

con las imágenes dependerá de nosotros y no del tipo de tecnología utilizada y podremos construir entonces una visión de la realidad en la cual –parafraseando a Dubois– la verdadera innovación⁴ estará siempre en manos de los fotógrafos, nunca en manos de los fabricantes.

Notas

¹ Esta frase que hago mía para justificar el desparpajo de pretender hacer teoría sobre la imagen, fue extractada de una reflexión de Minor White (1908-1976), fotógrafo norteamericano, partidario de la *straight photography*, discípulo de Stieglitz y uno de los fundadores de la revista *Aperture*, de la que fuera editor por varios años. (N del A)

² La foto en cuestión se titula “Recuerdo del viaje realizado a bordo del paquebote “la Gascogne”, marzo de 1888” y muestra a un hombre en el “apogeo” de un salto provocado frente a la cámara específicamente para ser fotografiado. (N del A)

³ Viene a la memoria en este momento una famosa analogía utilizada por los que “sabían” de computación a principios de los '90 y trataban de hacernos entender a los legos que la máquina “es como un placard dentro del cual los programas pueden generar archivos con la intervención del operador y las carpetas son como cajones en los que uno puede ir guardando esos archivos” En esos cajones (que por cierto no son cajones) se guardan hoy los negativos (que tampoco son negativos) (N del A)

⁴ Dubois dice: “La cuestión mimética de la imagen no está determinada por el dispositivo tecnológico. Se trata de un problema de orden estético. Todo dispositivo puede formalizar la tensión dialéctica entre semejanza y diferencia, analogía y desfiguración, forma y no forma. Es este juego lo que produce innovación, la innovación esencial es siempre estética, nunca técnica” (N del A)

Referencias bibliográficas

- Dubois Philippe, (2000) “Máquinas de imágenes: una cuestión de línea general” en: *Video, cine, Godard*, Buenos Aires: Libros del Rojas, Universidad de Buenos Aires.
- West, MA., Farr, JL, (1989) *Innovation at Work: Psychological Perspectives*, Social Behaviour, Vol. 4, pp. 15-30
- White, Minor, (1978) *Rites & Passages*, New York: An Aperture Monograph, Aperture.

Dialéctica del signo: hacia una teoría unificada del signo lingüístico

Gustavo A. Valdés de León

Presentación

A esta altura de las investigaciones acerca de las relaciones recíprocas entre los hombres y la sociedad resulta casi obvio insistir en el carácter simbólico de la condición humana: el sujeto está constituido por signos, la cultura es un complejo sistema de signos y el mundo material un conjunto heteróclito de fenómenos aleatorios al cual los hombres, mediante signos, otorgan determinado sentido. Junto al mundo empírico de objetos y fenómenos, el mundo de la “realidad”, coexiste un mundo simbólico que es la representación, la interpretación

y la pre figuración de aquél, mundo de carácter autónomo conformado por signos de la más variada índole, el mundo de la Semiósfera.

Las sociedades humanas, desde sus orígenes, existen y se reproducen gracias a complejos sistemas de signos –creencias, religiones, relaciones de poder- que las atraviesan transversalmente y garantizan su perduración en el tiempo: en las sociedades capitalistas, como es sabido, el dinero ha sido investido como signo maestro, cuasi universal, comprensible para todos –y objeto de deseo para todos- en torno al cual se organizan la actividad productiva y las prácticas de consumo de sus integrantes.

En las asignaturas de las carreras de diseño y comunicación de la mayoría de las universidades, públicas y privadas, -con la excepción de aquellas en las cuales Semiología o, más *cool*, Semiótica, figuran como tales en las currículas- la referencia a la cuestión del signo es inevitable: es prácticamente imposible intentar explicar el complejo fenómeno de la comunicación –una vez abandonado el obsoleto e insuficiente modelo emisor/receptor- sin introducir previamente alguna conceptualización acerca de los signos, aunque más no sea la noción de significante/significado; en las materias de diseño, cualquiera que sea sus especificidad, la cuestión del signo resulta insoslayable puesto que, como es sabido, el *artefacto*, además de cumplir determinadas funciones prácticas cumple también una importante función semiótica –tal como lo planteara Bernard Burdek (1994) en un texto que consideramos fundamental para la formación de los futuros diseñadores, *eso que diseñamos* en las aulas, como venimos sosteniendo desde 1994 en nuestra práctica docente (Valdés de León, G. A. 1994).) Por lo demás, es sabido que la función comunicacional es la razón de ser del llamado diseño gráfico.

Ahora bien, el consenso existente acerca de la relevancia teórica y práctica de la categoría Signo en las carreras de Diseño y Comunicación se disuelve en cuanto esta categoría es abordada en su compleja carnadura conceptual: como tantos otras *palabras-comodín* que abundan en la terminología académica, el discurso acerca del Signo –discurso construido mediante signos- deja de ser obvio y deviene problemático.

En las materias no específicamente semiológicas la cuestión del Signo se solventa con referencias más o menos superficiales a Charles. S. Peirce –cuya conceptualización de Icono, valga como ejemplo, suele desvirtuarse en aras de su comprensibilidad describiéndolo simplemente como un signo, casi siempre visual, “que se parece” a su objeto- o a Ferdinand de Saussure –la inevitable referencia al esquema Significante/Significado y la transcripción mecánica de esta estructura al “Lenguaje” Visual- o a Charles Morris –del cual se describe su popularizada tríada Semántica-Sintáctica-Pragmática desconsiderando su contribución más interesante, la cuestión del *designatum/denotatum*-. En algunos casos se llega a incluir en el repertorio de fuentes a R. Jakobson, R. Barthes, A. J. Greimas, J. Derrida o U. Eco, pero es infrecuente que se incluya a J. Mukarovsky, L. Hjelmslev, J. Habermas, T. Todorov, J. Kristeva o J. Lacan. Como consecuencia la noción de Signo se ha ido empobreciendo y éste ha quedado prácticamente reducido a su mera materialidad, tomándose como obvia su función comunicacional.

Por supuesto que la cuestión del signo es bastante más compleja y abarca un amplio campo conjetural en el cual se pueden establecer, esquemáticamente, dos posiciones paradigmáticas. Por un lado, desde la matriz idealista, logocéntrica y pragmática se sostiene la fórmula “signo es lo que representa algo para alguien”, dando por sentado que el signo es *transparente* respecto de su usuario –o, al menos, lo es para su interpretante. Por el otro, desde la perspectiva psicoanalítica el aforismo lacaniano “el Significante es lo que representa al sujeto para otro significante”, plantea, por el contrario, la radical *opacidad* del signo respecto del sujeto, dentro de la concepción freudiana de un sujeto escindido que en vez de ser el enunciador, desde su yo conciente, de un determinado discurso propio es enunciado desde la cadena de significantes, exterior, ajena y excéntrica a su conciencia: de hablante, el sujeto deviene *hablado*.

En el primer caso no se problematiza la cuestión de *quién* pone allí el signo –como si éste fuera un fenómeno “natural”- ni con qué propósito. En el segundo no se incluye en el campo del Signo a los signos no-verbales –que carecen de “significantes”-, lo que limita su alcance explicativo cuando aquel Significante, en rigor una “imagen acústica”, es sustituido en la práctica comunicacional por imágenes visuales –arbitrarias, como en el caso de la escritura, o analógicas, como en el caso de los íconos- o directamente por objetos.

Frente a concepciones mutuamente excluyentes, incompletas y contradictorias, con este trabajo proponemos un abordaje dialéctico –en el sentido hegeliano de negación, conservación y superación- del problema, para poder formalizar una teoría que dé cuenta de la complejidad –individual/social, subjetiva/objetiva- que el Signo entraña.

Antes de detallar nuestra propia comprensión del Signo haremos un breve recorrido crítico sobre las teorías vigentes en la actualidad, tanto de aquellas que estudian con exclusividad los signos verbales como de las que incluyen a la totalidad de los signos.

I. El signo lingüístico verbal: Ferdinand de Saussure

No vamos a repetir aquí la teoría del signo enseñada por Saussure entre 1906 y 1911 y publicada por sus discípulos, después de su muerte, con el título de *Curso de Lingüística General* (1916) título fundacional de la Semiología, ciencia de la vida de los signos en el seno de la vida social que Saussure entendía “como parte de la Psicología social y por consiguiente de la Psicología general”. Nos limitaremos a formular aquí algunos comentarios referidos a los *equivocos* que con más frecuencia se observan en la divulgación del pensamiento saussuriano.

1. El signo lingüístico, tal como lo entiende Saussure se circunscribe exclusivamente al lenguaje verbal, esto es, las palabras pronunciadas y escuchadas; sus categorías teóricas (Significante/Significado) no pueden, por lo tanto, ser extrapoladas a otros sistemas de signos o “lenguajes” no verbales, sin desvirtuar su carácter.

En otras palabras, la Semiología no puede quedar limitada a la transcripción literal de la estructura del signo lingüístico (verbal) a otros sistemas de signos, sino a establecer las estructuras diferenciales de tales sistemas: en los “lenguajes” visuales, por ejemplo, el término “sig-

nificante” carece de sentido puesto que éste se refiere, estrictamente, a una “imagen acústica”.

2. Tradicionalmente el signo lingüístico (verbal) ha sido interpretado como una estructura binaria (Ste./Sdo.) desconsiderando la existencia de la *barra* que separa ambos términos. A partir de la interpretación de J. Lacan (2003) dicha barra, tomada en su sentido literal es entendida como una “barrera resistente a la significación”: el “contenido”, alojado en el Significado, no puede ser expresado a cabalidad por el Significante –salvo situaciones excepcionales que luego se verán- que se rige por leyes formales, como tales desprovistas de sentido. Como consecuencia de la autonomía y exterioridad del Significante respecto del sujeto, en tanto sujeto barrado (\$) éste queda situado en posición de enunciado, como ya se adelantó. En consecuencia el signo saussuriano no puede ser interpretado como una simple estructura binaria.

3. El signo lingüístico (verbal) no constituye la “unidad mínima de sentido” en el acto comunicacional, tal “unidad” se produce únicamente en la linealidad de la cadena significante, bajo la cual se desliza el “sentido”, siendo la *última palabra* la que, por efecto retroactivo, cierra el *sentido* de la cadena, circunstancia que en el saber popular se expresa como “el que ríe de último, ríe mejor”.

4. El análisis lacaniano del signo lingüístico (verbal) subvierte los conceptos convencionales de Metáfora y Metonimia –sin perjuicio de su carácter de figuras retóricas. De simple maniobra intelectual de “selección y combinación” de términos, la metáfora es concebida, en tanto *condensación* (siguiendo la terminología utilizada por Sigmund Freud en *La interpretación de los sueños*, 1900-1901) esto es, como el surgimiento no deliberado en una cadena significante de un Significante que llega de otra: en ese punto de intersección la “barrera” es franqueada, perturbando los significados de la primera cadena produciéndose un efecto (poético) de *no-sentido*.

En cuanto a la Metonimia, en tanto *desplazamiento* (siguiendo la terminología freudiana antes citada), más que remitir a un término por relaciones de contigüidad, señala la función esencial de la ausencia del objeto (*objeto a* en la escritura lacaniana) en el interior de la cadena significante.

5. Cabe advertir que en la formulación original del algoritmo saussuriano los participantes empíricos del acto comunicacional (“hablante” y “hablado”, según D. Anzieu y J.-Y. Martin, 1971) no son estudiados en profundidad, en tanto actores del hecho comunicacional.

6. Se observará que en nuestra representación del signo lingüístico verbal se ha invertido la posición respectiva de los términos: la primacía del Significante, en la parte superior de la barra, alude a que es lo “primero” que se percibe en el diálogo, el aspecto “material” del signo. Esta disposición tópica se mantiene en nuestra propia versión del signo, como más adelante se verá.

II. El signo, según Charles S. Peirce

Por las razones antes expuestas tampoco vamos a repetir aquí la teoría del signo de Ch. S. Peirce (1931-1935) de sobra conocida, solamente advertiremos que dicha teoría –y la exhaustiva clasificación de los signos abordada por Peirce- solo puede ser cabalmente comprendida a la luz

de los presupuestos lógico-filosóficos de la tríada primaridad - secundariedad - terceridad propuesta por el autor. La utilidad práctica de esta conceptualización radica: a) en que abarca desde el principio a la totalidad de signos existentes, tanto verbales como no-verbales, y b) en que las categorías peircianas de ícono, índice y símbolo –con las salvedades que luego expondremos- resultan aptas para dar cuenta de los diferentes “lenguajes” o sistemas de signos –siempre y cuando se sostenga la primacía y el carácter subordinante del lenguaje verbal. No obstante resulta oportuno formular algunas observaciones.

1. Con la (buena) intención de hacer más accesible el pensamiento de Peirce a su auditorio muchos divulgadores acostumbran atribuir al *interpretante*, el tercer término del signo peirciano, el carácter de “persona” que, además, “interpreta” el signo o

Representamen, tergiversando el pensamiento del autor para quien el Interpretante no es sino el “sentido” del signo, en suma, *otro signo*: “el signo no es un signo si no puede traducirse a otro signo en el cual se desarrolla con mayor plenitud” afirma contundente (esta cita, como otras de esta sección, ha sido tomada de O. Ducrot-T. Todorov, 1972)

El sujeto, en tanto “persona”, sólo está incluido en la tríada de Peirce en tanto “soporte” del interpretante, aunque también un diccionario puede cumplir dicha función. Pero, en tanto “productor” del signo, el sujeto (o “persona”) sí está excluido lo que justifica, lógicamente, la inclusión de los índices en el repertorio de signos puesto que muchos de ellos no son producidos por “personas”.

2. Con el mismo propósito, “facilitar” la comprensión de ideas de por sí complejas, el ícono que, según Peirce “es un signo determinado por su objeto dinámico en virtud de su naturaleza interna” esto es, que exhibe la misma “cualidad” que el objeto denotado, es presentado como un signo que mantiene algún tipo de semejanza formal con el objeto, con lo cual los íconos quedan reducidos a imágenes analógicas, quedando excluidos los diagramas y, en muchos casos, las metáforas –íconos en los cuales la relación no es de forma sino de *contenido*.

3. En nuestra propia teorización, en la que privilegiamos los roles del destinador (o enunciador) y del destinatario (o intérprete) que sólo pueden ser ocupados por sujetos los índices no pueden ser considerados lícitamente como signos en tanto son sólo fenómenos naturales (físicos, químicos, orgánicos) que se producen de manera autónoma, al margen de cualquier intervención humana que los produzca con un propósito comunicacional: el humo de un cigarrillo encendido no es otra cosa que la consecuencia natural de la combustión del tabaco sin que dicha combustión, por sí misma, haga suponer que el fumador pretenda comunicar algo como no sea la obviedad de que “está fumando”.

En general, la significación de la mayor parte de los índices es construída “desde afuera”, por sujetos que no intervinieron en su producción, por caso, las “huellas” que inadvertida e *involuntariamente* deja el homicida en la escena del crimen y que debidamente interpretadas conducirían a su identificación. Se trataría, en el mejor de los casos de signos “imperfectos” que se constituyen como tales *ex post facto*.

4. En la semiótica peirciana los signos lingüísticos (verbales) que constituyen el lenguaje verbal, al cual se subordina el resto de los “lenguajes” –con la sola excepción de la música y las artes plásticas “abstractas”, que carecen de significados lingüísticos- quedan incluidos en la categoría de Símbolos, en paridad con los otros signos sin reconocerse la primacía del lenguaje verbal con respecto de los otros “lenguajes” que eventualmente lo subrogan.

III. Una necesaria diferenciación

Para la construcción de una teoría unificada del signo lingüístico es necesario reconocer la diferencia radical que presentan los signos verbales con respecto a los no-verbales.

Los signos lingüísticos verbales conforman un conjunto homogéneo: la relación entre significantes y significados es siempre arbitraria, convencional: la materialidad que los constituye y los hace perceptibles por el oído –la vibración del aire- es común a todos: su secuencia es irreversiblemente lineal en el tiempo y desaparecen al mismo momento de su enunciación.

Por el contrario, los signos lingüísticos no-verbales conforman un conjunto heterogéneo. Desde su materialidad estos pueden ser percibidos como objetos bi o tridimensionales (incluyendo el propio cuerpo del enunciador) pero también pueden serlo como imágenes visuales en un plano real o virtual, estáticas o dotadas de movimiento; a su vez estas imágenes pueden ser icónicas –no en el sentido peirciano, sino en tanto analógicas al objeto ausente-, pero también pueden ser no-icónicas (geométricas u orgánicas) o arbitrarias, como el caso de la escritura, manuscrita o tipográfica.

Además, aunque se trate de sistemas especializados, los signos pueden ser de carácter táctil (el sistema Braille de lectura para ciegos) u olfativos, utilizado por los *sommeliers* para ejercer su arte. Las compañías de gas domiciliario utilizan este tipo de signo al agregar al fluido una substancia de olor fétido con el fin de alertar al usuario ante posibles pérdidas.

La duración de los signos no-verbales es también sumamente variada, desde la instantaneidad del gesto para detener un bus o un taxi hasta la longevidad relativa de una señal de tránsito o de un libro, condicionadas sólo por la calidad de los materiales utilizados.

Más allá de las diferencias apuntadas conviene señalar que el signo no es el “objeto” percibido (trátase de palabras, sonidos no verbales, objetos o imágenes visuales o de otra índole) sino *la relación*, arbitraria o analógica, que une el estímulo sensorial percibido con un significado más o menos preciso –conceptos, informaciones o emociones- que un sujeto intenta poner en común con otro, en el interior de un campo lingüístico y cultural compartido, en algún medida, por los participantes del acto comunicacional.

Es precisamente la ausencia de dichos actores en las teorías examinadas, así como las falencias que hemos observado en ellas, lo que nos ha motivado a formular una teoría unificada del signo lingüístico que dé cuenta de la totalidad de los factores que constituyen el signo como relación y evite innecesarios solapamientos y redundancias. Este es el modelo que venimos explicando en

nuestras clases de la asignatura Introducción al Lenguaje Visual, (1er. año, 1er. cuatrimestre) en la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

IV. Una teoría unificada del signo lingüístico

Concebimos el signo lingüístico como la relación necesaria entre cuatro términos mutuamente determinados, cada uno de los cuales implica la presencia efectiva de los otros y en la cual ninguno de ellos tiene entidad semiótica autónoma desgajado del resto. El signo lingüístico es de carácter psico-social y es el resultante más o menos estable de un proceso histórico en constante devenir. Nuestro signo lingüístico incluye a todos los signos empíricamente existentes, cualquiera sea la materialidad (verbal o no-verbal) con que los mismos se manifiesten a los sentidos. Los términos mencionados son:

1. El destinador o enunciador: el sujeto (individual o social) que tiene la intención de poner en común con otro –u otros- determinados significados de manera deliberada.
2. El Destinatario o Intérprete: el sujeto (individual o social) a quien el destinador se propone comunicar tales significados y que está en situación de disposición a percibir los enunciados del destinador.
3. Los significados: las *imágenes mentales*¹ que el destinador quiere poner en común con el destinatario, con objetivos pragmáticos. Vista la imposibilidad fáctica de que dichos significados puedan ser “comunicados” de manera directa -de “mente” a “mente”- salvo en el campo de lo ficcional, el Destinatario deberá seleccionar y combinar –en función de su competencia lingüística y de la de su interlocutor-, determinados “signos”.
4. Los “signos”: la cualidad material (verbal o no-verbal) por medio de la cual los significados pueden ser *representados*, es decir, adquirir una determinada materialidad que habilita su producción y su percepción por parte de los actores.

Se corresponden, de alguna manera, con los significantes, según Saussure y con el *representamen*, según Peirce. Nuestro modelo se puede graficar con un cuadrado girado 45 grados: sobre los extremos de su diagonal horizontal ubicamos, a la izquierda (a) al destinador y a la derecha (b) al destinatario. En la diagonal vertical se ubican, en el ángulo inferior (c) los significados y en el superior (d) los “signos” en tanto materialidad perceptible por el destinatario, quien los asociará con los significados a los cuales dichos “signos” están asociados, sea por convención o por analogía y que, se supone, son los mismos significados que su interlocutor pretendía comunicarle. En la mitad inferior de nuestro esquema se encuentran los factores subjetivos, psicológicos, de la relación y en la mitad superior los factores objetivos, sociales.

El circuito se completa con la respuesta o “retorno” del destinatario al destinador, momento de la Circularidad (también conocida como *feedback*) que caracteriza el acto comunicacional. (Para un análisis más detallado de este proceso véase Valdés de León, G.A.: *Contra Babel. La Comunicación en el contexto de la Semiósfera*, de próxima publicación.)

El acto comunicacional que hasta aquí hemos intentado describir –y que implica como condición necesaria el interjuego de los cuatro vectores que constituyen el Signo

lingüístico- alcanza su mayor efectividad en el “cara a cara”, circunstancia en la cual cada uno de los interlocutores puede percatarse de los efectos de lo dicho -o de lo escuchado- en el mismo momento en que se produce la enunciación y su percepción: los mini-gestos faciales, las miradas, la actitud corporal, los ademanes o movimientos físicos, la entonación, el volumen y el ritmo de la locución, constituyen, entre otros signos no-verbales indicios reveladores de aquellos efectos, muchos de ellos no deliberados.

Conforme se introducen en el intercambio simbólico mediadores de orden técnico, junto a la pérdida de la percepción de los efectos inmediatos, la identidad misma de los interlocutores tiende a eclipsarse. En la carta manuscrita, género prácticamente extinguido, y en la conversación telefónica, todavía persisten rasgos identitarios: la forma de la letra, el timbre de la voz. En los mensajes de texto y en los correos electrónicos aquellos rasgos prácticamente desaparecen y la Circularidad deja de ser simultánea y recíproca (las video- conferencias y las *web-cam* son apenas un paliativo a esta pérdida.)

Este proceso de des-subjetivización alcanza su máxima expresión en los llamados *medios masivos de comunicación*, en los cuales la circularidad ha desaparecido por completo, sustituida por mediciones de *rating*: al destinatario despersonalizado, reducido a la condición deshumanizada de *consumidor* –cuando no a la de “masa” anónima-, privado de la mínima posibilidad de influir en el discurso-amo del destinador -en general una gran empresa propietaria de distintos “medios”- no le queda otro recurso que cambiar de canal o apagar el televisor. En estas condiciones los “correos de lectores” (en los medios impresos) o el “teléfono abierto” (en los medios radiales o televisivos) no son más que recursos demagógicos utilizados para encubrir la hegemonía absoluta del medio por sobre sus domesticados (¿Fidelizados, cautivos, cautivados?) Usuarios: en este contexto, en el cual los “signos” asumen características netamente autoritarias, resulta impertinente, o sospechoso, seguir utilizando el término “comunicación”, puesto que ha sido liquidada toda posibilidad de interlocución.

V. La materialidad del signo

Es bastante frecuente confundir el signo con sus manifestaciones materiales, el estímulo perceptible, trátase de palabras, objetos o imágenes visuales o de cualquier otra índole. En nuestra concepción del signo como relación aquellos estímulos son sólo un componente más del sistema relacional, son producidos de manera deliberada y mediante ellos el Signo se materializa y puede ser percibido. En efecto, la “parte” perceptible del signo –la parte “visible” de esa suerte de iceberg psíquico y social- no es sino una manifestación material que estimula determinado sentido: en el caso de los signos verbales es la vibración del aire producida por la emisión de la voz del hablante que se despliega en el tiempo de manera ordenada y actúa mecánicamente sobre el oído externo del interlocutor afectando las células nerviosas del caracol o cóclea en el oído interno. En el caso de los signos visuales son las variaciones cuantitativas y cualitativas del campo lumínico que se despliegan en el espacio y activan las terminales nerviosas alojadas en la retina del espectador.

En ambos casos se trata de estímulos físicos.

Los signos táctiles, menos utilizados, son de carácter físico y consisten en cambios en la textura de la materia que son percibidos por las papilas dactilares del usuario. Por su parte los signos olfativos y gustativos –menos utilizados aún– están constituidos por estímulos químicos que afectan a receptores sensibles especializados ubicados en la parte alta del interior de la nariz y en las papilas gustativas localizadas en la lengua y el paladar, respectivamente.

Estos estímulos, que para muchos son los “signos” –en última instancia fenómenos fisiológicos– son indispensables en la dialéctica del signo, junto a los otros factores, pero carecen *per se* de significación alguna en tanto no se articulen en cadenas significantes de carácter lingüístico en cuyo interior –y solamente allí– adquieren valor de Signo. Veamos algunas situaciones.

Un término cualquiera de la lengua, por caso la palabra / *árbol*, alcanzará un significado preciso solamente en el contexto de una cadena significante: “el *árbol* de levas está oxidado”, “su *árbol* genealógico se remonta al siglo XV”, “aquel *árbol* ha florecido”, “éste *árbol* es un jacarandá”, “del *árbol* caído todos hacen leña”, “el *árbol* no deja ver el bosque” “tiene el *árbol* bronquial comprometido”, “el tema se fue ramificando como un *árbol*”, “fueron expulsados del paraíso por haber probado los frutos del *árbol* del conocimiento”, “la separación electrolítica de sus sales forman el *árbol* de plomo”, “llámase *árbol* de la vida a una configuración específica del cerebelo”, etcétera; aunque el significante ha permanecido invariable su significado ha sido modificado por los otros significantes de la cadena.

De la misma manera la luz roja del semáforo sólo adquiere el significado convencional de prohibición en relación con las otras luces que tienen un significado diferente –y el mismo semáforo será significativo –y funcional– si está instalado en un cruce de calles. Una botella o bidón de plástico usados no tienen otro “significado” que el de deshechos urbanos pero, al ser instalados sobre el techo de un auto –sobre el techo y no en el capó– pasarán a significar “este auto está en venta”. La acción de levantar el brazo para que el colectivo se detenga sólo tiene sentido si se produce en el lugar señalizado como “parada” y sólo si ésta corresponde a la de dicho colectivo: si se le hacen señas al 109 desde la parada del 29 aquella “seña” carece de significado para el conductor. Es más, probablemente ni la vea. No está demás agregar que en otro momento histórico aquel gesto, el de levantar el brazo derecho, tuvo un inequívoco significado político, pero ello sólo en el contexto de los rituales de masas del nazi-fascismo y no como mera acción física aislada.

De la misma manera un disco rojo cruzado en horizontal por una barra blanca significará “contramano” sólo si está instalado en un cruce de calles, en mitad de una manzana carece en absoluto de sentido Marcel Duchamp advirtió con agudeza esta cualidad del Signo al desgajar un objeto, el famoso urinario, del contexto lingüístico y funcional al cual pertenecía –y dentro del cual poseía un significado preciso– e instalarlo con el título de *Fuente* en posición invertida y con un supuesto autor (R. Mutt) en el interior de la cadena significante del *Arte* (Nueva York, 1917) provocando, al descontextualizarlo, un efec-

to de “extrañamiento” merced al cual el objeto adquirió un nuevo significado, el de la impertinencia subversiva de las vanguardias.

Aislados, descontextualizados, desgajados del sistema relacional que los dota de sentido–esto es, desgajados de la urdimbre lingüístico-social que los ha constituido– los “signos” en tanto materialidad perceptible quedan reducidos a meros objetos físicos sin valor de Signo, esto es, sin valor comunicacional: para el viajero sediento perdido en el desierto a miles de kilómetros del poblado más próximo, el dinero –el máspreciado Signo del Capitalismo– que porta en su pesada mochila ha perdido todo su valor puesto que no puede adquirir con él ninguna mercancía. Esta situación fue magistralmente llevada al cine en *El tesoro de la Sierra Madre* (John Huston, 1947) basada en la novela homónima de B. Traven: el oro en polvo que el protagonista, en la magnífica interpretación de Humprey Bogart, ha conseguido arrebatar mediante la violencia y la traición a sus compañeros, será arrastrado impiadosamente por el viento del desierto que lo vuelve, literalmente, *in-significante*, mientras su “propietario” agoniza en medio de la Nada.

VI. Equivalencias e inequivalencias

La utilización de signos, verbales y no-verbales no garantiza por sí misma la “transparencia” del acto comunicacional: por mas cuidado que se ponga en la selección y combinación de los términos siempre quedará un resto opaco –la barrera de la significación– fuente de equívocos y mal-entendidos.

Los “signos” verbales y no-verbales producidos deliberadamente por el destinador son prácticamente iguales a los que percibe el destinador –salvo problemas de orden fisiológico o técnico ajenos al signo como tal. Pero, como contrapartida, los significados que el destinador ha intentado representar con tales signos (nivel de la denotación) *no son necesariamente idénticos* a los significados que el destinatario atribuye a los mismos signos dada la inevitable cualidad polisémica de éstos. A ello y con valor de obstáculo deberá sumársele la particular e intransferible *interpretación* que el destinatario realizará, desde su posición, de los “signos” percibidos y de sus posibles significados. (nivel de la connotación.)

Pero además, por si esto fuera poco, no existe ninguna garantía de que los “signos”, aquellos estímulos ya analizados, seleccionados por el destinador representen con total perfección los significados (conceptos, informaciones, emociones) que éste pretende comunicar, puesto que la *transferencia* de los significados –instancias de orden psíquico– a la materialidad física de los “signos” no puede sino ser imperfecta e incompleta.

En consecuencia, aunque escuchemos las mismas palabras que otro ha pronunciado, aunque miremos las mismas imágenes u objetos que otro ha diseñado para que las miremos, no necesariamente reconstruiremos las *mismas imágenes mentales* que nuestro destinador había concebido y se proponía comunicarnos.

Desde esta perspectiva la comunicación siempre será un intento, algunas veces logrado, –en general cuando se trata de la simple transferencia de información puntual– pero que las más de las veces es arduo y problemático: para los seres humanos comunicar-se no es algo “natu-

ral”, los animales en cambio, al carecer de lenguaje se “entienden” de manera directa mediante la producción de “señales” de carácter meramente fisiológico, orgánico, -sonoras, visuales, odoríferas, actitudinales- rígidamente estereotipadas y dentro de la lógica del sistema Estímulo-Respuesta.

Si, como sostiene Heidegger, *el Lenguaje es la casa del hombre*, reconozcamos que no es una casa demasiado confortable.

VII. Dialéctica del signo

A continuación proponemos algunas de las condiciones necesarias que entendemos deberán producirse para que un Signo devenga como tal.

1. Todo signo es lingüístico. Cualquiera sea su materialidad, aquello que lo hace perceptible, *todo signo es lingüístico* puesto que su función es ser medio de comunicación entre sujetos. La calidad de “lingüístico” no es privativa de los signos verbales, pero si un “signo”, cualquiera sea su materialidad, no puede ser transferido a un significado lingüístico no existe en tanto signo. Aquello de que “una imagen vale más que mil palabras” no es más que una falacia.

2. El signo no es lo que de él se percibe sino lo que representa. El signo no es el “objeto” percibido, dicho “objeto” (palabra, objeto o imagen visual o de cualquier otra índole) no es más que el vector perceptible del Signo como relación y está representando algo diferente a lo que *materialmente* es: la paloma de la paz no es la Paz, así como la palabra /amargo/ no es “amarga”, por más que se pronuncie con el mismo órgano que es sensible al sabor de las cosas.

3. Todo signo posee determinada materialidad. La materialidad, física o química, del signo es lo que permite su producción y su percepción, no existen signos inmatriciales. Los signos verbales son invisibles así como los signos visuales son inaudibles, pero su materialidad permite que sean percibidos por los sentidos a los cuales están dirigidos, el oído y la vista.

4. Todo signo implica su conocimiento previo. La utilización adecuada de los signos exige un proceso de aprendizaje, formal e informal, cuyas dificultades estarán en relación con la mayor o menor complejidad del sistema del cual el Signo forma parte; este aprendizaje dotará al usuario de una determinada competencia lingüística.

5. Todo signo implica una cierta intencionalidad. Los signos son producidos de manera deliberada por un sujeto quien durante ese proceso mantendrá un cierto control sobre su discurso, sea éste verbal o no-verbal. Manifestaciones de orden fisiológico, involuntarias, tales como palidez o sonrojo del rostro, -y en general, el conjunto de los índices- no pueden ser consideradas como signos, en sentido estricto, puesto que no fueron producidos intencionalmente.

6. Los signos se utilizan con propósitos comunicacionales. La “vida” de los signos se despliega en el acto comunicacional, en el acto de producción de sentido de la cadena significante de la cual forman parte; esto implica la presencia -no siempre física, actual- de otro sujeto como destinatario de los signos producidos -condición que denominamos alteridad.

7. Todo signo es pasible de interpretación. Los signos

pueden ser interpretados por su Destinatario de una manera diferente a la que su destinador pretendía que fueran interpretados; este inevitable desfase es insita al signo y está relacionado con la competencia lingüística de los interlocutores, el vínculo que los une y la propia cualidad polisémica de los signos.

8. No existen signos “aislados”. Todos los signos, de la índole que fuere, participan de un determinado sistema dentro del cual adquieren “sentido”. Existen sistemas de signos de alta complejidad, como los del Lenguaje Verbal -en su sentido estricto de oralidad y también en su versión escrita- y otros de baja complejidad como los del lenguaje gestual urbano; aún en el caso mas extremo, el de los sistemas binarios: a un signo de valor positivo (+ ó 1) corresponderá otro de valor negativo (- ó 0). En términos generales el valor de un signo es una función del conjunto de los signos del sistema.

9. Todos los signos son de carácter artificial. Todos los Signos, de cualquier tipo, son productos artificiales creados por los hombres en sociedad y su “vida” se desenvuelve en el seno de la vida social a cuyos avatares está inexorablemente unida. Como ya explicamos, no consideramos a los “signos naturales” -índices en la terminología de Ch. Peirce- como Signos propiamente dichos.

10. Cualquier objeto puede devenir signo. Dentro de un determinado contexto histórico un objeto cualquiera puede ser investido por la sociedad con valor de signo, en general dentro de procesos metonímicos o metafóricos: los pañuelos de las Madres de Plaza de Mayo; las zapatillas atadas como símbolo de la tragedia de República Cromagnon. Estas últimas, pero “colgadas” de un cable aéreo pueden también representar -para determinados usuarios- *zona libre de venta de droga*.

11. Dialéctica presencia/ausencia. La presencia actual de un Signo implica la ausencia radical del “objeto” referenciado al momento de su producción. En el “interior” de la cadena significante no hay “objeto” alguno, el discurso revela la ausencia radical del “objeto” evocado que siempre estará en “otro” lugar -o en ninguno. En el retrato de una persona no está la persona retratada, así como el sujeto no está en su imagen reflejada en el espejo -aunque éste así lo crea y actúe en consecuencia.

12. Eje analogía/arbitrariedad. La totalidad de los Signos existentes se despliega, en cuanto a su materialidad, es decir, en tanto “signo”, en un eje que va de lo icónico, esto es, de la mimesis visual con la apariencia exterior del objeto, a lo simbólico, a la instauración de un signo por convención social, proceso que puede ser formal -como en el caso de los símbolos patrios- o informal -como en el caso de los cambios de significado de los términos la Lengua en la diacronía.

13. Presunción de significado. Se da por sentado que a todo signo corresponde algún significado, aunque circunstancialmente éste nos sea desconocido; esta presunción, generalizada en la sociedad, da como resultado que se atribuyan “significados” a todo tipo de conductas o de objetos materiales aunque éstos hayan sido producidos sin intención comunicacional alguna: un paquete vacío de cigarrillos tirado en la vereda *no significa nada*, salvo la obviedad indiciaria de que por allí pasó un fumador desconsiderado. La expansión desmedida de este supuesto puede llevar a la exageración teórica de afirmar

que “todo significa” o, peor aún, que “todo comunica”.

14. Lo que no se percibe, en tanto signo, no existe. Si un concepto u objeto no alcanza a ser representado materialmente por un “signo” cualquiera se podrá legítimamente sostener que tal concepto u objeto no existen. Esto es así por cuanto los sistemas de signos tienen la capacidad de producir nuevos signos cuando las sociedades producen conceptos u objetos también nuevos; además de que existen términos –verbales y visuales- que refieren “objetos” ontológicamente in-existentes pero de fuerte presencia en los imaginarios: tales como “la” muerte o la nada.

15. Los signos mutan en el tiempo. Conforme las sociedades humanas cambian los signos también lo hacen, tanto en su materialidad como en cuanto a su significado. Un caso paradigmático: la fotografía del Ché tomada por Alberto Díaz Gutiérrez (Korda) que de “ícono” revolucionario en los años 70 ha terminado convertido en la actualidad en “producto” publicitario, con el deslizamiento semántico correspondiente: “Patria o muerte, venderemos.”

16. El signo como operación retórica. Como norma general los Signos pueden ser descriptos como expresión lingüística, verbal y no-verbal, de la tercera operación retórica, esto es, de la Sustitución. En tanto el “signo” siempre está en lugar de algo diferente de sí mismo su dialéctica puede ser entendida como equivalente a la de las figuras retóricas sustitutivas, metáforas y metonimias. En el caso particular del Lenguaje Verbal los significados o conceptos –inmateriales por definición- han sido sustituidos por significantes dotados de materialidad de manera arbitraria, a lo largo de procesos históricos de consenso y coerción social.

17. ¿Existen signos de validez universal? Dada la enorme diversidad cultural de las sociedades actuales, es altamente improbable la existencia de signos que tengan el mismo significado para las diferentes culturas, más allá de las lógicas diferencias idiomáticas –dominio donde la respuesta al interrogante es obviamente negativa-: un mismo concepto (auxilio médico, vital en situaciones de urgencia) puede estar representado visualmente en el Oriente próximo –y a escasos kilómetros entre sí- por una Cruz Roja, un “Meguen David “ o una Media Luna Roja, y una misma imagen visual (una paloma, por caso) puede significar a una instancia divina (el Espíritu Santo en la iconografía católica), al Movimiento de Partidarios de la Paz, a una asociación colombófila o, simplemente, una paloma, en diferentes contextos culturales.

No está demás advertir que la presunción de “universalidad” es una de las características del pensamiento eurocéntrico que desde la Ilustración se autoreferencia como actor principal, cuando no único, de la Historia Universal y como depositario y dispensador de una no menos *universal* Razón.

Más que intentar una –imposible- síntesis “ecuménica” que resumiera las diferentes teorías existentes en los ámbitos académicos, en este trabajo hemos intentado su superación dialéctica: una teoría integral que considere todos los tipos de signos que se utilizan en la práctica comunicacional y que incluya todos los factores -subjetivos, sociales, lógicos y perceptivos- que la experiencia empírica de la comunicación nos revela cotidianamente.

Nota

¹ Para una descripción detallada de las Imágenes mentales: Valdés de León, G. A. (2005) “Cinco posibles maneras de mirar la imagen”, en *Formación de Profesionales Reflexivos en Diseño y Comunicación*, Universidad de Palermo. Facultad de Diseño y Comunicación.

Referencias bibliográficas

- Anzieu, D. y Martin, J.-Y. (1971). “La dynamique des groupes restraints”, en Marc, Edmond y Picard, Dominique (1989) *L'Interaction sociale*. Presses Universitaires de France. Paris. En castellano (1992): *La interacción social. Cultura, instituciones y Comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Bürdek, Bernhard E. (1991). *Design. Geschichte, Theorie und Praxis der Produktgestaltung*. En castellano (1999): *Diseño. Historia, teoría y práctica del Diseño Industrial*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Ducrot, Oswald y Todorov, Tzvetan (1972). *Dictionnaire encyclopédique des sciences du langage*. Editions du Seuil. En castellano (1998). *Diccionario enciclopédico de las ciencias del lenguaje*. México D.F.: Siglo XXI.
- Freud, Sigmund (1900-1901). *Die Traumdeutung*. Fritz Deuticke. Leipzig y Viena. En castellano (1989) *La interpretación de los sueños*. Obras Completas, tomos 4 y 5. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Lacan, Jacques (s/d publicaciones originales). En castellano (2003): “El seminario de la carta robada, Función y campo de la palabra y del lenguaje en psicoanálisis, La instancia de la letra, el inconsciente o la razón desde Freud”, en *Escritos I*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Peirce, Charles S. (1931-1935). *Collected Papers*. Harvard University Press. En castellano: (1986): *La ciencia de la semiótica*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Saussure, Ferdinand de (1916): *Cours de linguistique générale* (publicado por Charles Bally y Albert Séchéhaye con la colaboración de Albert Riedlinger, s/d editor) En castellano: (1994) *Curso de lingüística general*. Losada. Buenos Aires.
- Valdés de León, G. A. (1994, 1995, 1996 y 1997): *Otro diseño es posible. I, II, III y IV*. Publicación de la Cátedra Valdés. Diseño Gráfico 1, 2 y 3. Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo. Universidad de Buenos Aires.

Ser el artífice de nuestro propio destino

Blanca Vallone

La verdadera vocación en Relaciones Públicas es algo difícil de identificar. Esta es una profesión que abarca e incorpora muchos ámbitos y disciplinas. Además, quien elige esta carrera deberá enfrentar muchos prejuicios y conceptos errados que contribuyen a pintar un panorama difuso y a veces demasiado amplio.

En las aulas, los alumnos manifiestan ciertos criterios que aparentemente les permiten creer que son los verdaderos indicadores de su vocación: porque les gusta relacionarse con la gente, porque quieren organizar eventos o porque les gustan las humanidades y odian matemática y, en casos más decepcionantes, porque no saben qué seguir, porque no saben lo que están estudiando. He aquí