



Escuela Nacional de Artes Plásticas

Lenguaje verbal y lenguaje visual

Análisis comparativo de la palabra y la imagen



TESIS DIRECCION
ESCUELA NACIONAL DE

que para obtener el grado de
Lic. en Comunicación Gráfica

presenta

María Eugenia Guerra Meza

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE
MEXICO

México, D.F. 1989

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

CONTENIDO

Introducción	11
1. El lenguaje articulado y el lenguaje visual	14
2. El signo lingüístico y el signo visual	21
2.1. Linealidad del signo lingüístico y globalidad del signo visual.	28
2.2. La articulación del signo lingüístico y del signo visual.	33
2.3. Arbitrariedad y/o motivación en el signo lingüístico y el signo visual.	38
3. Sintaxis del lenguaje articulado y del lenguaje visual.	45
4. Semántica del lenguaje articulado y del lenguaje visual.	48
4.1. La codificación.	51
4.2. Monosemia y polisemia	56
4.3. Denotación y connotación.	58

5. Pragmática del lenguaje articulado y del lenguaje visual.	62
5.1. Funciones en el acto comunicativo.	62
5.2. Utilización retórica.	69
6. Conclusiones.	77
Bibliografía.	84
Apéndice	89

INTRODUCCION

El presente trabajo responde a una inquietud nacida en mis años de estudiante: al dar los primeros pasos en el aprendizaje del diseño gráfico, mis compañeros y yo descubrimos que las imágenes usadas no siempre eran las adecuadas para comunicar lo que se pretendía. Situación que he observado ahora, como docente, en los estudiantes de diseño.

Un primer paso en el intento por dar respuesta a este problema ha sido el tratar de integrar el trabajo teórico con el práctico.

En esta tarea, me he dado cuenta que buena parte del problema estriba en el desconocimiento que se tiene del lenguaje articulado, de sus formas de organización, de los significados que pueden transmitirse y del uso de los signos para la comunicación.

Puede decirse que hay una utilización arbitraria de la lengua: no se hace buen análisis de los conceptos que van a representarse gráficamente, por lo que estas imágenes terminan siendo, también, arbitrarias.

A esta problemática concreta se busca responder con este trabajo, mismo que tiene como objetivos:

- 1.- Buscar elementos analógicos entre el lenguaje articulado y el lenguaje visual. Es decir, encontrar elementos dentro del lenguaje verbal que pueden aplicarse al lenguaje visual.
- 2.- Dar a conocer la importancia de la palabra para la imagen, desde diferentes aspectos. Esto es, desde la representación de las ideas por medios gráficos hasta la integración de textos e imágenes.

3.- Reivindicar la palabra, a fin de darle la importancia que realmente tiene para la imagen, y no solo como elemento secundario.

4.- Contribuir al desarrollo de la actividad teórica por parte del creador de imágenes.

El trabajo parte de la siguiente tesis: La creación de imágenes que comuniquen efectivamente el mensaje que el emisor-diseñador pretende transmitir, requiere del dominio, por parte de éste, del lenguaje articulado.

Con base en los objetivos anteriores y en la tesis propuesta, el trabajo se desarrolla en cinco capítulos.

En el primero, se aborda la importancia que tienen los lenguajes articulado y visual como medios de comunicación y la estrecha relación entre ambos.

El tema se continúa en el capítulo segundo, donde se explica de una manera general que, a partir del concepto que se tiene del signo lingüístico, éste pueda aplicarse al signo visual.

Entre ambos signos, sin embargo, existen algunas diferencias: el signo lingüístico es lineal, porque las palabras se organizan en el tiempo, en tanto que el signo visual es global, pues sus signos se configuran en el espacio. Además, el signo lingüístico, por sus propias características, es más arbitrario, en tanto que el signo visual es mayormente motivado.

Hay que advertir que los signos, para comprenderse, necesitan articularse, es decir, organizarse.

El capítulo tercero, titulado *sintaxis del lenguaje articulado y del lenguaje visual*, explica lo que es la sintaxis en el lenguaje verbal y por qué puede hablarse de sintaxis dentro del lenguaje visual.

A partir de la aplicación de la sintaxis, sea verbal o visual, se llega al significado de los mensajes. De ahí el título del cuarto capítulo: *Semántica del lenguaje articulado y del lenguaje visual*, en el cual se abordan tres temas claves para la comunicación gráfica: la codificación, ya que el conocimiento de los diferentes códigos facilita la comunicación; la distinción entre signos monosémicos y signos polisémicos; y la distinción entre los conceptos de denotación y connotación, como dos niveles de la comunicación.

La relación y uso de los signos respecto al receptor, constituye el punto de referencia del quinto capítulo.

En la primera parte de éste, se explican los elementos que intervienen en la comunicación y su relación con la clasifica-

ción de Jakobson de las funciones lingüísticas. Se habla también de que los mensajes se definen por los elementos (emisor, receptor, mensaje, código, contacto o referente) que el comunicador considera más importantes, cuando elabora su mensaje.

En la segunda parte se habla de lo que es la retórica del lenguaje y de cómo se aplica dentro del área visual. Se ponen algunos ejemplos y se analizan algunas figuras retóricas tanto verbales como visuales.

Existen inagotables elementos lingüísticos posibles de trasladar al campo visual. En este trabajo tomo algunos conceptos que he considerado importantes como introducción al estudio semiológico de las imágenes.

Es conveniente aclarar por tanto, que este trabajo se propone como una introducción que puede dar pie a investigaciones más amplias; trata más que nada de llamar la atención de quienes hacen comunicación gráfica (comprendiendo en este término a todas las formas de comunicación a través de imágenes), para interesarlos en este tema que considero básico para su formación.

Los procedimientos de investigación utilizados para la elaboración de este trabajo fueron:

- 1.- Investigación de libros y documentos. Partí de una investigación bibliográfica, de la consulta de libros (de diversos autores) acerca del tema que estoy tratando. Después, un análisis de diferentes teorías para elegir las adecuadas a mis necesidades.
- 2.- Análisis de imágenes. Fue necesario buscar y analizar imágenes ya existentes e incluso utilizadas de una manera específica para ubicarlas como ilustraciones de cada uno de los conceptos tratados.
- 3.- Experiencias personales. Ha sido fundamental también, para la integración de este trabajo, mi experiencia docente, ya que a partir del análisis de estas experiencias, he podido saber cuáles son los puntos más necesarios para llegar, a través del estudio lingüístico, al conocimiento y aplicación del lenguaje visual.

Aclaro, pues, para finalizar, que este trabajo no pretende ser una innovación, ni abarcar todo el conocimiento semiológico o semántico. Pretende, eso sí, ser un elemento introductorio a estos temas y dar algunos puntos para la reflexión.

En mi caso personal, así ha sido, y ha dado lugar al ordenamiento de algunas ideas con una sola finalidad: la práctica. □

1. EL LENGUAJE ARTICULADO Y EL LENGUAJE VISUAL

El lenguaje verbal o lengua es el elemento que distingue al hombre de los demás seres de la naturaleza; el uso de éste, supone una previa elaboración de signos.

La producción de objetos, satisfactores de necesidades fundamentales, lleva al hombre a la creación de la lengua como un elemento de nominación, organización y clasificación de los mismos.

Además, vino a ser, junto con los objetos, una forma de vinculación entre el hombre y la naturaleza.

El trabajo humano está inseparablemente enlazado con la conciencia, esto es, con el pensamiento, que a su vez está genéticamente vinculado, de manera inseparable al lenguaje.¹

El hombre, al observar los objetos y los acontecimientos de su entorno, reúne conocimientos, ya que toda información que por los ojos llega al cerebro es rápidamente codificada y transformada en experiencia.

Para llegar a la comprensión de sus percepciones, sean visuales o de otro tipo, necesita del lenguaje verbal, ya que las palabras corresponden, generalmente, a un objeto, al que designan. Es decir, existe un nombre porque hay un objeto al

(1) GODED, Jaime. *Antología sobre la comunicación humana*. México, UNAM. Dirección General de Publicaciones. Colegio de Ciencias y Humanidades, 1976, pág. 77.

cual se refiere, y éste último, se define y clasifica por ese nombre.

Es pues, la lengua, medio del pensamiento y de la racionalidad.

Aun cuando la experiencia se adquiere a través de todo tipo de sensaciones, predominan las auditivas y las visuales.

En el mundo infantil, el aprendizaje se inicia a partir de sensaciones (auditivas, visuales, táctiles...), pero la comprensión de su entorno se forma a partir de la observación, de la percepción visual y de su nominación por medio de la lengua. Es así, como ésta pasa a ser su forma más natural de comunicación.

Por esto, por ser la forma mayor empleada para la comunicación, la lengua es el sistema mejor organizado, codificado y estudiado que existe, y, por ello, el más adecuado para el estudio de otros lenguajes, en este caso, el visual.

El lenguaje verbal, como el lenguaje visual, constituyen estructuras, en las que cada elemento es fundamental para la función de los demás que forman esos sistemas.

El conocimiento de la lengua, de su modo de organización y de sus significados dan mayor fluidez al pensamiento, y facilitan la elaboración de mensajes verbales.

A este conocimiento se le llama alfabetidad verbal.

Esto es importante para el lenguaje visual ya que al tener ideas claras, es más sencillo encontrar su equivalente visual para hacer imágenes efectivamente comunicativas.

La alfabetidad verbal tiene varios niveles de aplicación, desde la más sencilla comunicación verbal como:

-- tengo sueño --

-- dame dulces --

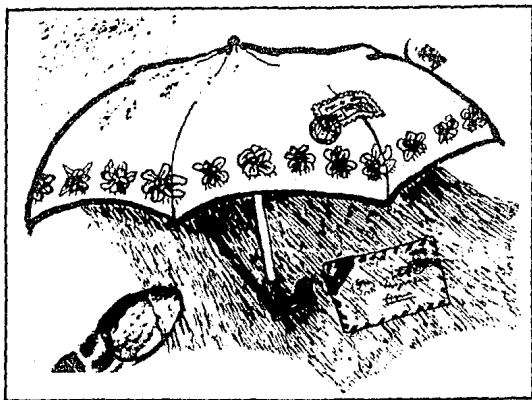
hasta la elaboración de combinaciones más complicadas, como en el caso de la poesía o la literatura:

...La sotana traía
por sota, más que por clerecía;
hombre en quien la limpieza fue tan poca
(no tocando a su cepa)
que nunca que yo sepa,
se le cayó la mierda de la boca.

Luis de Góngora.²

donde son necesarios otro tipo de conocimientos, más allá de la sola organización sintáctica.

El lenguaje visual requiere, también, de una organización de elementos para que sus imágenes adquieran coherencia. Tomando esto en cuenta, y si se tiene una idea clara acerca de lo que desea comunicarse, el problema está en utilizar las formas y los colores adecuados para su configuración en enunciados o textos visuales:



(2) PERES, R.D. *Historia de la Literatura Española e Hispanoamericana*. Barcelona, Editorial Ramón Sopena, S.A., 1980, pág. 276.

La finalidad del comunicador gráfico es, o debe ser, lograr que sus mensajes sean sencillamente asimilables por sus receptores.

Esto dependerá, en gran medida, del conocimiento que tenga acerca del lenguaje visual, de los elementos que lo forman y la manera de utilizarlos, con lo cual establecerá una comunicación efectiva.

Si se dice que la producción de mensajes no sólo implica una sintaxis, es porque para esto intervienen también la imaginación y los conocimientos que posee el emisor, por ejemplo:

-- me puso los pelos de punta --

Are cada venus su nevada cera.
Adan se ave, Eva es nada.
...éres o no éres... seré o no seré...

¡He aquí el palindromat³

En muchos casos, el emisor debe saber a quién envía el mensaje, para poder definir qué tipo de palabras utilizar:

¿Qué es un chorlito, mamá?
-Un pájaro muy bonito.
-¿Qué tiene?
-Pico mediano,
color negro y amarillo
y, en la frente, plumas blancas.⁴

(3) ARREOLA, Juan José. *Palindroma*. México, Joaquín Mortiz, S.A., 1980, págs. 8, 74, 152.

(4) FIGUERA AYMERICH, Angela. *Canciones para todo el año*. México, Editorial Trillas, 1984, pág. 16.

Asimismo, la producción de mensajes gráficos no consiste en la combinación arbitraria de formas y colores, ya que el problema del diseño es efecto de un trabajo sistemático, en el que intervienen diversos factores, por eso es importante aclarar que no es lo mismo percibir imágenes, que elaborarlas.

Así, existen imágenes en las que es necesario tener conocimiento dentro de otras áreas, aparentemente ajenas al diseño, de tal forma que una ilustración científica requerirá de estudios biológicos, fisiológicos, médicos; otras imágenes solicitarán conocimientos históricos, estadísticos, geográficos, políticos, etc.:



La observación general técnica es más segura para descubrir la parálisis cerebral. Cuando se vuelve al niño en posición prona, uno de sus brazos queda atrapado bajo su cuerpo.

Es fundamental también, el análisis del receptor desde diferentes puntos de vista: psicológico, sociológico, histórico, entre otros.

Con el análisis psicológico, se puede llegar a comprender la manera en que la forma y el color afectan al individuo; de cómo su experiencia influye en el modo de interpretación del mundo que lo rodea y por tanto de las imágenes.

Según Gestalt, el ambiente perceptivo de una persona es único, es obvio que dos personas pueden estar en la misma ubicación -espacial y temporal- o tan cercanas como sea posible y tener diferentes ambientes psicológicos debido a sus experiencias y antecedentes distintos. Cada vez que una persona vive una nueva experiencia, cambia su ambiente y jamás

volverá a recuperar su antiguo propósito en forma idéntica.

Análisis sociológico, porque en diferentes culturas y grupos sociales, un mismo elemento puede tener diversos usos y significados.

Para un negro de la tribu nuer,
esta imagen significa matrimonio,
para un ganadero de Chihuahua
significa dinero.



Análisis histórico, porque la evolución histórica afecta el modo de percepción de los grupos sociales, y la comunicación se transforma, de tal manera que es importante conocer el momento histórico en que se ubica un mensaje, para definir el uso y los modos de trasmisión del mismo:



Esta figura fue en otro tiempo, como gesto simbólico de la segunda guerra mundial el signo del más anhelante afán de victoria sobre los alemanes.

Resulta igualmente irónico que este mismo gesto haya sido adaptado por el movimiento contrario a la guerra del Vietnam en Estados Unidos, pues para este movimiento ese gesto se ha convertido en símbolo de paz.⁵

(5) DONDIS, Doris A. *La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual*. Barcelona, Editorial Gustavo Gili, S A, 1980, págs. 88, 89.

La experiencia va enriqueciendo el lenguaje del individuo y su capacidad de pensamiento se amplía al mismo tiempo que su lenguaje.

Un lenguaje restringido limita la comunicación, un lenguaje extenso amplía las posibilidades, tanto de transmitir ideas, como de comprender otras.

Buena parte de los estudios hechos por la lingüística, son aplicables a otros lenguajes, en este caso, su aplicación al lenguaje visual ayuda a la comprensión y utilización del mismo. □

2. EL SIGNO LINGUISTICO Y EL SIGNO VISUAL

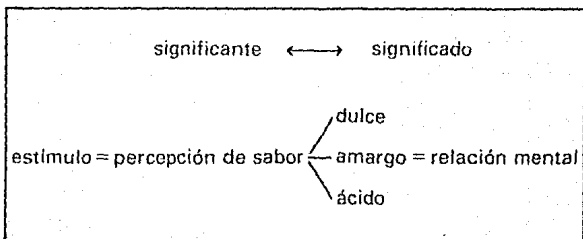
El lenguaje verbal es un sistema formado por signos lingüísticos, es decir, por palabras. El signo lingüístico es el elemento principal de esta compleja estructura.

Si el signo lingüístico es el elemento básico de la lengua, el signo icónico lo es para el lenguaje visual.

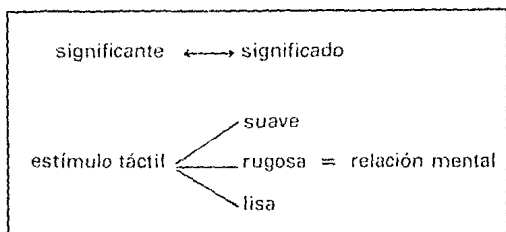
Un signo puede ser cualquier cosa que, actuando como estímulo, remite o recuerda *algo*; es la unión indisoluble de un significante y un significado.

El significante puede ser: un gesto, un olor, un sabor, algo suave o áspero, una imagen, un sonido, etc., siempre asociado a una imagen mental o significado, que aparece en cuanto se percibe el estímulo.

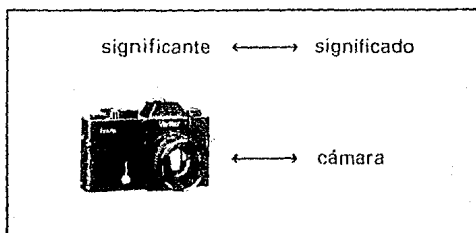
Para el sentido del gusto, la percepción de algún sabor es el estímulo (significante), la asociación mental para su denominación es el significado.



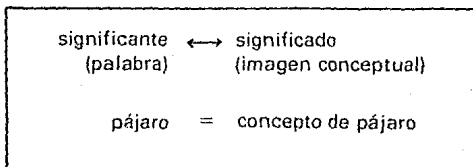
Para el sentido del tacto, la percepción de cualquier textura es el estímulo, su asociación mental es el significado.



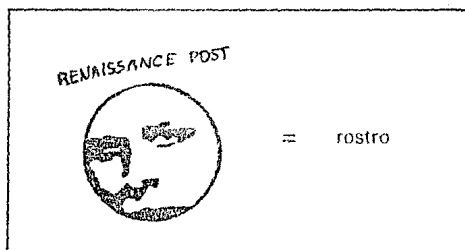
La percepción visual de una imagen es el estímulo, su definición es el significado.



El signo lingüístico está formado por el significante, sonido compuesto por fonemas, que se escucha cuando se pronuncia una palabra, y el significado, idea que se forma en la mente al oír dicho sonido.



Igualmente, las formas, cuando aparecen ante los ojos, estimulan y provocan reacciones que inducen a evocar algo con lo que se les relaciona.

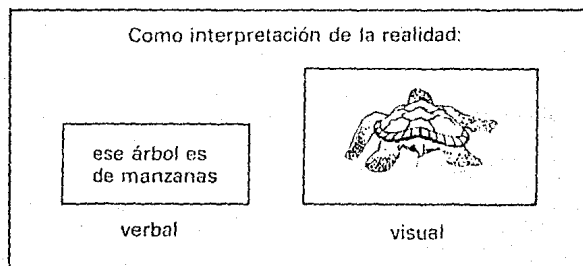


Dentro de cualquier signo, el significante o expresión, y el significado o contenido mantienen una interdependencia. Sin uno no existe el otro, pues solamente hay contenido cuando éste se vincula a una expresión, y es contenido sólo por esta vinculación.

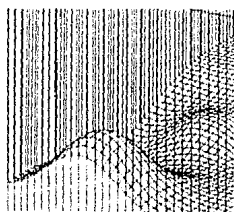
El significante se utiliza generalmente para nombrar (en el caso de la lengua) o para representar (en el caso de las imágenes) objetos reales, pero también experiencias sensoriales.

El significado se actualiza (o realiza) en la mente del receptor, porque implica la codificación y la comprensión de lo que escucha y de lo que observa.

Ejemplos:



como experiencia sensorial:



visual

hace frio

verbal

La relación entre el significante y el significado es simbólica y convencional, resultado de un acuerdo tácito entre los usuarios de la lengua.

SILLA

Se refiere a un determinado objeto, que sirve para sentarse, tiene cuatro patas y un respaldo.

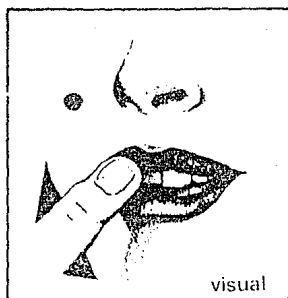
La palabra nombra por convención al objeto, puesto que podría utilizarse cualquier otra palabra para nombrar al mismo objeto si socialmente así se decidiera.

De la misma forma, al ver el objeto con las características señaladas antes, viene de inmediato a la mente la palabra que lo nombra.

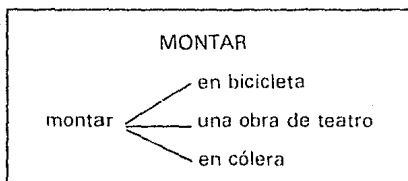
Puede verse entonces, que los lenguajes verbal y visual son interdependientes, ya que la lengua, casi siempre nombra objetos reales, se utiliza para comunicar experiencias captadas por el hombre.

En el caso de la visión, los ojos perciben formas y colores, que asociados (sintaxis) adquieren significados (semántica).

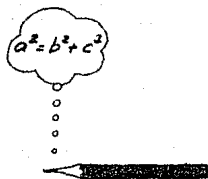
La definición del significado, en cualquier caso, se hace necesariamente a través de la lengua:



Las palabras tienen una función dentro de la estructura lingüística, y adquieren significados definidos, cuando se integran a un contexto, es decir, a una frase, una oración o un texto:



Los signos visuales también definen su sentido cuando se integran a un contexto. Pueden tener diversos sentidos (poli-semia), pero la definición de su significado se dará cuando se ubiquen dentro de un texto visual:



Pierre Guiraud distingue dos tipos de signos: lógicos y expresivos.

Los signos lógicos se caracterizan por ser: "convencionales, arbitrarios, racionales, objetivamente confirmables, abstractos, generalizados y selectivos".⁶

Los lenguajes lógicos o científicos requieren de códigos más restringidos, estructurados y socializados, lo que los hace mayormente significantes de una manera *cerrada*:

H₂O = Agua

Los signos expresivos son: "naturales, motivados, subjetivos, afectivos, concretos, específicos, globales e inmanentes".⁷

Los lenguajes expresivos utilizan signos expresivos, puesto que son producto de la transmisión de emociones por parte del emisor, son más subjetivos y *abiertos* a la interpretación:

Otros lo dijeron:
sesos de inocente,
carne que no sabe de sol.⁸

Los signos lingüísticos pueden ser lógicos, cuando se utilizan sólo como medio de comunicación:

Los estilos que crearon los diversos movimientos artísticos durante los primeros años del siglo XX dejaron su impronta sobre el diseño coetáneo de carteles, pero el efecto general del nuevo formalismo se consolidó en Alemania.⁹

(6) MALMBERG, Bertil. *Teoría de los signos. Introducción a la problemática de los signos y de los símbolos*. México, Siglo XXI Editores, S.A., pág.33, cfr. GUIRAUD, Pierre. *La semiología*. México, Siglo XXI Editores, S.A., 1979, pág. 17.

(7) MALMBERG, Obra citada, pág. 33.

(8) BELLINGHAUSEN, Hermann. *La hora y el resto*. México, UNAM, 1981, pág. 87.

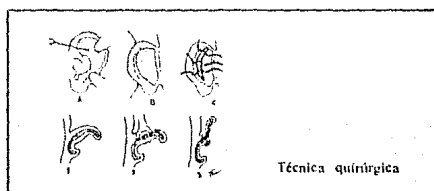
(9) BARNICOAT, John. *Los carteles. Su historia y Lenguaje*. Barcelona, Editorial Gustavo Gili, S.A., pág. 87.

o expresivos, cuando son usados como medio de expresión, poesía, interjecciones, onomatopeyas:

¡Susurra, junco susurra,
golpea, ola golpea!¹⁰

Los signos visuales pueden ubicarse, también, tanto dentro de los signos lógicos, como de los signos expresivos; la diferencia consistirá en el uso que se les dé.

Así, cuando se usan para transmitir ideas o conceptos concretos, son mayormente lógicos:



cuando se les utiliza como medio para exteriorizar estados emocionales, son predominantemente expresivos:

Andrzej Szubzda



(10) MALMBERG, Obra citada, pág. 78.

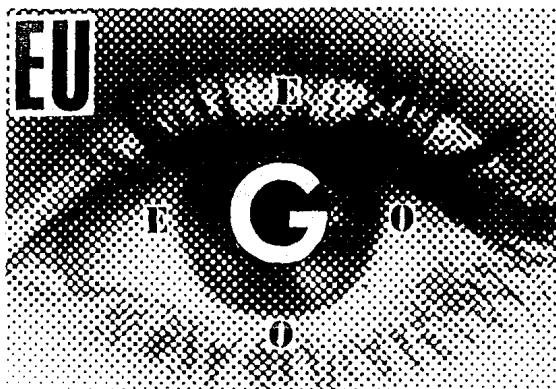
2.1. LINEALIDAD DEL SIGNO LINGÜÍSTICO Y GLOBALIDAD DEL SIGNO VISUAL

Se dice que el signo lingüístico es lineal porque el habla se desarrolla en el tiempo, a diferencia de las imágenes, que se configuran en el espacio.

Las palabras se ordenan una tras otra en el discurso, oral o escrito, por lo que se les asocia con una línea.

Pero los signos visuales, para poder constituirse en imágenes coherentes, deben poseer *unidad espacial*, la cual se determina por la conducta de cada uno de sus componentes en conjunto, no por separado.

Así, las unidades ópticas (signos) localizadas en una superficie gráfica, adquieren sus cualidades en relación tanto con el fondo más próximo que las circunda como con la estructura total, por eso se dice que las imágenes visuales son *globales*:



Franklin Capistrano/Falves Silva - Brasil

Por su parte, la linealidad del signo lingüístico puede darse vertical (paradigma) u horizontalmente (sintagma).

El paradigma es la cadena *lineal vertical* de signos, asociados por una relación de semejanza entre sus significantes o entre sus significados. Así, se tienen paradigmas de:

derivados	sinónimos	antónimos...
PERRO ↓ perra ↓ perrera ↓ perrote	BUENO ↙ ↘ bondadoso sabroso ↓ ↓ generoso rico ↓ ↓ caritativo delicioso	RICO ↓ pobre ↓ menesteroso ↓ necesitado

El sintagma es la articulación *lineal horizontal* de signos, a partir de ciertas normas de distribución, orden y dependencia (sintaxis) en una frase, enunciado, texto:

"Ocho ↔ días ↔ pasaron, ↔ como ↔ ocho ↔ siglos"⁽¹⁾

Gráficamente, la vertical representa el paradigma, es decir, el conjunto de signos entre los cuales se puede elegir. La horizontal representa el sintagma, donde se combinan los signos asociados en el paradigma. Es así como los signos se articulan y adquieren coherencia:

paradigma ↕ eje de selección	los	hombre	mira	unos	helado
	el	perro	sube	una	queso
	las	ratón	corre	un	huevo
	la	pájaro	muerde	unas	hueso
	el ↔ perro ↔ muerde ↔ un ↔ hueso sintagma → eje de combinación				

(1) BORGES, Jorge Luis. *Ficciones*. Barcelona, Planeta-De Agostini, S.A., 1985, pág. 197.

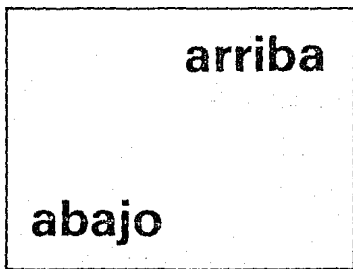
Dentro del paradigma los signos se oponen, por su género o por su número, y se relacionan con otros de su misma categoría sintáctica. De esta forma se llega al concepto de *valor* que da Saussure. El dice que la unidad lingüística es un valor, porque es imposible reconocer o distinguir un signo, si no puede identificarse de entre los demás signos de la lengua, por sus diferencias con ellos.

Este es el principio de oposición, según el cual sólo deben atribuirse a un signo los elementos (sean fónicos o semánticos) por los que se distingue, cuando menos de otro signo.¹²

Dentro del sintagma las palabras adquieren coherencia verbal porque contrastan entre sí. Es precisamente dentro del sintagma donde las palabras se contextualizan, ya que aquí los diversos elementos se integran y definen su significado.

El perceptor de un mensaje lo ve, o lo escucha, según sea el caso, como un conjunto más o menos organizado. No descompone ni analiza las partes que integran el mensaje, percibe el conjunto, recibe o no la información que se le trasmite, y la acepta o desecha, de acuerdo a sus necesidades o a su ideología.

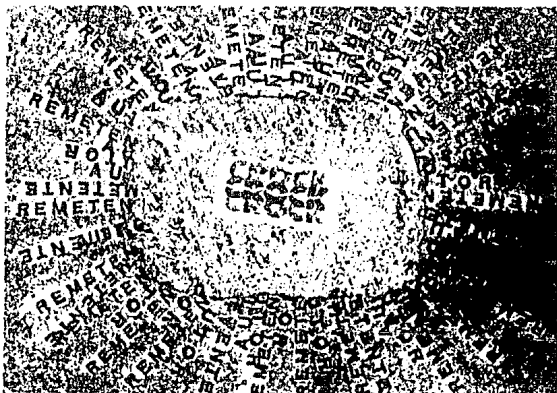
En el caso del perceptor de imágenes, su función no es desarticular mensajes, sino captarlos, por ello percibe los objetos y las formas dotados de un tamaño y de una ubicación, no percibe aisladamente ningún elemento, sino que al verlo le asigna un lugar en el espacio:



(12) OSWALD *et al.* *Diccionario enciclopédico de las ciencias del lenguaje.* México, Siglo XXI Editores, 1979, pág. 31.

le asigna también una graduación en las escalas del tamaño, del tono o de la distancia, es decir, una situación o un carácter en relación al todo:

Antonio Bertolazzo - Brasil



Ante el gran número de mensajes que recibe a cada momento, el perceptor trata de abarcar la mayor extensión espacial posible, y de retener la máxima cantidad de información, en un mínimo de tiempo, y con un mínimo de esfuerzo.

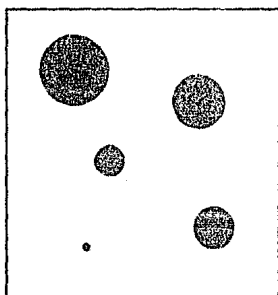
La ley básica de la percepción visual dice que:

Todo esquema estimulador tiende a ser visto de tal manera que la estructura sea tan sencilla como lo permitan las condiciones dadas.¹³

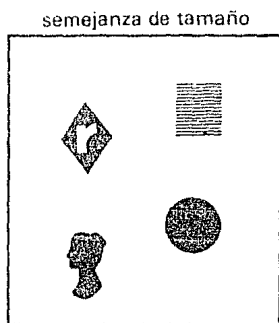
El receptor recibe esquemas sintéticos, pero éstos son, o deben ser, producto de un cuidadoso análisis de elementos pertinentes, y una adecuada elección de los mismos para su organización en imágenes.

Puede hablarse de paradigmas dentro del área visual, puesto que también es posible clasificar y ordenar signos, asociándolos bajo criterios de semejanza de forma, tamaño, color...:

(13) ARNHEIM, Rudolf. *Arte y percepción visual. Psicología del ojo creador*. Madrid, Alianza Editorial, S.A., 1979, pág. 70



semejanza de forma



Al igual que el paradigma lingüístico, el paradigma visual opone y relaciona signos, y de éste se eligen elementos para organizar sintagmas visuales.

Es posible utilizar el término sintagma visual, aunque sin perder de vista la diferencia básica entre linealidad y globalidad, ya que también los signos visuales para adquirir coherencia necesitan organizarse, pero en este caso la configuración se da dentro de un espacio gráfico global, no lineal. Por lo que se habla de enunciados y textos visuales.

Así como dentro del lenguaje verbal el sentido de las palabras se define por el contexto, dentro de las imágenes, las características de cada elemento son dadas por su relación con los demás. Por eso puede decirse que las cualidades de la forma y el color son relativas.

La articulación de signos visuales dentro de un espacio bidimensional *estructurado* permite una distribución armónica de formas y colores.

La comprensión del carácter y del significado de los signos visuales, tanto solos, como en relación con otros, asegura una elección más precisa de los mismos para su configuración en mensajes visuales sintéticos y efectivamente comunicativos.

El diseñador que sabe cómo los factores estructurales afectan a cualquier elemento que se coloque dentro de un espacio (gráfico en este caso), y que un conjunto de signos integrados dentro del mismo se afectan unos a otros, antes de planear cualquier diseño, toma en cuenta la estructura global.

2.2. LA ARTICULACION DEL SIGNO LINGUISTICO Y DEL SIGNO VISUAL

Un mensaje es articulado, cuando es posible separar sus partes en elementos significantes.

Así, un mensaje lingüístico puede reducirse a palabras:

Los colores son brillantes y permanentes.

Los

colores ----- matices que no son negros ni blancos

son

brillantes ----- luminosos, que despiden luz

permanentes ---- inmutables, que no se transforman

y éstas a morfemas:

niñ it a

mes et a s

sal ia n

luego pueden separarse los morfemas en fonemas:

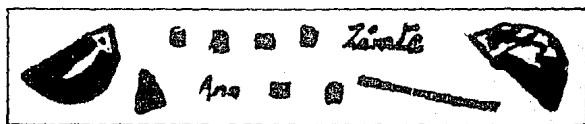
b / o / t / a

c / i / e / r / r / a / n

Un mensaje visual puede dividirse en partes:



y éstas a su vez en otras más pequeñas:



Para la función del signo lingüístico, la doble articulación es requisito fundamental.

La doble articulación se refiere a las diferentes posibilidades de combinación de fonemas para formar morfemas y palabras:

	/R/	/O/	/M/	/A/
amor	Omar	Roma	ramo	

y a la combinación de palabras para formar cadenas (sintagma) bajo cierto criterio organizacional:

Omar lleva un ramo a Roma

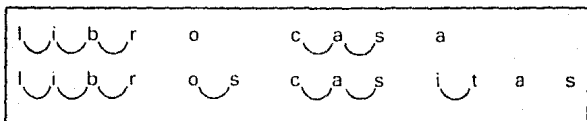
En una primera articulación, se relacionan palabras para formar frases, oraciones y textos. Es así, como los signos básicos portadores de sentido adquieren significado, en cuanto forman parte de un conjunto de ideas completas:

BANCO RAUL TRABAJA

Raúl trabaja en un Banco .

Raúl trabaja arreglando un banco

En una segunda articulación se unen fonemas para formar morfemas (radicales, afijos, desinencias).



Las palabras, por sí mismas, aisladas de un contexto, carecen de un sentido definido, el cual adquieren únicamente cuando pasan a formar parte de un conjunto ordenado y significativo (sintagma, texto, discurso).

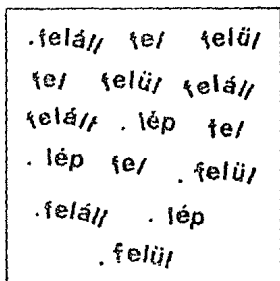
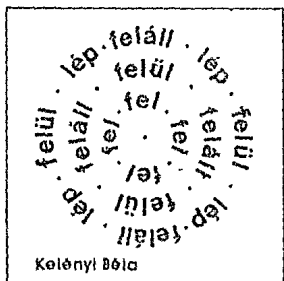
Por ejemplo, la palabra *tocar* puede tener diversos sentidos, según el contexto:

tocar la puerta

tocar el piano

tocar un tema

Las imágenes también se articulan, ya que dentro de una imagen se establecen niveles jerárquicos, y los elementos se subordinan unos a otros. Cada elemento forma parte de un conjunto, y ya articulados, no es posible separarlos sin afectar el contenido significante:



En las formas simples es más fácil determinar sus partes:

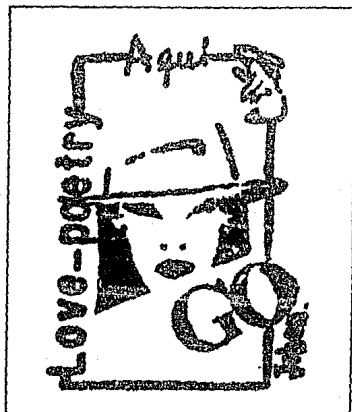
Vemos que un cuadro se compone de 4 líneas rectas con divisiones en las esquinas.¹⁴

pero hay formas complejas, en las cuales es difícil establecer los componentes estructurales:



(14) ARNHEIM, Obra citada, pág. 94.

Como ya se ha dicho, la articulación visual se da a partir de una organización jerárquica, en la que se percibe el conjunto como un todo significativo, cada elemento es portador de sentido, pero es dentro del contexto, que pasa a ser integrador del significado total:



El aspecto de las partes depende, en mayor o menor medida, de la estructura total, y el todo a su vez está influido por el carácter de cada una de sus partes.

Para la articulación visual el diseñador toma en cuenta todos los elementos que ayudan a la configuración gráfica como: proximidad, semejanza, agrupamiento. Logrado esto, a partir de la forma, la luminosidad, el color, la ubicación espacial, el movimiento, etc.

El diseñador utiliza diversos elementos (formas, colores...), los articula para elaborar imágenes y elige los más adecuados a su necesidad de transmitir mensajes portadores de significado (semántica).

Es entonces la articulación elemento indispensable para que la comunicación adquiriera coherencia. El comunicador, a partir de elementos simples, forma elementos complejos, que a su vez articula, para formar, finalmente, mensajes efectivamente comunicativos.

2.3. ARBITRARIEDAD Y/O MOTIVACION EN EL SIGNO LINGUISTICO Y EN EL SIGNO VISUAL

Se habla de arbitrariedad del signo lingüístico, en el sentido de que la relación entre el significante y el significado de éste es convencional, pues así como algo recibe un nombre, puede en cierto momento cambiársele y seguir nominando al mismo objeto, si socialmente así se decide. Por tanto, arbitrariedad dentro de la lengua implica convención y se opone a la motivación.

En el caso de la imagen, contrariamente a lo arbitrario del signo lingüístico, se habla de analogía, ya que las imágenes mantienen cierto grado de semejanza con lo que representan, dependiendo esto, como se verá más adelante, del tipo de imagen que se trate.

La motivación del signo lingüístico, por su parte, según la clasificación de Guiraud, puede tener cuatro formas:¹⁵

a) *Fonética*. Basada en formas fónicas, como es el caso de las onomatopeyas:

cric-crac, tarará, rechinar, cucú

b) *Metasémica*. Se da a partir de los cambios de sentido, esto es, cuando un objeto adquiere un nombre por semejanza de forma significante, y la significación original es reemplazada por un nuevo significado y para un referente distinto:

pez-globo
pájaro-carpintero
sofá-cama

c) *Morfológica*. Basada en la derivación y la composición. A partir de un significante, que puede ser arbitrario, se originan

(15) Cfr. GUIRAUD, Pierre. *La sernántica*. Fondo de Cultura Económica, 1982.

nuevos significados, y éstos ya son motivados:

diez-y-nueve	
libro	→ librería
viña	→ viñedo

d) *Paronímica*. Basada en la confusión de formas idénticas con diferente significado:

Tarifa - ciudad de España
tarifa - de precios

o parecida escritura y diferente significado:

valón - de Valonia, lengua hablada en Valonia
balón - pelota de fútbol

Cuanto más convencional es un signo, más se aleja de su motivación, ya que con el uso continuo de las palabras, y al paso del tiempo, éstas van perdiendo su motivación original. Aunque esto, de alguna manera, constituye una ventaja, pues asegura el funcionamiento del signo, que al volverse inmotivado y arbitrario es mayormente codificado, lo que facilita su uso:

PLUMA

La palabra *pluma* en sus orígenes fue motivada, ya que se refería realmente al objeto pluma de ave que se usaba para escribir. Actualmente, el objeto que se utiliza para escribir con tinta sigue llamándose *pluma*, por convención.

Por otro lado, aunque el lenguaje visual está basado princi-

palmente en la analogía de las formas, esto no descarta que haya imágenes convencionales:



Cierto dibujo representa de manera *natural** dos niños que salen de la escuela, pero no es sino en virtud de una convención que el rótulo amarillo al lado de la calzada 'significa' la presencia de una escuela y la exhortación a la prudencia.¹⁶

Así, un signo que posea semejanza con la cosa representada es motivado, uno basado sólo en la convención es arbitrario. Este es el caso de algunos símbolos icónicos, que sólo representan características (subjetivas) del objeto a que se refieren, y en ocasiones, sólo por asociación figurada (figuras retóricas), en cuyo caso será arbitrario.



"Moria el Colegio del Estado y de sus cenizas surgía la Universidad. Esta es la razón de la alegoría del ave fénix, según explica su autor".

* El subrayado es mío M. E. G.

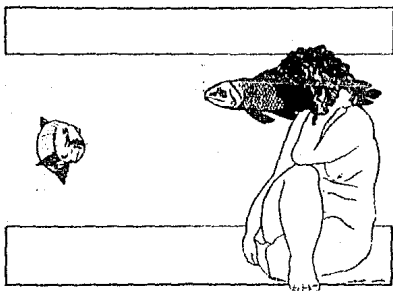
(16) GUIRAUD, *La semántica*. Obra citada, pág. 19.

Dondis divide los signos visuales en representativos, abstractos y simbólicos,¹⁷ así, según esta clasificación, algunos serán menor o mayormente motivados o en mayor o menor medida convencionales.

a) *Signos representativos*. Muestran las características sobresalientes de los objetos que representan, lo que permite al receptor reconocerlos como objetos determinados.

La representatividad va desde la síntesis (interpretación) hasta los efectos más realistas de la fotografía.

Los signos representativos cuanto más cercanos están a la realidad son mayormente motivados, y estarán integrados principalmente en mensajes visuales, en los que será necesario conservar formas cercanas al objeto representado: ilustración científica, fotografía ilustrativa, etc.:

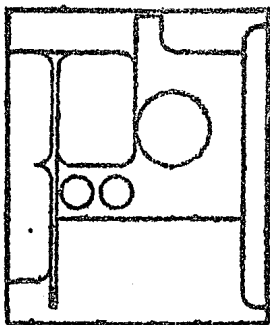


b) *Signos abstractos*. Representan básicamente, aspectos ópticos o sensoriales aparentes del mundo espacial: movimiento, equilibrio, simetría, ritmo, etc. Por ser más generales, son también más abarcadores.

La producción de mensajes visuales en los que se utilizan signos abstractos, requiere de la capacidad para sintetizar la información real, abstrayendo los conceptos elementales básicos de la percepción.

Como la abstracción puede llegar a perder toda conexión con la realidad, la comprensión de estos signos implica el conocimiento de un código, por ello, son convencionales:

(17) Cfr. DONDIS, Obra citada.



c) *Símbolos.* El símbolo es una forma de abstracción, pues no puede contener gran cantidad de información y mucho menos detallada. Sin embargo, puede tener cualidades reales del objeto que representa, y ser una combinación de lo abstracto y lo representacional.

El símbolo es un signo convencional. Debe ser aceptado socialmente, pero cuanto más abstracto es, mayor educación requiere el receptor respecto a su significado. Es semejante al signo lingüístico, sobre todo cuando se vuelve totalmente abstracto y pasa a formar parte de un sistema codificado:



Frecuentemente, los signos lingüísticos, en un principio, son motivados, pero la evolución histórica tiende a oscurecer tal motivación y a convertirlos en signos convencionales:

FUSIL

El 'fusil' deriva su nombre de la piedra que servía para producir la chispa, pero seguimos llamando actualmente así a las armas de cápsula, de resorte, de aire comprimido. Ha cambiado la cosa, más ha conservado su nombre.¹⁸

Analizando aisladamente cualquier palabra, se encuentra que casi siempre la relación entre la expresión y su contenido es arbitraria, pero cuando se articula para formar parte de un texto pierde su arbitrariedad ya que sintácticamente es requerida y, además, del texto mismo dependerá en gran medida qué palabras deban usarse para transmitir un determinado significado, y no sólo de una mera convención:

perro árbol *escuela* niña autobús río

Los niños van a la *escuela*

Las palabras aisladas pueden tener un significado, pero no pueden combinarse de manera arbitraria,

vivir a presente en habituado el

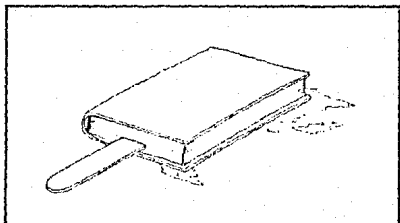
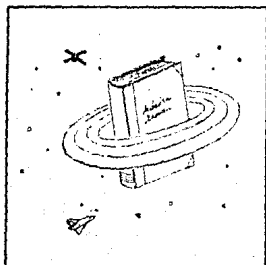
ya que al articularse de acuerdo a determinadas reglas, cada signo depende de los demás para formar un conjunto coherente:

Habituado a vivir en el presente...¹⁹

(18) GUIRAUD, Pierre. *La semántica*. Obra citada, págs. 74, 75.

(19) BORGES, Obra citada, pág. 184.

En el caso de las imágenes, también pueden variar su significado cuando se integran en contextos diferentes:



Así, puede decirse que la relación entre el significante y el significado de los signos es relativamente arbitraria y relativamente motivada. □

3. SINTAXIS DEL LENGUAJE ARTICULADO Y DEL LENGUAJE VISUAL

El lenguaje articulado es una estructura formada por signos lingüísticos, los cuales, para poder formar frases o enunciados, deben articularse.

La sintaxis estudia de las palabras: su función, su organización y las relaciones que las vinculan entre sí dentro de un enunciado, un texto o un discurso.

Si la sintaxis verbal estudia los signos dentro de la estructura lingüística, la sintaxis visual analiza, entonces, la función de los signos visuales dentro de una estructura gráfica.

Los signos lingüísticos se articulan linealmente, pero siempre bajo cierto criterio de orden y relación coherente. La sintaxis proporciona este criterio, que da congruencia al mensaje:

El tallado de madera manifiesta la sensibilidad del artesano de nuestro país.

En el caso de las imágenes, la sintaxis consiste en la configuración de signos dentro de un espacio bidimensional, y la constituyen también los elementos que permiten la organización de estos signos para la coherencia de la obra gráfica como equilibrio, ritmo, armonía, tensión, etc.:

Dentro de la estructura lingüística, cada elemento es indispensable para la función de los otros, y la inadecuada elección

de alguno, o su ausencia, puede afectar al conjunto, ya sea alterando el significado o suprimiéndolo:

(correcto)
Pedro <i>trabaja</i> arduamente en el campo
(incorrecto)
Pedro <i>descansa</i> arduamente en el campo
(ausencia de un elemento)
Pedro arduamente en el campo

Puede decirse entonces, que la sintaxis es fundamental para la creación de mensajes claros y comprensibles.

Dentro de la estructura gráfica, el espacio bidimensional es el soporte sobre el que se configuran los signos y es el elemento inicial para la elaboración de cualquier imagen y, sobre todo, para la aplicación de la sintaxis.

El conocimiento del espacio (estructura) y de la función y las relaciones de los signos facilita la producción de mensajes gráficos.

La elaboración de un mensaje verbal se basa, principalmente, en la elección precisa de signos, los que expresen mejor la idea que desea comunicarse, de igual forma, cuando los signos visuales se combinan bajo criterios sintácticos, las unidades se perciben como relaciones y no de manera aislada, con lo que la comunicación es más efectiva.

La finalidad de la organización sintáctica es siempre la transmisión de algún mensaje significativo.

Los signos lingüísticos se afectan unos a otros, pues una misma palabra en diferentes contextos varía su significado:

CONTAR

¿Puedo *contar* con tu ayuda?

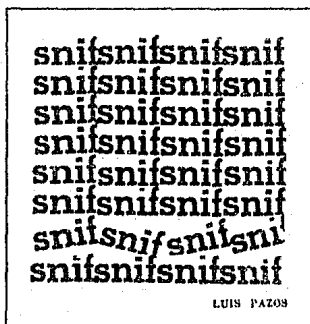
Debo *contar* ese dinero

Las palabras, entonces, están ligadas a su contexto, del cual toman su sentido, es decir, cada palabra posee un sentido, que se precisa dentro del contexto.

De igual forma que en el lenguaje articulado, dentro del lenguaje visual el contexto influye sobre los signos visuales y, por tanto, sobre el significado de las imágenes.

Así, todo lo que vemos se percibe como una totalidad y la manera como se perciba una forma, dependerá mucho de su ubicación y su función dentro del contexto.

...todo lo que ocurra en cualquier lugar estará determinado por la interacción de las partes y el todo. Si no fuera así, las diversas inducciones, atracciones y repulsiones no podrían darse dentro del campo de la experiencia visual.²⁰



Como se ha visto, la sintaxis es el elemento básico para la producción de mensajes coherentes, aunque, en el caso del productor de mensajes gráficos (con fines comunicativos), además de aplicar la sintaxis en la elaboración de sus imágenes, debe tener presente, también, el proceso perceptivo del receptor lo que le permitirá tener mayor control sobre el uso de los signos y, en consecuencia, sobre el significado de los mismos. □

(20) ARNHEIM, Obra citada, pág. 30.

4. SEMANTICA DEL LENGUAJE ARTICULADO Y DEL LENGUAJE VISUAL

La sintaxis estudia la función de las palabras, pero la organización de éstas se hace con el único fin de transmitir algún mensaje portador de significado. Del estudio de este significado se encarga la semántica.

La semántica estudia los signos, sus diversos sentidos y las relaciones y cambios operados dentro de diferentes contextos.

El significado no se trasmite directamente de los objetos, sino a través de lenguajes convencionales, elaborados expresamente para significar la realidad.

El sistema semántico fue creado para operar entre el mundo y la conciencia.

La semántica está estrechamente vinculada con la significación, porque por medio de la significación se vinculan los signos a las cosas que los representan.

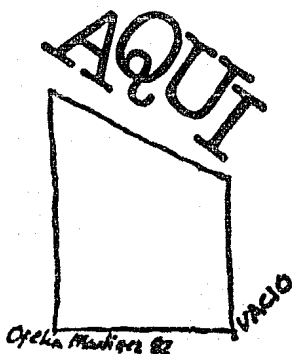
La ordenación de lo conocido, de lo que es común y forma parte del entorno, su nominación por medio del signo lingüístico, para diferenciar entre uno y otro objetos, y entre uno y otro fenómenos, es la significación. Puede decirse entonces, que la significación es un proceso mental de asociación de significantes y significados.

Cualquier acontecimiento, sea visual, auditivo, táctil, etc., posee un contenido, definido por la significación de las partes que al relacionarse constituyen el significado.

La significación es un proceso intelectual. Al escuchar una palabra, los fonemas que la forman evocan la imagen que corresponde a la palabra escuchada.

En el caso de las imágenes, el proceso es inverso: al ver una o varias formas se piensa en las palabras que la definen, es decir, las imágenes remiten al texto que permite transformar el hecho visual en conceptos. Conduce a la comprensión, pues cualquier hecho intelectual está relacionado con la comprensión y por tanto con el habla.

Los lenguajes articulado y gráfico son interdependientes, pues las palabras remiten a imágenes (a menos que se trate de conceptos abstractos) y las imágenes remiten a un texto lingüístico.



Es semántico todo lo que se refiere al sentido de un signo de comunicación, particularmente las palabras.²¹

Se ha visto ya que el uso de signos no es característica particular del lenguaje verbal, pues otros sistemas también utilizan signos, por tanto, el estudio semántico abarca también los signos visuales, como elementos de comunicación.

Cada configuración visual encierra un texto significativo, suscita asociaciones de cosas, de aconteci-

(21) GUIRAUD, *La semántica*. Obra citada, pág. 10.

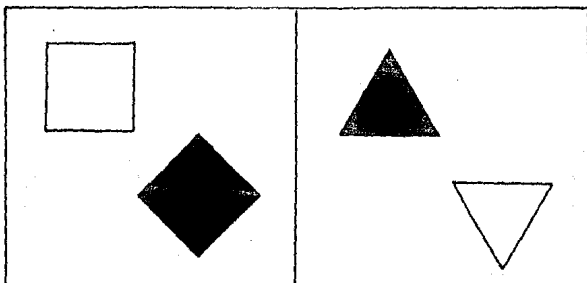
mientos; crea asociaciones emocionales y conscientes.²²

La semántica lingüística estudia el signo lingüístico, sus cambios y relaciones dentro de un texto.

Si te sientes tan mal, ¿por qué no mejor permaneces en tu *lecho*?

Y se acercó despacio, hasta el *lecho* del río.

A la semántica visual le interesan los cambios que se producen, por ejemplo, cuando varía el color de una forma, o su posición, esto es, el cambio en su significado:



Los elementos utilizados para la composición como la fotografía, los colores, los dibujos y formas son diferentes tanto en sus características como en su sentido plástico y asociativo, pero la adecuada integración de éstos (articulación) liga las diferencias transformándolas en un nuevo significado.

La producción de mensajes requiere el conocimiento del conjunto de elementos materiales y de su relación semántica. La aplicación de éstos crea el significado.

(22) KEPES, Gyorgy. *El lenguaje de la visión*. Buenos Aires, Ediciones infinito, 1976, pág. 273.

4.1. LA CODIFICACION

La codificación es la integración sistemática y convencional de signos. Esto da lugar a un uso particular de los mismos, y cuanto más estructurados y convencionales, mayormente significativos son.

El ser humano transforma sus sensaciones en experiencia, las integra en estímulos percibidos en experiencias pasadas y reúne en su mente el conjunto. Para la trasmisión de dichas experiencias, crea signos capaces de representarlas y las integra en códigos que le permiten la comunicación con sus semejantes, aunque esta comunicación sólo puede darse cuando el código es comprendido de manera similar por el conjunto de personas que lo utilizan.

El código de la lengua está formado por los elementos fonéticos, morfológicos, etc., los cuales se organizan y relacionan entre sí (syntaxis).

El código lingüístico da valor a cada uno de sus elementos, y el cambio o la ausencia de algunos de ellos dentro de un contexto altera el significado del conjunto.

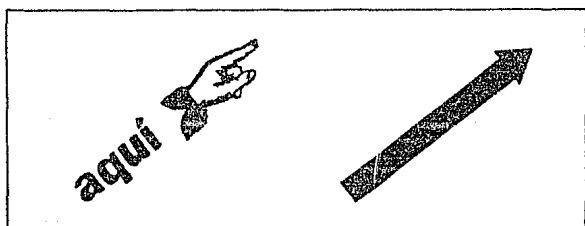
En el caso de los signos visuales, la codificación no se realiza de la misma forma, puesto que dentro del área de las imágenes no hay unidades posibles de ser catalogadas rígidamente, ya que los aspectos pertinentes de un mismo elemento pueden variar, de tal forma que un mismo elemento, en contextos diferentes, variará su significado:



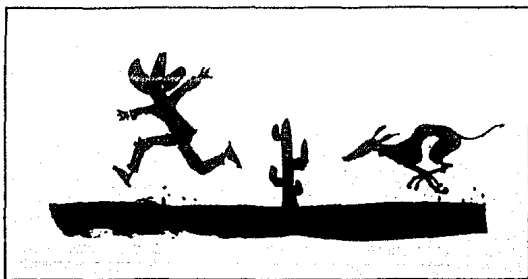
Santiago Rebolledo



Igualmente, diferentes elementos pueden llevar a un mismo significado.



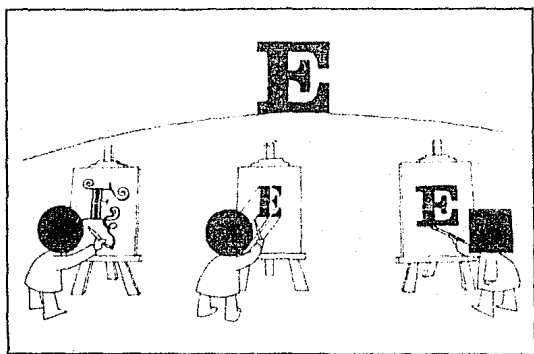
Aun así, es posible codificar de alguna manera los signos visuales con base en códigos de reconocimiento, los cuales se refieren a los aspectos pertinentes, es decir, aspectos fundamentales de lo percibido. De la selección de estos aspectos depende la posibilidad de reconocimiento del signo icónico por parte del receptor:



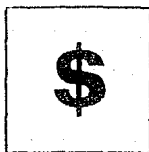
"...el signo icónico construye un modelo de relaciones (entre fenómenos gráficos) homólogo al modelo de relaciones perceptivas que construimos al conocer y recordar al objeto."²³

(23) METZ, Christian, ECO, et. al. *Análisis de las imágenes*. Buenos Aires, Editorial Tiempo Contemporáneo, S.A., 1972, pág. 37.

La codificación de los signos gráficos está condicionada por la forma de percepción y de interpretación del mundo, ya sea de un grupo social o una cultura, en determinado momento histórico. Así, el código utilizado para dirigirse a diversas personas (médico, niño, militar, etc.) será diferente y aplicable en cada caso: el uso de formas y colores variará de acuerdo al receptor:



El grado de codificación de los signos visuales es distinto, ya sea más o menos representativo, más o menos abstracto o simbólico.²⁴ Es quizá el símbolo, definido como un signo convencional y universal, dentro de los signos gráficos, el más codificado, precisamente por su convencionalidad:



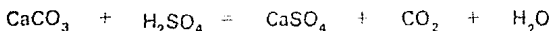
(24) Cfr. DONDIS. Obra citada.

Por su relación con la significación, la codificación se divide en:

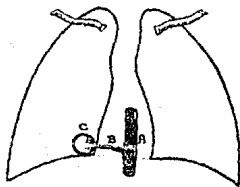
a) *códigos científicos*

b) *códigos estéticos*

a) *Códigos científicos.* Cada ciencia posee su propio lenguaje, basado siempre en un sistema de significación adecuado a sus necesidades. Dentro de estos códigos, la relación de los signos con su significado es precisa y convencional. Sus signos son arbitrarios y la relación de significante y significado es netamente convencional:



Esto significa que si se mezcla mármol (carbonato de calcio) con ácido sulfúrico se obtiene sulfato de calcio, gas carbónico y agua.²⁵

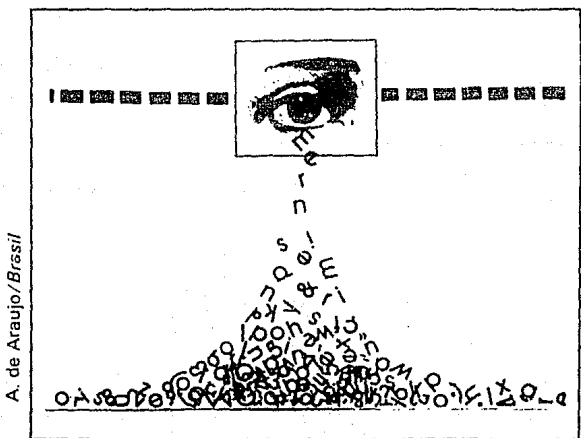


Secuestración intralobar — A, aorta; B, arteria anómala; y C, secuestro.

(25) GUIRAUD. *La semiología*. Obra citada, pág. 76.

b) *Códigos estéticos*. Se forman a partir de las representaciones imaginarias o análogas, que han adquirido valor de signo en cuanto son una forma de caracterización del mundo real:

La antigua noche danza su danza de ceniza.²⁶



Aquí, la relación entre significante-significado es abierta, y el uso de los signos se basa en la aplicación que de ellos haga el emisor.

Se puede hablar entonces, de un código expresionista, impresionista, etc.

La comprensión de mensajes implica un proceso intelectual en el que el emisor y el receptor utilizan el mismo código, pero la comprensión de cualquier mensaje sólo puede lograrse por medios lingüísticos.

(26) HUERTA. *Poemas prohibidos y de amor*. México, Siglo XXI Editores, S.A., 1980, pág. 79.

4.2 MONOSEMIA Y POLISEMIA

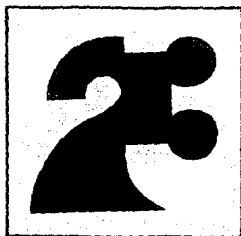
Dentro de los diversos lenguajes, existen signos en los que un mismo significante tiene diferentes significados, y significados que pueden transmitirse por medio de diferentes significantes. A esta particularidad de algunos signos se le llama *polisemia*.

En el lenguaje articulado, por ser un sistema que integra simultáneamente varios códigos, la polisemia es regla general:

estribo -- escalón que sirve para subir o bajar del autobús

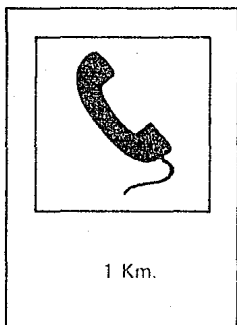
estribo -- huesecillo del oído

El lenguaje visual puede también, en algunos casos, ser polisémico:



Otros lenguajes manejan códigos más estrictamente sistematizados, en los que a un significado le corresponde únicamente un significante; éste es el caso de los códigos científicos, y se habla entonces de *signos monosémicos*:

ectoplasma - parte exterior del citoplasma



La ambigüedad de los signos, sean lingüísticos o visuales, en parte, es provocada por el contexto. Aun cuando así podría suponerse que dentro del mensaje el signo tendrá un solo sentido, esto solamente sucede en algunos casos, códigos científicos, pues en los códigos poéticos, pintura, poesía, etc., la polisemia es fundamental:

Si la sonrisa es nido, el beso es sueño
de virginal angustia y melodía.²⁷

Para los lenguajes estéticos, el uso de connotaciones (ver ap. 4.3) es básico, la convención es débil y se habla por eso de la obra abierta: donde la interpretación del mensaje varía de acuerdo al receptor.

La forma de percepción del receptor define finalmente el significado de los mensajes estéticos.

En ocasiones, el emisor elabora mensajes con una intención definida, éste es el caso del comunicador gráfico, pero si el empleo de los signos no es adecuado, la comunicación se distorsiona.

(27) HUERTA, Obra citada, pág. 96.

Para quien escribe un texto, el trabajo consiste en la elección y organización de palabras apropiadas al tema. Si quiere comunicar algo específico a través de este texto, debe saber qué tipo de signos utilizar para transmitir cierto significado.

El productor de imágenes también elige sus signos, de entre una diversa gama, y los dota de un sentido cuando los ubica dentro de una composición gráfica. Para esto requiere, como ya se ha mencionado, hacer previamente un análisis, lo que le dará las bases para la elaboración de sus mensajes.

Cuando los lenguajes verbal y visual se utilizan para elaborar mensajes que requieren objetividad, usan signos monosémicos. Cuando se utilizan como medio de expresión sus signos son polisémicos.

4.3 DENOTACION Y CONNOTACION

Se dice que el lenguaje tiene una doble función: lógica y expresiva, o científica y artística.

Esta división opone consecuentemente los signos que, como ya se ha visto, se clasifican en lógicos y expresivos.

Si se habla de signos lógicos, se habla también de códigos lógicos (objetivos); cuando se habla de signos expresivos, se habla entonces de códigos estéticos (subjetivos).

Cualquier mensaje integra lo que Guiraud llama los "dos modos fundamentales de la significación":²⁸ *denotación* y *connotación*.

CIENCIAS	ARTES
Denotación	Connotación
Códigos lógicos	Códigos estéticos
Signos lógicos	Signos expresivos
Monosemia	Polisemia

(28) GUIRAUD. *La semiología*. Obra citada, pág. 40.

El primer nivel de la comunicación es la denotación. La denotación constituye el significado inmediato de un mensaje, es el significado mismo.

La connotación surge cuando se interpreta el mensaje.

La recepción de un mensaje integra, generalmente, un plano denotativo y otro connotativo, así:

...para todos la estrella de David puede representar al pueblo hebreo (denotación), pero para un judío connotará algo más.²⁹

La denotación tiene que ver con la información real y objetiva, con lo que trasmite un mensaje concretamente.

La connotación se establece a partir de la existencia inicial de la denotación.

Habrán mensajes que no pasen del plano denotativo, como es el caso de los mensajes lógicos. Otros, van más allá de la denotación, pasando entonces, al plano connotativo, donde la interpretación es abierta.

La denotación y la connotación se encuentran en estrecha relación con la monosemia y la polisemia, pues en la denotación la interpretación del mensaje no va más lejos de lo que comunican en sí los signos; en la connotación el mensaje puede tener diversas interpretaciones, basadas éstas, en el modo de percepción del receptor, pues su experiencia, ideología, cultura, etc., definen finalmente el significado del mensaje:

Los individuos que reciben un mensaje lo relacionarán con grupos sociales a los que están adscritos; y considerarán negativo o positivo, aceptable o condenable, el mensaje, según ayude o no al buen funcionamiento de su o sus grupos de referencia...

...los diferentes grupos de referencia pueden cribar el contenido manifiesto y adoptar contenidos latentes... En casos de grandes prejuicios puede llegarse hasta la transformación del mensaje en su opuesto.³⁰

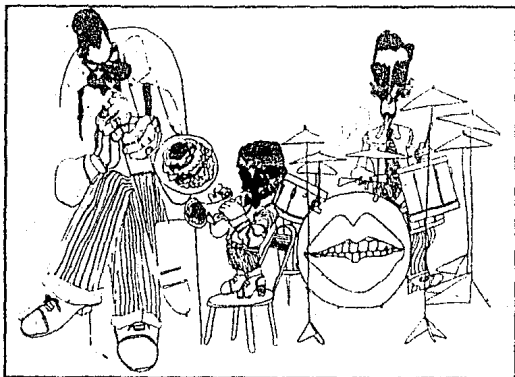
(29) PAOLI, J. Antonio. *Comunicación e información. Perspectivas teóricas*. México, Editorial Trillas-UAM, 1985, pág. 29.

(30) *Ibid.*

Por lo que se refiere a la imagen, la denotación corresponde al primer grado de inteligibilidad de esta imagen.

La imagen connotada remite a significados subjetivos, a interpretaciones propias del receptor, de su ideología.

Cuando se percibe una forma, se le relaciona inmediatamente con una cierta clase de formas, dentro de una clasificación primaria, y se habla del sentido denotativo; después, cuando se le encuentra semejanza con formas, actitudes o características de otros elementos, y se hacen asociaciones emocionales, se habla ya de connotaciones.



Esta imagen puede transmitir:

denotativamente

connotativamente

instrumentos musicales

algo chistoso

músicos

blues

grupo musical

racismo

hombres negros

desprecio

caricaturas...

simpatía...

La denotación y la connotación son elementales para cualquier mensaje, ya sea verbal o visual, aunque siempre habrá alguna predominante que definirá el carácter de la comunicación:

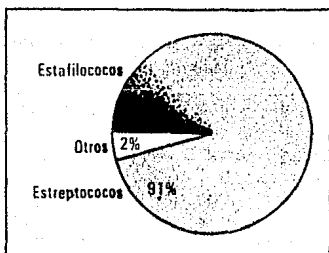
denotativamente

Fecha límite: 15 de septiembre de 1987

connotativamente

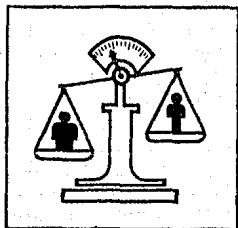
Yo soy de alguna orilla...

R. Castellanos.³¹



denotativamente

connotativamente



(31) PONIATOWSKA, Elena. *¡Ay vida no me mereces!* México, Editorial Joaquín Mortiz, S.A., 1985, pág. 105.

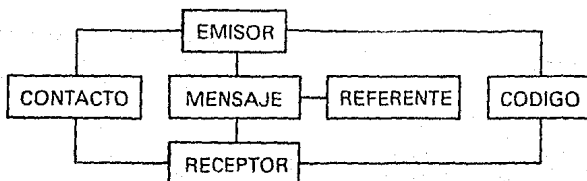
5. PRAGMATICA DEL LENGUAJE ARTICULADO Y DEL LENGUAJE VISUAL

5.1. FUNCIONES EN EL ACTO COMUNICATIVO

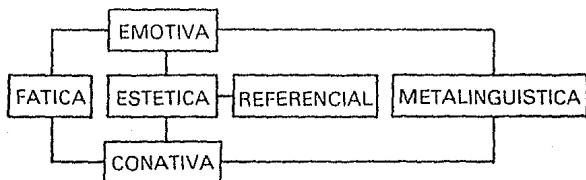
La emisión de cualquier mensaje supone el deseo de comunicación, su envío requiere de la organización de signos, los que con base en la clasificación de la significación en ciencias y artes, se dividen en lógicos y expresivos. Su utilización estará definida por el tipo de mensaje que se elabore.

Todo acto de comunicación integra 6 elementos: emisor, mensaje, receptor, contacto, referente y código.

Alguien que desea comunicar algo, inmediatamente se transforma en *emisor* de un *mensaje*, y lo trasmite por medio de signos. Quien recibe el mensaje es el *receptor*. Este mensaje va a referirse a algún elemento exterior, que es el *referente*. El uso de signos implica la utilización, en mayor o menor medida, de un *código* (que debe ser afín al emisor y al receptor para que haya comprensión). La transmisión del mensaje requiere de un medio, que pondrá en *contacto* al emisor y al receptor.



Roman Jakobson³² define 6 funciones lingüísticas las cuales corresponden a cada uno de los elementos del esquema anterior:



- | | | |
|----------------------------|-------|-----------|
| 1) Función referencial | ----- | referente |
| 2) Función emotiva | ----- | emisor |
| 3) Función estética | ----- | mensaje |
| 4) Función conativa | ----- | receptor |
| 5) Función fática | ----- | contacto |
| 6) Función metalingüística | ----- | código |

Estas funciones están contenidas en todo mensaje, mezcladas en mayor o menor proporción, según el mensaje de que se trate.

1) *Función referencial*. Es fundamental en toda comunicación, puesto que define la relación del mensaje con el objeto a que se refiere. Proporciona acerca de él información real y objetiva, remite al carácter denotativo del mensaje.

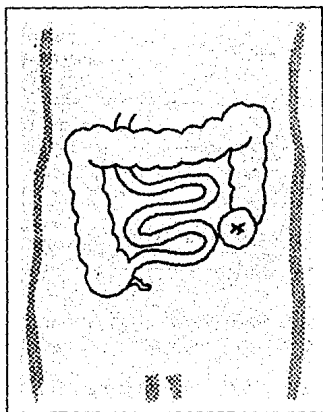
Esta función predomina en las ciencias exactas y en la lógica, que por sus características requieren información real. En este tipo de lenguajes, la comunicación no debe dar lugar a diversas interpretaciones, por lo que dentro de los signos uti-

(32) JAKOBSON, Citado por Jordi LLOVET, *Ideología. Metodología del diseño*.

lizados aquí, un significante sólo debe corresponder a un significado y viceversa.

20 mg.

Un diseño casi siempre corresponde a una función propuesta de antemano (portada de libro o de disco, ilustración infantil) o científica, cartel...) y va dirigido a alguien (receptor). Por tanto, en los mensajes donde lo importante sea transmitir información real acerca del objeto del cual se habla, predomina la *función referencial*. Este es el caso, por ejemplo, de una ilustración científica:



Colostomía al lado izquierdo

Es importante aclarar que, en este caso, cuanto mayor sea la necesidad de información objetiva, será necesario, además, precisar la idea con ayuda de signos lingüísticos.

2) *Función emotiva*. La función emotiva prevalece en los mensajes donde el emisor transmite sus puntos de vista, senti-

mientos y emociones acerca del referente. Se basa principalmente en las connotaciones, en el uso que de los signos hace el emisor con el objeto de comunicar:

Yo del espejo me alejo,
el espejo está plateado,
por mil lunas señalado
y tiene un rayón bermejo.³³

Visualmente, esta función predominará en los mensajes en donde el emisor tenga mayor oportunidad de expresarse:

Papp Tibor



3) *Función estética.* En ésta, el mensaje es el elemento principal, pues pasa a ser el objeto mismo de la comunicación. Aquí, el mensaje ya no es sólo un instrumento de comunicación, sino un medio de expresión. La función estética se encuentra particularmente en las artes.

(33) AMOR, Guadalupe. *Letanías*. México, Editorial Domés, S.A., 1983, pág. 37.

4) *Función conativa*. El objetivo de esta función es obtener una reacción del receptor, afectando ya sea su inteligencia o su afectividad. La función conativa abarca la oposición que distingue la función referencial de la emotiva, utilizando tanto lo objetivo-cognitivo, como lo subjetivo-afectivo para lograr su propósito: convencer.

Entren caracho. Rápido que pueden verlos.³⁴

En los mensajes visuales donde lo importante es lograr que el receptor acepte como verdadero lo que dice el emisor, tratando, asimismo, de que el receptor acepte y adopte la opinión del emisor, predominará la función conativa, sobre todo, en la publicidad y en la propaganda:

Descubrimos esta maravillosa
librería que ilumina el alma del
BIANQUA LA PIEL OSCURA
SORPRENDIÉNTEMENTE



También se ejerce en la educación, donde se pretende influir en el estudiante, no manipularlo.

5) *Función fática*. Su objetivo consiste en afirmar, mantener o detener la comunicación, verificando si el canal está funcionando adecuadamente y si el mensaje está llegando o no a su destino. Su papel más importante está dentro de la re-

(34) VARGAS LLOSA, Mario. *La ciudad y los perros*. Barcelona, Editorial Planeta-De Agostini, S.A., 1985, pág. 107.

lación de grupo, donde llega a ser más importante la prolongación de la comunicación, que la comunicación misma.

"Hola, ¿me escucha usted?"³⁵

Para la comunicación gráfica, será fundamental esta función, para definir el medio a través del cual la comunicación a enviarse llegará más eficazmente al receptor: cartel, tv, prensa, etc.

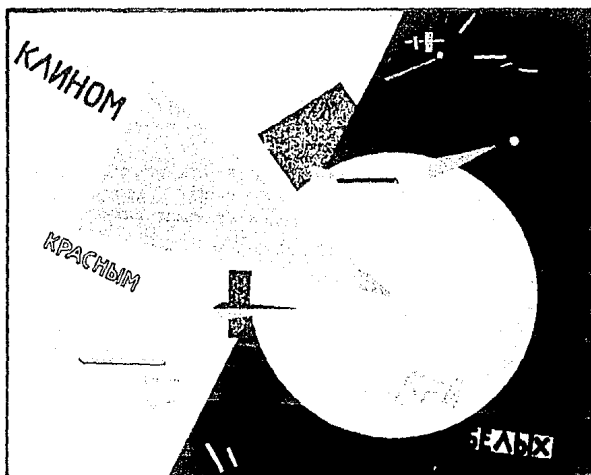
6) *Función metalingüística*. Se haya detrás de todo mensaje. Remite al receptor al código utilizado por el emisor, asegurando esto la comprensión del mensaje. Tomando en cuenta que la comprensión de conceptos se hace a través de la lengua, puede decirse que el único lenguaje que puede definir sus códigos y describirlos, es el lenguaje verbal:

..."semiología, en el sentido médico del término".³⁶

Si el principal objetivo de la función metalingüística es que el emisor reconozca el código utilizado por el emisor, básicamente con la finalidad de que éste comprenda el mensaje, su aplicación dentro del lenguaje visual es fundamental; más en los mensajes tendientes a lo científico, que en los orientados a lo estético, pero de cualquier forma aplicable. De esta manera, es por medio de la lengua que se explica el sentido de las formas que integran una imagen, para llegar al significado:

(35) GUIRAUD. *La semiología*. Obra citada, pág. 14.

(36) GUIRAUD. *La semiología*. Obra citada, pág. 15.



El lissitzky, *Golpead a los Blancos con la Cuña Roja*, 1919

...-, pero su utilización más directa del diseño formal es la obra **GOLPEAD A LOS BLANCOS CON LA CUÑA ROJA** (1919-1920), en la que emplea elementos simples -formas agudas y agresivas, círculos y el impacto directo del negro, el blanco y el rojo.³⁷

Es el mensaje lo que define la proporción en que van a estar contenidas y mezcladas todas y cada una de las funciones lingüísticas. Es esta proporción la que dará su carácter al mensaje.

(37) BARNICOAT. Obra citada, pág. 86.

5.2 UTILIZACION RETORICA

Dejando atrás los elementos morfológicos y sintácticos del lenguaje, pero sin apartarse de ellos, se entra al campo de la retórica, donde el pensamiento y el sentimiento pasan a ser elementos fundamentales de la comunicación.

El principal objetivo de la retórica es dirigir al receptor hacia una descodificación automática.

La retórica pretende convencer al receptor de algo que se le dice, y puede exagerar los acontecimientos, recurrir a los sentimientos, conmovir o embellecer la expresión, con tal de conseguir su finalidad: persuadir.

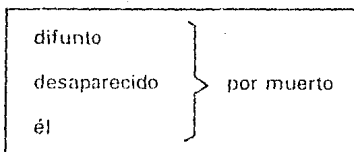


Los mensajes retóricos hacen uso, sobre todo, de las connotaciones, por lo que la principal función lingüística de la retórica es la conativa, apoyada por las funciones emotiva y poética, y, en menor grado, por la fática, la referencial y la metalingüística.

La retórica fija la forma en que comprenderá el público sus mensajes. El retórico trata de que adopten sus ideas, y lo logra a través de la persuasión emotiva; de la manipulación de valores morales, estéticos, ideológicos, etc.

Los mensajes retóricos son producto de una elaboración programada. Se parte de una idea, de una serie de conceptos que se transmiten utilizando un lenguaje figurado, es decir, los cambios de sentido.

Los cambios de sentido son objeto de estudio de la semántica y constituyen, además, una parte fundamental de la retórica, pues, en algunos casos, permiten decir cosas que, literalmente, son difíciles de mencionar:



en otros, sirven para denominar nociones abstractas, satirizar, engrandecer, etc.

El lenguaje retórico es un sistema, en el que el contexto es básico para definir el significado de los elementos. Es por eso que, aunque se utilicen formas contrarias a las normas del lenguaje común, el contexto indica al receptor que no debe tomar los sentidos directamente, sino encontrar el significado connotado en el mensaje:

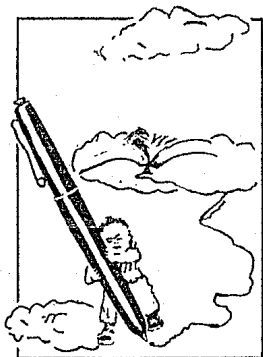
Son las seis en mi conciencia

Los cambios de sentido, tropos o figuras retóricas, son un procedimiento estilístico y, por su gran variedad, forman un amplio y variado juego sintáctico del que se vale el retórico para producir mensajes mayormente efectivos. Estos mensajes sólo cumplirán su función cuando el emisor conozca diversos tipos de figuras retóricas y haga un uso consciente de las mismas.

Dentro del área del lenguaje visual, también se aplica la re-

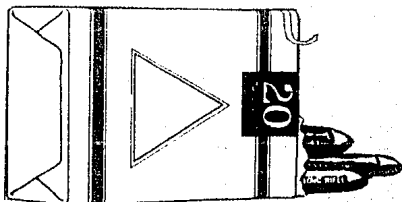
tórica. Para esto, el productor de imágenes utiliza estrategias que resaltan o enfatizan imágenes, con el fin de impresionar al receptor.

La retórica de la lengua "viola" las normas del *buen lenguaje* y de la lógica. Dentro del campo de las imágenes, las normas que se transgreden son las de la realidad física.



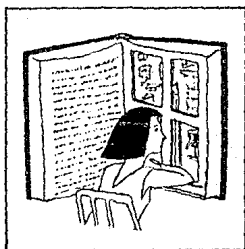
Las imágenes retóricas pueden representarse por medio de formas más o menos fieles a la realidad, o distorsionándolas, siempre con el fin de acentuar el significado pretendido, y que no se infieran más sentidos, o sentidos contrarios a la idea principal.

La retórica maneja principalmente los sentimientos del receptor y las asociaciones sensitivas:



Existen, pues, gran cantidad de figuras retóricas, por lo que se presentan aquí sólo unas cuantas a manera de ejemplo:

Metáfora. Consiste en trasladar el sentido de una palabra, por otro figurado, que puede ser por similitud de forma, de función o de situación:



visual

espigado -----> por delgado
corre como liebre -----> por rápido

verbal

o cuando se liga un sentimiento con algo concreto, a lo que se le atribuyen cualidades:

amor *dulce*

te *ciega*

La metáfora es importante para la nominación de ideas abstractas, puesto que permite su mejor comprensión al asociarlas a objetos o procesos concretos.

Prosopopeya. Consiste en personificar objetos inanimados y animales dándoles cualidades propias de los seres vivos,

describiéndolos en acción, dirigiéndoles la palabra o haciéndolos hablar:

Arañazo

La tarde, como un gato, salta.
La penumbra, las uñas
que resbalan.

verbal

Gabriel Zaid³⁸



visual

Sinécdote. Consiste en tomar una parte por el todo o el todo por una parte, el objeto recibe el nombre de otro con el cual se encuentra en contacto:

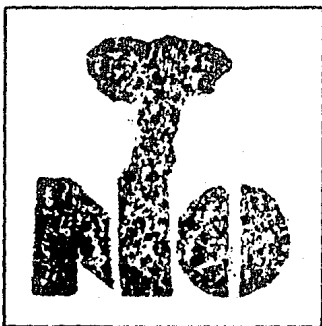
se dice:

beber un vaso - por el líquido que contiene

las velas - por las naves

(38) SERRANO, Francisco. *Antología para niños, de la poesía mexicana contemporánea*. México, Editorial CIDCLI, 1983, pág. 123.

César Espinosa



Metonimia. En esta figura el objeto recibe el nombre de otro con el cual se encuentra en contacto, o con el que tiene relación: la causa por el efecto, el continente por el contenido, lo físico por lo moral...

No tener corazón = a ser cruel

verbal

visual



Elipsis. Es un caso de restricción del sentido, se da una transferencia del sentido por contigüidad de dos nombres dentro de un mismo contexto:

ciudad capital ----- capital

o como una economía de la lengua, pues en la oración se omiten palabras, cuyo sentido puede sobreentenderse:

¿qué tal? por

¿qué tal te ha ido?

¿qué tal te parece?

verbal

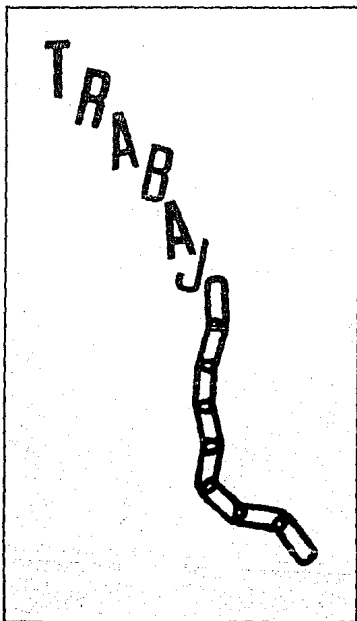


visual

Hipérbole. Exagera una verdad para inculcarla con más fuerza:

-Señor, aquí tenemos dos o tres casas millonarias;
pero el señor Grandet, ni él mismo conoce el alcan-
se de su fortuna...³⁹

Joe Fernández



(39) BALZAC. Obra citada, pág. 14.

6. CONCLUSIONES

A lo largo de este trabajo, se habla de la importancia del conocimiento amplio de la lengua para la aplicación de sus conceptos al lenguaje visual.

La razón es que a través del análisis de los elementos que integran al lenguaje verbal, y su comparación analógica con el lenguaje visual, se ha visto que existen grandes semejanzas, aunque también algunas diferencias, entre estos dos lenguajes. Háblese de los signos, de los modos de organización o los usos de éstos, para la formación del significado.

De acuerdo a los puntos tratados en este trabajo, podría hacerse una clasificación de los diferentes tipos de interrelación entre el lenguaje verbal y el lenguaje visual:

- a) Interdependencia
- b) Retroalimentación
- c) Complementación

Se debe aclarar, antes de tratar cada uno de estos puntos, que ninguno de ellos es independiente, y no es posible hablar de uno sin referirse, en mayor o menor medida, a los otros.

El primer punto, la interdependencia, trata de la relación que existe entre los dos lenguajes, de la imposibilidad de separarlos sin que pierdan su sentido. A esto se refiere Fischer cuando afirma:

“La lengua ayuda a distinguir el objeto visible no por el sentimiento que despierte en nosotros ni en la medida en que el objeto visible infunda miedo o resulte atrayente, cause dolor o produzca satisfac-

ción, sino exclusivamente por sus caracteres visibles.⁴⁰

Así, como se ha visto en el capítulo 1, se nombran, generalmente, objetos visibles, y éstos se reconocen y clasifican por su nombre. Puede existir un objeto pero, si no lo conocemos por el nombre, pasa desapercibido o se le resta importancia y no entra fácilmente a formar parte de nuestra experiencia.

Puede verse entonces, la importancia de la relación de los dos lenguajes, ya que el ser humano parte del conocimiento visual, de la percepción visual de su entorno y de la nominación del mismo para su integración al medio y a su sociedad.

Sintetizando: percibimos el entorno por medios visuales, pero la comprensión del mismo se da sólo a través de la lengua.

Tomando en cuenta lo anterior, puede concluirse, que no existe otro medio más común y universal de comunicación que la lengua, por lo cual sus códigos son de fácil aprendizaje para cualquier hablante.

Con esto llegamos al punto de la retroalimentación donde se aborda básicamente la importancia del conocimiento de la lengua, ya no sólo por su relación de interdependencia con las imágenes, sino para saber qué elementos la integran, cómo se organiza, y cómo a partir de esta organización se obtiene el significado.

Por su característica de generalidad, el estudio de la lengua es mucho más accesible que el de otros lenguajes, como el visual, el musical, etc.

Quien escribe, organiza y utiliza las palabras de acuerdo a su conocimiento de la lengua. Igualmente, el diseñador organiza formas y colores, de acuerdo a su propio conocimiento de los mismos. En la conjugación de este doble conocimiento, que el diseñador puede mejorar su capacidad comunicativa.

Así puede decirse que el diseñador tiene en el lenguaje articulado un punto de partida, desde la aplicación del concepto de signo lingüístico al signo visual, hasta la utilización retórica de las imágenes.

Haciendo un repaso breve de lo visto dentro de los capítulos anteriores, vemos que:

En la imagen se aplica el término de signo a las unidades ópticas, ya que por sus propias características, éstas constitu-

(40) GODED. Obra citada, pág. 31.

yen estímulos, al igual que los elementos fónicos del signo lingüístico, y remiten también a una imagen mental.

Una característica particular del signo lingüístico es su linealidad, es decir, su organización temporal en el habla. A diferencia de los signos visuales, que se organizan en el espacio. El punto de coincidencia, a pesar de esta diferencia básica es, que la organización en ambos casos cumple una misma finalidad: la elaboración de mensajes coherentes.

A esta organización se le llama articulación. Háblese de signos lingüísticos, o de signos visuales, se parte siempre, de elementos simples para configurar elementos complejos, precisamente articulados, en los que no es posible cambiar algún elemento, sin alterar el significado total del mensaje.

Uno de los puntos fundamentales dentro de este estudio es la sintaxis por ser la que estudia los signos, su función y organización dentro de un contexto, constituye un elemento básico para la formación de enunciados o textos coherentes, y si se toma en cuenta que los signos visuales para esto necesitan configurarse, podrán aprovecharse los modos de organización que sigue la sintaxis verbal, y aplicarse dentro del área visual.

El otro punto, finalmente el más importante, es la semántica. La sintaxis tiene un sólo objetivo: crear mensajes portadores de significado. El estudio del significado es la semántica. Por tanto, si sabemos que la finalidad del comunicador, sea verbal o visual, es precisamente comunicar, podemos decir que cuanto más conozca los medios para producir y dirigir sus mensajes, mejor cumplirá su objetivo.

Por otro lado, si se dice que la semántica es el punto fundamental de este estudio, podría hacerse la pregunta: ¿por qué el capítulo 3 sobre la semántica es tan corto?

La respuesta es que a lo largo de este trabajo, y en cada punto, se trata sobre la semántica. En el capítulo 1, cuando se habla de que el emisor debe conocer al receptor para definir qué tipo de signos utilizar, en un caso específico, se entra al campo de la semántica, porque si lo que pretende el emisor es comunicar, necesariamente estará haciendo uso de diferentes elementos, con un solo fin: transmisión de significados.

La organización de signos, sea lineal o global (ap. 2.1), esto es, la articulación (ap. 2.2.), pretende en todos los casos la obtención de mensajes significantes.

Ahora bien, hablando de arbitrariedad y motivación (ap. 2.3) se ha visto que las palabras generalmente son arbitrarias, pero cuando se articulan dentro de un texto pierden su arbitra-

riedad por ser requeridas sintácticamente y adquieren significado. En el caso de las imágenes, éstas son mayormente motivadas, pero también definen su significado dentro del contexto gráfico.

La semántica está presente siempre que se pretende comunicar algo.

El uso de códigos (ap. 4.1) facilita la elaboración de mensajes. El emisor define de qué modo utiliza sus elementos. Si sus signos son lógicos, los maneja a nivel denotativo (ap. 4.3) y define su sentido (monosemia, ap. 4.2); si son expresivos, los maneja a nivel connotativo y los deja a una interpretación abierta del receptor (polisemia). En estos casos, se abarca también el área de la semántica.

Hasta aquí se ha hablado de los signos visuales desde dos diferentes puntos de vista. El primero trata sobre la relación de los signos con otros signos dentro de un contexto, esto es, de la sintaxis. El segundo trata sobre el resultado de esta relación de signos, es decir, la producción de significados o semántica.

Pero hay otra perspectiva bajo la cual pueden verse los signos, y es la relación de los signos con respecto al receptor, esto es, la pragmática.

Los puntos 5.1 y 5.2 forman parte del estudio pragmático.

El capítulo 5.1 se enfoca principalmente al análisis de la comunicación, de los elementos que la integran, y de los tipos de mensaje que resultan cuando predomina la función de alguno de estos elementos, sea el emisor, el mensaje, el receptor, el referente, el código o el contacto.

El estudio de estas funciones es fundamental para la elaboración, propiamente dicha, de mensajes, puesto que al definir el elemento principal del mensaje, puede dársele el enfoque requerido de una manera más consciente.

Sin apartarse del punto de la retroalimentación, podría entrarse al punto de la complementación, que se refiere principalmente al papel de la lengua dentro de los mensajes visuales, como elemento complementario de los mismos.

El uso de los signos está condicionado al tipo de mensaje que se elabore. Así, la hacer un mensaje visual en el cual se requiera objetividad, se aplicará necesariamente la función referencial, pero como se ha visto en el ejemplo dado para la función referencial en la imagen, ésta última al ir acompañada de un texto se clarifica.

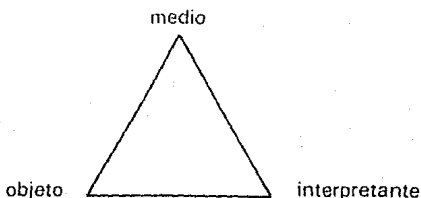
En este caso, imagen y texto se integran como un solo elemento.

Habrán entonces mensajes visuales en los que la palabra forma parte del propio diseño, y hablamos de integración. Pero habrá otros en los que no necesariamente se integre un texto, pero aun así, el uso del lenguaje articulado es necesario, puesto que para ser comprendidos por el receptor, requieren de un medio. Este medio sólo puede ser la lengua.

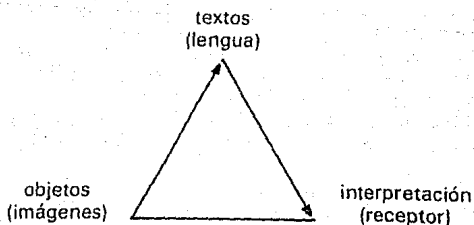
En este punto es importante definir la gran diferencia que existe entre ser el emisor-diseñador y el receptor-observador, pues el receptor recibe mensajes, podría decirse que en una forma pasiva, y puede comprender o no el mensaje.

Las imágenes se transmiten a un receptor, pero éste necesita, para comprenderlas, de un medio, y el más generalizado es la lengua. Sólo a través de ésta, podrá interpretar el receptor las imágenes.

El siguiente esquema de Max Bense, aclara muy bien lo anterior:



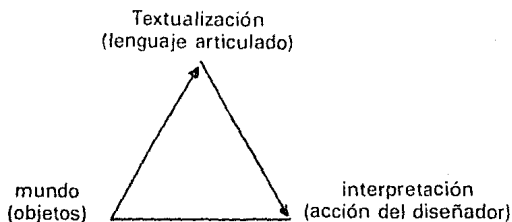
Basándonos en este esquema establecemos el siguiente, en referencia al receptor:



El lenguaje es el elemento mediador entre el mundo y la conciencia, es a través de éste como llegamos a la comprensión del mundo natural y material.⁴¹

En esta afirmación de Bense, puede decirse que están contenidas todas las afirmaciones hechas a lo largo del presente trabajo, acerca de la importancia de la lengua para el lenguaje visual.

Tanto el receptor (en su nivel "pasivo"), como el emisor (en su papel activo), utilizan la lengua. El primero, como medio de comprensión e interpretación de las imágenes. El segundo, como medio de interpretación de su entorno y para su representación gráfica, como puede verse en el esquema siguiente:



Gran parte del trabajo del diseñador es mediado por la lengua. Parte de una investigación gracias a la cual puede elaborar lo que Llovet llama un "cuadro de pertinencias".⁴² Esto le ayuda, inicialmente, a elegir los elementos que le permitirán elaborar su diseño, y descartar los que no le funcionen.

El diseñador necesita, primeramente, textualizar su entorno, por medio del lenguaje articulado, comprenderlo. Sólo así podrá interpretarlo y después representarlo.

Es así como el diseñador utiliza elementos aparentemente ajenos al diseño, en realidad ayudan a la conformación del diseño final, este es el caso de la lengua.

El objetivo de este trabajo era demostrar la importancia de conocer la lengua, para elaborar mensajes verdaderamente

(41) Cfr. BENSE, Obra citada.

(42) Cfr. LLOVET. Obra citada.

comunicativos. De alguna manera se ha cumplido este objetivo y por tanto puede concluirse lo siguiente:

El diseñador interpreta el mundo, medio-lengua, para comunicarlo al receptor. Cuando ha entendido su entorno, puede representarlo gráficamente.

Si su investigación ha sido adecuada, su elección precisa y además maneja correctamente el lenguaje visual, a partir del conocimiento de la lengua, lo más probable es que su comunicación sea efectiva. □

BIBLIOGRAFIA

AMOR, Guadalupe. *Letanías*. México, Editorial Domés, S.A., 1983. 108 pp.

ARNHEIM, Rudolf. *Arte y percepción visual. Psicología del ojo creador*. Madrid, Alianza Editorial, S.A., 1979. 553 pp. (Alianza Forma).

ARREOLA, Juan José. *Palíndroma*. 4a. ed. México, Joaquín Mortiz, S.A., 1980. 160 pp. (Obras de J.J. ARREOLA).

BALZAC, Honoré de. *Eugenia Grandet*. México, Editorial Origen, S.A.-Editorial OMGSA, S.A., 1983. 222 pp. (Historia Universal de la Literatura, 1).

BARNICOAT, John. *Los carteles. Su historia y lenguaje*. Barcelona, Editorial Gustavo Gili, S.A., 1972. 280 pp. (Colección Comunicación Visual).

BATTCKOCK (ED.), Gregory. *La idea como arte. Documentos sobre el arte conceptual*. Versión castellana de Francesc PARCERISAS. Barcelona, Editorial Gustavo Gili, S.A., 1977. 156 pp. (Colección Punto y Línea).

BELTRAN, Félix. *Acerca del diseño*. La Habana, Editorial Letras cubanas, 1984. 214 pp.

BELLINGHAUSEN, Hermann. *La hora y el resto*. México, UNAM, 1981. 86 pp. (Colección Cuadernos de poesía).

BENSE, Max. *Estética de la información. Introducción a la estética teórico-informacional. Fundamentación y aplicación a la teoría del texto.* Trad. introd. y notas de Simón MARCHANFIZ. Madrid, Alberto Corazón Editor, 1972. 228 pp. (Comunicación serie B).

BERISTAIN, Helena. *Gramática estructural de la lengua española.* 3a. ed. México, UNAM, 1984. 522 pp. (Textos universitarios).

BETTELHEIM, Bruno. *Psicoanálisis de los cuentos de hadas.* 3a. ed. Trad. Silvia FURIO. Barcelona, Editorial Crítica, S.A., 1979. 463 pp. Cubierta de Alfredo CORAZON. (Estudios y ensayos, 24).

BORGES, Jorge Luis. *Ficciones.* Barcelona, Editorial Planeta-De Agostini, S.A., 1985. 204 pp.

DONDIS, Donis A. *La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual.* 3a. ed. Barcelona, Editorial Gustavo Gili, S.A., 1980. 214 pp. (Colección Comunicación Visual).

DORFMAN, A.A. MATTELART. *Para leer al pato Donald. Comunicación y colonialismo.* 19a. ed. Pról. de Héctor SCHMULCLER. México, Siglo XXI Editores, S.A., 1979. 160 pp.

ECO, Umberto. *Cómo se hace una tesis. Técnicas y procedimientos de estudio, investigación y escritura.* México, Editorial Gedisa Mexicana, S.A., 1983. 267 pp. (Colección Libertad y Cambio).

ECO, Umberto. *Tratado de semiótica general.* 2a. ed. Trad. Carlos MANZANO. México, Eds. Nueva Imagen-Lumen, 1980. 512 pp. Portada Marcos KURTYCZ. (Serie Semiología y Lingüística).

EHMER, Hermann et al. *Miseria de la comunicación visual. Elementos para una crítica de la industria de la conciencia.* Trad. y pról. de Eduard SUBIRATS. Barcelona, Editorial Gustavo Gili, S.A., 1977. 428 pp. (Colección Comunicación Visual).

FIGUERA AYMERICH, Angela. *Canciones para todo el año.* México, Editorial Trillas, S.A. de C.V., 1984. 40 pp.

GARRONI, Emilio. *Proyecto de Semiótica. Mensajes artísticos y lenguajes no verbales. Problemas teóricos y aplicados*. 2a. ed. Trad. Francisco SERRA i CANTARELL. Barcelona, Editorial Gustavo Gili, S.A., 1975. 378 pp. (Colección Comunicación Visual).

GODED, Jaime. *Antología sobre la comunicación humana*. México, UNAM. Dirección General de Publicaciones. Colegio de Ciencias y Humanidades, 1976. 275 pp. (Lecturas Universitarias, 25).

GUBERN, Román. *El lenguaje de los comics*. 4a. ed. Pról. Luis GASCA. Barcelona, Ediciones Península, 1979. 184 pp. Cubierta Enric SATUE. (Ediciones de Bolsillo, 1975).

GUIRAUD, Pierre. *La semántica*. 1a. reimpresión de 2a. ed. Trad. Juan A. HASLER. México, Fondo de Cultura Económica, 1982. 142 pp. (Breviarios del Fondo de Cultura Económica, 153).

GUIRAUD, Pierre. *La semiología*. 8a. ed. en español. Trad. de María Teresa POYRAZIAN. México, Siglo XXI Editores, S.A., 1979. 133 pp.

HOGG, James. *Psicología y artes visuales*. Barcelona, Editorial Gustavo Gili, S.A., 1969. 385 pp. (Colección Comunicación Visual).

HUERTA, Efraín. *Poemas prohibidos y de amor*. México, Siglo XXI Editores, S.A., 1980. 89 pp. (Colección Mínima).

KANDINSKY, Vassily. *Punto y línea sobre el plano. Contribución al análisis de los elementos pictóricos*. 4a. ed. Trad. Roberto ECHAVARREN. Barcelona, Barral Editores, 1975. 211 pp. (Ediciones de Bolsillo).

KANDINSKY, Vassily. *De lo espiritual en el arte*. 3a. ed. Trad. Elisabeth PALMA. México, Premia Editora, S.A., 1981. 132 pp. (La nave de los locos, 26).

KEPES, Gyorgy. *El lenguaje de la visión*. Buenos Aires, Ediciones Infinito, 1976. (Biblioteca de diseño y artes visuales).

KLEE, Paul. *Bases para la estructuración del arte*. 3a. ed. Trad. Pedro TANAGRA R. México, Premia Editora, S.A., 1981. 77 pp. (La nave de los locos, 41).

LEROY, Maurice. *Las grandes corrientes de la lingüística*. 1a. reimpresión. 2a. ed. en español. Trad. Juan José UTRILLA. México, Fondo de Cultura Económica, 1976. 233 pp. (Sección de Lengua y Estudios Literarios).

LLOVET, Jordi. *Ideología y metodología del diseño*. 2a. ed. Barcelona, Editorial Gustavo Gili, S.A., 1981, 161 pp.

LYOTARD, Jean-Francois. *Discurso, Figura*. Trad. Josep ELIAS. Pról. de Federico JIMENEZ LOSANTOS. Barcelona, Editorial Gustavo Gili, S.A., 1979. 473 pp. (Colección Comunicación Visual).

MALMBERG, Bertil. *Los nuevos caminos de la lingüística*. 13a. ed. Trad. de Juan ALMELA. México, Siglo XXI Editores, S.A., 1981. Portada de Anheló HERNANDEZ.

MALMBERG, Bertil. *Teoría de los signos. Introducción a la problemática de los signos y los símbolos*. 2a. ed. Trad. de Alejandro LICONA. México, Siglo XXI Editores, S.A., 1979. 219 pp.

MENNA, Filiberto. *La opción analítica en el arte moderno. Figuras e iconos*. Editorial Gustavo Gili, S.A., 1977. 163 pp. (Colección Punto y Línea).

METZ, Christian, ECO, et al. *Análisis de las imágenes*. Buenos Aires, Editorial Tiempo Contemporáneo, S.A., 1972.

MOORHOUSE, A.C. *Historia del alfabeto*. 3a. reimpresión. Trad. de Carlos VILLEGAS. México, Fondo de Cultura Económica, 1978. 307 pp. (Breviarios del Fondo de Cultura Económica, 160).

MUNARI, Bruno. *Diseño y comunicación visual. Contribución a una metodología didáctica*. 6a. ed. Barcelona, Editorial Gustavo Gili, S.A., 1979. 368 pp. (Colección Comunicación Visual).

OSWALD, DUCROT, Tzvetan TODOROV. *Diccionario enciclopédico de las ciencias del lenguaje*. 5a. ed. México, Editorial Siglo XXI, Editores, S.A., 1979. 421 pp.

PAOLI, J. Antonio. *Comunicación e información. Perspectivas Teóricas*. 2a. reimpresión. México, Editorial Trillas, S.A. de C.V. UAM 1985. 138 pp.

PERES, R.D. *Historia de la literatura española e hispanoamericana*. Barcelona, Editorial Ramón Sopena, S.A., 1980, 608 pp. (Biblioteca Hispánica).

PONIATOWSKA, Elena. *¡Ay vida no me mereces!* México, Editorial Joaquín Mortiz, S.A., 1985. 216 pp. (Colección Contrapuntos).

PRIETO CASTILLO, Daniel. *Retórica y manipulación masiva*. México, Editorial Edisol, S.A., 1979. 187 pp. (Colección Comunicación).

R.L., Stevenson et al. *Antología de textos sobre lengua y literatura*. 1a. reimpresión. México, UNAM. Colegio de Ciencias y Humanidades. Centro de Estudios Literarios, 1977. 286 pp. (Lecturas Universitarias, 5).

READ, Herbert. *Imagen e idea. La función del arte en el desarrollo de la conciencia humana*. 4a. reimpresión. Trad. de Horacio FLORES SANCHEZ. México, Fondo de Cultura Económica, 1980. 245 pp. (Breviarios del Fondo de Cultura Económica, 127).

RODRIGUEZ DIEGUEZ, J. L. *Las funciones de la imagen en la enseñanza. Semántica y didáctica*. Barcelona, Editorial Gustavo Gili, S.A., 1977. 198 pp. (Colección Comunicación Visual).

SERRANO, Francisco. *Antología para niños, de la poesía mexicana contemporánea*. México, Editorial CIDCLI, 1983. 136 pp. (Colección La Saltapared).

VICTOROFF, David. *La publicidad y la imagen*. Versión castellana de Josep ELIAS. 3a. ed. Barcelona, Editorial Gustavo Gili, S.A., 1985, 144 pp. (Colección Punto y Línea). □

APENDICE

Esta claro que el campo que abarca la comunicación visual es amplio, y que el estudio semiológico propuesto en este trabajo no lo es todo.

Se ha dicho ya, que este análisis constituye sólo un elemento dentro del estudio del lenguaje visual, por lo que queda en manos del profesor integrar el contenido de este material a los diversos elementos teóricos y técnicos existentes para proporcionarlos a sus alumnos.

La labor del profesor de diseño (como cualquier otro) es facilitar el trabajo de aprendizaje del alumno. En este caso, se trata de hacer más accesible el conocimiento de los elementos visuales con los cuales va a comunicarse.

A través de mi trabajo como profesora, y a partir de mis inquietudes como alumna, he llegado a entender la importancia que tiene partir de conceptos concretos, en este caso, las teorías lingüísticas, para aplicarlas (dentro de lo posible) al campo del diseño gráfico.

Es por esto que me propuse elaborar esta tesis, puesto que si la lengua ha sido el medio de comunicación del alumno hasta ahora, ¿qué mejor que partir de algo conocido?

En la mayoría de los casos, quizá sea necesario recordar conceptos aprendidos hace ya algunos años (ortografía, sintaxis, etc.), pero por eso mismo, por haber sido estudiados antes, es más fácil retomarlos.

Es necesario reconocer que el trabajo del comunicador gráfico debe ser totalmente consciente, y no producto de la "inspiración".

Comúnmente, se cree que para diseñar, sólo se necesita saber dibujar, y es tarea del profesor, también, hacer saber al alumno que el área de la comunicación gráfica abarca campos, aparentemente ajenos al mismo (sociológico, histórico, lingüístico, psicológico...) y que sin embargo, son una condición para lograr una comunicación efectiva.

Pero el punto fundamental de esta tesis es la importancia de la lengua para el lenguaje visual, por lo que doy aquí algunos ejemplos en los que considero que se necesita de ella para elaborar imágenes.

Esta importancia va desde el "simple" conocimiento de la ortografía, puesto que he encontrado gran cantidad de alumnos que tienen una ortografía que deja mucho que desear. Elaboran carteles, diseños de portadas, etc., y cuando le incluyen los textos, éstos están a veces saturados de faltas de ortografía. Un ejemplo claro está en el directorio de la ciudad de Puebla, en el que se anuncia algo que firma Extensión Universitaria, y en la parte inferior del anuncio está escrita de la siguiente forma "Estensión Universitaria".

Considerando que es una publicidad a nivel masivo, puesto que gran cantidad de personas tienen un directorio telefónico, esta clase de errores son verdaderamente imperdonables, ya que muchas veces se cree que lo que está impreso, está bien escrito, por lo que si los textos están mal escritos, se vuelven poco confiables.

Es obvio que el diseñador no es el encargado de revisar la ortografía del material que utiliza (tratándose de galeras de textos), por ejemplo para formar un libro. Pero hay ocasiones en que necesita formar frases sencillas, en las que si requiere tener una buena ortografía.

Otro punto, básico, es el conocimiento y comprensión de la lengua, para una adecuada interpretación de las ideas.

Un ejemplo: un profesor de la ENAP ponía un ejercicio a sus alumnos, y les pedía hacer una representación gráfica de tres palabras aparentemente iguales:

- a) Dispersión
- b) Expansión
- c) Separación

Cuando el alumno veía estas tres palabras, decía que eran lo mismo. Se le pedía que consultara el diccionario, y entonces se percataba de la sutil diferencia. Con esto, podía hacer, ahora sí, una representación gráfica adecuada de cada uno de estos conceptos.

El alumno tiene, pues, que hacer un análisis minucioso de lo que pretende transformar en imágenes, no confiar tanto en su conocimiento y sus habilidades manuales, sino investigar qué hay más allá.

La interpretación errónea de una palabra en un texto, puede cambiar totalmente el significado del mismo.

Si no hay una interpretación correcta de un texto que se quiere transformar en imágenes, ¿cómo va a haber una comunicación gráfica adecuada?

Creo que es necesario, como ya lo expresé antes, que el alumno sea consciente de lo que hace. Que sepa que está utilizando signos, y de qué manera puede utilizarlos para facilitar su trabajo gráfico.

Muchas veces se trabaja y no se sabe lo que se está haciendo. Se elabora la imagen, se le integra su texto y ya. No se sabe que tipo de signos se está utilizando (lingüísticos y visuales), ni que alguna función lingüística predomina con exceso (conativa, lática, emotiva, etc.), incluso se puede estar utilizando la retórica, sin ser consciente de ello.

Es en este trabajo de integración de lo teórico con lo práctico donde el alumno puede retener mayormente algún concepto, porque no aísla (como generalmente pasa) la teoría, sino que la pone en práctica y ve los resultados.

Algunos alumnos me han comentado: "Yo entré a esta carrera (comunicación gráfica), porque aquí no hay que leer" "Las materias teóricas para mí son de relleno"

Esto hace notar la poca información acerca del trabajo y requerimientos del comunicador gráfico.

Es importante, por eso, hacer ver a los estudiantes de la comunicación gráfica el vasto campo de ésta, con el fin de lograr comunicadores conscientes, que sepan comunicar realmente lo que se proponen. □