctica: 120, 129, 135, 141, 142

Sintagma: 46, 55

Síntoma: 121

● T

Táctil: 24, 71, 82, 97, 123, 126, 141

Terceridad: 61, 64, 65, 66, 68, 71, 73, 78, 80

Traslativo, signo: 124, 141

Triada: 65, 71

● U

Unidad cultural: 127, 130, 131

Unívoco, signo: 123, 141

● V

Vago, signo: 123, 141

Vector, signo: 123, 124, 130, 141

Visual: 13, 14, 15, 24, 25, 35, 36, 37, 41, 43, 47, 50, 71, 77, 78, 79, 80, 82, 89, 91, 94, 97, 98, 99, 100, 101, 103, 106, 107, 118, 121, 123, 134, 135, 137, 145, 146



 **FACULTAD
DE ARTES/
UNIVERSIDAD DE CUENCA**



UNIVERSIDAD DE CUENCA

ISBN: 978-9978-14-421-3



9 789978 144213