

INVESTIGACIÓN

ESPECIFICIDAD DE LOS MENSAJES LINGÜÍSTICO E ICÓNICO: BIBLIOGRAFÍA CRÍTICA

María Eugenia Gómez de Mas
C.E.L.E.-UNAM

El presente trabajo reúne, bajo la rúbrica general de análisis de la imagen, los puntos de vista de diversos autores. En particular nos interesó estudiar aquellos aspectos característicos, comunes y distintivos, de los mensajes lingüístico e icónico.

El análisis semiótico de la imagen plantea una serie de problemas teóricos y metodológicos aún en discusión. El primer paso hacia el establecimiento de criterios semióticos propios al objeto de estudio consistió en recurrir a algunos principios y métodos de la lingüística teórica; en la literatura del área se encuentra este punto de vista, otros planteamientos eclécticos y unos más que pretenden la búsqueda de criterios independientes. Este estado de cosas dificulta una toma de posición, si además consideramos que en ocasiones los enfoques mencionados coinciden todos, sucesivamente, en el desarrollo del pensamiento de un solo autor.

Para la organización del material que presentamos se plantearon además otros problemas; por estar situado en el marco de dos disciplinas: la lingüística y la semiótica, la manera en que el tema es abordado varía en función de la formación del autor (lingüista o semiólogo, cuando no se trata de psicólogos o de lógicos), o del objetivo de la comunicación en cuestión: artículos de difusión, de orientación teórica o de carácter introductorio. Por ello resulta difícil hacer un juicio crítico sobre algunos autores. Por otra parte, pocos documentos abordan el tema de manera directa; así pues decidimos presentar esta bibliografía alrededor de los principios generalmente asociados a él: las nociones de signo lingüístico y de signo icónico; la articulación de los mensajes lingüístico y visual; la arbitrariedad y la motivación; la definición del iconismo a partir de la noción de semejanza. Para mayor claridad de lo que expondremos, daremos enseguida algunas definiciones.

Definiciones preliminares

Habríamos deseado dar una definición de los términos empleados en el título del trabajo; pero ya aquí las opiniones de los autores difieren, ya sea

por ejemplo, para la definición de mensaje, o incluso para los términos empleados para definirlo. (cf. André Martinet, *Eléments de linguistique Générale* (13)*, p. 15; Jean Dubois et al. *Dictionnaire de linguistique* (6), p. 314; Shannon y Weaver o Luis Prieto, citados por Jeanne Martinet, *La Sémiologie* (14), p. 18 y 101. Se trata, en este caso particular, como para la mayor parte de las nociones estudiadas, no tanto de un desacuerdo teórico de principio entre los autores, como de un problema de terminología, bien conocido en lingüística y tal vez más acentuado en semiótica.

Trataremos, sin embargo de explicar en qué sentido entendemos algunos términos. Hablamos de mensaje como de un contenido (o información) que es transmitido por medio de señales (fónicas y visuales) codificadas, de un emisor a un destinatario, con una finalidad comunicativa.

En cuanto al término icónico, lo asociamos a la noción de icono que en general es aceptada para designar al objeto que mantiene con otro una relación de " semejanza". Dado que este objeto puede no ser necesariamente de tipo visual, aclaramos que nos referimos al soporte del mensaje, más precisamente a la imagen visual, fija, figurativa, de dos dimensiones.

Por lo que toca a la idea de especificidad, deseamos consignar de inmediato al artículo de Christian Metz, "Au-delà de l'analogie, l'image" (16), mencionado por cierto muy a menudo, donde se hace una importante recapitulación crítica de algunos problemas que conciernen a la semiótica visual, y donde, entre otras cosas, se señalan los riesgos de una oposición simplificadora de lo visual y lo verbal, en dos sentidos, por una parte, el hecho de que muchos de los mensajes considerados como visuales, son en realidad "textos mixtos" debido a que el lenguaje —oral o escrito— interviene en ellos; por otra parte el hecho de que el mensaje visual es en general "códicamente heterogéneo", es decir que la imagen estaría conformada no por un código que le sería específico, sino por la superposición de varios códigos que aparecen también en los mensajes no visuales. Nos interesamos sin embargo en retener referencias que abordan aspectos específicos del mensaje visual que lo distinguen del mensaje lingüístico, sin tomar en cuenta otros sistemas visuales ni tampoco el funcionamiento de los mensajes mixtos (en el sentido de co-presencia del mensaje visual y verbal).

Una última aclaración terminológica se refiere al empleo de la palabra semiología preferida por los autores franceses al término semiótica; de los escritos consultados, sólo el de Umberto Eco, *La structure Absente* (7) propone hablar de semiótica cuando se trata de estudiar sistemas de signos de acuerdo con un método que no depende necesariamente de la lingüística, o por lo menos de adherir a los acuerdos de la Asociación Internacional de Semiótica (Paris 1969) según los cuales la palabra semiótica debería cubrir

las acepciones posibles de los dos términos. A lo largo de este trabajo emplearemos el término semiótica.

1. LAS UNIDADES DE BASE: EL SIGNO, EL SEMA

La primera interrogante que se plantea es la de saber si se puede o no hablar de signo icónico al mismo título que de signo lingüístico. En lo que concierne a la imagen fija, encontramos en general tres itinerarios: los autores que optan por la definición saussuriana de signo; los que se refieren al modelo de Peirce, y los que se apoyan en las concepciones de Prieto.

El signo lingüístico, como lo define Saussure, resulta de la asociación de un significante (imagen acústica) y un significado (concepto); se trata pues de una entidad bifácica. Es esta la definición que retoma Pierre Guiraud, *La Sémiologie* (11) e Yveline Baticle, en su artículo "L'icône et les signes" (2) aunque para esta autora el significado del signo visual está constituido por el sujeto (*sic*), y el significante por su representación. Más adelante Baticle afirma que el icono es ciertamente un signo pues el significante es una reproducción fiel del significado (p. 24). Entre otras cosas, parecería aquí que la autora confunde las nociones de significado y de referente.

Para Jacqueline Danset-Léger, en "Langage de l'image et lecture de l'image" (5) resulta erróneo hablar de signo icónico al referirse a la imagen, puesto que el "signo" icónico no es bifácico. La autora, mediante un ejemplo contradictorio en el que diversos niveles aparecen mezclados, pretende demostrar que es en el plano de los significantes donde se establece la relación y, por lo tanto el recurrir a los conceptos no sería necesario (p. 862). Por su parte, Henri Besse en "Signes iconiques, signes linguistiques" (4), cuando se refiere a la imagen empleada en los cursos audiovisuales, parte de Wallis para afirmar que la imagen es considerada como signo debido al hecho de que hace las veces de otra cosa que sí misma. Aclara, no obstante, que la imagen no es siempre un signo, puede convertirse en uno en virtud de la voluntad de quien la mira (p. 28). Besse retoma la definición de signo de Peirce explicando que ésta da cuenta de la manera en que el objeto percibido evoca el pensamiento de otro objeto: "Un signo o *representamen*, en algo que, para alguien, hace las veces de otra cosa, en cierto sentido y en cierta medida. Se dirige a alguien, es decir que crea en el espíritu de esa persona un signo equivalente o un signo más desarrollado. Este signo que crea, lo llamo el *interpretante* del primer signo" (citado en p. 28). Así pues, para Besse, esta definición puede ser aplicada tanto a los signos lingüísticos como a las imágenes interpretadas como signos. A pesar de su título, el artículo no constituye un estudio profundo de la naturaleza de los dos tipos de signos, dado que el autor se propone más bien esbozar una tipología de las imágenes de cuatro cursos audiovisuales para la enseñanza del francés como lengua extranjera. Sin embargo, no deja de tener interés para el pedagogo.

* Los números remiten a la lista bibliográfica, en anexo. Todos los escritos fueron consultados en su versión francesa y la traducción es nuestra.

Anne-Marie Thibault Laulan, en "Image et langage" (27) aborda el problema diciendo que en razón de la naturaleza propia a la imagen, ésta no resiste el análisis lingüístico; la noción misma de signo no sería aplicable (aunque en "Image et Communication" (26) sí habla de signo icónico), dado el carácter polisémico de la imagen. Dicho argumento es discutible si se considera la opinión de Jacques Bertin, "La graphique" (3), para quien tanto lo verbal como la imagen figurativa son polisémicos. Aunque comparte la opinión relativa a los riesgos que implica imponer el modelo lingüístico a fenómenos no lingüísticos, dada la no coincidencia de los dos sistemas semióticos, Todorov en "Sémiotique..." (28) cita a Benveniste y otorga a estos fenómenos el carácter de signos.

Al respecto, y en particular en lo que toca a los fenómenos visuales, Umberto Eco, en "Sémiologie des messages visuels" (9) resume el problema cuando afirma que, en general, se encuentran dos soluciones: ya sea que por el hecho de impugnar el carácter lingüístico de los hechos visuales se les niegue todo valor de signo, o bien que negándoles este valor se los interprete no obstante en términos lingüísticos.

Para Eco pues, hay signos icónicos (que denotan o connotan un significado), pero se inscriben en el marco del sema —en el sentido de Buyssens y de Prieto—: un signo particular cuyo significado corresponde a un enunciado de la lengua. Los "llamados signos icónicos son semas, unidades complejas de significado..." (p. 37). Sin embargo los signos icónicos sólo denotan cuando están insertos en el contexto de un sema y es difícil analizarlos puesto que se presentan en un continuum gráfico. Son pues semas los que "conocemos más comúnmente como 'imágenes' o, precisamente, como 'signos icónicos' (...). Constituyen de hecho un enunciado icónico complejo" (p. 39). Esta noción de sema considerado como entidad de base en semiótica, es compartida también por Georges Mounin (22), Jeanne Martinet (14), Christian Metz (17) y Louis Porcher (23). Todos operan con los principios elaborados por Prieto. Para este autor, en el acto sémico —acto de comunicación en cierto modo— en el que se establece una relación social entre el emisor y el receptor, éstos disponen de clases de mensajes y clases de señales. El sema es la unidad de comunicación, bifácica y mayor que el signo en la cual y con relación al signo el *significante* está constituido por una *clase de señales* que tienen todas el mismo significado, y el *significado* está formado por la *clase de mensajes* que admite esa señal. (cf. J. Martinet —18— p. 87). En este sentido, Porcher, en "Introduction a une sémiotique des images..." (23) refiere la advertencia de Prieto en el sentido de no asimilar, por ejemplo, señal con significado puesto que señal y mensaje son entidades concretas, mientras que significante y significado son entidades abstractas. Con relación al mensaje icónico, Porcher retoma también a Prieto para conservar las imágenes como señales, como instrumentos cuya función consiste en transmitir mensajes. Así, la noción de signo como unidad mínima se mantiene como el elemento de base de campo lingüístico.

No obstante, Eco, en un escrito posterior (1978): "Pour une reformulation du concept de signe iconique" (8), se propone resolver de otro modo el problema del iconismo. El autor afirma aquí que el universo semiótico no está compuesto de signos sino de funciones semióticas, lo que define partiendo de Hjelmslev, como la relación convencional entre un elemento de la expresión y un elemento de la forma del contenido. Lo que le interesa son los modos de producción de las funciones semióticas y no una tipología de signos. No es solamente la noción de signo icónico la que está en crisis —afirma el autor— sino la noción misma de signo "cuando es identificada a la de unidad semiótica y a la de correlación fija" (p. 164). Para él, lo que es llamado signo icónico es un texto, una entidad que encontraría su equivalente lingüístico no sólo en el enunciado sino también en el discurso, en el acto locutivo. Podemos seguir hablando de signos —dice— con la condición de considerarlos como "los resultados de la correlación entre una *textura expresiva*, bastante imprecisa, y una *porción de contenido*, vasto e inanalizable" (p. 164). En resumen, para Eco, no se trata ya de signos o de semas icónicos sino de "macro-unidades textuales" significantes, cuyas unidades no es posible aislar.

En otra perspectiva, Michel Rio, en "Signe et figure" (25) (introducción al no. 29 de la revista *Communications* donde Eco publica el escrito citado antes) retoma el problema del signo icónico y desecha la posibilidad de un análisis de la imagen occidental fundado en la noción de signo a partir de lo que llama los tres constituyentes del significante de la imagen: el trazo, el punto y el color. Para él, estos elementos no deben ser asimilados a signos; es necesario aislar —señala— unidades mayores, las "figuras" (que por cierto no corresponden a las figuras de Prieto) que tendrían un doble nivel de articulación, así como la posibilidad de recurrencia y de combinatoria (p. 6); figuras tales como, por ejemplo, "perro", "caballo", "Cristo", "triángulo". Hay que considerar, sin embargo, que estas figuras no serían signos (salvo por ejemplo en la iconografía azteca) puesto que toda idea de signo se deja definitivamente de lado —anotario—, desde el momento en que al significante pictórico (figura) está unido un significante lingüístico (sonido), pero de manera no absoluta y no unívoca, los cuales desarrollan un significado de denotación que nombra a la figura. Enseguida, después de rechazar el verbo-centrismo, denunciado también por Eco, Michel Rio aborda algunos aspectos relacionados con el significante lingüístico puesto que el autor se interesa por las relaciones entre la palabra y la imagen en el análisis de la imagen pictórica (Cf. Rio, "Le dit et le vu", *Communications* No. 29, 1978, p. 57-69).

A nuestro entender, el enfoque de Rio, aunque resulta interesante ya que se propone distinguir el problema de la descripción de un sistema no lingüístico a través del lenguaje (cf. Todorov (28) p. 121) del problema de la función de lo verbal en la imagen, así como las interacciones entre texto e imagen, dicho enfoque requeriría un desarrollo teórico más amplio. El enfo-

que de Eco (1978), a pesar de que es un tanto difícil de abordar, nos parece más avanzado y más riguroso en el plano teórico. No obstante, su concepción de las imágenes como entidades textuales no parece demasiado alejada de la noción de sema de Prieto, quien, dentro de una perspectiva funcionalista, parece haber sistematizado de manera extensiva estos problemas (cf. la reseña del libro de Prieto (*Messages et Signaux*, publicada por Mounin (22), p. 230-234). En todo caso, Eco, en los dos escritos mencionados anteriormente, aborda el problema de la articulación icónica tanto a nivel del sema (9) como del texto icónico (8). Nos proponemos exponer enseguida las diferentes modalidades de enfoque de este tema.

2. LA ARTICULACIÓN Y LA FORMA DE LOS MENSAJES

a) La articulación

Una de las características específicas de las lenguas naturales, de acuerdo con la lingüística funcional es la de su doble articulación; André Martinet, en *Éléments de linguistique générale* (13) afirma que el lenguaje humano se articula en dos planos. El de los monemas (unidades mínimas sucesivas dotadas de una forma vocal y de un sentido) constituye la primera articulación. A su vez, la forma vocal es analizable en una sucesión de unidades, los fonemas (los que, por no estar dotados de sentido sólo tienen función distintiva) que constituyen la segunda articulación. Esta doble articulación asegura, por su economía, la gran riqueza combinatoria del lenguaje. ¿Es posible encontrar un paralelo en el campo de la imagen? A este respecto, Eco (9) emprende la crítica de lo que llama "el dogma de la doble articulación", el cual discute con relación a la toma de posición de Lévi-Strauss quien considera en el arte, los mismos tipos de articulación que en el lenguaje verbal.

Por su parte, Porcher (23) señala que la imagen fotográfica —publicitaria— no parece presentar nada que corresponda a la segunda articulación del lenguaje puesto que ésta funciona al nivel del significante, mientras que en el campo iconológico —y aquí cita a Metz en su *Essai sur la signification au cinéma* (18)— "El significante es una imagen, el significado es lo que representa la imagen" (Porcher, p. 207). Esto implicaría que si se segmenta el significante, al mismo tiempo son segmentados significante y significado. Porcher deja de lado pues el paralelo con la doble articulación lingüística, y adopta, para el campo fotográfico, los cinco niveles de codificación "especies de articulación" que Metz propone en la obra citada (18). Más adelante Porcher consigna la afirmación de Metz, de *Cahiers du Cinéma*, No. de Noël, 1966, en el sentido de que en el campo de la fotografía en general, no existe equivalente al fonema (p. 231). No procederemos a detallar aquí los niveles de codificación de Metz, pero sí cabe decir que son comparables a la clasificación de códigos en capas sucesivas establecida por Eco (9, p. 38). Por

cierto que en ese mismo escrito, Eco analiza los puntos de vista de Metz y de Pasolini a fin de proponer, para el código cinematográfico, la hipótesis de tres articulaciones.

Para Jeanne Martinet (15) en semiótica debe conservarse de la teoría de la doble articulación, la noción de *función significante*, función característica de los monemas a los que en semiótica llama signos (aunque más adelante explica el interés de operar con la noción de sema que no es necesariamente un signo mínimo) y la de *función distintiva* que cumplen los fonemas en lingüística y que en semiótica serían las figuras. Según la autora existen sistemas semióticos que sin embargo no están doblemente articulados y en los cuales el significante no es necesariamente de naturaleza vocal. De todas formas, ninguno de los cuatro tipos de sistemas establecidos según el criterio de la articulación propuestos por esta autora parecen incluir fenómenos visuales tales como la imagen figurativa.

Por su parte, Prieto (24) propone el sema, que puede ser analizado en signos (elementos de primera articulación) o en figuras; los signos pueden también descomponerse en figuras. Siguiendo a Prieto, Eco (9) propone una tipología de códigos (en el sentido de sistema de signos no lingüísticos) comparable a la de Jeanne Martinet (15): códigos de cero, una o dos articulaciones, así como códigos de articulaciones móviles. Por lo que toca a los códigos icónicos, Eco precisa que los semas icónicos a menudo pueden ser analizables ulteriormente en signos precisos, pero difícilmente en figuras, debido a que a nivel de éstas, el código icónico determina como rasgos pertinentes entidades consideradas por un código más analítico: el código perceptivo (p. 37). El catálogo de figuras —dice— es tarea que corresponde a la psicología de la percepción. Por otra parte, esta segunda articulación aparece como un continuum de posibilidades de donde surge un gran número de mensajes individuales (p. 38). La posibilidad de reconocer signos icónicos aparece, para Eco, en el nivel del "sema—contexto—código" debido a su carácter no discreto; es por ello que el catálogo de las imágenes figurativas debe producirse a nivel de los semas. Como lo mencionamos más arriba, Eco (8) en su artículo de 1978, considera a las imágenes como "bloques macroscópicos" que van más allá del enunciado, el sema, y de los cuales no es posible discernir los elementos de articulación. En sus dos artículos Eco insiste en esa dificultad: en el continuum icónico no se pueden distinguir unidades discretas y los aspectos pertinentes varían. Contrariamente a la lengua que es un código fuerte, los códigos icónicos son débiles, imprecisos y están en constante mutación; en el universo visual —dice Eco (8 — p. 21), lo que en el lenguaje verbal llamamos variantes facultativas y rasgos suprasedimentales, "prevalecen sobre los rasgos pertinentes". Porcher (23) insiste también en que ignoramos lo que son las unidades que componen la imagen publicitaria: "nadie conoce el equivalente icónico de los fonemas e incluso de los monemas y, sobre todo, nadie puede afirmar con pruebas, que existan tales unidades icónicas" (p. 246). Otro aspecto ligado a la articulación lin-

güística es el de la linealidad del lenguaje verbal. Esta característica específica de los mensajes verbales, que no es compartida por los mensajes visuales, no parece ser un tema de discusión para los autores consultados, así que nos referiremos a ella brevemente.

b) *La forma de los mensajes*

La sucesividad de monemas y fonemas se explica por la forma lineal del lenguaje. Al respecto, A. Martinet (13) explica que esta forma lineal de los enunciados se debe al carácter vocal del lenguaje pero, por el contrario, el carácter visual de la imagen hace que, como lo señala el autor, en el caso de la comunicación pictórica "el espectador percibe el mensaje como un todo" (p. 16); la comunicación en estos sistemas no es lineal sino de dos dimensiones. Los enunciados vocales se desarrollan en el tiempo, los mensajes visuales en el espacio. A este respecto, Bertin (3) considera que los sistemas espaciales tienen una mayor capacidad comunicativa que sistemas como la lengua; y Metz, en "Image et pédagogie" (19) afirma que por el hecho de que la imagen en un principio se apoye ampliamente en la percepción visual, asegura "una primera capa de inteligibilidad que no encuentra ningún equivalente en las lenguas" (p. 163). Louis Marin, en "La description de l'image" (21) sostiene sin embargo que en la descripción verbal de la imagen, por oposición a la imagen misma, es en la lengua donde se encuentra una capacidad de síntesis mayor.

La no linealidad de los mensajes visuales es mencionada por autores como Thibault-Laulan (27); La Borderie "De l'audio-visuel et du sens" (12); Eco (9); Mounin (22); sin ir más allá de la constatación. Danset-Léger (5) parte también de Martinet para referirse a ello, pero unas líneas más adelante afirma que en los dos casos —la imagen y las palabras— "la información es recogida gracias a un proceso secuencial que no es necesariamente lineal". Una vez más, la autora no explicita si se refiere a las palabras de la lengua oral o escrita. Por su parte Todorov, en su artículo "Syntagme et paradigme" (28), discute algunos de los problemas que plantea, a nivel lingüístico, la linealidad del lenguaje verbal.

Siempre con relación al lenguaje articulado, uno de los aspectos que generalmente retiene la atención de los autores que se ocupan de los fenómenos visuales, se refiere al carácter arbitrario del signo lingüístico, por oposición a la imagen, la que a menudo es definida, por el contrario, por su carácter no arbitrario y sus relaciones con el referente. Enseguida abordaremos la discusión abierta al respecto.

3. LOS MENSAJES Y SUS RELACIONES CON EL REFERENTE

a) *Arbitrariedad vs Motivación*

Jeanne Martinet, en su *Sémiologie* (14) otorga un lugar considerable al carácter arbitrario de la lengua, a dos niveles: Siguiendo la teoría saussuria-

na explica que la segmentación del signo en la emisión hablada es arbitraria en el sentido de que cada lengua segmenta de diferente manera la experiencia por comunicar. La relación entre el signo y la realidad extra-lingüística es pues arbitraria; ha sido impuesta por convención social. De ello resulta que el lazo que une el significante al significado es también arbitrario; no está motivado por ninguna razón natural o lógica (cf. p. 75-77). Otros autores no hacen alusión a este doble nivel de arbitrariedad, inter y extra lingüística. Baticle (2), por ejemplo, considera que es innegable el carácter arbitrario del signo lingüístico, salvo para las onomatopeyas, en las que "la imagen acústica se asemeja a su contenido" (p. 22). Thibault-Laulan (27) se expresa en el mismo sentido oponiendo arbitrario a motivado y asociando la inmutabilidad a la convención. Jeanne Martinet explica no obstante, que incluso "un significante icónico como las onomatopeyas, motivadas por una relación de semejanza con la realidad percibida acústicamente" (p. 80), han sido institucionalmente "arbitrariadas", en la medida en que en un cierto momento se fijan y son así integradas en el sistema. Esta motivación externa sería diferente de la motivación lingüística, interna al sistema, como es el caso de los derivados y los compuestos. Para ambos casos, Roland Barthes, "Eléments de Sémiologie" (1 p. 111), habla de motivación parcial o de "analogía relativa" según Saussure. Guiraud (11) trata el problema pero a partir de la noción de motivación. Aclaremos rápidamente que esta diferencia entre autores se debe al hecho de que J. Martinet (15 p. 32) parte de los métodos y los conceptos de la lingüística funcional para ampliar después el campo, verificando su adecuación al estudio de sistemas no lingüísticos. Guiraud, saussuriano también, considera su trabajo más bien como una revisión de la naturaleza, la forma y la función de "signos científicos y técnicos, sociales y estéticos" (p. 7). Así, para Guiraud, los signos están *más o menos* motivados (lo mismo que para J. Martinet (14), Metz (16) y Eco (9); la motivación, según él no excluye la convención; ésta puede ser más o menos amplia, más o menos precisa (p. 32-35). Al respecto, Eco (8) en su definición de función semiótica, insiste en el hecho de que la noción de convención no es coextensiva de lazo arbitrario sino de lazo cultural (p. 151). Como vemos, los autores citados están todos de acuerdo para no considerar como insoluble la oposición entre arbitrario y motivado; otros, de los cuales Eco da una pequeña bibliografía (9, p. 26) la han sostenido: Stankiewicz, Bolinger, Jakobson, etc. Para Thibault-Laulan (26) en el caso de los "signos icónicos lo esencial es la semejanza, la reproducción, el hecho de que la significación reposa en una relación motivada y no en una relación arbitraria (...)" (p. 24.) Más adelante la autora insiste sin embargo en "la importancia del contexto (histórico, cultural, geográfico) para la significación de la imagen" (p. 26.) Efectivamente, la idea de motivación por semejanza con el objeto que la imagen representa es una noción dominante en la caracterización de los mensajes icónicos. Implica, no obstante, algunos problemas a los que nos referiremos enseguida.

b) La semejanza

La mayoría de autores que tratan este tema: Eco (9); Metz (16); Eliseo Verón, "L'analogique et le contigu" (29); J. Martinet (14); Besse (4) por no mencionar más que a quienes hacen un análisis más profundo, se refieren de una manera o de otra a la definición peirciana del signo, considerada en el marco de sus relaciones con el objeto al que representa. Más precisamente se recurre a la categoría de iconos "esos signos que tienen una cierta semejanza (*likeness*) nativa con el objeto al que se refieren (citado por Eco -19- p. 13). Recordemos que en la clasificación de los signos de Peirce establecida en cuanto al tipo de relación existente entre el signo y el referente, se encuentran, además de los *iconos*, los *indicios*, donde se establece una relación de contigüidad y donde la significación es obtenida por inferencia causal, y los *símbolos*, en donde la relación es convencional (cf. Besse 4, p. 31). Debe tenerse en cuenta también que según Eco (8, p. 165) Peirce no habló de un signo icónico como tal sino del signo que aparece como un haz de diversas categorías semióticas; al respecto, Paul Garvin, "Linguistics and Semiotics" (10), habla de un continuum que iría del icono al símbolo; mientras que Besse (4) explica también que el signo puede ser interpretado como icono, índice o símbolo. Es preciso aclarar por cierto, en cuanto al término semejanza —el cual mantuvimos a lo largo de las páginas anteriores por ser usado con mayor frecuencia que a veces es empleado como sinónimo de analogía (por Metz, 16); de similitud y de analogía (por Besse, 4); de reproducción (por Thibault-Laulan, 26); de iconicidad (por Baticle, 2).

A propósito de la definición de semejanza de Peirce, Metz (16), aunque lo reconoce como iniciador en el campo de la semiótica visual, no deja por ello de criticar la tendencia que (en 1970) pretende "iconizar" demasiado el icono, sin tener en cuenta las investigaciones (en particular las de Eco y Verón publicadas en el mismo número de *Communications* 15) que resitúan —dice— la concepción de Peirce. El mismo Metz, refiriéndose al estatuto analógico de la imagen, lo entiende como "su semejanza perceptiva global con el objeto representado" (p. 1).

Eco (9, p. 13) discute de la definición peirciana, la idea de "semejanza nativa" que interpreta como reproducción del objeto real. El problema para él es el de saber "cómo un signo, gráfico o fotográfico que no tiene ningún material común con las cosas puede aparecer *igual a las cosas*" (p. 15). Lo que cuenta para él no es la correspondencia entre imagen y objeto sino entre imagen y contenido (Eco 8, p. 156). La crítica va en el mismo sentido para las concepciones de Charles Morris, quien retoma la definición de Peirce en *Signs Language and Behaviour* (1946) afirmando a su vez que el signo icónico "tiene las propiedades de sus denotata" (citado por Eco 9, p. 13). A propósito de la obra de Morris, Mounin (22) p. 57-66, hace una presentación crítica en "La sémiotique de Charles Morris".

De la definición de Morris, Eco discute la idea de reproducción de ciertas

propiedades del objeto representado; se pregunta si esas propiedades son las que vemos o las que conocemos. Para él, el signo tiene propiedades comunes no con el objeto sino con el modelo perceptivo del objeto (p. 21). Al respecto, Metz (16), Verón (29) y Besse (4) se pronuncian en el mismo sentido. Por otro lado, Eco constata que lo que el signo icónico puede comunicar son formas *relacionales* iguales y no propiedades iguales. Dentro de esa perspectiva Metz (16) sostiene que la semiótica debe extraer "configuraciones estructurales, 'formas' según la acepción hjelmsleviana del término, (...) entidades puramente relacionales" (p. 7). Así, en lo que concierne a la definición de Morris, Eco (9 p. 16) concluye que "los signos icónicos reproducen algunas condiciones de la percepción del objeto, pero después de haberlas seleccionado de acuerdo con códigos de reconocimiento [éstos estructuran bloques de condiciones de la percepción en semas, según los cuales es posible reconocer los objetos que serán percibidos, p. 38] y después de haberlas anotado de acuerdo con convenciones gráficas..."

Por lo que toca a Metz (16), aunque no emprende la crítica de Peirce insiste, sin embargo en el hecho de que si bien la reflexión semiótica sobre la imagen debe comenzar por la noción de analogía, no por ello es necesario quedarse ahí. Esta tendencia que denuncia implicaría por una parte, que por el hecho de oponer fácilmente el carácter analógico de la imagen a lo arbitrario parece olvidarse que para Saussure, arbitrario se opone a motivado, y que la imagen aunque siendo analógica, puede contener relaciones arbitrarias (p. 2). Por otra parte, esta actitud conduciría también a oponer de manera indisoluble las palabras a las imágenes, lo cual implica negar que existen "estructuras lingüísticas subyacentes en la imagen misma, así como figuras visuales que, a su vez, contribuyen a conformar la estructura de las lenguas" (p. 3). Por ello propone Metz relativizar, sin negarla, la noción de semejanza.

Otra oposición que el autor rechaza de manera autocrítica (muy probablemente se refiere al artículo publicado en 1964 "Le cinéma: langue ou langage?", *Communications* 4, pp. 52-90) es la de analógico vs codificado (p. 3); y hace referencia a lo que Eco (9) llama códigos de la percepción y códigos de la semejanza.

Metz presenta también la idea de que la semejanza admite variaciones tanto cualitativas como cuantitativas. Dicha idea, también mencionada por Morris (cf. Eco (8), p. 14) es compartida asimismo por Guiraud (11); Abraham Moles, "Vers une théorie écologique de l'image?" (20), quien habla de grados de iconicidad; Baticle (2) y Verón (29), quien hace notar que hay un paso progresivo cuantitativo de la similitud a la no similitud (p. 58).

En cuanto a las opiniones de Jeanne Martinet (14) relativas a la definición de icono, parece mantenerse también el criterio de semejanza. La autora señala, sin embargo, que "el rasgo fundamental del icono reside en el hecho de que la relación de semejanza es directamente perceptible" (p. 64). En otra perspectiva, la autora se refiere al carácter incompleto del icono con relación al objeto, en el sentido de que la semejanza no concierne más que

a un aspecto de éste (p. 62). Otra aclaración, relativa al icono, por oposición al indicio, se refiere al hecho de que el icono es producido "por la mano del hombre" con fines semióticos; en ese sentido —explica Martinet—, las condiciones de producción conducen a una selección de características que en ocasiones no corresponden necesariamente a una elección pertinente de los rasgos; así pues, el icono presenta, no explica (p. 69). Al respecto, Verón (29, p. 66) afirma que debido a su propio carácter, la imagen "es generalmente un mensaje que 'presenta' o 'propone' otros mensajes". En cuanto al carácter perceptible del icono, J. Martinet plantea el distinguir entre el uso del término icono asociado a la noción de semejanza y el empleo que se hace para remitir a relaciones analógicas. Para la autora, la obra de imaginación —como la pintura, el cine, el teatro— opera por analogía con lo conocido; el icono, entonces, no funciona ya por semejanza (p. 63). Esta distinción no parece ser la misma para Guiraud (11); este autor concibe la analogía como una motivación a nivel de la sustancia del significante y del significado; por el hecho de tener grados, la analogía en su forma más completa "es una representación: la fotografía, el retrato, la presentación dramática" (p. 33).

Las nociones de motivación por contigüidad y de motivación por similitud son mencionadas rápidamente por Metz (16, p. 1), retomándolas de Jakobson. Eco (8) por su parte, critica el uso del término analogía cuando se hace para explicar el iconismo y viceversa (p. 152). Para él las únicas acepciones posibles son las de relación de similitud, de isomorfismo o de proporcionalidad (p. 158).

A otro nivel, Eco (9) se refiere a la noción de analogía dentro de la oposición analógica / digital, y Verón (29) profundiza —entre otras cosas— esta dicotomía planteando algunos problemas ligados a la codificación digital (por ejemplo las lenguas) y a la codificación analógica (por ejemplo la fotografía, el dibujo). Otros aspectos asociados a estas nociones son ampliamente discutidos por el autor, quien plantea la hipótesis según la cual la dicotomía: sustitución (o similitud) / contigüidad es "uno de los ejes fundamentales que sirven para distinguir los principios de codificación en la comunicación humana" (p. 54). Interesándose particularmente en los mecanismos de la acción social, sostiene que un mensaje verbal y una fotografía tienen una característica común: mantienen "una relación sustitutiva con sus referentes (p. 59). Afirma también que en cuanto a la oposición analógico / digital, toda forma visual puede ser retomada "en un sistema digital de representación espacial".

Un último aspecto que retiene la atención de varios autores: Besse (4), Metz (16), Danset-Léger (5), Thibault-Laulan (31) tiene que ver con el carácter convencional, cultural sobre el que se funda el criterio de semejanza. Estos autores siguen en general las opiniones de Eco (8), quien al respecto y en lo que toca a las diferentes nociones ligadas al iconismo sostiene la posición más crítica y rigurosa. Para el autor los elementos de motivación existen en la imagen pero en función no del objeto que los determina sino

porque han sido aceptados por convención cultural y "en tanto que tales han sido codificados" (p. 156). La organización de la expresión está pues motivada por el contenido cultural que corresponde al objeto, en el sentido de que cada cultura determina cuáles son los rasgos pertinentes que caracterizan ese contenido, el cual es expresado enseguida mediante convenciones gráficas. Incluso las propiedades del objeto, de orden perceptivo, le son atribuidas culturalmente. Es así que Eco define el código icónico como un sistema que hace corresponder con un sistema de medios gráficos, unidades perceptivas y unidades culturales codificadas, o unidades pertinentes de un sistema semántico que resulta de una codificación previa de experiencia perceptiva" (p. 161). Es necesario recordar que Eco no ve en la codificación icónica un paralelo con la codificación lingüística, ya que la lengua es un código "fuerte" susceptible "de articulaciones múltiples y de digitalización íntegra", mientras que la comunicación visual, como ya se mencionó, está basada en códigos "débiles", donde a menudo las variantes facultativas retienen los rasgos pertinentes (p. 163). Este matiz pretendería poner en guardia contra una posición dogmática que podría considerar el iconismo como un fenómeno totalmente convencional.

4. CONCLUSIONES

La recapitulación de los aspectos específicos del mensaje icónico, por oposición al mensaje lingüístico que presentamos enseguida, debe ser considerada en el marco que cada autor da a sus concepciones. Tendrá un carácter esquemático dada no solamente la complejidad de los factores en juego en la comunicación visual sino, sobre todo el que algunos puntos de vista no siempre son precisos y que ciertas nociones son todavía discutidas.

a) Con relación a las unidades semióticas de base, retenemos las concepciones de Prieto, sin por ello rechazar la aportación teórica de Eco. La entidad de base en la comunicación visual sería el sema, unidad significativa compleja, de dos caras, más vasta que el signo, constituida por clases de señales y por clases de mensajes.

b) En cuanto a la doble articulación del lenguaje humano, retenemos que el mensaje icónico no está doblemente articulado. Se presenta en un continuum gráfico y por ello no es necesariamente analizable en unidades discretas definidas, aunque eventualmente, una imagen en tanto que sema pueda ser analizada en elementos contextuales perceptibles más analíticos: los signos o las figuras.

c) Con relación a la linealidad del lenguaje, el mensaje icónico no es lineal sino de dos dimensiones, dado su soporte visual. Su carácter no discreto y su expresión espacial permiten un amplio margen de significación; es en este sentido tal vez en que podrían situarse las nociones de ambigüedad o de polisemia de la imagen.

d) Por lo que toca al carácter arbitrario de la lengua, el mensaje icónico

puede decirse motivado pero no de manera íntegra. Por una parte contiene relaciones arbitrarias, en el sentido de que se encuentra frente —y en la interacción— de diversos sistemas semióticos, por ejemplo, la lengua; por otra parte, está motivado no por el objeto que representa sino por el contenido que cada cultura otorga al objeto.

e) El mensaje icónico puede ser distinguido del mensaje lingüístico en función de sus relaciones de semejanza — más o menos grandes— con el objeto, siempre que se considere que este criterio es convencional en el sentido de que es fijado por un acuerdo cultural, ya sea a nivel de la percepción, del reconocimiento o de la expresión gráfica del objeto.

Queremos mencionar finalmente, el interés que para una investigación bibliográfica centrada en la semiótica visual presentan los números 4 y 15 de la revista *Communications*, así como la bibliografía de Danset-Léger (5) y, en particular la información relativa tanto a la bibliografía como al detalle de los equipos de investigación franceses que trabajan aspectos relacionados con la imagen, consignados en el número 41: "Analyse de l'image fixe" de la revista *Interphotothèque*, publicada por la Documentation Française, París, 1981.

LISTA BIBLIOGRÁFICA

- 1 Roland BARTHES, "Éléments de sémiologie", *Communications*, No. 4, París, Seuil, 1964, pp. 91-135.
- 2 Yveline BATICLE, "L'icónique et les signes", *Communication et Langages*, No. 33, 1er tri, 1977 París, Retz, pp. 20-36.
- 3 Jacques BERTIN, "La graphique", *Communications*, No. 15, París, Seuil, 1970, pp. 169-185.
- 4 Henri BESSE, "Signes iconiques et signes linguistiques", *Langue Française*, No. 24, Déc., 1974, París, Larousse, pp. 27-54.
- 5 Jacqueline DANSET-LÉGER, "Langage de l'image et lecture de l'image", *Bulletin de Psychologie*, T. XXXIII, No. 346, 1980, pp. 861-867.
- 6 Jean DUBOIS, et al., *Dictionnaire de Linguistique*, París, Larousse, 1973, p. 516.
- 7 Umberto ECO, *La structure absente*, (publicado en italiano en 1968), París, Mercure de France, 1972, p. 447.
- 8 Umberto ECO, "Pour une reformulation du concept de signe iconique. Les modes de production sémiotique", *Communications*, No. 29, París, Seuil, 1978, pp. 141-190.
- 9 Umberto ECO, "Sémiologie des messages visuels" (publicado en italiano en 1968), *Communications*, No. 15, París, Seuil, 1970, pp. 11-51.
- 10 Paul L. GARVIN, "Linguistics and Semiotics", *Semiotica*, No. 20 1/2, 1977, pp. 101-110.
- 11 Pierre GUIRAUD, *La sémiologie*, (Collection Que sats-je?), París, P.U.F., 1971, p. 122.
- 12 René LA BORDERIE, "De l'audiovisuel et du sens", *Études de linguistique appliquée*, No. 17: L'image en didactique des langues, Janvier-Mars, 1975, pp. 71-83.
- 13 André MARTINET, "Éléments de linguistique générale", (ed. de 1980), París, Armand Colin, 1970, p. 221.
- 14 Jeanne MARTINET, *La Sémiologie*, (Collection Clefs), No. 31, París, Seghers, 1973, p. 239.
- 15 Jeanne MARTINET, "Linguistique et sémiologie fonctionnelles", textos del seminario de lingüística en Estambul, 7-9 octubre 1980, Estambul, Pub. de l'École Sup. des langues étrangères de l'Université d'Istanbul, No. 2850/5, 1981, pp. 31-44.
- 16 Christian METZ, "Au-delà de l'analogie, l'image", *Communications*, No. 15, L'analyse des images, París, Seuil, 1970, pp. 1-10.
- 17 Christian METZ, *Essais sémiotiques*, (Collection d'Esthétique), No. 29, París, Klincksieck, 1977, p. 207.

- 18 Christian METZ, *Essai sur la signification au cinéma*, París, Klincksieck, 1968, citado por PORCHER, Louis, (23).
- 19 Christian METZ, "Images et Pédagogie", *Communications*, No. 15, L'analyse des images, París, Seuil, 1970, pp. 162-168.
- 20 Abraham MOLES, "Vers une théorie écologique de l'image?", THIBAUT-LAULAN, A.M. et al., *Image et Communication*, París, Editions Universitaires, 1972, pp. 49-74.
- 21 Louis MARIN, "La description de l'image", *Communications*, No. 15, París, Seuil, 1970, pp. 186-209.
- 22 Georges MOUNIN, *Introduction à la sémiologie*, París, Ed. de Minuit, 1970, p. 250.
- 23 Louis PORCHER, *Introduction à une sémiotique des images. Sur quelques exemples d'images publicitaires*, París, Didier, 1876, 261 p. 8 ill.
- 24 Luis PRIETO, *Messages et signaux*, París, P.U.F., 1966.
- 25 Michel RIO, "Signe et figure (en manière d'introduction)", *Communications*, No. 29, París, Seuil, 1978, pp. 5-11.
- 26 Anne-Marie THIBAUT-LAULAN, *Image et Communication*, THIBAUT-LAULAN, A-M et al., *Image et Communication*, París, Ed. Universitaires, 1972, pp. 19-48.
- 27 Anne Marie THIBAUT-LAULAN, "Image et langage", *Le langage*, bajo la dirección de POTTIER, B. (Les encyclopédies du savoir moderne) París, Retz, 1973, pp. 188-215.
- 28 Tzvetan TODOROV, "Sémiotique", "Signe" DUCROT, Oswald et TODOROV, Tzvetan, *Dictionnaire encyclopédique des sciences du langage*, París, Seuil, 1972, pp. 113-122.
- 29 Eliseo VERON, "L'analogique et le contigu (note sur les codes digitaux)", *Communications*, No. 15, París, Seuil, 1970, pp. 52-69.