

Introducción a la semiótica de la imagen

Autoría



Tanius Karam

Doctor mexicano en Ciencias de la Información por el Departamento de Periodismo III Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid.

Es profesor e investigador en el Departamento de Comunicación y Cultura en la Universidad de la Ciudad de México. Sus áreas de estudio son el análisis del discurso aplicado al periodismo escrito y la convergencia entre texto literario y periodístico.

Actualmente realiza estudios discursivos sobre cronistas-periodistas, crónica periodística y la ciudad de México. Es colaborador de suplementos culturales en varias revistas principalmente mexicanas sobre temas de literatura y periodismo.

Sumario

Abstract

0. Presentación

1. De la semiótica, sus objetos y preocupaciones

1.1. Algunas definiciones

1.2. Algo sobre los objetos de estudio y tipos de problemas

1.2.1. Convención de los signos icónicos

1.2.2. Las articulaciones de los códigos visuales

1.2.3. La representación y modalidad de los mensajes visuales

1.2.4. Relaciones sintagmáticas y paradigmáticas

1.2.5. Análisis connotativo y denotativo

1.2.6. Análisis retórico

2. La idea de una semiótica visual en el programa de Peirce

3. La lengua y la Imagen. Algunas diferencias

4. Definiciones y rasgos en torno a la imagen, al signo icónico y al iconismo

4.1. Debate sobre la semejanza y el parecido

4.2. La convención en el análisis de la imagen

4.3. Debate sobre la Motivación

5. Rasgos de los códigos visuales

5.1. El concepto de doble articulación

5.2. Los códigos del análisis visual

6. Colofón y Guía

7. Recursos en Semiótica

Fuentes documentales

ABSTRACT



Entendemos por semiótica de la imagen el estudio del signo icónico y los procesos de sentido-significación a partir de la imagen. El estudio de la imagen y las comunicaciones visuales en realidad desborda lo estrictamente pictórico o visual, tal como pueden ser los análisis de colores, formas, iconos y composición, para dar paso a los elementos históricos y socio-antropológicos que forman parte de la semiótica de la imagen. [...]

0. PRESENTACIÓN

Entendemos por semiótica de la imagen el estudio del signo icónico y los procesos de sentido-significación a partir de la imagen. El

estudio de la imagen y las comunicaciones visuales en realidad desborda lo estrictamente pictórico o visual, tal como pueden ser los análisis de colores, formas, iconos y composición, para dar paso a los elementos históricos y socio-antropológicos que forman parte de la semiótica de la imagen.

Hay que ver la semiótica de la imagen dentro de una "semiótica de lo visual". El estudio de esta área de la semiótica es más diverso de lo que parece porque existen diversos tipos de imagen en variados dispositivos manuales o electrónicos, estáticos o dinámicos. Lo visual supera el ámbito de la producción de la imagen; lo visual implica una gran división entre lo estático y lo dinámico, igual si se ve a la imagen desde la sintaxis o la recepción. Lo visual, por ejemplo, integra a lo plástico y a lo icónico. (Cf. Haidar, 1996: 195), de hecho el famoso Grupo ? (1993) -que sostenidamente desde hace más de 20 años viene reflexionando sobre una semiótica de lo visual- tiene una propuesta interesante de análisis desde la semiótica visual de los signos icónicos y plásticos (1).

Al ser la imagen un componente fundamental de la cultura, de la vida social y política, estudiar la misma deviene en reflexionar cómo se construye socialmente el sentido en ciertos procesos de comunicación visual. La imagen se puede ver no sólo como sistema de expresión, sino una estrategia política y social, como un elemento fundamental en la explicación de grupos sociales, religiones, sistemas políticos y, ahora, de los medios de información colectiva. De ahí que una semiótica de la imagen sea una herramienta para el mayor conocimiento de cómo ciertos procesos se presentan en la vida social, qué efectos de sentido tienen sus construcciones, qué relaciones se pueden establecer entre aspectos estéticos y culturales o entre los perceptivos y sus usos sociales, etc. Así, el proyecto de una "semiótica visual" está circundado por el de una "semiótica de la cultura" (2), por lo que no se reduce únicamente al análisis de los códigos visuales, sino a la manera como una imagen forma parte de la representación social, media la relación y construye visiones del mundo.

Hemos constatado que no abundan materiales que sintetizen las bases para el estudio semiótico de la imagen, quizá por la complejidad y por la gran dispersión de materiales; en ese sentido Klinkenberg (2006: 3454), más que una doctrina muy establecida, tenemos una serie de problemas, un conjunto de cuestiones sobre las cuales reflexionar. Una de las razones es, tal vez, la propia complejidad del tema dado que la imagen como concepto "empírico" es heterogénea: designa simultáneamente una categoría teórica (lo visual), un sistema de expresión (la pintura, el cine, etc.), un sistema de contenido ("sustancia visual" de acuerdo a Barthes), un problema de producción (la perspectiva, el punto de vista), un problema de interpretación. El mundo de lo visual y de las imágenes el particular se puede prestar para reflexiones abstractas (desde la filosofía, la neurología o la semiótica), para cuestiones técnicas o metodológicas, o bien para un análisis social de los usos de la imagen. Así esta semiótica de la imagen se puede entender como un auxiliar en la reflexión pura, un instrumento para el análisis, o bien un apoyo para consideraciones socio-antropológicas de la imagen. Otra razón de la dificultad se puede explicar por la fluctuación de la denominación ocurrida dentro de la misma semiótica, como nos lo recuerda Escudero (2003: 8) ya que según esta autora hay referencias que remiten que a una "semiótica visual", una "semiología de la imagen" o una "semiótica del lenguaje visivo".

Con este texto esperamos, por un lado, lograr una aproximación a la semiótica de la imagen que ofrezca algunas herramientas útiles (más conceptuales que metodológicas) que animen a seguir al lector en su conocimiento más profundo y, por otro lado, queremos dejar constancias de esos componentes mínimos necesarios para que el destinatario pueda identificar algunos componentes de la semiótica de la imagen (y por extensión del proyecto más amplio de una semiótica visual), y, así, diferenciarla de otros acercamientos filosóficos y socio-antropológicos de la imagen (el iconismo y lo icónico), a la vez que ofrecer una bibliografía básica y fuentes electrónicas relevantes en torno al análisis semiótico de la imagen.

(1) Conviene aclarar la diferencia entre signo plástico e icónico. Klinkenberg (2006:347) establece una diferencia entre el signo icónico y plástico. El primero no es conocido, es analógico y remite miméticamente a un objeto de la realidad; en cambio el signo plástico, por su parte moviliza códigos basados en las líneas, los colores y las texturas, tomados independientemente de cualquier remisión mimética. Los significantes icónicos precisamente por dependen de los sistemas icónicos están constituidos por unidades discretas (las imágenes como tal y la separación de sus componentes: en una cara, vemos ojos, cejas, nariz...), lo que no parece ser el caso de los signos plásticos donde lo que tenemos son líneas, texturas, formas no susceptibles de dividirse. Estos dos signos pueden tener la misma materia, pero sustancias distintas, porque sus formas son distintas. Un resumen con ejemplos sobre estos y otros conceptos relacionados se puede ver en [este enlace](#).

(2) Nota "semiótica cultural", es decir un análisis de los mecanismos semióticos dentro de una cultura. En general hablaríamos de los procesos de producción de sentido en entornos culturales; es decir, la idea de cultura desde la semiótica de Lotman que parte de una idea de cultura como un conjunto de sistemas de producción de sentido e integra las diversas fuentes de las que parte su noción de cultura como sistema semiótica: los estudios literarios, la teoría de la información y la cibernética. La cultura se ve como un sistema de sistemas de signos organizados de cierto modo. La organización de este sistema que es la cultura se manifiesta como una suma de reglas y restricciones impuestas al sistema. La forma de analizar a la cultura es a través de la semiótica. La semiótica de la cultura considera los diferentes procesos que se dan en una cultura como sistemas de signos susceptibles de ser, por tanto, desentrañados. Sus trabajos son muy diversos, esta Escuela y Lotman han hecho semiótica del comportamiento humano, de la mitología, de la historia, de la alta edad media, del cine. (ver lección en este Portal. Karam T. Introducción a la semiótica, apartado 2.4)

Fuentes documentales sobre semiótica

1. DE LA SEMIÓTICA, SUS OBJETOS Y PREOCUPACIONES

1.1. ALGUNAS DEFINICIONES

La semiótica designaba, en griego, el diagnóstico u observación de los síntomas (esto que Eco va llamar después "umbral inferior de la semiótica"; Eco se refiere a los "signos naturales" pero sin valor comunicativo). El objeto de la semiótica son los sistemas semióticos (imágenes, gestos, objetos) que en ocasiones, como el caso del discurso de los medios masivos, se mezclan con el lenguaje verbal; de esta forma, la semiología se puede definir como una trans-lingüística que atraviesa hasta el lenguaje interior, es decir una especie de código que se pueden encontrar en todos los sistemas expresivos, sean lingüístico o no. Algo que hizo la semiología-semiótica desde los sesenta fue la idea de estudiar cualquier manifestación cultural (la moda y la cultura, la poesía y los medios masivos) como un lenguaje el cual era posible aplicar los conceptos y la metodología para el estudio de la lengua. Desde el punto de vista filosófico hay más definiciones, así, de acuerdo a la tradición peirciana (3) la semiótica no se ocupa del estudio de un tipo de objeto en particular, sino del estudio de los objetos ordinarios en la medida en que (y sólo en la medida en que) participan en la semiosis (4) (Cf. Eco, 1992).

La semiótica presenta una forma, una manera, una mirada acerca del modo en que las cosas se convierten en signos y son portadoras de significados, pero ésta no se limita a entender y explicar los significados de los signos y el proceso de cómo éstos llegan a significar, sino que le presta mucha atención a la dinámica concreta de los signos en un contexto social y cultural dado. La semiosis es un fenómeno operativo contextualizado, en el cual los diversos sistemas de significaciones transmiten sentidos, desde el lenguaje verbal al no verbal, pasando por los lenguajes audiovisuales, hasta las más modernas comunicaciones virtuales.

Parece existir un grado razonable de acuerdo en que el análisis semiótico no es un acto de lectura o mera justificación de una interpretación; se trataría de un acto de exploración de las raíces, condiciones y mecanismos de la significación, cómo es el que los signos y sus relaciones producen los efectos, en qué medida están diciendo lo que dicen.

No es este el lugar para hacer si quiera una introducción a la historia de la semiótica. Su boom y "reconocimiento" internacional se da claramente en los sesenta (a finales de esta década se forma la "Asociación Internacional de Semiótica" (5)). Este es un hecho sobre el cual conviene reflexionar: las condiciones de posibilidad con respecto a la legitimación de un conjunto de saberes que se cristalizan y expanden de manera significativamente en esta década como por ejemplo es la centralidad en el estudio de la lengua, los signos, el discurso y su extensión al campo de la ideología y el poder, del psicoanálisis y las relaciones interpersonales.

Hay que tener en cuenta que aunque la semiótica aparece originalmente como una especie de filosofía del signo y/o significación no se reduce a ellas, sino a los sistemas de significación cuyo principal objeto de interés para los estudios en comunicación es la vida social. Parte de su explosión como sistema de explicación hay que entenderlo en que se pensó que originalmente los análisis de tipo lingüístico se podrían extender a otras prácticas que no eran lingüísticas, buscando sistema de conformación de códigos, lo cual llevó a algunos excesos y exageraciones, al querer ver en todo sistemas de significación codificados. Se quiso saber si el modelo de la doble articulación para la lengua (que adelante explicamos) se podía general a otros campos que no fueran lingüísticas. La investigación sobre si operan los mismos códigos en las lenguas naturales y en otros campos de la producción social, llevó a utilizar metodologías semiológicas en campos de la sociología que no se habían abordado con este tipo de criterios. Para los estudios de comunicación, uno de los campos no lingüísticos donde se ha aplicado la semiótica con más abundancia es en las comunicaciones audiovisuales.

(3) Nos referimos al lógico y filósofo estadounidense Charles Sanders Peirce (1839-1914), padre del pragmatismo y fundador de la semiótica anglosajona. Como en tantos casos, por una cierta incompreensión y marginación de la comunidad científica de la época, su obra fue redescubierta en parte. Con el "boom" de la semiología (sobre todo en Europa y América Latina) comenzaron a verlo. Peirce presenta una visión novedosa del signo, del proceso de conocimiento y de cómo los signos lo producen conocimiento. En realidad Peirce intenta reformular una teoría lógica, como una teoría de los signos. Además tiene una concepción triádica en la que las partes del signo remiten a procesos. Esta nueva visión de la lógica abrió las puertas a la construcción de un enorme cuerpo teórico del que no había mucha investigación y mucho menos sistematización de su historia, de sus conceptos o de los teóricos involucrados en su desarrollo. (Cf. Karam T. Introducción a la semiótica, apartado 2.2 en la sección Lecciones de este Portal)

(4) Este concepto se entiende como una acción, una influencia la cual es o implica una cooperación entre tres sujetos, tales como un signo, su objeto y su interpretante. En los *Collected Papers* (5.473) que es la integración que se va haciendo de las más de 35 mil páginas que escribiera el autor, Peirce explica que la semiosis es un proceso que incluye la representación mental del objeto mediante el signo que produce "triádicamente" el efecto intentado o apropiado del signo; la semiosis es la acción producida del signo, lo que genera y la manera como se relaciona la cualidades o propiedades del signo (primeridad), el signo en sí (secundaridad) y el efecto que a su vez genera otro signo (terceridad). Este proceso en realidad no se termina, lo que lleve a verse como una "semiosis ilimitada". Es decir siempre, el efecto que tiene un signo, nos lleva a otras consecuencias y a la manifestación de otro signo que inicia el proceso.

(5) Se puede ver más sobre esta Asociación en [este web](#), o bien en el [siguiente enlace](#). Dentro de la página hay una serie de listados a distintos glosarios básicos en semiótica, como por ejemplo [este](#).

Fuentes documentales sobre semiótica

1.2. ALGO SOBRE LOS OBJETOS DE ESTUDIO Y TIPOS DE PROBLEMAS

Creemos que una buena formación en semiótica debe pasar por un acercamiento problematizador a la misma. Aún cuando se quiere ver en ella solamente un instrumento, una técnica de análisis (con lo cual no estamos de acuerdo), vale la pena hacer consideraciones metodológicas que justamente nos ayuden a madurar en el hábito mental de la indagación como un ejercicio reflexivo sobre fenómenos sociales y culturales. La identificación de problemas la consideramos un elemento central de nuestra propuesta metodológica para la enseñanza-aprendizaje de la semiótica (6). El estudio de la semiótica tendría que ayudarnos a desarrollar un "pensamiento semiótico", es decir, "ver semióticamente" a la realidad, los objetos, los fenómenos de significación, las relaciones entre los signos y sus códigos, la manera cómo los sistemas de representación cambian, etc.

Vayamos de lo general a lo más particular. Haidar (1996: 195 y ss.) ha hecho un resumen interesante sobre los problemas y objetos de esta semiótica más amplia que integra a la icónica. Para esta autora, en la delimitación de la semiótica visual hay que considerar los siguientes problemas: definir qué es lo visual y cómo trabaja esta dimensión las semióticas (por ejemplo, las formas, los colores, las perspectivas, los volúmenes); establecer las relaciones entre lo visual y lo verbal, que han cumplido diferentes funciones y han sido distintas en diversas culturas y épocas históricas; estudiar y analizar las diferencias entre lo visual estático y lo visual cinético; y finalmente analizar los problemas relacionados con el iconismo y los diferentes grados de iconicidad de la imagen.

En esta "semiótica visual" podemos separar tres grandes áreas:

- la semiótica de la imagen estática (imágenes icónicas, indiciales, simbólicas, estéticas)
- la semiótica de la imagen dinámica (v.g. lenguaje de los sordomudos, mímica, teatro, tv., etc.)
- una semiótica visual que se puede relacionar con el espacio (arquitectura, escultura) o bien otras manifestaciones (existe ya de hecho una "semiótica de la moda" (7), una "semiótica de la arquitectura" (8), que se vincula con la "visual").

Una vez que tenemos esta idea amplia, es importante para cualquier estudiante de la semiótica saber lo que le puede preguntar; dicho de otra manera, qué problemas puede estudiar, por ello hacemos mención a algunos de los más recurrentes y significativos, los cuales

proponemos como una especie de guía para hacer una semiótica problematizadora que parte de preguntas que nos podemos hacer sobre el mundo que nos rodea y los fenómenos sgnicos con los que tomamos contacto, por ejemplo a partir de los procesos de sentido de la producción icono-plástica de los medios masivos.

(6) Recomendamos la interesante aproximación a la metodología de la semiótica de Juan Magariños de Morentin en su "Guía elemental para elaborar un proyecto de investigación", en el Archivo de Semiótica del autor. Disponible en el [siguiente enlace](#).

(7) Se puede ver el número inaugural de la revista DeSignis (Gedisa-FELAS) dedicada integralmente a la moda. En uno de los trabajos Ugo VOlli planea hablar mejor de "semiótica del vestuario".

(8) Se puede leer un resumen sobre semiótica de la arquitectura en [este sitio web](#). También se puede leer un viejo texto de Pignatari sobre el tema. Semiótica del arte y de la arquitectura (1983) Barcelona: Gustavo Gilli (Colección Punto y Línea)

Fuentes documentales sobre semiótica

1.2.1. CONVENCIÓN DE LOS SIGNOS ICÓNICOS

Se trata de clarificar las reglas que rigen la identificación e interpretación de los signos icónicos; cómo un signo llega a ser objeto de reconocimiento para un grupo, cómo esa convención cambia en la historia social vista como una historia de imágenes y remite a uno de los problemas más antiguos en la filosofía del lenguaje: los acuerdos que grupos elaboran para dotar de significados comunes a los signos y hacer posible la vida social.

Las reglas mediante las cuales los grupos confieren ciertos significados a los signos cambian, por ello no se pueden estudiar separadamente de sus contextos (tanto de producción como de interpretación). En cierto sentido, el movimiento semiótico intenta demostrar que todo mensaje reposa en una convención, porque solamente reconociéndola pueden explicarse los mecanismos de funcionamiento de los signos en la vida social y cultural. (Cf. Eco, 1968: 243).

El tema de la convención o las reglas codificadas y reguladas plantea en el fondo un problema mayor entre la libertad y la coerción. Cómo de la coerción que impone la lengua emerge la libertad, o a la inversa: cómo para dar cuenta de toda posible representación (incluida la creación, la poesía, el arte) nos vemos obligados a recurrir a sistemas expresivos que tienen grados de determinación y codificación. Los códigos son operadores que permiten grados de libertad. En ocasiones el propio código indica el modo en que se puede operar con libertad. Un ejemplo de lo que decimos es el código lingüístico, que para el caso del castellano, con 27 unidades fonéticas tenemos la impresión que podemos "hacer todo lo que queramos" con él. La comunicación lingüística, desde esta perspectiva, equivale a la expresión de la libertad y del deseo recurriendo a la coerción (sintáctica, semántica, pragmática), que impone el lenguaje. La producción del sentido sería el resultado del juego la libertad y la coerción regulado por las convenciones y reglas de organización de los sistemas sgnicos.

Hay varias clases de convenciones: las *explícitas* donde las reglas de corresponden entre los signos y aquello a lo que remiten están claras y previamente establecidas; e *implícitas*, donde las reglas de corresponden no tienen ese carácter. Por ejemplo, en un país concreto dentro de códigos de usos se puede asociar /café francés/ + /escalera/ con "proximidad a un teléfono". Estos y otros problemas se pueden estudiar vinculados al de la convención de los signos y su organización en los mensajes icónicos.

Fuentes documentales sobre semiótica

1.2.2. LAS ARTICULACIONES DE LOS CÓDIGOS VISUALES

Tiene por eje la clarificación de cómo se organizan los distintos conceptos y unidades que forman una imagen o una serie de ellas; las figuras, los iconos, los enunciados icónicos, qué características tienen estas articulaciones. En una época la semiótica estuvo muy vinculada a una teoría del código lingüístico, a la manera como ciertas reglas unen un nivel del contenido con uno expresivo, o sea, un significante con un significado.

En los sesenta preocupó a no pocos teóricos el tema sobre los códigos del lenguaje, por ejemplo Christian Metz (9), quien consideraba al cine como un lenguaje aparte de la lengua, ya que mientras éste tiene dos articulaciones, el séptimo arte cuenta con tres; con ello se rompía el mito que solamente los lenguajes en sentido estricto (como el natural) son de dos articulaciones.

La doble articulación es un concepto de Martinet (10) en lingüística, que se refiere a la estructura de lenguaje. Primera articulación: Si tomamos la palabra 'caballo', podemos descomponerla en los siguientes elementos. Esta 1ª articulación del lenguaje es la combinación de piezas para formar el signo 'Caball'-'o'. En la 'Caball' es el Morfema Léxico y 'o' es el Morfema Gramatical Decidentes. La segunda articulación es las piezas del juego. Es la articulación (segunda) entre el significante (fonemas) y el significado (semas y sememas). En el caso del morfema 'Caballo' como primera articulación a las unidades de significado (o semas) 'animal', 'mamíferos', 'équidos'; y como 2ª articulación a los fonemas "/k/ /a/ /b/ /a/ /l/ /l/ /o/".

La lingüística de Martinet con relación a este concepto devino en dogma, que tendría consecuencias posteriores en los sesenta sobre la discusión si es imprescindible para hablar de lenguaje, la doble articulación, si ésta es móvil o sus niveles sustituibles o intercambiables. A esto Eco (1968: 255) opone las siguientes afirmaciones: (a) puede haber códigos con tipos de articulación distintos al de la lengua; (b) hay códigos en el que los niveles de comunicación pueden ser permutables. Es un error pensar que todo acto de comunicación se funda en una sola lengua afín a los códigos del lenguaje verbal, como también lo es que todo código tiene necesariamente dos articulaciones. Es más provecho decir que todo acto de comunicación se funda en un código, pero que no todo

código tiene dos articulaciones fijas.

Aquellos que deseaban hacer una justificación más rigurosa del cine como lengua, argumentaban que el cine sí era una lengua solo que contaba con tres en lugar de dos articulaciones. Por ejemplo para el análisis de los códigos icónicos se articulan figuras, signos y enunciados. En la primera, se trata de las condiciones de percepción, o unidades mínimas tales como luz, forma, contorno, geometría. Los signos (icónicos) denotan artificios gráficos, como unidades de reconocimiento, tales "nariz", "ojo", "cielo, nube; o bien en modelos abstractos: símbolos, diagramas conceptuales. Los Enunciados icónicos, es lo que llamamos propiamente imagen y constituyen un sí mismo una especie de "enunciado" del tipo "aquí hay un hombre de pie", "esto es un caballo en perfil y de pie". (Cf. Eco, 1968: 260-262).

Para explicar de manera muy básica esta articulación de los códigos, pongamos un ejemplo del artista Julian Beever y sus pinturas en la calle (figura 1 (11)). Podemos hacer el análisis de aquellos aspectos de la imagen que nos hacen atribuirle un "factor de realidad" (la pierna levantada de la bañista y los significados asociados que nos permiten darle coherencia visual a la imagen, la botella de refresco). Si comparamos con la figura 2 (12) vemos claramente un "juego", el punto de vista como un elemento del primer nivel en la articulación de los códigos visuales que influye entre atribuir uno u otro significado.



Figura 1. Imagen tomada de <http://users.skynet.be/J.Beever/pave.htm>

Una vez que aceptamos por ejemplo el punto de vista de la "figura 1" tenemos una identificación del segundo nivel (los iconos como tal) y del tercero (los enunciados icónicos). El análisis de la articulación de los códigos visuales pasa por tres componentes o niveles de articulación: primero, las figuras (o condiciones de percepción, o unidades mínimas tales como luz, forma, contorno, geometría). Tenemos un segundo nivel, que son los signos icónicos propiamente, los cuales denotan artificios gráficos o unidades de reconocimiento tales como "pierna", "bañera", "pelota", "botella". Finalmente el "enunciado icónico" que nos dice mujer rubia que levanta su pierna izquierda en una piscina. Es obvio que todo esto cambia si cambiamos la "figura", es decir el elemento "receptor colocado en un determinado ángulo de visión sobre la calle"



Figura 2. Tomada de <http://web-owls.com/wp-content/uploads/2006/07/jb1.jpg>

De cualquier forma en el apartado 5.2 de esta lección desarrollamos un poco más estas implicaciones en un modelo que ofrece el mismo Eco en la obra que hemos citado (La estructura ausente), lo que resumimos ahora es la posibilidad de un análisis semiótico de la imagen básico a partir de cómo se organizan figuras, signos y enunciados en ciertos mensajes. En suma analizar los códigos visuales sería ver toda una serie de subcódigos y sus relaciones entre sí.

(9) La reflexión de este autor se puede seguir en varios números de la celebre revista francesa Communications en sus números 4 (1964), 7 y 8 (1966), 11 (1968), 15 (1970). El número 4 reviste una especial importancia porque en él se "inicia" un debate dentro de los medios y ambientes franceses con el que reflexionar semióticamente en torno a fenómenos de la imagen y de la iconicidad.

(10) Ver Elementos de lingüística, Madrid, Gredos, 1951.

(11) Imagen tomada de <http://users.skynet.be/J.Beever/pave.htm>

(12) Tomada de <http://web-owls.com/wp-content/uploads/2006/07/jb1.jpg>

Fuentes documentales sobre semiótica

1.2.3. LA REPRESENTACIÓN Y MODALIDAD DE LOS MENSAJE VISUALES

Con los que se pregunta sobre los códigos de representación que se identifican a los mensajes visuales, lo cual implicar responder a algunas de estas preguntas: ¿cuáles son los rasgos de los códigos visuales?, ¿qué peso e importancia tienen?, ¿cómo se distribuyen los sistemas de signos en el interior de un mensaje?, ¿cómo y por qué algunos sistemas de representación son más fiables que otros para ciertos fines? Una teoría social de la semiótica no establecería la verdad o falsedad de las representaciones; sólo mostraría si una "proposición" dada se representa como una verdad o no. Hodge y Kress (citados por Chandler, 2002 capítulo 3) han dicho que la modalidad se refiere al estatuto, autoridad o confiabilidad de un mensaje, a su estatuto ontológico, o su valor de verdad o hecho.

La **modalidad** se refiere al "estatus de realidad" acordado o enunciado por el signo, texto o género; a la "autoridad" y confiabilidad del mensaje, su estatuto ontológico o su valor de verdad o realidad. Algunas preguntas que pueden ayudar o disparar un debate sobre este tema son: ¿Qué reconocemos que se dice sobre la realidad (o no se dice) en las imágenes?; ¿aluden las imágenes al mundo de la realidad o la ficción?; ¿se encuentran los dos planos?; ¿cómo los reconocemos?; ¿cómo interactúan entre ellos?; ¿qué referencias se hacen al mundo de la experiencia cotidiana, de la vida de todos los días?; ¿que marcadores de modalidad (en cuanto color, tamaño, tono, composición) se encuentran presentes que nos ayudan a darle más importancia que a otra?; ¿cómo se hace uso de esos marcadores para hacer juicios acerca de las relaciones entre la imagen y el mundo?; ¿la imagen opera dentro de los códigos realistas de representación?

En el caso tener la caricatura de una mano y la fotografía (ver figura 3 (13)), ésta tiende a ser considerada como más realista en el esquema mental de la cognición porque identificamos más rasgos que nos permiten asociarlo o evocar el significado 'mano'. Sin embargo, la caricatura de una mano se puede identificar más rápidamente.



Figura 3. Tomada del libro de Chandler. D. Semiotic for beginners. Del capítulo corresponde a la modalidad y la representación.

Significa porque lo que construye nuestra idea de la realidad se encuentra influida por los códigos perceptivos. Los medios masivos juegan mucho con estos códigos, y de hecho tendemos a considerar que aquello que vemos por televisión es "más real" que una fotografía: qué nos genera más confianza y porqué le atribuimos más valores de "realidad" a una que otra. Hay un componente psicológico o emocional que nos puede ayudar a atribuir el valor de alguna caricatura; es decir opera una codificación a nivel más connotativo que denotativo. Por lo general, cuando alguien interactúa frecuentemente con cierto tipo de contenidos está dispuesto a establecer concesiones y co-participar de la propuesta de "realidad" que un medio. Así, por ejemplo, cuando vemos una película de ciencia ficción, atribuimos valor de verdad a ciertos fenómenos y rasgos.

Chandler analiza el caso de la pintura surrealista de Rene Magritte (La trahison des Images) (figura 4 (14)). Si este cuadro estuviera en un libro de educación primaria tendría que decir lo contrario; verlo así en un libro para niños parecería algo perverso. La palabra indicial ("esto") parece ser una clave de interpretación de este cuadro. Qué significa exactamente la palabra "ceci" (esto).



Figura 4. Imagen tomada de http://www.expo-shop.com/2_2.cfm?id=69

Se pueden desprender varias interpretaciones como

- Esta [pipa] no es una pipa
- Estas [imagen de una pipa] no es una pipa
- Esta [pintura] no es una pipa
- Este [enunciado] no es una pipa
- [Esta] Esto no es una pipa

Cualquier representación es más que una simple reproducción de lo que representa. Estamos ante la construcción de una realidad derivada de la tensión entre la indicación interpretativa del código lingüístico y la simplicidad de una imagen que en principio no generaría ninguna tensión en la interpretación. El dibujo de la pipa no es garantía de su existencia o de una pipa específica. El cuadro parece ser más la ilustración de un "concepto" más que una pipa específica. La marca lingüística (el enunciado "esto no es una pipa") cuestiona nuestra interpretación. El trabajo de Magritte pretende cuestionar la manera en que nuestra percepción acuña fácilmente marcas y rasgos a las cosas que vemos, de acuerdo a códigos de representación que nos lleva a atribuir valores de verdad, lo que en realidad es una convención. Así el propio Barthes (1980) decía en su principio que la finalidad del análisis de cualquier mitología sería mostrar la convención de algo que aparece como natural. Eso mismo pretende cualquier análisis semiótico.

(13) Tomada del libro de Chandler. D. Semiotic for beginners. Del capítulo corresponde a la modalidad y la representación ([enlace](#)).

(14) Imagen tomada de [este sitio web](#).

Fuentes documentales sobre semiótica

1.2.4. RELACIONES SINTAGMÁTICAS Y PARADIGMÁTICAS

Aunque este tema claramente viene del programa semiológico de Saussure, tiene plena aplicación en el campo de las comunicaciones visuales, aunque no de manera exacta a cómo se aplica en la lengua; uno de quienes principalmente lo desarrollaron fue Barthes quien hizo varias aplicaciones a manifestaciones culturales (publicidad, moda, fotografía, etc.). El análisis paradigmático permite conocer las posibilidades combinatorias de los signos y nos ayuda a reconocer el sistema de elección, las recurrencias del

autor para resolver alguna necesidad. El análisis sintagmático nos ayuda a estudiar la superficialidad del mensaje, el orden que presenta la presentación de sus signos. Ambos análisis conciben a los signos como parte de un sistema y exploran sus funciones dentro de códigos y subcódigos; corresponde a la imagen de una cadena, de la cual el análisis sintagmático deviene de estudiar los eslabones.

Barthes (1971) ha señalado la importancia para la empresa semiológica de dividir el texto o cuerpo de análisis en unidades significantes mínimas, luego agruparlas en clases paradigmáticas para, finalmente, clasificarlas en relaciones sintagmáticas que une o relaciona estas unidades. Este doble vector que aunque proviene de la lingüística puede ayudar metodológicamente a organizar el análisis semiótico en conjuntos de preguntas, de cuya articulación e interacción emerge identificar y fundamentar ciertos niveles de sentido que operan en un mensaje o conjunto de ellos.

Un "sintagma" es un apartado, puede ser una línea o un párrafo; los sintagmas se van relacionando entre sí a lo largo de la cadena; en el caso de análisis de imágenes si ésta es fija el "sintagma" se compone por su superficie; en cambio en la imagen fija en secuencia (el caso del cómic) es lo reconocible y observable de cada "enunciado", es cada uno de los cuadros en tanto forma de una unidad mayor y puede en algún sentido equiparse al párrafo del texto escrito. El análisis sintagmático es una técnica estructuralista que busca establecer la "superficie del texto" y la relación entre sus partes o los conjuntos de ellas entre sí. Los géneros, los estilos y autores en parte se pueden diferenciar por maneras y formas específicas de organizar las partes en la superficie del texto o de la imagen en movimiento.

Algunas preguntas que pueden ayudar son las siguientes:

- ¿Cómo un significante se une con otros (algunos "pesan" más que otros)? Es decir dentro de una imagen, qué pesa más en el mensaje expresivo, dónde radica el centro de atención.
- ¿En qué medida el orden de los signos genera efectos de sentido? Esto se puede ver en la estructura de ciertas películas: no es lo mismo iniciar la historia por el fin, o jugar con los tiempos de los hechos. ¿Cómo se presenta básicamente la configuración de inicio-desarrollo-conclusión? De la misma manera en literatura, al leer El túnel de Sabato, el lector ya sabe toda la historia desde los primeros renglones, sin embargo esta información deliberadamente puesta en las primeras líneas genera una disposición y ayuda a que el lector atribuya ciertos significados a distintos aspectos de las secuencias que se narran.
- ¿Cómo la secuencia o el arreglo espacial influye en el significado? Que pasaría si en la superficie del cuadro las imágenes -suponiendo hay varias- tuvieran una posición distinta o tamaños distintos. Las relaciones espaciales dentro de un cuadro se pueden analizar sintagmáticamente. La manera como se organizan los iconos en un cuadro o las secuencias es una película no es semánticamente neutro.
- ¿Encontramos presentación de fórmulas que en algún sentido modelen el texto? Hay aspectos que nos remiten a un determinado tema. ¿Hay sintagmas, formas, enunciados, iconos que nos permiten reconocer el tema, el autor, el estilo, la época de un cuadro o un libro, de una película o un cómic?

En cambio, el análisis paradigmático es una técnica estructuralista que busca identificar los distintos paradigmas; implica por lo general las connotaciones (más ó menos) de cada significante (por una determinada materialidad y no otra), para ello pueden ayudar preguntas tales como:

- ¿A qué clase de paradigmas (medio; género, tema) pertenece el "todo" del texto? Dentro de las posibilidades expresivas, en el cine de ciencias ficción, qué tipo de efectos, signos y señales que nos remiten a este género podemos ver por ejemplo en las películas Matrix o Yo, Robot.
- ¿Cómo podría el cambio de canal afectar los significados que porta? Es muy causal ver la diferencia existente entre leer un libro y ver la película, pero si tomamos una escena y analizamos las diferencias significativas por unidades de análisis. Un color representando, cómo lo hemos visto en la novela. Al cambiar el significante cambia el contexto de percepción y el significado que se le puede atribuir, así como la interacción mediática.
- ¿En qué cambiaría o a qué otra cosa podría parecerse lo representado, en caso formara parte de un género diferente?
- ¿Por qué piensas que fue seleccionado cada significante dentro de otras alternativas posibles dentro del mismo paradigma?; ¿qué valores connota cada una de las selecciones hechas por el destinatario?; ¿qué significantes dentro de la misma selección paradigmática se encuentran claramente ausentes?

Fuentes documentales sobre semiótica

1.2.5. ANÁLISIS CONNOTATIVO Y DENOTATIVO

Esto significa el estudio o la reflexión sobre los significados literales y secundarios que pueden tener los sistemas de signos; se analizan los niveles de representación, los niveles de significado y los órdenes de significación. En semiótica la denotación y connotación son términos que describen relaciones entre el significante y el significado, y la distinción analítica se hace entre los dos tipos de significados. Lo connotativo nos remite a la idea que para Barthes tenía la ideología como sistema semántico secundario que justo hace pasar natural lo que es convencional; desde la perspectiva barthesiana lo connotativo se asocia a "significados ideológicos". Ahora bien, más que opuestos o polos hay que ver este par de conceptos como un continuum entre formas más reconocibles y aceptadas (denotación) y otras más particulares donde se pueden colocar matices y formas en aspectos del conjunto signico. Así lo connotativo y denotativo deviene en cualidades complementarias, que cambian de acuerdo al contexto de producción y recepción de los signos. Analizar las connotaciones de una serie de signos es estudiar los códigos culturales que justamente condicionan dichos

significados.

Una aplicación de estos conceptos lo podemos hacer con la siguiente imagen (figura 5 (15)). A nivel denotativo podemos señalar el número de integrantes en la bombilla, las primeras evocaciones que los iconos por separado y en su conjunto nos permite asocia la imagen; las diferentes posturas y rasgos, la contraposición con el globo terráqueo en amarillo. Estamos tomando la imagen fuera del contexto y este puede ser un buen ejercicio para introducirnos, aunque naturalmente conviene siempre estudiar a los signos en sus contextos. Lo denotativo es lo anecdótico que podemos desprender de estas imágenes, de las formas, colores, figuras, etc. El ángulo de la imagen nos da una cierta posición de superioridad con respecto, sin embargo los rostros de las imágenes connotan seguridad.



Figura 5. Tomada de http://www.uniacc.cl/carreras/images/doc_publicidad.jpg

Si vamos al contexto original de esta imagen, en la página de Internet señalada, veremos que se trata de una carrera de publicidad, donde las imágenes representan a personas adscritas al centro que se promociona. Alrededor de la imagen (en el contexto de una página de Internet) hay toda una serie de indicaciones, señalamientos que conforme se leen, se acota y precisa los distintos significados. Por ejemplo de pensar "cualquier persona", ubicamos en la publicidad nombres y apellidos específicos del mundo real; al "personalizarse" las imágenes, se resignifican. La bombilla la podemos ahora asociar con 'triunfo', 'creatividad', 'claridad' y demás vínculos al mundo de la creación y la publicidad. Los textos adjuntos a la imagen literalmente la reconstituyen, anclan la lectura y llevan al lector a una situación de aceptar o no dicho vínculo, de dar por buena la relación que se establece entre la "bombilla", "el globo", "la aparente cara de alegría de las personas", etc. con la publicidad o la escuela que se anuncia.

Como podemos ver en este ejercicio muy sencillo, lo denotativo se puede ver como lo que aparece, lo que se presenta como tal, lo natural. Lo connotativo se puede vincular con las formas de ocultamiento, o como dice Barthes, con lo "ideológico", lo que no se explicita: en este caso la relación entre la creatividad y la publicidad. Aquí no hay que ver a estos términos una carga negativa, sino un modo de funcionamiento entre lo que aparece, lo que se construye, lo que quiere significar y los efectos que tiene, en este caso, en mí, que intento un primer ejercicio interpretativo de una imagen.

(15) Tomada de [este sitio web](#).

Fuentes documentales sobre semiótica

1.2.6. ANÁLISIS RETÓRICO

Lo retórico no es solo encontrar figuras, sino ver el nivel de la producción comunicativa. Lo retórico remite a la efectividad y a la naturaleza persuasiva del lenguaje. Esta función del lenguaje no es exclusiva de cierto tipo de discursos como el de la publicidad o el político. Si bien podemos encontrar mensajes centralmente persuasivos, en un sentido la persuasión la podemos encontrar aun en el discurso informativo de prensa, ya que mediante una serie de recursos trata de convencernos sobre lo que aquello que dice para que el lector atribuya valores de verdad y confianza. Por tanto hay que considerar a la retórica como una estrategia para generar efectos.

Uno de los tipos de análisis que se pueden hacer en retórica es el de las figuras o tropos. Aquellas alteraciones que un enunciador realiza para generar un efecto deseado. Estas figuras forman parte de una extensísima lista (como metáfora, metonimia, sinécdoque, hipérbole y el listado inmenso de figuras que existen (16), sino cómo se encuentran utilizados en tanto modeladores del texto, en qué medida funcionan para generar efectos de sentido específico, cómo influyen una lectura "preferente" sobre otra, etc (17). Como ejemplo, en la figura 6 (18) vemos un anuncio que alude a una hipérbole (o exageración), el modo de funcionamiento a través de las ondas sobre el asfalto donde se presenta la supuesta velocidad a la que puede llegar este vehículo.



Figura 6. Tomado de www.delfim.info/retorica/imagen.htm

Existen infinidad de ejemplos como este donde se puede reconocer e identificar muy diversos modos. Sin embargo, el análisis retórico

no se reduce únicamente a identificar figuras, sino a estudiar los efectos de sentido que genera. Lo retórico es un nivel del lenguaje; a fin de cuentas la figuras serían uno de los elementos visibles de la retórica pero no se agota su análisis ahí. Hay que estudiar todos los recursos, formas, estructuras mediante los cuales el enunciador (el anunciante) trata de ser eficaz, desde los recursos para atraer la atención, hasta la manera como intenta convencernos de la "verosimilitud", como puede ser creíble el "mundo" que se propone desde este anuncio o cualquier otro mensaje.

Creemos que una de las principales utilidades formativas de la semiótica general es generar un "hábito mental" sobre las prácticas discursivas y los fenómenos culturales. Ello se puede desarrollar si pasamos de su visión estrictamente instrumental o técnica (adaptar modelos a cierto tipo de mensajes) a una más problematizadora, en la que efectivamente esta disciplina nos da elementos para la reflexión. En la medida que el usuario de la semiótica observe su utilidad, pertinencia, funcionalidad y eficacia la reconocerá, por encima el andamiaje teórico, como una herramienta y un horizonte de reflexión provechoso y apasionante, que no renuncia a la creatividad y la experimentación.

(16) En Internet podemos encontrar varios sitios donde desde la teoría literaria hasta la publicidad, se hacen un recuento de estas figuras. Por ejemplo para una definición general, se puede ver [este enlace](#); para sus aplicaciones en la poesía, se puede ver [este enlace](#); o bien, con referencia a la publicidad, un trabajo muy interesante se puede leer en [este enlace](#).

(17) Tanto para el punto "e" como "f" recomendamos como lectura complementarias de Barthes "El mensaje fotográfico" "Retórica de la Imagen" ambos trabajos disponibles en el sitio argentino Nombre Falso. Disponible en [este sitio web](#).

(18) Tomado de [este sitio web](#).

Fuentes documentales sobre semiótica

2. LA IDEA DE UNA SEMIÓTICA VISUAL EN EL PROGRAMA DE PEIRCE

De manera canónica se reconocen dos grandes programas fundadores de semiótica, aun cuando nosotros consideramos un tercero en el programa cultura de la Escuela de Tartu (19). Por una cuestión de espacio dejaremos las reflexiones que se pueden hacer sobre la posibilidad de una semiología visual desde el programa de Saussure, y nos centraremos en el proyecto de la semiótica de Peirce, que es otra de las fuentes para la semiótica contemporánea.

El caso de la semiótica anglosajona de corte pragmático, tiene como hemos dicho en Peirce a su fundador. No es casual que hoy se refiera más a la "semiótica visual" que a la "semiología visual" por el hecho que desde el principio la "semiótica" tuvo un desarrollo más amplio e incluyente no restringido al ámbito lingüístico. A la par, su potencial explicativo y su hondura epistemológica (a Peirce le interesaba conocer la "comunicación" de los signos en el proceso de conocimiento) presenta amplias posibilidades de aplicación que permitieron advertir una visión más extensa en el programa de Peirce que en el de Saussure, el cual muy claramente supera la idea de semiótica como un medio o técnica para analizar mensajes. En Peirce la semiótica está muy relacionada con la lógica y se presenta como una doctrina de los signos, vinculada al concepto de "semiosis"; su noción de signo y semiosis parece de mayor alcance que la de significado-significante en Saussure, ello tal vez explique que exista una asociación internacional de semiótica y no de semiología.

Dentro de los tipos de signos identificados por Peirce, el autor reconoce a los iconos como el tipo de signos definido por su cierta semejanza con el objeto referido; es el grado de iconocidad que mantiene con respecto a la idea que lo "posibilita", es decir que lo traduce a objeto (por ejemplo, un retrato o un diagrama). Es icónico aquel signo que posee algunas propiedades del objeto representado, o mejor "que tenía las propiedades de sus denotados". Ahora bien, esta definición no escapa a la discusión: el retrato de una persona es icónico hasta cierto punto, pero no lo es del todo, porque la tela pintada no tiene la estructura de la piel, ni la facultad de hablar y de moverse que tiene la persona retratada. En realidad, si llevamos esta argumentación a su extremo, el verdadero signo icónico de una persona, no es su retrato sino la persona misma.

El también estadounidense y gran difusor del pensamiento peirciano, Charles Morris, matiza un poco esta rigidez y afirma que un signo icónico, aunque recordado, es un signo semejante en algunos aspectos a lo que denota, el problema del icono no es de semejanza o parecido sino de grado de iconicidad. Hay que señalar que Morris desarrolla un poco más el programa de Peirce; los signos se pueden estudiar en tres conjuntos: en relación a su significado (*semántica*), a su orden y lógica (*sintáctica*) y a su uso (*pragmática*). Y esto comporta una extensión sugerente a tres tipos de preguntas que podemos hacer a los signos y mensajes visuales: (a) qué representan y cómo lo hacen; (b) qué características tiene el orden de colocación de los signos y qué pasaría si tuvieran otra organización; (c) finalmente, qué hacen los usuarios de los signos visuales con ellos, cómo afectan a sus conductas

Cualquier signo debe ser alguna cosa, debe "referirse" a un objeto, al que "designa", y esa "designación" debe ser comprendida por un intérprete, una conciencia interpretante. Aquí cabe hacer una aclaración con respecto al "interpretante" porque no es el "intérprete" sino el efecto que en la situación de comunicación genera. No olvidemos que el antecedente del concepto de signo en Peirce es Kant y su teoría de las categorías, que usa la mente para conocer el mundo de lo existente. Este problema del signo está vinculado en Peirce al de cómo conocemos, cómo se forman las "ideas" o "conceptos signicos", cómo se forman los signos en nuestra mente y cómo podemos clasificarlos, identificarlos, relacionarlos. Peirce adoptó de la lógica la noción de modalidad para referirse al valor de un signo, reconociendo en él tres clases: la "actualidad", la "necesidad" (lógica) y "posibilidad". De donde sale las categorías 'Primero' (son las formas simples o puras del pensamiento, que incluso no son cosas u objetos), 'Segundo' (cosas u objeto concretos, experiencia que dependen de un lugar y de un tiempo, acontecimientos fácticos), y 'Tercero' (debe entenderse por pensamiento, conocimiento, legalidad, correlación, representación) que puede tener un valor ontológico, axiológico, lógico o fenomenológico.

Cada uno de los tipos de signos que Peirce reconoce que existen y que pueden existir, va ser tripartido según tres formas distintas de análisis o tricotomías (20): el "signo en sí mismo", el "signo en relación con su propio objeto" y el "signo en relación con el interpretante". Cada una de estas tricotomías dará origen a una serie de relaciones que Peirce llama relaciones triádicas. Estas relaciones son importantes. No se puede analizar el signo, la función signica o la semiosis en Peirce sin remitir a las otras operaciones.

La interacción entre los aspectos formales de los signos y de los aspectos de existencia se puede concebir en términos de un gráfico

generador de signos. Las filas comprenden las categorías (primeridad, secundaridad y terceridad) según se relacionan con cada elemento de la triada del signo. Las columnas comprenden las categorías según se relacionan con la existencia ('cualidad', 'hechos en bruto', 'leyes generales')

Categorías Ontológicas Categorías Fenomenológicas, formales	I Possibilidad Percepción, "algo", ¿qué? Categoría Primera: Representamen	II Actualidad Hecho, "Este" «Cómo»? Categoría Segunda: El objeto	III Ley Pensamiento, Significado «Por-qué»? Categoría Tercera: De La Ley
Categoría Primera: Representamen Cualidad o Posibilidad	Qualisigno Un representamen formado por sus cualidades formales. <i>Pure cualidad.</i> Ejem. Color verde, una mancha de color en un cuadro abstracto. Lo verde (verdoso) más que el color mismo.	Sinsigno Un representamen formado por una realidad física existente. <i>Distinción.</i> Ejem. Una señal de tránsito en una calle específica. El retrato de la Mona Lisa, la filmación en director de «TV», un rótulo de carreteras	Legisigno Un representamen formado por una ley. <i>Regularidad</i> Ejem. El sonido del silbato del árbitro en un partido de fútbol; una convención iconográfica, el modelo de la cruz
Categoría Segunda: El objeto o Existencia	Ícono El signo se relaciona con su objeto por tener alguna semejanza con este. <i>Similitud</i> (Ejem. Fotografía, un retrato, un diagrama, una formal)	Índice El signo se relaciona con su objeto por una convención. <i>Contigüidad</i> (Ejem. Una flecha indicadora, una mancha de aceite)	Símbolo El signo se relaciona con su objeto en términos de causalidad. <i>Aserción</i> (Ejem. Voleta del tiempo, síntoma médico).
Categoría Tercera: De La Ley o posibilidad	Reto El signo se representa para el interpretante como una posibilidad. <i>Término</i> (Ejem. Un concepto; cualquier signo visual como término de un posible enunciado)	Decisigno El signo se representa para el interpretante como un hecho. <i>Proposición concreta. Relación al interior de la proposición.</i> Ejem. Un enunciado descriptivo: dos signos visuales unidos de manera que se puede deducir una relación)	Argumento (El signo se representa para el interpretante como una razón. Como principio articulador y descriptivo del conjunto argumentativo. Relación con la ley) Eje. Una proposición: un sintagma visual complejo que relaciona signo de tipo distintos, por ejemplo un conjunto de señales de tráfico —debido a carretera en mal estado, velocidad máxima 60 km)

Cuadro 1

Para aclarar un poco este esquema citemos otro ejemplo, aparte de los señalados en el recuadro citado por Copley y Jansz (2004: 35). Un árbitro de fútbol muestra una tarjeta roja a un jugador que ha cometido una falta evidente. Como la tarjeta roja invoca reglas (las faltas son ilegales y traen aparejadas sanciones para el infractor), se trata de un 'argumento'. También es simbólica (la tarjeta roja significa la falta por convención) y por lo tanto es también un legisigno (un objeto de experiencia y una ley que prescribe las cualidades de ese objeto que podrán suscitar en la mente la idea de un objeto parecido, es decir de un objeto que posee esas cualidades). Pero la tarjeta roja ya ha sido utilizada antes por los árbitros y los jugadores lo saben bien. Por consiguiente, este acto de utilización de la tarjeta roja funciona como un "hecho en bruto", y como tal es un "sinsigno indexical decisigno" (una declaración fáctica del protocolo del fútbol, causada por la acción del árbitro).

Estas definiciones son repertorios de elementos que revelan operaciones relacionadas entre sí, tipos de convergencia y modos sociales de funcionamiento, son combinaciones, clases de vínculo que si se pueden identificar y distinguir permite reflexionar sobre lo que signicamente y entre sus tres elementos básicos (signo-objeto-interpretante) está pasando en distintos planos y niveles. Esto resulta de interés si aceptamos que cualquier objeto (gracias a la coordinación con otro) puede ser declarado signo (no olvidemos la definición más básica de 'signo': "lo que está en lugar de otra cosa") y llevamos esto a la explicación de por qué y cómo es que los signos (y sus relaciones) producen efectos de significado en contextos específicos, explicación que excede por mucho el ámbito específico de las comunicaciones visuales.

(19) Nos referimos al programa de Saussure (1985/ 1917) y al de Peirce. Para una introducción a Lotman, se puede ver la que hace Lozano en la primera edición en castellano de las obras de este autor (Cf. Lotman, 1979) . Un resumen de estos programas se puede ver en Karam T. (2005) Introducción a la Semiótica. Lección en este mismo Portal de la Comunicación InCom-UAB.

(20) Esta idea del "tres", como se puede ver es muy importante al parecer por el origen masón del autor.

Fuentes documentales sobre semiótica

3. LA LENGUA Y LA IMAGEN. ALGUNAS DIFERENCIAS

Hay muchas diferencias entre los signos y códigos lingüísticos e icónicos. La lengua (21) es un código muy potente que funciona por relaciones complementarias y diferentes. Cada partícula como unidad mínima de la lengua es analizable, mientras que en las comunicaciones visuales esto no siempre funciona así. Las imágenes al parecer son claras para lo general, no para lo particular (es más claro que una imagen diga "un rinoceronte" que "este rinoceronte específico...").

En el continuum icónico no hay unidades pertinentes y discretas, catalogables de una vez por todas. Los signos de un dibujo no son elementos de articulación correlativos a los fonemas porque no tienen valor posicional y oposicional, no significan por el hecho de aparecer-desaparecer; pueden asumir significados contextuales sin tener significados propios (un punto = un ojo). El valor posicional del signo icónico varía según la convención que instituye el tipo de dibujo y puede variar según la mano del dibujante. De esta manera acepta Eco (1968: 239), si los códigos icónicos existen, éstos son débiles.

Los semióticos (*semiotician*) comúnmente se refiere a películas, televisión, programas de radio, afiches publicitarios como 'textos'. Así, al ser la imagen un tipo de lenguaje, las categorías de la lingüística general pueden ser de utilidad, aunque no agotan su pertinencia en el análisis de estos productos culturales. Es obvio que el sentido de comprensión del sintagma lingüístico es distinto al sintagma visual

en una película o en la publicidad, en un reality show o en las artes escénicas; o que la idea de diacronía de una lengua no puede ser entendida igual que la evolución en el cine francés de la segunda posguerra a la "nueva ola". En el fondo, el principio y la sugerencia metodológica parece ser no forzar categorías o procedimientos. Hay que evitar el riesgo de analogías fáciles entre las técnicas de la producción visual y la gramática del lenguaje natural. Por ejemplo, no existe un "lenguaje" de la fotografía, no al menos como un sistema sencillo de significación del que dependan todos los fotógrafos (en el sentido que un texto en castellano hace depender a los hispano-parlantes del idioma español); existe mejor dicho, un complejo heterogéneo de códigos sobre el cual la fotografía se puede construir.

Berger (1980: 14 y ss.) añade otros aspectos que nos pueden ayudar a inferir más diferencias entre la lengua y las imágenes. La vista llega antes que el habla; las palabras nunca cubren la función de la vista. Vemos aquello que "miramos" (y claro, reconoce aquello que el discurso designa o que se nos ha enseñado a ver). Nunca miramos sólo una cosa (a diferencia de la palabra hablada: no podemos decir dos palabras al mismo tiempo); siempre miramos la relación entre las cosas y nosotros mismos. La visión se encuentra en continua actividad, en continuo movimiento afectado e interpelado por los códigos culturales. Las imágenes tuvieron una clara impronta "semiótica" desde su origen, se hicieron para evocar la apariencia de algo ausente (es decir, cumplir claramente una función signica).

Estas diferencias tienen que ser tomadas con matices. Hoy día existen perspectivas que subrayan la dimensión "multimodal" de la lengua, o sea, su dimensión no solo visual sino plástica o táctil de la lengua. El tema de los lenguajes, su influencia en la percepción-cognición y las consecuencias socio-culturales ha sido un tema, por ejemplo, de interés para el polémico Mc Luhan y su "teoría del medio". Por otra parte, los semióticos de la imagen han intentado esta separación o, mejor dicho, autonomía de la lingüística o el análisis del discurso con relación a la semiótica, de aquí que conviene tener claras las diferencias, las posibilidades de interrelación y los modos de constituirse de estas prácticas investigadoras y orientaciones conceptuales. Para quienes nos interesan centralmente los fenómenos socio-culturales de la comunicación social, es un reto sugerente, ya que por sus características tenemos que reflexionar sobre estos signos y códigos, sus intersecciones y modos de articulación.

(21) Algunas lingüistas (ver Todorov y Ducrot, 1974) establecen una fuerte diferencia entre 'lengua' y 'lenguaje'. Dejan para la primera, la 'lengua natural' que hablamos y para el segundo cualquier otro sistema de codificación (lenguaje de los pájaros, lenguaje del color...). Para las ciencias sociales esta diferencia es menor y se suele usar con menos cuidado estos dos términos, toda vez que lo importante es el fenómeno social, interactivo, cultural. (en la zona de libros de [Google](#), es posible tener acceso a algunas parte de este célebre diccionario completo).

[Fuentes documentales sobre semiótica](#)

4. DEFINICIONES Y RASGOS EN TORNO A LA IMAGEN, AL SIGNO ICÓNICO Y AL ICONISMO

La acepción etimológica de imagen nos indica que la palabra se asocia con el sustantivo latino *imago* que significa 'figura', 'sombra', 'imitación' y con el griego "*eikón*", vale decir, 'icono', 'retrato', 'espectro', 'alma del muerto en su sombra', 'doble'. Una imagen es una visión que ha sido creada y recreada o reproducida, es la representación mental de alguna cosa percibida por los sentidos o la representación gráfica inmediata de una realidad sobre una superficie. Se le puede definir como un conjunto de apariencias, que ha sido separada del lugar y el instante en que apareció por primera vez y preservada por unos momentos o siglos.

Peirce define en sus *Collected Papers* (2.276) al signo icónico como aquél que "puede representar a su objeto principalmente por su similitud". Eco mostró tempranamente las debilidades de esta concepción. Un icono particular no tiene "las propiedades del objeto" que representa como puede ser la textura de la piel. Si uno se queda en el plano de la percepción se puede afirmar que el signo icónico construye un modelo de relaciones (entre fenómenos gráficos) homólogo al modelo de relaciones perceptivas que construimos cuando conocemos y nos recuerdan al objeto. De aquí deviene la definición que Eco hace (1968: 234) del signo icónico como aquél que construye un modelo de relaciones (entre los fenómenos gráficos) homólogos al modelo de relaciones perceptivas que construimos al conocer y reconocer el objeto. Con todo, en la vida cotidiana distinguimos los signos icónicos sin que tengamos detalles sobre la dinámica de la percepción, sin que nos detengamos a reflexionar mucho en torno a la convención. Los signos icónicos, pese a cierta semejanza entre signo y objeto representado, son convencionales. No poseen las propiedades de la realidad, sino que transcriben, según cierto código de representación y reconocimiento, algunas condiciones de la experiencia.

La imagen icónica se puede entender como una categoría perceptual y cognitiva, una categoría de representación que transmite información acerca del mundo percibido. A finales de los ochenta Gubern ensayaba una definición antropológica de la imagen icónica como una modalidad de comunicación visual que representa de manera plástico-simbólica, sobre un soporte físico, un fragmento del entorno óptico (precepto) o reproduce una "representación mental visualizable" (*ideoescena*), o una combinación de ambos, y que es susceptible de conservarse en el espacio y/o en el tiempo para constituirse en experiencia vicarial óptica. La imagen icónica es una convención plástica motivada (es decir, una convención plástica no arbitraria), que combina en diferente grado el principio de isomorfismo perceptivo y ciertas aportaciones simbólicas de tipo intelectual, propias de cada cultura, que plasman propiedades de los sujetos u objetos representados. (Cf. Gubern 2003: 21-25). Es obvio que hay muchas definiciones de imágenes en los diccionarios de historia del arte que van a colocar el acento en la dependencia a las percepciones visuales, al isomorfismo, a la sujeción de las convenciones culturales contingentes en cada época, etc.

Tomemos ahora tres tipos de debates muy generales que se hacen sobre la imagen: a analogía, la convención y la motivación de la imagen.

[Fuentes documentales sobre semiótica](#)

4.1. DEBATE SOBRE LA SEMEJANZA Y EL PARECIDO

Desde algún tiempo la teoría de la imagen y de los lenguajes visuales consideró la **semejanza** como la característica particular y evidente de la imagen. La definición de imagen a partir de su relación con la realidad le niega el estatus de signo (sistema de signos o sistema de significación) y cuestiona la relación arbitraria entre significante y significado, que estaría diluida por el "efecto de realidad" que puede causar una imagen. Una primera pregunta general para el análisis de la imagen es la relación que guarda con la realidad u objeto que representa. Ese grado de 'semejanza' puede variar de acuerdo a la estrategia de representación.

Umberto Eco desmontó la teoría anglosajona clásica anglosajona que afirmaba que la imagen era un signo *parecido* al objeto que representaba, señalando que, en todo caso, el parecido no es con el objeto, sino con el precepto visual del objeto, que es algo distinto. Hay que recordar que en geometría se utiliza el término *similitud* para definir las formas que, teniendo tamaños diferentes, conservan las mismas proporciones, pues todas sus medidas han aumentando o disminuido en la misma proporción.

La semejanza es en realidad un efecto de sentido de *realidad*. Todos los objetos visuales aparecen "como si" fueran reales. Desde este punto de vista la iconocidad se define como un tipo de ilusión de semejanza. En su momento, cuando apareció la fotografía en el siglo XIX esta modificó los regímenes y modos de iconicidad. Si bien la fotografía dista de ser una "información perfecta" fue por mucho tiempo el imperio del ideal realista; en el grado que no pocos rotativos que daban un fuerte peso al periodismo gráfico decían "una imagen habla más que mil palabras". Hoy en día, bajo las nuevas tecnologías, esta relación cambia y se imponen nuevos modelos de análisis y categorías teóricas para analizar algunos fenómenos de significación a propósito de la imagen (22).

La *semejanza* no toma en cuenta las propiedades físicas del objeto sino a través de la activación de una estructura perceptiva en el sujeto observador algunos de sus rasgos. Este concepto establece problemas: un sello con la imagen del Rey de España puede decir que también se parece (o es semejante) a otra cosa.

(22) Sobre los problemas del iconismo recomendamos el número 4 de la revista DeSignis (revista de la Federación Latinoamericana de Semiótica), de la cual citamos algunos artículos en este trabajo. La revista está dedicada casi íntegramente a los problemas del iconismos y la iconicidad desde distintas perspectivas como la Klinkenberg, Noth, Sonesson y Magariños, entre otras.

[Fuentes documentales sobre semiótica](#)

4.2. LA CONVENCION EN EL ANÁLISIS DE LA IMAGEN

La analogicidad o semejanza como principio fundamental para definir el signo ha sido rechazado por algunos especialistas, como el propio Umberto Eco, para quien el signo o texto icónico extrae su significación de convenciones que forman parte de la experiencia del individuo lector en la sociedad.

Convención significa conjunto de normas y reglas comunes a los individuos a través de los cuales se construyen formas de intercambio de los contenidos de la realidad. Para Eco el signo icónico no mantiene ningún vinculación real con el objeto (la foto de una manzana en nada se parece a la manzana; la cáscara de la manzana no es el papel de la foto). Esto es: todo *signo icónico es convencional*. Los signos icónicos no poseen las propiedades de la cosa representada, sino que transcriben según un *código* algunas condiciones de la experiencia. Estos signos tienen carácter convencional y la historia del arte probaría que el artista ha inventado reglas de transformación de los signos icónicos para expresar ciertos contenidos de la realidad.

Toda imagen es un producto social histórico, de manera que el relativismo de sus convenciones representativas es inherente a su naturaleza semiótica. La forma icónica es un concepto que sólo puede ser cabalmente entendido en sus mutaciones diacrónicas (históricas) o sincrónicas (territoriales) que preservan lo permanente (el significado) a través de opciones significantes variadas. La cultura en la cual una imagen es producida-distribuida-interpretada, es un conjunto de sistemas simbólicos (Levi Strauss). En cada cultura los sistemas icónicos establecidos constituyen una pedagogía de la visión, orientada hacia el desciframiento de las formas canónicas de su iconosfera.

[Fuentes documentales sobre semiótica](#)

4.3. DEBATE SOBRE LA MOTIVACIÓN

De manera convencional se dice que el contenido verdadero de algo no es la imagen en sí, lo que "motiva" a pensar el receptor. Si muestro a un amigo una foto del "Coliseo de Roma" puede que por una serie de procesos perceptivos este amigo vea "una plaza de toros". El "verdadero" contenido es éste y no aquél. El Coliseo es "invisible" para el receptor, por eso ha recurrido a su experiencia perceptivo-cultural. El verdadero contenido de una fotografía es la relación que el receptor establece con su experiencia, y "lee" desde lo que esta experiencia "motiva". Es una experiencia icónica y plástica, el estudio de los colores, formas, espacios, dimensiones y no con el objeto-causa-real de la fotografía. No es el objeto el que motiva la organización de la expresión, sino el contenido cultural que le corresponde a ese objeto. Klinkenberg (2003) critica esta perspectiva que señala cómo por motivación se entiende frecuentemente por dos relaciones diferentes: (a) la identidad particular del estímulo visual con el referente y (b) la conformidad del significante a los caracteres destacados del tipo. Para Klinkenberg esta diferencia no puede aparecer claramente si nos atenemos a una estructura binaria del signo icónico, negando los aspectos cognitivos del proceso icónico.

Romeu (2006) advierte, la motivación tiene que ser vista más como un eje de visibilidad donde las propiedades del objeto son "tenidas

en cuenta" y no en la imagen que lo representa; eso no significa que el objeto "motive" su representación (aunque la motivación no tiene que ver con el receptor), tiene que relacionarse con los códigos de representación y reconocimiento instaurado a los largo de la historia en una cultura. (Cf. Grupo μ , 1993).

[Fuentes documentales sobre semiótica](#)

5. RASGOS DE LOS CÓDIGOS VISUALES

En la década de los sesenta se da una fuerte preocupación por el estudio de los sistemas de significación partiendo del código. La causa de este imperio en las reglas internas de organización de los mensajes tiene un origen inmediato en la teoría de la información, por una parte, de donde va saltar a la estética y la teoría del arte (23), y, por la otra, por el peso que tuvo el estructuralismo en la filosofía y las ciencias humanas. Como bien sabemos hoy, el análisis de la comunicación no se puede reducir al estudio del código, pero analizar los fenómenos de significación visual e icónica implica reflexionar al menos en parte sobre dicho códigos, sus articulaciones, sus modos de organización, etc.

(23) Por ejemplo si vemos una de las primeras obras de Umberto Eco (Obra abierta, 1962) se puede confirmar la importancia que el autor da al debate estético de la teoría de la información, tema al que consagra el primero de los ensayos que forma este libro.

[Fuentes documentales sobre semiótica](#)

5.1. EL CONCEPTO DE DOBLE ARTICULACIÓN

Todo acto comunicativo se funda en un código. Estos códigos se diferencian por la articulación o la composición de elementos distintos en su interior. Hay códigos con una articulación o, según Metz, con tres, como sería el caso del cine. Pero esto dista de ser aceptado por todos los teóricos: el que para hablar de lengua solamente mencionemos dos articulaciones.

Ya hemos señalado en el apartado 1.2.2 los aspectos básicos sobre este concepto. Así que solo completamos algunas ideas. Las dos articulaciones son importantes: si una lengua se valiera solamente de la primera articulación no podríamos retener para cada palabra una unidad de sentido que carezca de unidades fónicas transferibles a otras unidades. En ese caso, la economía de la segunda articulación cumple un papel esencial, ya que permite que con sólo unas decenas de producciones fónicas distintas podamos obtener todas las formas vocálicas de las unidades de la primera articulación. Y, de esta manera, todas las unidades de la primera articulación estarán hechas con el escaso y poco numeroso material de la segunda articulación y sus infinitas posibilidades de combinación. En cambio, si sólo hubiera segunda articulación sus posibilidades de materializarse para conformar unidades mínimas de sentido (cuestiones de la primera articulación) serían inexistentes, con lo cual tendríamos un caos amorfo de combinaciones sin sentido y "en bruto".

La segunda articulación está a nivel de los elementos que no constituyen factores del significado denotado por los elementos de la primera articulación y que sólo tienen valor diferenciador (de posición y de oposición). Para el caso de los códigos visuales Luis Prieto (1977) llama a estos elementos "figuras" (más o menos equivalente a los fonemas); en cambio, los elementos de primera articulación (equivalentes a los monemas) serán los signos que connotan o denotan un significado. Prieto dice entonces que los códigos visuales se forman por figuras, signos y semas.

Prieto hace una tipología de códigos (citado por Eco, 1968: 260-262) con diversos tipos de articulaciones, extrayendo los ejemplos de los códigos visuales: Por ejemplo, se puede hablar de Códigos sin articulación (o "Códigos de sema único") en el caso del bastón blanco de un ciego, cuya presencia significa "soy ciego"; de Códigos con segunda articulación solamente cuando los semas no se pueden descomponer en signos, sino en figuras que no representan fracciones de significado (por ejemplo, líneas de autobuses con dos números, señales navales a brazo); de Códigos con primer articulación solamente en el que los semas pueden ser analizados por signos, pero no por figuras (por ejemplo, la numeración de las habitaciones de un hotel, las señales de tráfico con sema que puede ser descompuesto en signos comunes a otras señales, la numeración decimal) (24).

(24) Pero en esto tampoco hay un consenso, por ejemplo el Grupo μ (1993) dice que la 2ª articulación la constituyen líneas y contornos. De la combinación de éstos surgen las figuras, semas de la 1ª articulación junto con los colores y formas.

[Fuentes documentales sobre semiótica](#)

5.2. LOS CÓDIGOS DEL ANÁLISIS VISUAL

Este debate puede ayudarnos a comprender mejor cómo se construye el código visual, que es la estructura del mensaje visual. El código icónico está formado por 'signos', 'semas' y 'enunciados icónicos', es decir, unidades de unidades complejas de significado que posteriormente pueden ser analizadas en signos precisos pero difícilmente en figuras. En sentido estricto un análisis semiótico que tome como centro analítico una teoría de los códigos podría tomar lo que sintetiza Eco al final de la segunda parte en su célebre La

Estructura Ausente, donde se describe una división de códigos. Esta referencia puede tener varios agravantes, el primero de ellos su antigüedad (pues data de hace más de 30 años) y la centralidad del mensaje, y dentro de éste, el código como categoría articuladora en la producción de la significación-sentido del mensaje visual. Pero tiene la enorme ventaja de que nos da una guía sintética de todos esos aspectos perceptivos, psicológicos, gráficos, icónicos que conllevan el análisis de una imagen o un conjunto de ellas; son una guía útil para "recorrer" nuestros materiales de análisis.

a) Códigos perceptivos: los estudia la psicología de la percepción y establecen las condiciones de una percepción suficiente.

En realidad el tema del signo icónico no se refiere sólo al icono en sí, sino a las propiedades denotadas de ese icono (cómo reconocemos en una imagen y viendo una serie de rasgos muy generales que nos permiten evocar el rostro, los espejuelos, la forma del pelo que se trata de la cara de John Lennon). Es decir, cuenta la estructura perceptiva (coordinación visual de una serie de elementos que provoca una sinestesia: rasgos del pelo, de la cara, lentes = "estoy viendo a John Lennon"). Advierto determinados estímulos visuales (color, forma, volumen, proporción) que me permiten evocar a Lennon.

Los signos icónicos no poseen las propiedades del objeto representado sino que reproducen algunas condiciones de la percepción común basándose en códigos perceptivos normales y seleccionando los estímulos -con exclusión de otros- permiten construir una estructura perceptiva que -fundada en códigos de experiencia adquirida- tenga el mismo "significado" que el de la experiencia real denotada por el signo icónico. La lectura de la imagen implica identificar ciertos códigos de reconocimiento, que estará vinculado a lo que más tarde veremos como analogía.

b) Códigos de reconocimiento: estructuran bloques de unidades de reconocimiento (por ejemplo, rayas negras sobre fondo blanco); se pueden recordar a partir de indicios mínimos unidades de significado más amplio. El ejemplo que pone Eco (1968: 225) es el de una cebra. Cuando vemos este animal en el parque zoológico los elementos que reconocemos inmediatamente (y que retenemos en la memoria) son las rayas y no la mandíbula, que se puede parecer a la de otro animal. De esta forma, cuando dibujamos una cebra cuidamos que se reconozcan las rayas aunque la forma del animal sea aproximada. Aunque esto, acepta Eco, no es universal y puede variar de una cultura a otra.

c) Códigos de transmisión: estructuran las condiciones que transmiten la sensación útil con los fines de una transmisión determinada: las rayas en la tv; el reticulado en una foto de prensa; el grano de la imagen. En el caso de la tv este sistema es en esencia un sistema radio-electrónico de telecomunicaciones, en el que la imagen recibida se forma por un haz electrónico que barre una superficie fosforescente, que es el dorso de la pantalla, y que se percibe gracias a una imperfección de la visión humana, a su incapacidad para percibir la estructura discontinua de la trama que va formando secuencialmente el veloz barrido electrónico de la pantalla, según un principio divisionista o analítico similar al de la pintura puntillista de Seurat.

d) Códigos tonales: connotan entonaciones particulares del signo, tales como "fuerza", "tensión" etc. Y otros sistemas ya convencionales, "lo gracioso", "lo expresivo", etc. Se llaman también rasgos "supra-segmentales".

e) Códigos icónicos: se articulan a partir de figuras, signos y enunciados (o semas). Se define como un conjunto de reglas o convenciones que establecen la equivalencia entre un signo gráfico determinado y una unidad pertinente del código de reconocimiento (25).

Ahora bien, ¿en el caso de un signo visual, las propiedades que se reconocen o reproducen son aquellas que se ven o aquellas que se saben? Esto varía, dice Eco; el artista del Renacimiento reproduce la propiedad de lo que ve, el cubista las que sabe (el público normal está acostumbrado a reconocer lo que ve y no reconoce las que sabe). El signo icónico puede poseer las propiedades ópticas del objeto (visibles), las ontológicas (presumibles) o las convencionalizadas. Por ejemplo: la tierra no es exactamente redonda, pero convencionalmente se pinta como si lo fuera.

Un código icónico establece relaciones semánticas entre un signo gráfico como vehiculo y un significado perceptivo codificado. La relación se establece entre una unidad pertinente de un sistema semiótico, dependiendo de la codificación previa de una experiencia perceptiva (Eco, 1968: 229)

- Las figuras pueden ser también condiciones de percepción, o unidades mínimas tales como luz, forma, contorno, geometría.
- Los signos denotan artificios gráficos, como unidades de reconocimiento, tales como "nariz", "ojo", "cielo" o "nube"; o bien en modelos abstractos: símbolos, diagramas conceptuales.
- Enunciados icónicos: Es lo que llamamos propiamente imagen: "hombre, caballo"; y constituyen un "enunciado icónico complejo: "aquí hay un hombre de pie"; "esto es un caballo en perfil y de pie".

f) Códigos iconográficos: son íconos culturalizados, que forman semas más complejos; se reconocen porque se fundan en unidades de reconocimiento muy aparentes. Un código iconográfico, codifica algunas condiciones de reconocimiento y establece, por ejemplo, que una mujer semidesnuda al lado de un árbol y una manzana, es "Eva en el paraíso y fue tentada". Este código reconoce "mujer", "manzana", "serpiente", pero no los elementos de articulación del significante. El código iconográfico se levanta sobre la base del icónico ("mujer" = "dos piernas", "dos brazos", "cara", "pelo").

g) Códigos del gusto y la sensibilidad. establecen las connotaciones provocadas por los signos icónicos. Por ejemplo, las cosas que pueden ir connotando a lo largo de la historia "un templo griego", belleza, perfección, antigüedad.

h) Códigos retóricos: convencionalización de soluciones icónicas originales, que se convierten en modelos o normas. Aquí lo "retórico" quiere decir lo efectivo para transmitir un mensaje y producir un efecto dentro de un contexto de emisión.

i) Códigos estilísticos. Codifica soluciones originales o modificadas por la retórica. Algunos de estos códigos (estructura y regulariza sistemas de oposiciones diferenciados) en realidad son repertorios, es decir, listados de signos que se articulan siguiendo las leyes de un código subyacente (como el código estilístico que se basa en el código retórico; el código iconográfico, que se basa en el código icónico.)

Esta aproximación resulta de interés, porque de aquí puede inferirse una ruta metodológica básica para analizar un mensaje o conjunto de ellos, por ejemplo, a partir de una película o un conjunto de programas de televisión, lo cual es algo que suele preocupar a los estudiantes de comunicación. Esta aproximación, por tanto, puede ayudar a hacer un primer recorrido de la manera como éstos interactúan y generan una cierta textura, una tensión y dinámicas internas. Si bien hemos tomado uno de los textos clásicos (La

Estructura Ausente) en realidad se retoma un debate que viene de la filosofía, la lógica, la estética, pero fue en las escuelas de comunicación uno de los primeros en servir como texto o manual para reflexionar sobre estas cuestiones.

Existen, a partir del programa semiótico de Eco, otras derivaciones y metodologías, unas más explícitas (Haidar, Chandler(26), Sonesson (27)), unas mayormente cercanas a las lingüísticas (Prieto, Barthes) y teorías del discurso (Veron, Van Dijk), otras menos desarrolladas (como Lotman, Sebeok), pero conforme se van incorporando al saber previo del estudiante o interesado puede resultar de ayudar en el proceso (que no debe perder, nos parece, su dimensión lúdica y "erótica") de la interpretación, descripción o simple degustación de aquellos materiales que por alguna razón nos interpelan o nos son significativos. Al mismo tiempo conviene, como sugerencias ya metodológica, tener en cuenta el origen, los objetivos que los autores persiguen, los usos de los que han sido objetos y sus limitaciones. Ningún modelo o abordaje da cuenta de toda la complejidad en el estudio del sentido y la semiosis, así como tampoco un análisis es algo que concluya con algo determinante y cerrado. Podemos aplicar aquella máxima del helenista mexicano Alfonso Reyes (28) con relación a la poesía, para el análisis semiótico: un análisis no se concluye, se abandona.

(25) Pero en esto tampoco hay un consenso, por ejemplo el Grupo ? (1993) dice que la 2ª articulación la constituyen líneas y contornos. De la combinación de éstos surgen las figuras, semas de la 1ª articulación junto con los colores y formas.

(26) Ya hicimos en el apartado 1.2.2 un primer acercamiento a estas ideas.

Si bien es conocido, recomendamos ampliamente la lectura de su semiótica para principiantes accesible en Internet (solo en inglés) ([en línea](#)).

(27) Mencionamos un caso particularmente didáctica, el del profesor mexicano Lauro Zavala, quien construye modelo de análisis muy sugerentes. Afortunadamente su libro Elementos del Discurso Cinematográfico (si bien no es propiamente de semiótica, no se puede negar influencia de esta disciplina en su obra), se puede consultar [este enlace](#).

(28) Algunos datos generales sobre este humanista mexicano de la primera mitad del siglo pasado, se puede ver en [este enlace](#)

[Fuentes documentales sobre semiótica](#)

6. COLOFÓN Y GUÍA

Como hemos visto la semiótica de la imagen tiene un grado de complejidad, entendible por lo que ella implica (aspectos cognitivos, sociales, lógicos, referenciales...). La semiótica de la imagen no se agota en la descripción de estos fenómenos de la imagen icónica, aunque es una herramienta de utilidad para describir los procesos, los modos en que el signo significa en la publicidad y la fotografía, en el cine y la TV, en los videojuegos o las artes escénicas, por qué y cómo los signos (y sus relaciones) dicen lo que dicen o regulan el régimen de lo que pueden decir. Existen diseños y formas, niveles de aproximación para lo cual la semiótica puede ofrecer alguna ayuda (y este criterio de funcionalidad hay que tomarlo en cuenta), del mismo hecho que otros fenómenos como el de la reproductibilidad (que ha analizado Göran Sonesson (29)), la referencialidad (Winfried Nöth (30)), las formas de la publicidad (Nicole Everaert-Desmedt (31)) donde la semiótica nos puede ayudar a realizar indagación de ciertos problemas. El conocimiento de estos trabajos es importante, porque es una manera de comprobación sobre la funcionalidad y utilidad que tiene la aplicación de la semiótica visual y de semiótica de la imagen en distintos planos y niveles (no siempre mass-mediáticos), que pueden, además, ayudar a evidenciar el sentido de la utilidad en este marco teórico. En ese sentido conviene tener aparte de los autores clásicos, la importancia en la formación semiótica de los manuales, las historias y los diccionarios, que aunque no abundan, existen ya algunos glosarios en Internet que pueden ser de suma ayuda en el proceso (por lo general lento y paulatino) de familiarización con estos términos (32).

Es posible reflexionar teóricamente sobre la semiótica de la imagen y su carácter estrictamente icónico o bien, como suele ser la mayor de las veces, combinadas con otros sistemas de signos, primordialmente el verbal o la escritura. Así se impone el doble reto de dar una cierta consistencia a la semiótica de la imagen y por otra parte, desarrollar programas, proyectos donde se expliciten estos modos de funcionamiento multicódigos y multimaterialidades. De aquí el principal reto didáctico y divulgativo es integrar la teoría y la metodología y la epistemología semiótica hacia abordajes útiles que no renuncien a la complejidad, y puedan arrojar hallazgos sobre los procesos de producción-interpretación de en la comunicación social. Siempre será conveniente tener una trayectoria de varias rutas: de los conceptos a los casos (para luego regresar nuevamente a las nociones), de las tradiciones históricas a los autores contemporáneos, de los usos de la semiótica en otros campos a sus posibilidades en comunicación audiovisual, será desde nuestro punto de vista la mejor estrategia en la madurez de este hábito mental y opción de práctica indagativa en que consiste toda semiótica.

Aparte de las introducciones serán necesarios los glosarios y diccionarios, las historias y los manuales como recursos complementarios tanto electrónicos como impresos; junto con ellas vendrá muy bien para el caso de la semiótica de la imagen aprovecharnos de abordajes filosóficos que analicen algunos fenómenos vinculados a la imagen, teorías generales de la imagen y en suma cualquier documento que reflexione socio-cultural, psicológica o físicamente sobre la imagen. Nos permitimos sugerir al lector no desanimarse si en principio una noción (o conjunto de ellas) no quedan claras, o no se identifica su aplicabilidad de manera inmediata. Además la semiótica se puede usar como herramienta complementaria o central, si alguna ventaja tiene es su flexibilidad.

La madurez en el uso de la semiótica vendrá con una dosis de paciencia, por medio de la cual ciertas podemos aceptar que nociones, autores o recursos no muestren todo su potencial en la primera lectura o intento de aplicación. Incluso ahí cuando se crea tener a clara algún componente o mecanismo, será necesario ver cómo se comporta en otros casos, o cómo otros han hecho uso de él. Al final lo que se tiene será una herramienta que transformará nuestra propia manera de mirar e interactuar con los sistemas de mensajes que tenemos contacto.

Para concluir, nos permitimos ofrecer una guía básica de algunos recursos donde el lector puede proseguir con este trabajo, que por cierto no se termina. En los recursos electrónicos hemos tratado de integrar todos los aspectos completos de la búsqueda que contienen enlaces a revistas especializadas, listado de recursos, asociaciones de semiótica y páginas electrónicas de especialistas.

(29) Se pueden ver detalles y un excelente listado de artículos en la página del autor. Disponible en [este enlace](#).

(30) Se pueden ver detalles en la hoja web del autor. Disponible en [este enlace](#).

(31) Everaert-Desmedt, N. (1984). La communication publicitaire. Etude sémio-pragmatique, Louvain-la-Neuve, Cabay.

(32) Algunos listados se pueden ver en [este enlace](#). Tanto en el libro de Chandler (2001) asequible en línea, como por ejemplo en la página de Juan Magariños ([enlace](#)). Existen también unos "recorridos semióticos" que pueden ser útiles. Recorridos semióticos en [este enlace](#).

Fuentes documentales sobre semiótica

7. RECURSOS EN SEMIÓTICA

7.1. Para cuestiones introductorias

Tanius Karam: *Introducción a la semiótica*

[Recorridos semióticos](#)

7.2. Organizaciones semióticas en el mundo

[Asociación Brasileña de comunicación y semiótica](#)

[AISS - Associazione Italiana di Studi Semiotici](#)

[IASS-AIS - International Association for Semiotic Studies/Association Internationale de Sémiotique](#)

[AMESVE - Asociación Mexicana de Estudios de Semióticos Visual y del Espacio](#)

[ASEMASS&COMGLOBAL - Asociación Mundial de Semiótica Massmediática & Comunicación Global](#)

[FELS - Federación Latinoamericana de Semiótica](#)

[IAVS/AISV - International Association for Visual Semiotics/Association internationale de sémiotique visuelle/Asociación internacional de semiótica visual](#)

7.3. Revistas sobre Semiótica

[FACE. Revista de Semiótica de la Pontificia Universidade Católica de Sao Paulo \(PUCSP\)](#)

[TEIA. Revista da Associação Brasileira de Comunicação e Semiótica \(ABSB\)](#)

[APPLIED SEMIOTICS/SÉMIOTIQUE APPLIQUÉE. Revista del Departamento de Frances, Italiano y Alemán de la Universidad de Toronto](#)

[ADVERSUS. Instituto Italo-argentino di Ricerca Sociale Roma-Buenos Aires](#)

[SIGNA. Revista de la Asociación Española de Semiótica. Instituto de Semiótica Literaria, Teatral y Nuevas Tecnologías. Universidad Nacional de Educación a Distancia.](#)

[DeSIGNIS ONLINE. Revista de la Asociación Latinoamericana de Semiótica](#)

[ENTRETEXTOS. Revista electrónica semestral de Estudios Semióticos de la Cultura](#)

[GALÁXIA. Revista Transdisciplinar de Comunicação, Semiótica, Cultura](#)

7.4. Recursos en línea sobre semiótica visual y semiótica en general

[Archivo virtual de semiótica](#)

[DEPARTMENT OF SEMIOTICS, LUND University. Cultural semiotics-visual semiotics-semiotic theory](#)

[ISI. International Semiotics Institute](#)

[The Peirce Edition Project](#)

[Open Semiotics Resource Center](#)

[Recursos en semiótica](#)

[Recursos en semiótica \(Open Semiotics Resources\)](#)

[Semiótica del texto](#)

[Semiotics Institute on Line](#)

[Semiotics - Martin Ryder, University of Colorado at Denver. School of Education](#)

[Semiotic Terms](#)

[Sites of Significance for Semiotics](#)

7.5. Páginas personales de semiólogos

[Umberto Eco](#)

[Göran Sonesson](#)

[Juan Magariños](#)

[Daniel Chandler](#)

[Paolo Fabbri](#)

[José Enrique Finol](#)

[I. M. Lotman \(en la red\)](#)

[Don Cunningham](#)

[Peter Bøgh Andersen](#)

[Paul Bouissac](#)

[Claus Emmeche](#)

[Kalevi Kull](#)

[Gary Shank](#)

[Jesper Hoffmeyer](#)

[Nicole Everaert-Desmedt](#)

[Fuentes documentales sobre semiótica](#)

FUENTES DOCUMENTALES

Barthes R. (1980) Mitologías. Madrid. Siglo XXI [1957]

Berger John et al (1980) Modos de ver. 3ª ed. Barcelona: Gustavo Gilli (Col Comunicación visual) [1974]

Berinstain, H. (2000) Diccionario de retórica y poética. 8ª ed. 2ª reimp. México: Porrúa [1985]

Carontini E. y D. Peraza (1979) Elementos de semiótica general. El proyecto semiótico. Barcelona: Gustavo Gilli (Col. Punto y Línea) [1975]

Chandler D. (2001) Semiotics for Beginners. [Libro en Línea, noviembre 2004]. Disponible en [este enlace](#).

Cobley P. y L. Jansz (2004) Semiótica para principiantes, 1ª ed. 2 reimp. Buenos Aires: Longseller (Col. Era naciente Documentos Ilustrados 78)

Ducrot O y T. Todorov (1974) Diccionario enciclopédico de las ciencias del lenguaje. México: Siglo XXI [1972]

Eco, U. (1968) La Estructura Ausente. Introducción a la semiótica, Barcelona: Lumen.

----- (1983) Tratado de semiótica general, 3ed, Barcelona: Lumen.[1974]

----- (1992) Lo límites de la sobreinterpretación. Barcelona: Lumen. [1990]

Escudero, L. (2003) "Repensar la iconocidad" en DeSignis 4. Julio. Barcelona: FELS- Gedisa. 7-12

Grupo μ (1993) Tratado del signo visual, Para una retórica de la imagen, Madrid: Cátedra (Col. Signo e imagen) [1992]

Gubert, R. (2003) Del bisonte a la realidad virtual. La escena y el laberinto. 3ª ed. Barcelona: Anagrama. [1996]

Haidar, J. (1996) "El campo de la semiótica visual" en Gimata Wesh Adrián y López Rodríguez Juan Manuel (coord.). Semiótica. Memoria del curso 1995. México. UAM-Azcapozalco.184-212

Klinkenberg, J.M. (2003) "Claves cognitivas para una solución al problema del iconismo" en DeSignis 4. Julio. Barcelona: FELS-Gedisa. 15-26.

Magariños de Morentín, J. (2006) Qué le podemos preguntar a la semiótica. Mensaje de correo electrónico escrito del 13 de febrero 2006. [En línea febrero 2006]. Disponible en <http://www.archivo-semiotica.com>

Martinet, A. (1970) Elementos de lingüística, Madrid: Gredos.

Prieto, J.L. (1977) Pertinencia y práctica. Ensayos de semiología, Barcelona: Gustavo Gilli. (Col. Comunicación Visual).

Klinkenberg, J.M (2006) Manual de Semiótica General. Bogotá: Universidad Jorge Tadeo Lozano [1996]

Reséndiz, R. (1990) Las imágenes del mundo: una visión semiótica

Romeo V. (2005) Arte y Comunicación. Notas de curso. No impreso. México: Universidad Autónoma de la Ciudad de México

Sausurre, F. de (1985) Curso de Lingüística General, México: Origen-Planeta, (Col. Obras maestras del pensamiento contemporáneo N° 12) [1917]

Serrano. S. (1992) La semiótica. Barcelona: Montesinos Editor.

Sonesson, G. (1989) Pictorial concepts, Inquiries into the semiotic heritage and its relevance for the analysis of the visual word, Sweden: Lund University Press

[Fuentes documentales sobre semiótica](#)

Original disponible en: http://portalcomunicacion.com/lecciones_det.asp?lng=esp&id=23

PDF creado en: 02/05/2011 17:30:33

Portal de la Comunicación InCom-UAB: El portal de los estudios de comunicación, 2001-2011

Institut de la Comunicació (InCom-UAB)
Edificio N. Campus UAB. 08193 Cerdanyola del Vallès (Barcelona)
Tlf. (+34) 93.581.40.57 | Fax. (+34) 93.581.21.39 | portalcom@uab.cat

