

DAVID CROW

NO TE

CREAS

UNA

PALABRA

Una introducción
a la semiótica

promopress



BASE LEGAL PARA DIGITALIZACIÓN DE LIBROS CON DERECHOS DE AUTOR

El Sistema Integrado de Bibliotecas de la Universidad Central del Ecuador, digitalizará su acervo bibliográfico siempre y cuando sea para fines educativos y de investigación. No se permite la reproducción y distribución para la comercialización directa e indirecta del mismo.

La digitalización del material bibliográfico se lo realiza de acuerdo al Código Orgánico De La Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación Art. 212 numeral 9, Literal ii “(...) Una biblioteca o archivo podrá, además, realizar los siguientes actos (...) La reproducción electrónica y comunicación pública de obras de su colección para ser consultadas gratuita y simultáneamente hasta por un número razonable de usuarios, sólo en terminales de redes de la respectiva institución o para usuarios de esa institución bajo su control, en condiciones que garanticen que no se puedan hacer copias electrónicas de esas reproducciones” y literal vii “La reproducción, adaptación, traducción, transformación, arreglo, distribución y comunicación de una obra protegida por derechos de autor o una prestación protegida por derechos conexos, en uno o más formatos accesibles para el uso exclusivo de personas con discapacidad”.

Este material se considera un producto intelectual a favor de su autor; por tanto, la titularidad de sus derechos se encuentra protegida por el Código Orgánico De La Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación. La violación a dichos derechos constituye un delito que será responsabilidad del usuario.

Este libro está disponible físicamente en:

BIBLIOTECA	Sistema integrado de bibliotecas	PISO	
		ESTANTE	
		BANDEJA	
CONVENIO INTERINSTITUCIONAL		UNIVERSIDAD	

Para Wendy, Drew, Ailsa y George



No te creas una palabra
una introducción a la semiótica

Titulo original: Visible Signs
an Introduction to semiotics

Escrito y diseñado por: David Crow
Diseño cubierta: David Cabrera
Traductor: Jesús de Cos Pinto
Supervisión técnica: David Cabrera
hello@clcllc.org

ISBN-13: 978-84-935881-1-3

Copyright © AVA Publishing SA 2007
Copyright © 2008 Promopress para la edición en español

PRMDPRESS es una marca comercial de:
Promotora de prensa Internacional S.A.
C/ Ausias March, 124
08013 BARCELONA
Telf.: +34932451464
Fax: +34932654883
info@promopress.es
www.promopress.info

Primera edición en español: 2008

Todos los derechos reservados. Prohibida la reproducción, almacenamiento en sistema de archivos o transmisión en ninguna forma ni medio electrónico, mecánico, fotocopia, grabación u otros sin permiso del propietario del copyright.

Fuentes tipográficas: FF Din y Bodoni

Producción y separación de color:
AVA Book Production Pte. Ltd., Singapur





Facultad de Artes
BIBLIOTECA



NO TE CREAS

UNA PALABRA

DAVID CROW



sumario

13	13	16	24	27	29
1.componentes	Saussure	Peirce	portafolio		
2.formación del significado	31	36	47	51	
categorias	semiosis	valor sintagma paradigma	metáfora	portafolio	
3. lectura del signo	53	61	65	69	
el lector	portafolio				
4. texto e imagen	71	77			
anclaje y relevo	los tres mensajes				
5. lengua oficial	79	83			
campo de la producción cultural	88	91	94	97	99
lengua legitimada	legitimación cultural	lengua autorizada			
6. lengua no oficial	105				
motivación	107	110			
grafiti	116	119			
dialecto visual	Basquiat	Marling	123	129	
7. creatividad simbólica	131	139			
hiperinstiucionalización	portafolio	portafolio			
8. basura y cultura	145	146	149	159	165
teoría de la chatarra	suciedad y tabú	portafolio			
9. obra abierta	168	176			
forma y apertura	información y significado	portafolio			
186	191				
referencias bibliografía	índice	agradecimientos			





El propósito de este libro es explorar los mecanismos del lenguaje visual con el fin de ayudar a comprender el funcionamiento de la comunicación visual. Las diversas disciplinas que componen las artes plásticas no poseen una teoría propia; los términos y teorías que se emplean para explicar la comunicación visual son préstamos tomados de la ciencia del lenguaje (lingüística) y de la de los signos (semiología). Por ello, puede resultar difícil relacionar las ideas procedentes de esas ciencias con el amplio espectro de señales que percibimos como artes visuales. *No te creas una palabra* ofrece una amplia variedad de ejemplos de arte y diseño contemporáneos y ayuda a entender su funcionamiento por medio de las ideas y teorías que se explican en el texto; dichas teorías no son ni independientes ni definitivas sino que más bien se trata de estudios conformados por una variedad de ideas en continua revisión, aplicación y desarrollo. Puesto que no es posible cubrir todas esas ideas y teorías en una sola obra, ésta es una selección personal de las que me han parecido más útiles e interesantes; un recorrido a través de incontables textos sobre semiología con la intención de agrupar algunas de esas ideas y así mostrar las sinergias entre ellas.

Como consumidores de arte visual nos hemos convertido en lectores muy sofisticados de signos y señales, capaces de decodificar el significado de complejas composiciones con facilidad inconsciente. Para artistas y diseñadores es importante tener un conocimiento de cómo se

forma el significado y del modo en que los receptores pueden ser conducidos a él mediante la yuxtaposición de palabras e imágenes que conforma nuestro lenguaje visual. Nuestros deseos y nuestra propia identidad

*Aparte de las necesidades biológicas,
el hombre vive en un mundo no de
cosas sino de símbolos.¹*

son moldeados y manipulados por los signos que nos rodean. El lenguaje tiene además un significado político inherente. Puede ser usado como instrumento de control. La comunicación posee una jerarquía que se halla profundamente arraigada en nuestras sociedades. Todos nosotros adoptamos actitudes, adquiridas durante años, que organizan la comunicación en sistemas de diferencias. Nuestra actitud hacia un orador está a menudo condicionada por nuestra actitud hacia una manera de hablar. Esto también es cierto para la comunicación visual. Distintos medios conllevan distintos significados, con independencia del contenido de los mensajes. La manera en que hablamos puede separarse del sistema de lengua que empleamos y, en muchos casos, la parte más importante del mensaje es esa voz. Lo que se considera comunicación aceptable en un entorno puede ser completamente inaceptable en otro.

Examinaremos el lenguaje *autorizado* y *legítimo* mediante la teoría semiológica para tratar de descubrir el contexto en el que un fragmento de comunicación se caracteriza como oficial o como informal. Contemplaremos asimismo las maneras en que este estímulo visual es codificado y exploraremos la lectura de mensajes visuales que aparecen

fuera de su contexto habitual.

Observando los efectos de la comunicación informal trasladada a diversos medios *oficiales*, veremos hasta qué punto las imágenes adquieren significado tanto por el modo en que son representadas como por el contexto en el que aparecen. Ello también implica un esfuerzo por aclarar la intención de formas específicas de comunicación informal como los *graffiti*, frente a la lectura que hacen de ellas quienes no participan en su creación.

La jerarquía del lenguaje visual abarca todo el espectro de la actividad cultural y económica. La mayoría de las personas en nuestra sociedad está familiarizada con la publicidad, los cómics y la televisión, a menudo considerados como artes menores pese a su enorme popularidad, mientras que, por otra parte, las creaciones de arte *culto* que ofrecen galerías y teatros se dirigen a una relativa minoría. Estudiaremos esa distancia aparente entre el consumidor y las bellas artes y los modos en que puede emplearse el lenguaje visual para hacer que los objetos e imágenes traspasen esas fronteras.

La motivación para escribir esta obra procede de una inquietud personal que muchos diseñadores, artistas y profesores compartimos: ¿cuál es el papel del artista / diseñador? De un tiempo a esta parte han llovido las críticas sobre un sector que acaso sea culpable de haberse preocupado ante todo por cuestiones comerciales. A menudo ha resultado difícil discernir si ello ha beneficiado a alguien

1. Von Bertalanffy L.
General Systems Theory
(1968), Braziller en
Bolingier D. *Language the
Loaded Weapon* (1980)

2. Brody N. en el
Congreso Graphic
Directions, 1990, Londres,
publicado en *Eye*
Magazine No. 1 Vol. 1
(1990)

aparte de a unos pocos escogidos. Por ejemplo, el *boom* del diseño de los años ochenta dejó en muchos profesionales un sentimiento casi de vergüenza de verse incluidos en él; y, en ocasiones, la industria parecía haber perdido de vista lo que podríamos llamar sus funciones sociales o cultu-

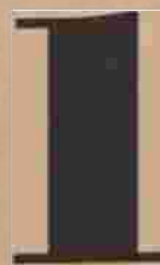
Ya no queda en la industria del diseño, potencial para el pensamiento humanista. La industria ya no representa ni trabaja con lo que podríamos llamar vida real o cotidiana. Ya no habla por, ni siquiera para, el pueblo. Ya nadie habla de la gente, sino de shares, beneficios y targets ... el público ha tenido que soportar incontables rediseños realizados simplemente como inversiones comerciales, como medios de dar forma a ventajas intangibles.²

rales. Como consecuencia, el gran público se volvió suspicaz o cínico ante el diseño, y la etiqueta de *diseñador* llegó a despertar recelos. Con mucha frecuencia se veía el diseño como algo que encarecía el producto o servicio, al cual se añadía, a través de la creación de marca, un valor

superfluo. Todo ello ha sido y continúa siendo una preocupación para muchos artistas. *Signos visibles* investiga la posibilidad de un lenguaje visual –que ya existe y se desarrolla a partir de sus propios recursos– usado por un amplio grupo de personas que pueden considerarse externas al arte y los medios. Un lenguaje visual informal que no tome el aspecto económico como razón de ser. A tal fin estudiaremos la noción de *creatividad simbólica* y su uso por los individuos como medio de expresar sus identidades. Examinaremos la posibilidad de cambiar el valor de los objetos y las imágenes en *Basura y cultura* y celebraremos la relación creativa entre el autor y su público al fijarnos en la *obra abierta* de las artes visuales.



componentes



1. componentes

¿Qué es una teoría?

La palabra *teoría* procede del griego *theoría* y significa visión, observación o reflejo. El diccionario define *teoría* como un conocimiento especulativo sobre cualquier cosa: una exposición de los principios abstractos ya sea de una ciencia o de un arte. Por oposición a la práctica, la teoría es una especulación sobre algo.



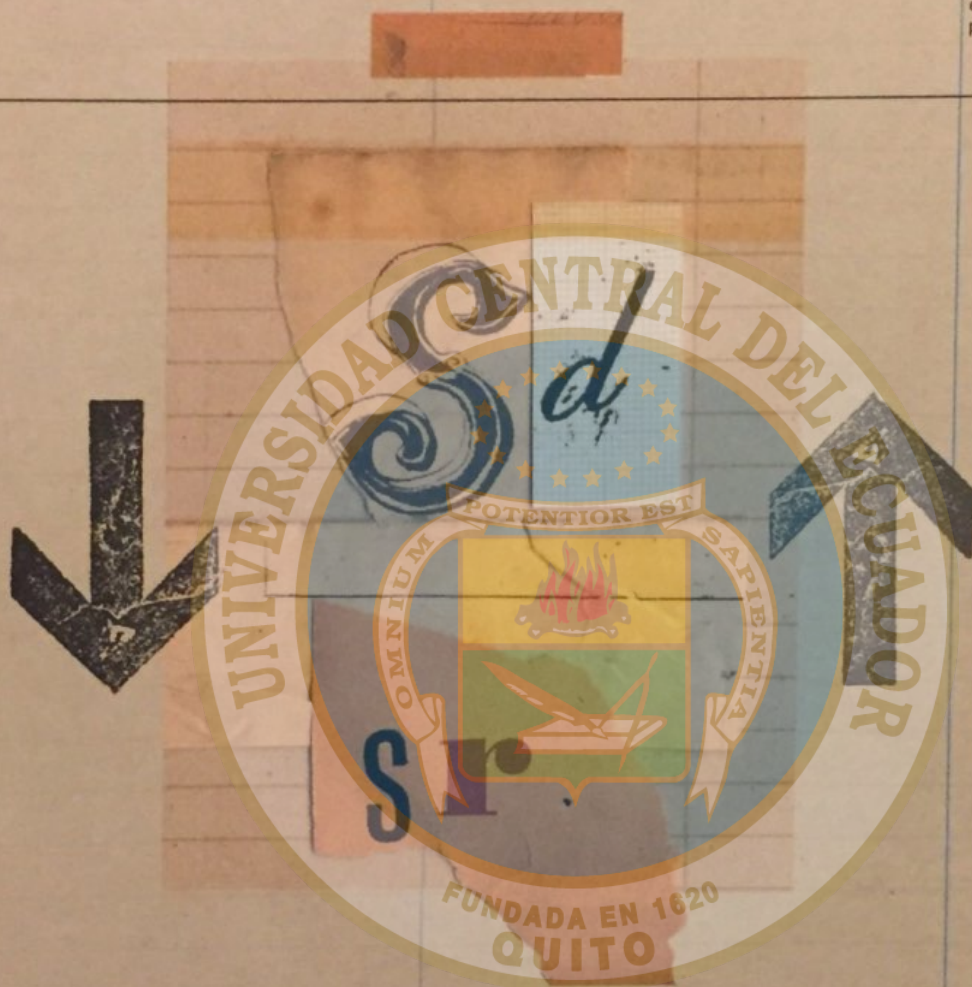


Las teorías que aplicamos al diseño gráfico y a la comunicación visual proceden del estudio de la ciencia general de los signos, conocida en Europa como semiología y en Estados Unidos como semiótica.

La nueva ciencia fue postulada a principios del siglo XIX por Ferdinand de Saussure (1875-1913), un profesor suizo de lingüística. Más o menos por esa época, un filósofo norteamericano llamado Charles Sanders Peirce (1839-1914) estaba desarrollando un estudio paralelo de los signos, al que denominó semiótica. Para nuestro propósito, utilizaremos los términos semiótica y semiología como equivalentes. Aunque ambos pensadores trabajaron con independencia, existen muchas similitudes fundamentales entre sus respectivos estudios. Ambos se ocuparon ante todo de modelos estructurales del signo que se centraban en la relación entre los componentes del mismo. Tanto para Saussure como para Peirce, es esta relación entre los componentes del signo la que nos permite convertir las señales, cualesquiera que sea la forma en que aparezcan, en un mensaje que podemos comprender. Aunque usaban terminologías diferentes, existe un

Saussure

Modelo del signo de Saussure. Los dos elementos fundamentales que componen un signo son el *significante* y el *significado*. La unión de estos dos elementos produce el signo.



claro paralelismo entre las descripciones de ambos modelos (ver diagrama en la página 24). No obstante, también hay diferencias clave entre los dos estudios. La diferencia más significativa es que el de Saussure era exclusivamente un estudio lingüístico y, por tanto, mostraba poco interés en el papel del lector en el proceso. Éste último, en cambio, era un factor esencial en el modelo de Peirce, como veremos cuando examinemos la **formación del significado**, en el capítulo 2. Hay tres áreas principales dentro de lo que entendemos como semiología: los signos propiamente dichos, la forma en que se organizan en sistemas, y el contexto en que aparecen.

31



Los principios subyacentes que se han convertido en la piedra angular de la

semiología moderna fueron escuchados por primera vez por los alumnos de Saussure en un curso de lingüística impartido en la Universidad de Ginebra entre 1906 y 1911. Saussure murió en 1913 sin publicar sus teorías y no fue hasta 1915 que sus alumnos las publicaron bajo el título de *Curso de lingüística general*. Antes de Saussure los estudios del lenguaje se ocupaban sobre todo del uso histórico de la lengua. En su búsqueda de las fuentes del significado, los lingüistas exploraban los orígenes del lenguaje; los estudiosos suponían que si el significado se encontraba en la lengua, la naturaleza del propio pensamiento podría hallarse en los orígenes de la propia lengua. En sus etapas iniciales, la lingüística fue un intento de explicar los signos imaginándolos como

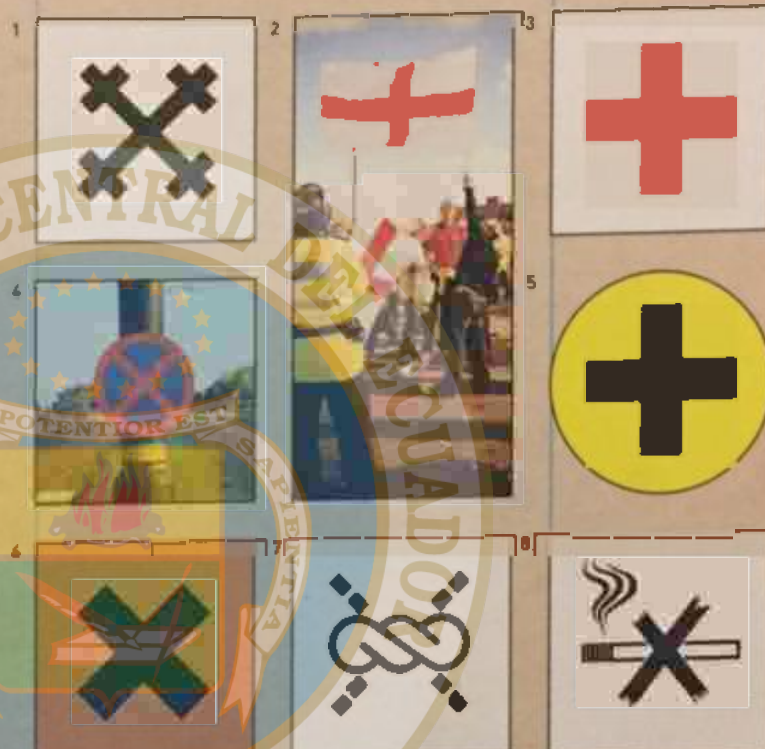
Tres áreas principales conforman lo que conocemos por semiótica; los propios signos, el modo en que éstos se organizan en sistemas y el contexto en el que aparecen.

descripciones de una serie de gestos, acciones y sensaciones.

Después, evolucionó hacia un estudio comparativo de las formas de las palabras en las distintas lenguas y de su evolución. En esa etapa, los lingüistas se ocupaban de la estructura del lenguaje en sí mismo, sin prestar atención a su relación con la mente. Antes de su periodo en Ginebra, el propio Saussure se dedicaba al estudio de las lenguas históricas y tenía un interés especial en la gramática comparativa de las lenguas indoeuropeas, en particular del sánscrito.

Saussure no estaba satisfecho de la manera en que los lingüistas abordaban la lengua, pues sentía que no habían determinado la naturaleza de lo que estaban estudiando. En consecuencia, Saussure propuso un modo completamente diferente de enfocar la cuestión, volviendo a las esencias y considerando la lengua como un sistema de signos. Si pudiéramos entender cómo funciona el sistema de la lengua seríamos capaces de descubrir cómo se forma el significado. La diferencia radical de esta aproximación consiste en que Saussure y los estructuralistas buscaban los principios subyacentes de la lengua, aquellos que todos los hablantes tienen en común. Estos principios son fijos y no evolucionan con los cambios sociales o tecnológicos. Volveremos a esta cuestión cuando tratemos sobre lengua y habla.

61 Saussure era un lingüista y, por lo tanto, su teoría se centraba en el lenguaje y su modelo se basa en las palabras como signos.



Un conjunto de cruces diferentes. El significado de cada cruz depende del contexto.

1. Cruz de St. Julian
2. Cruz de St. George
3. Cruz roja
4. Señal de prohibido aparcar

5. Polo positivo
6. Producto químico peligroso
7. No escurrir
8. No fumar

signos lingüísticos

Desde la infancia aprendemos la relación entre el significante y el significado. Por supuesto, no somos conscientes de ello, pero se trata de uno de los bloques fundamentales que construyen la estructura del lenguaje.



Según Saussure, la lengua se construye a partir de un pequeño conjunto de unidades llamadas *fonemas*. Los fonemas son los sonidos que empleamos en diversas combinaciones para construir palabras. Tales sonidos solamente pueden considerarse como lenguaje cuando tienen por finalidad comunicar una idea. Para hacerlo así deben formar parte de un sistema de signos. El significado de las unidades individuales (los fonemas) se sacrifica con el fin de poder obtener un número ilimitado de significados en un nivel superior, cuando los fonemas se agrupan para formar palabras. La palabra *perro*, por ejemplo, consta de cuatro fonemas, que podemos representar por la forma escrita de las letras: *p*, *e*, *r* y *o*.

Las palabras, a su vez, representan obje-

tos o, para ser más exactos, una imagen mental de los objetos. Lo que Saussure expone es un sistema de representaciones. En este sistema una letra, por ejemplo, la *p*, representa un sonido. Una reunión de letras (una palabra) se emplea para representar un objeto. Cada uno de estos dos ejemplos contiene los dos elementos fundamentales que componen el signo: el *significante* y el *significado*. La palabra (su sonido o escritura) es el *significante*, y el objeto que representa, el *significado*. El signo se crea por la unión de ambos elementos.

En diferentes lenguas, la reunión de fonemas que producen significado es diferente. En español, el objeto que el lector tiene ahora en sus manos es un "libro", mientras que en francés es "livre", en inglés

dualidad



En los países de habla hispana el mejor amigo del hombre recibe el nombre de "perro", mientras que en Francia es un "chien", en Inglaterra un "dog", en Italia "canè" y en Alemania "Hund". Esto demuestra que la relación entre el significante "perro" y  la cosa significada es completamente arbitraria.

1. Chaffin W. *Meaning and the Structure of Language* (1970).
(Edición en castellano: *Significado y estructura de la lengua*, Editorial Planeta, 1976)

"book" y en alemán "Buch". Lo que esto demuestra es que la relación entre el significante "libro" y la cosa significada es completamente arbitraria. Ni los sonidos ni su forma escrita tienen relación alguna con el objeto en sí. Con pocas excepciones, cualquier parecido es accidental. Del mismo modo que la letra *d* no tiene relación con el sonido al que la asociamos, la palabra empleada para referirse a un libro no tiene relación con la cosa que representa. La palabra "perro" no muerde, la palabra "pistola" no dispara y la palabra "pipa" no tiene ninguna similitud con el objeto que se usa para fumar tabaco. Este divorcio entre significado y forma recibe el nombre de *dualidad*.

La dualidad desliga el símbolo del concepto, hasta tal punto que cualquiera de los dos puede ser cambiado sin que ello afecte al otro.¹

acuerdo

Tres versiones de signos de hombre y mujer: izquierda, runas. Abajo, símbolos del departamento de transportes estadounidenses. Derecha, signos de la fuente Creation 6, basados en las runas, diseñados por el autor para el número 8 de la revista Fuse, dedicado a la Religión.



Todo lo que se necesita para que exista un lenguaje es el acuerdo entre un grupo de gente acerca de que una cosa representará a otra.



Existen dos excepciones a esta regla, pero el hecho de que las percibamos como tales excepciones no deja de confirmar la regla general de que los signos se construyen a partir de relaciones arbitrarias. Por una parte, existen naturalmente palabras onomatopéyicas que en cierto modo imitan por el sonido las cosas que representan. Por ejemplo, se podría nombrar al perro como "guau guau", o un arma como "bang bang".

La segunda excepción se da cuando la secuencia de sonidos que componen el significante de una palabra se construye a partir de dos signos independientes que describen una acción o la composición del objeto que representan. *Posavastos*, por ejemplo, define un objeto sobre el que se colocan los vasos; la palabra describe literalmente el objeto al que alude. Pero es un tipo de significante de segundo nivel, construido a partir de palabras y peculiar de un idioma concreto. El *posavastos* del idioma español es un *coaster* en inglés. Vemos, pues, que la relación entre el sonido y la cosa que éste representa es adquirida. Su empleo en la práctica social es

lo que nos hace entender su significado. Saussure señaló además que la lengua no es sólo un conjunto de nombres seleccionados al azar y vinculados a objetos o ideas. No podemos reemplazar sin más el nombre de un objeto en un idioma por su nombre en otro idioma. Así, la palabra inglesa *key* designa objetos e ideas que en español tendrían diferentes significantes, como "llave", "clave" y "tecla". Del mismo modo, hay significantes en una lengua que no tienen traducción directa en otros idiomas. Cada lenguaje tiene una serie de significantes arbitrarios que existen con independencia de cualquier otro lenguaje o dialecto. Las lenguas no sólo inventan nombres para objetos e ideas ya categorizados, sino que también definen categorías propias.

Todo lo que se necesita para que exista una lengua es el acuerdo de un grupo de personas de que una cosa representará otra. A partir de ahí, estos acuerdos pueden realizarse con bastante independencia de los acuerdos tomados en otras comunidades. Saussure postuló que esto es cierto para cualquier lengua o dialecto.





Ceci n'est pas une pipe

René Magritte
La trahison des images
1929
Los Angeles County
Museum of Art C. A.
USA/Bridgeman
© ADAGP, Paris y DACS
Londres, 2003

El texto que hay bajo la imagen ["Esto no es una pipa"] no es ni cierto ni falso. La imagen no es la realidad física de una pipa; es una representación, una pintura de una pipa, un *significante* de "pipa", pero no una pipa en sí misma.

Este grupo de personas que realizan un acuerdo se conoce como comunidad lingüística. En tanto que la comunidad permanece inalterada, los cambios en la lengua probablemente serán pequeños y todos podrán fácilmente adoptar o ser conscientes de los cambios de significado. Si la comunidad se divide, los cambios tomarán diferentes direcciones y acuerdos diferentes y los oyentes de una comunidad acabarán por tener dificultades para entender a los de la otra.

Esta idea de representación arbitraria basada en el acuerdo liberó a los artistas plásticos de la tiranía de las palabras y ha sido explorada con gran inventiva en las artes plásticas. Las pinturas del surrealista René Magritte en la obra titulada *La clave de los sueños* (1930) muestra una colección de objetos dispuestos en una parrilla. Cada objeto tiene un rótulo, como en un libro de dibujos

para niños. Sin embargo, en este caso, tres de las imágenes están rotuladas incorrectamente, mientras que la cuarta lleva el rótulo correcto. En *La trahison des images* (1929), bajo la imagen de una pipa Magritte escribe el texto "Esto no es una pipa". Ambas pinturas resaltan la naturaleza arbitraria del lenguaje e invitan al espectador a redescubrir la realidad ordinaria. El texto bajo la pintura no es ni cierto ni falso. Para los artistas, ésta fue la oportunidad de realizar asociaciones poéticas entre los significantes y los significados. Wittgenstein, filósofo contemporáneo de Magritte, escribió:

*Los aspectos más importantes de las cosas se nos ocultan a causa de su simplicidad y familiaridad.*²

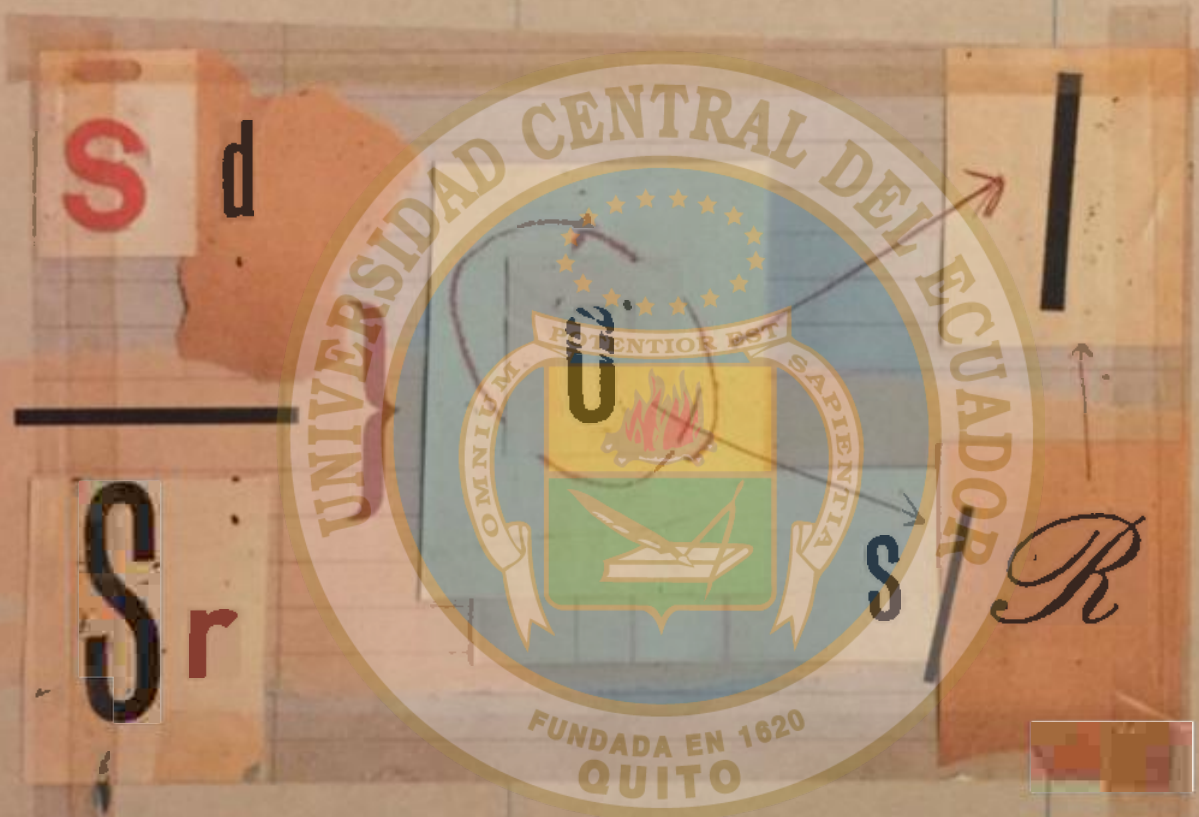
2. Wittgenstein L.
Philosophical Investigations (1963), citada en Gabbán S. Magritte (1970)
Edición en español:
Wittgenstein L.
Investigaciones filosóficas,
Editorial Crítica, 2003.

LES ANIMAUX DE LA FERME



Peirce

A la izquierda, modelo del signo de Saussure, a la derecha, la versión propuesta por Peirce. Como vemos, y a pesar de las diferencias terminológicas, ambos modelos son notablemente similares.



En el ejemplo de la página anterior, el artista pop Marcel Broodthaers emplea el mismo principio para etiquetar una serie de animales con los marcas de automóviles en *Los animales de la granja* (1974). En este caso, el espectador crea nuevos signos en su mente al buscar una asociación entre las imágenes procedentes de la naturaleza y los nombres de marcas automovilísticas internacionales.

Charles Sanders Peirce es el filósofo reconocido como fundador de la escuela de semiótica norteamericana. Mientras que Saussure se interesaba ante todo por el lenguaje, Peirce se preocupó por la manera en que extraemos sentido del mundo que nos rodea. El modelo del signo de Peirce es triangular y trabaja con el signo en sí, con el usuario del signo y con la realidad externa (el objeto [O] referido por el signo).

En este modelo, el signo, la veces llamado representamen, S/Ri es muy similar al significante de Saussure (Sr). Se trata de la evidencia física del signo. Puede ser una palabra, una fotografía, una pintura o un sonido. En el modelo de Peirce, el significado de Saussure (Sd) se convierte en el interpre-

3. Zeman J. *Peirce's Theory of Signs* (1977) citando en Sebeok T. *A Profusion of Signs* (1977)

Un signo es una cosa que representa a otra ante alguien en alguno de sus aspectos. Se dirige a alguien, esto es, crea en la mente de esa persona un signo equivalente o quizás un signo más desarrollado. Al signo que se crea lo llamo interpretante del primer signo. El signo representa algo, su objeto.



tante (i). No se trata simplemente del usuario del signo, sino de un concepto mental del signo, basado en la experiencia cultural que el usuario tiene del mismo. El interpretante no es fijo; no tiene un significante definible y único, puesto que su significado puede variar en función de la persona que interprete el signo. La respuesta emocional a la palabra libro puede variar a causa de la experiencia que sobre los libros tenga cada cual. En unos producirá una respuesta cariñosa y agradable, producto de toda una vida de lectura y evasión a través de la literatura; en otros, tal vez provoque una respuesta suspicaz y a la defensiva, basada en la imagen del libro como herramienta de las instituciones.



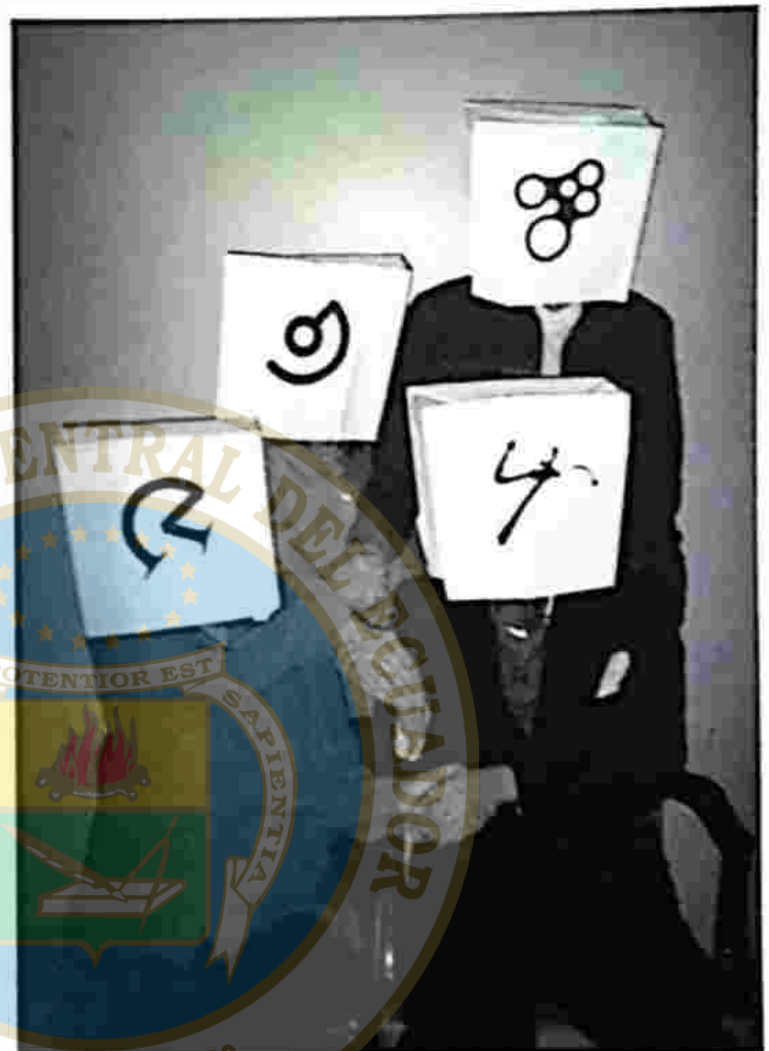
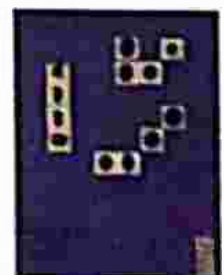
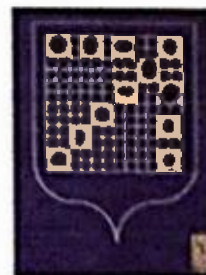
David Crow
Museum in Progress
A.C. 1970

El proyecto Museum in Progress fue una exposición presentada exclusivamente en los medios de comunicación. Este ejemplo muestra el trabajo hecho para una convocatoria del diario austriaco Der Standard. Se trataba de evaluar si una serie de diseños abstractos creados en el Reino Unido podían ser interpretados por el público austriaco. Los diseños fueron calificados con adjetivos por sus creadores, y se pidió a los lectores de Austria que relacionaran las formas abstractas con dichos adjetivos.

relajante	6	64	30	16
excitante	72	4	1	20
fresco	38	12	0	66
tranquilo	16	20	35	16

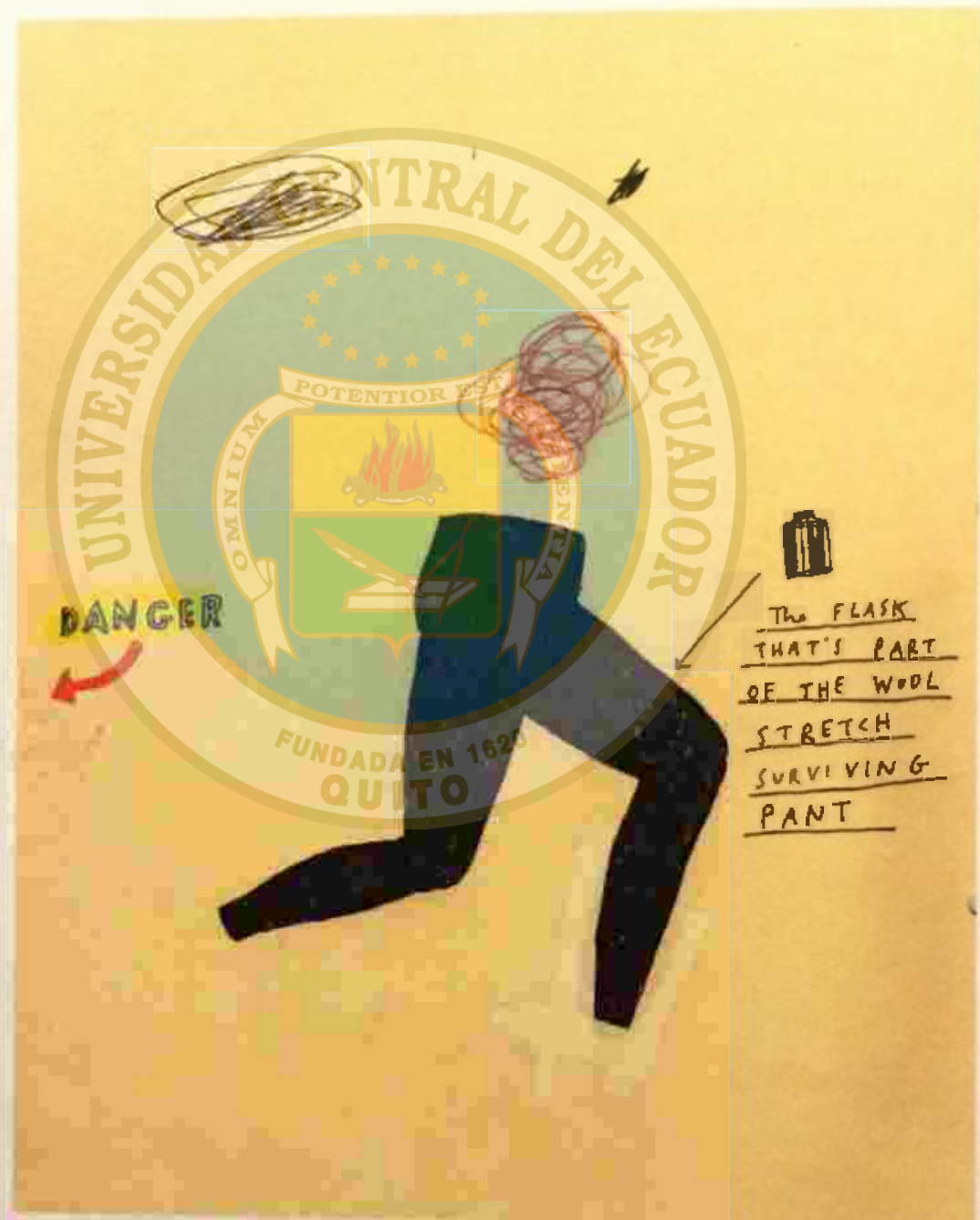


Arriba: Porcentaje de respuestas para cada adjetivo (el adjetivo correcto se resalta en rojo). Sobre estas líneas: Proceso de realización de los diseños. Los creadores hicieron los trazos y puntos de enlace con guías sobre una cuadrícula. Derecha: Una selección de diseños remitidos por los lectores de Austria.



Paul Davis
SurvivalPants
signos lingüísticos

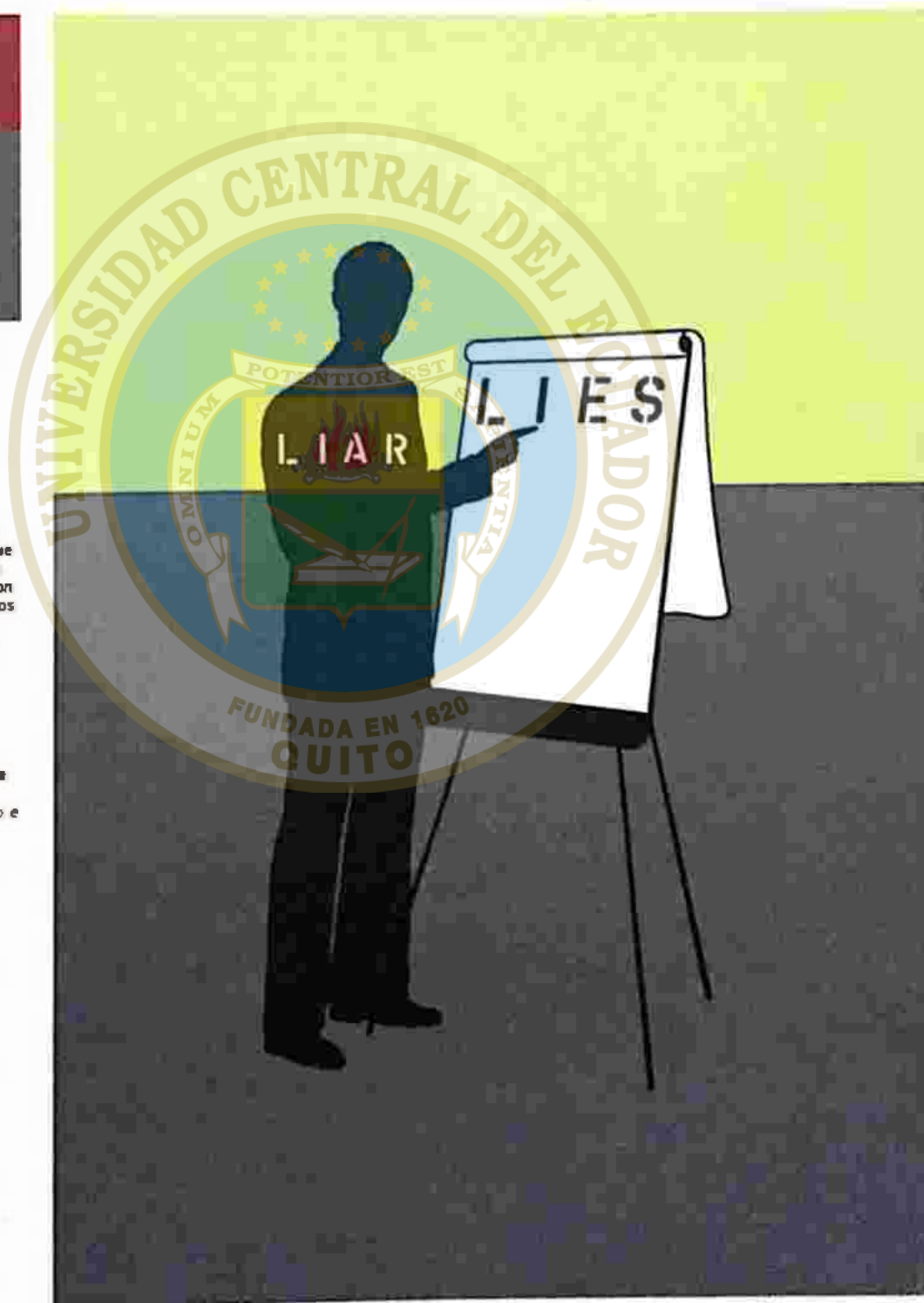
La noción de peligro se añade a los pantalones de rescate mediante tan sólo un signo lingüístico. La flecha nos indica que el peligro permanece oculto pero que está a punto de entrar en el cuadro. La palabra *danger* (peligro), también enfoca nuestra interpretación sobre las piernas corriendo. Es el signo lingüístico el que hace que la lectura cambia de simplemente "correr" a "escapar".
(ver también anclaje en Texto e imagen, capítulo 4).





Lawrence Zeegan
Office Politics
signos lingüísticos

Tanto la silueta como la pizarra de hojas en la que el personaje expone sus ideas están marcadas con sendos signos lingüísticos [liar, mentiroso; lies, mentiras]. El resultado es que la figura de apariencia inofensiva cobra un aspecto más siniestro. La estética banal, de imagen de catálogo, queda trastocada y aparece una intención oculta. *Ver también anclaje en Texto e imagen, capítulo 4.*



formación del significado



2

2. formación del significado

“En un estado de lengua todo se basa en relaciones.”

Este capítulo examina los diversos modos en que se forma el significado dentro del signo. Tanto Saussure como Peirce coinciden en que para entender cómo extraemos significado de un signo necesitamos comprender la estructura de los signos. Para facilitar esa comprensión, ambos autores categorizaron los signos en términos de relaciones dentro de las estructuras.

F. De Saussure F. Curso de lingüística general [1ª edición, 1916]

categorías

Peirce definió tres categorías de signos:

Ícono: Similar al signo. Una fotografía de alguien podría describirse como un signo icónico, puesto que se parece físicamente a aquello que representa. También existen palabras icónicas, en las que el sonido se parece a la cosa representada. Palabras onomatopéyicas como *zas* o *guau* pueden considerarse pertenecientes al lenguaje icónico.

Índice: Existe una relación directa entre el signo y el objeto. En esta categoría, el humo es un índice del fuego y la cola un índice del perro. Las señales de tráfico son signos de tipo índice, puesto que tienen una relación directa con la realidad física del lugar en el que están emplazadas, por ejemplo, un cruce o un puerto de montaña.

Símbolo: En esta clase de signos no hay conexión lógica entre el signo y su significado. Para funcionar dependen exclusivamente de que la persona que los percibe haya aprendido la relación entre el signo y su significado. La cruz roja es un símbolo que reconocemos como "asistencia". Las banderas son símbolos que representan territorios u organizaciones. Las letras del alfabeto son signos simbólicos cuyos significados hemos aprendido.

Como lingüista, Saussure no estaba interesado en los signos de tipo índice, ya que su interés primordial se centraba en las palabras. Las palabras son signos de tipo simbólico. Las palabras son signos de tipo simbólico. Las palabras onomatopéyicas, no obstante, también podrían ser consideradas signos icónicos. Saussure dividió los signos en dos categorías, muy similares a las de Peirce:

Ícónicos: Al igual que los iconos de Peirce, son semejantes a la cosa que representan.

Arbitrarios: Son los mismos que los símbolos de Peirce. La relación entre significante y significado es arbitraria. Funcionan según normas acordadas.



1 y 2. Un centro comercial de Manchester, anunciado por medio de un signo icónico en un poste. En el ejemplo, el signo depende del contexto local.

3. Un índice / símbolo. El peligro de incendio se relaciona con el bosque a través de su ubicación física (el signo está en la ladera del bosque) y por el uso de un ideograma de un árbol.

4 y 5. La cruz roja y las letras del alfabeto son símbolos. El significado de dichos símbolos depende de que quien los lee haya aprendido previamente los códigos correctos.

categorias



Hay que tener presente que, cualesquiera que sean los términos empleados, las categorías no son incompatibles y pueden funcionar en conjunto. Por ejemplo, fijémonos en la señal de tráfico que nos advierte de la proximidad de un semáforo. El dibujo que dentro del signo representa un semáforo es al mismo tiempo un icono y un símbolo. Puede ser considerado icónico puesto que su aspecto es similar a la cosa que representa. Sin embargo, también es un símbolo, es decir, forma parte de un sistema de signos acerca de cuyos significados existe un acuerdo internacional. Hemos aprendido lo que significan esos signos e incluso posiblemente hemos tenido que explicar su significado en un examen para obtener el carnet de conducir. El marco triangular rojo que rodea el signo es un símbolo que interpretamos como indicación de peligro; pero, además, cuando esta señal de tráfico se coloca en la calle junto a un cruce, se convierte también en un índice. En realidad, el lugar donde se coloca el signo forma parte de su significado. Es un signo de tipo icono / símbolo / índice.



Primariedad:
Sensación de algo
Secundariedad:
El plano de los hechos
Terciariedad:
Puede considerarse
como el plano mental

Peirce identificó además tres niveles de propiedades de los signos, niveles que podemos identificar en el modelo del triángulo. Peirce llamó a estas propiedades primariedad, secundariedad y terciariedad.

Primariedad: Es una sensación de algo. Podría describirse como un sentimiento o estado de ánimo. Decir que uno se siente triste funcionaría en este primer nivel.

Secundariedad: Es el nivel de los hechos. La relación física entre una cosa y otra. La señal de tráfico de más arriba funciona en este nivel físico de los hechos.

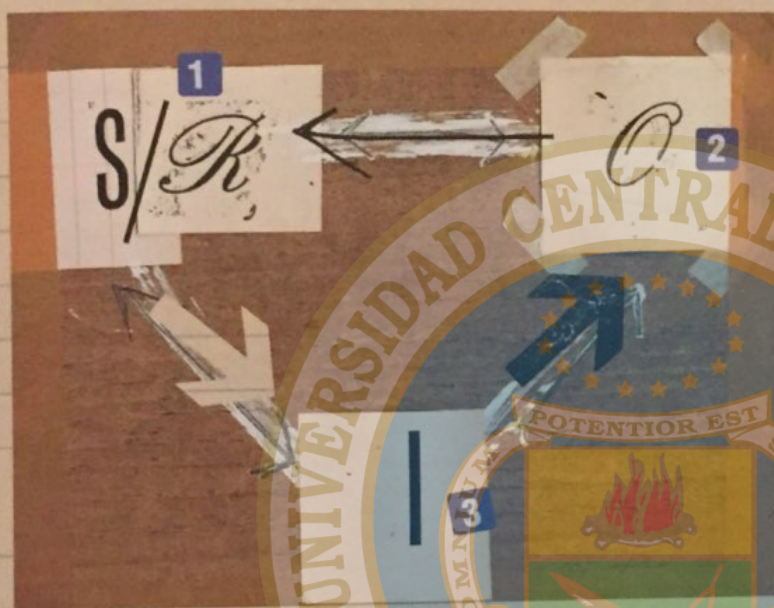
Terciariedad: Podemos pensar en este nivel como el nivel mental. Es el nivel de las reglas generales que reúnen a los otros dos en una relación. Vincula el signo al objeto mediante una convención. La asociación que tenemos en la mente entre un círculo de estrellas amarillas sobre fondo azul y la Unión Europea es una relación mental basada en una convención.

	Quality	Brute Facts	Law
1 st	Qualisign	Sinsign	Legisign
2 nd	Icon	Index	Symbol
3 rd	Rheme	Dicent	Argument

RED CARD

THE HEINOUS
NATURE OF THE
OFFENCE YOU
HAVE JUST
COMMITTED
OBLIGES ME TO
DISMISS YOU FROM
THE FIELD OF
PLAY. RETURN TO
THE DRESSING ROOM
AND WAIT FOR
ME THERE.

David Shrigley
Red card



En la tabla de arriba, las filas son las categorías (primariedad, secundariedad y terciariedad) y las columnas son los aspectos del ser. El diagrama bajo la tabla muestra el modo en que se proyectan sobre los elementos del signo de Peirce: el representamen (o signo), el objeto y el interpretante.

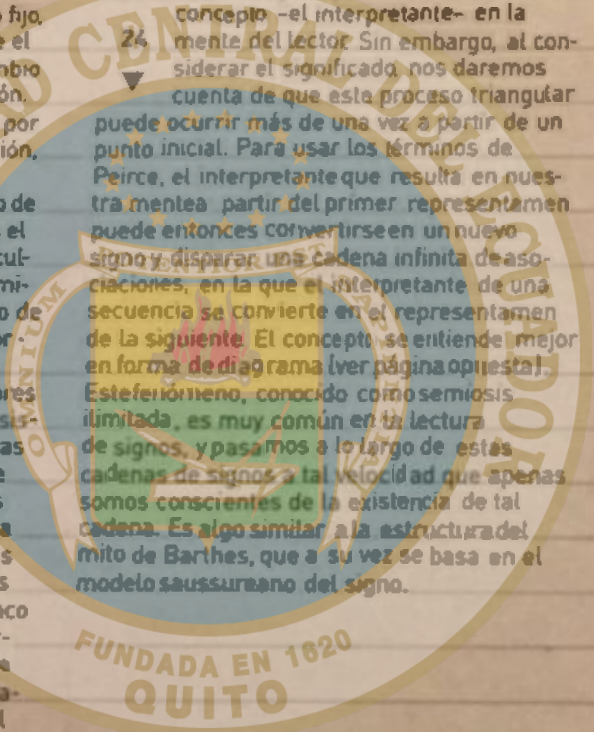
El significado que obtenemos de un signo puede funcionar en más de un nivel a la vez. Por ejemplo, una bandera blanca que significa "rendición" o la tarjeta roja empleada para expulsar a un jugador del terreno de juego es un argumento (una razón), es simbólica (su significado se aprende por convención) y es un legisigno (está unido a una ley). Un dicente/indéxico/sinsigno es exactamente lo mismo que un argumento/símbolo/legisigno.

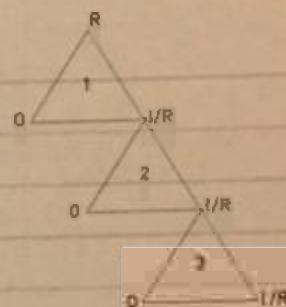
Semiosis

Peirce emplea el término semiosis para describir la transferencia de significado: el acto de significar. Su enfoque de la semiosis se caracteriza por que no la considera un proceso unidireccional con un significado fijo, sino que forma parte de un proceso entre el signo y el lector del signo. Es un intercambio entre ambos que implica cierta negociación. El significado del signo quedará afectado por el trasfondo del lector. Supasado, educación, cultura y experiencia tendrán peso en la manera en que se interprete el signo. Uno de los ejemplos más claros de este hecho es el uso simbólico del color en las diferentes culturas. En la Europa occidental estamos familiarizados con el color negro como símbolo de muerte y duelo. Muchos hombres llevan corbata negra para asistir a un funeral. Los empleados que conducen las honras fúnebres visten de negro, así como muchos de los asistentes. Los deportistas llevan bandas negras en el brazo en señal de respeto por los que se han ido. Es un signo simbólico que todos hemos aprendido y también es icónico hasta cierto punto. Sin embargo, en otras culturas del mundo la relación entre color y duelo es muy distinta. En China, por ejemplo, el blanco se usa en los funerales, una completa inversión de valores que causaría la impresión de asistir a una boda a un europeo, acostumbrado a una comprensión totalmente distinta del uso simbólico del blanco.

Semiosis ilimitada

En el capítulo anterior examinamos los términos empleados por Peirce en su modelo triangular del signo. El representamen, que representa un objeto que a su vez evoca un concepto –el interpretante– en la mente del lector. Sin embargo, al considerar el significado, nos daremos cuenta de que este proceso triangular puede ocurrir más de una vez a partir de un punto inicial. Para usar los términos de Peirce, el interpretante que resulta en nuestra mente a partir del primer representamen puede entonces convertirse en un nuevo signo y disparar una cadena infinita de asociaciones, en la que el interpretante de una secuencia se convierte en el representamen de la siguiente. El concepto se entiende mejor en forma de diagrama (ver página opuesta). Este fenómeno, conocido como semiosis ilimitada, es muy común en la lectura de signos, y pasamos a lo largo de estas cadenas de signos a tal velocidad que apenas somos conscientes de la existencia de tal cadena. Es algo similar a la estructura del mito de Barthes, que a su vez se basa en el modelo saussuriano del signo.





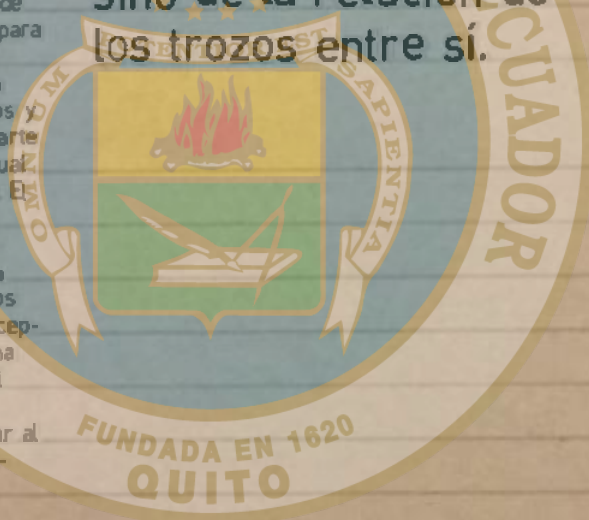
El proceso triangular descrito por Peirce puede darse más de una vez a partir de un punto de inicio. El interpretante formado en nuestra mente a partir del primer representamen se convierte en un nuevo signo y dispara una cadena infinita de asociaciones, en la que el interpretante de una secuencia se convierte en el representamen de la secuencia posterior.

Valor

Para Saussure, lo que determinaba el significado de un signo era lo que él llamaba "valor". Saussure se centró en la relación entre un signo y los demás signos dentro de un mismo sistema. Se fijó en lo que queremos decir con algo en relación con lo que no queremos decir con eso mismo. En su sistema, *libro* no significa "revista", ni "cartel", ni "película". Saussure tiene un término propio, *significación*, para designar la transiencia de significado. Para Saussure, la significación se obtiene mediante el empleo de los conceptos mentales, los significados, para categorizar la realidad de manera que podamos entenderla. Los significados son elementos artificiales creados por nosotros y por nuestra sociedad y cultura. Forman parte de nuestro sistema de comunicación, el cual es exclusivo de nuestra cultura particular. El significado no procede de la relación del signo con la realidad -que puede ser arbitraria como ya señaló el propio Saussure- sino de la relación entre el signo y los otros signos que lo rodean. Para ilustrar el concepto, Saussure describe el lenguaje como una hoja de papel con una cara ocupada por el pensamiento y la otra por el sonido. No podemos cortar la cara del papel sin cortar al mismo tiempo el dorso. El sonido y el pensamiento no pueden separarse.

El lenguaje es un sistema de términos interdependientes en el cual el valor de cada término procede únicamente de la presencia simultánea de los demás.²

Si cortamos la hoja de papel en tres trozos, el significado de cada trozo no procede de la relación entre la cara y el dorso del papel, sino de la relación de los trozos entre sí.



2. De Saussure F. Cours de linguistique générale (1974) (1ª edición, 1916)

sonido



sonido

sonido

pensamiento

pensamiento

pensamiento



valor

sintagma

El valor se compone siempre de dos elementos:

1. un elemento disímil que puede cambiarse
2. un elemento similar que puede compararse.

La idea y la sustancia fónica contenidas en un signo son de menor importancia que los otros signos que lo rodean.

La prueba de ello es que el valor de un término puede ser modificado, sin que su significado o su sonido resulten afectados, simplemente porque un término cercano sufra modificación.³

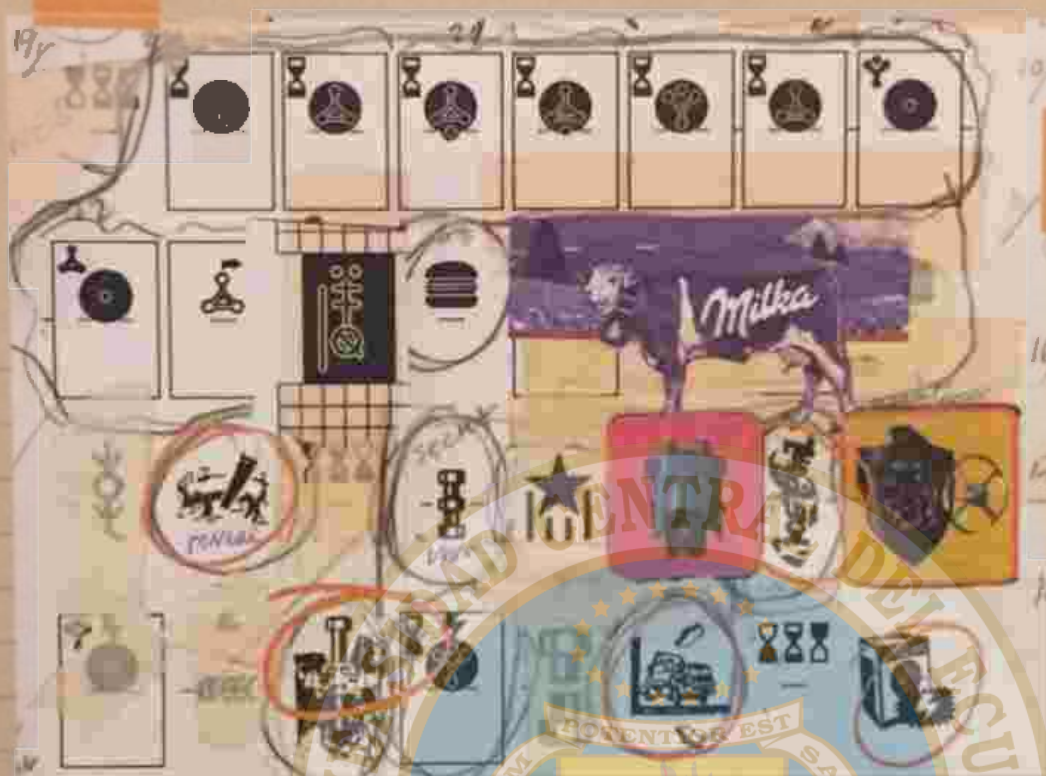
Esta es en esencia la teoría de combinación y sustitución que Saussure explica usando los términos sintagma y paradigma.

Sintagma

Se trata de una colección de signos organizados en una secuencia lineal. La palabra *libro* es un sintagma que emplea un conjunto de unidades l/i/b/r/o. Una frase también es un sintagma. Si tomamos la frase "La niña lee el libro", las palabras son los signos ordenados en una secuencia sintagmática en la cual cada signo tiene una relación sintagmática con los signos que la preceden y que la siguen. Como en la palabra *libro*, el valor de estos signos resulta afectado por los signos que los rodean.

En términos visuales, las ropas que vestimos son un sintagma formado por unidades, que son cada una de las prendas que llevamos encima. Las prendas de ropa, a su vez, son también sintagmas compuestos por unidades como mangas, cuellos, puños, etc. Como en los ejemplos previos, el valor de estas unidades (signos) pueden verse afectados por su combinación con otros signos. Todos creamos continuamente sintagmas cuyas combinaciones están reguladas por convenciones. Estas convenciones o reglas son una característica del sintagma. Cuando escribimos, llamamos a esta convención *gramática*; cuando nos vestimos por la mañana, podemos llamarla *gusto*.

3. De Saussure F. *Curso de lingüística general* (1ª edición, 1915)



David Crow
Creation 6

Bocetos procedentes del desarrollo de la fuente Creation 6 que aparecen en la página 47. Cada subconjunto dentro de la fuente es un paradigma en sí mismo. Los símbolos rodeados por un círculo forman todos ellos parte de un paradigma de imágenes halladas y que en este caso representan diversos eventos.

Las dos características básicas del paradigma son:

1. las unidades del conjunto tienen algo en común.
2. cada unidad se diferencia de manera obvia de las demás que forman el conjunto.

El significado que extraemos de una colección de signos [significación] no procede únicamente de esa combinación lineal. Cuando hacemos combinaciones de signos, sean palabras, frases o series de frases, nos encontramos ante una serie de elecciones individuales en la que podemos sustituir un signo por otro dentro del mismo conjunto. Tomemos las letras del alfabeto como ejemplo, todas forman parte de un paradigma que reconocemos como parte del mismo conjunto. 'A' es parte del paradigma del alfabeto, mientras que '5', o '+' no lo son. Cuando realizamos elecciones en este paradigma creamos palabras que son parte de otro conjunto de paradigmas: nombres, verbos, etc. Si sustituimos la 'o' por una 'a' del paradigma alfabético en el sintagma *libro* para formar *libra*, cambiamos por completo el significado. Las maneras en que usamos el lenguaje crean otro conjunto de paradigmas como son la jerga legal, la tecnológica o la barriobajera. En poesía, las palabras rimadas serían paradigmas basados en el sonido.

En tipografía, podríamos decir que la fuente FF Din Regular forma parte de un paradigma que incluye el juego completo de tipos que integran la familia FF Din, familia que, a su vez, es parte del paradigma de fuentes Sans Serif. La manera en que unimos una prenda de ropa a otra es una elección realizada a partir de un conjunto de posibilidades que componen un paradigma de vestuario. Del mismo modo, la elección de un



FF Din light
FF Din regular
FF Din medium
FF Din bold
FF Din black

color al pintar un cuadro es parte de otro paradigma. Y la forma en que editamos secuencias de video es una elección sobre un conjunto paradigmático en el que el fundido, el encadenado o el corte tienen significados propios. En música, sería la manera en que disponemos los sonidos para formar una melodía. Nuestra elección de coche o de objetos para decorar nuestros hogares se hacen sobre un conjunto de paradigmas.

Códigos

Como se puede ver a partir de estos ejemplos, algunos paradigmas tienen un número fijo de unidades entre las que escoger: el alfabeto, el número de tipos dentro de una familia tipográfica, etc.

Esta clase de paradigmas funcionan con los llamados códigos digitales, fáciles de reconocer y comprender, puesto que los componen unidades claramente definidas.

También hay paradigmas entre los mencionados más arriba que no poseen un número fijo de elementos a elegir, sino que la posibilidad de elección es ilimitada, y la división entre las unidades no es clara. Las marcas de un pincel o los sonidos musicales son paradigmas que emplean códigos sin una clara distinción entre los elementos a elegir. Este tipo de código es conocido como código analógico. En la práctica, es frecuente que se procure imponer una anotación digital a los códigos analógicos con el fin de ayudarnos a categorizarlos y entenderlos. La notación musical es un claro ejemplo de este proceder.

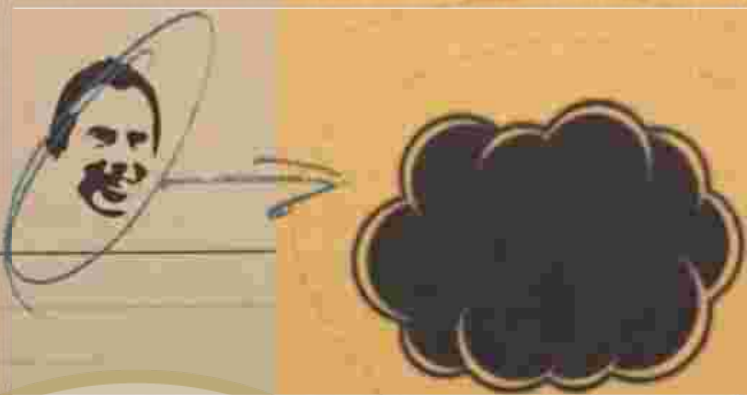
metáfora y metonimia

David Crow
Nervous Robot

Socetos del trabajo
de preparación de la
ilustración que aparece
en la página 51.



Arriba: Las características
de una mariposa en
vuelo se emplean
como metáfora de un estado
de nervios por el sencillo
método de colocar la
imagen en el estómago
del robot.



Arriba: la nube negra se
emplea como metáfora
de malas noticias. Al colo-
car la imagen de un per-
sonaje político dentro de
la nube, se asocian las
malas noticias con el per-
sonaje. El valor del signo
se crea mediante su
relación con otros signos
que lo rodean.



Metáfora y metonimia

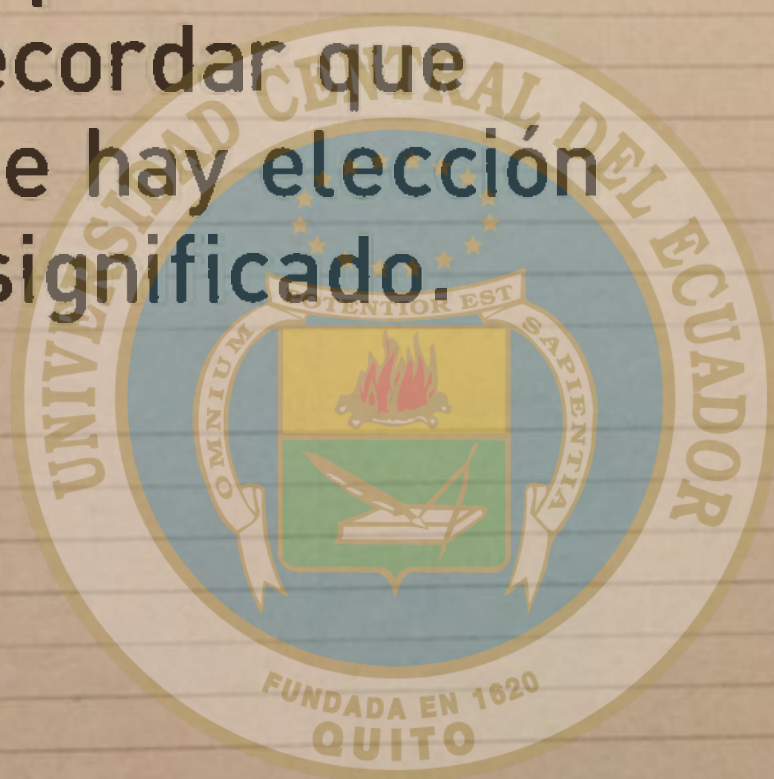
Para entender la aplicación práctica de la elección paradigmática, pueden resultarnos útiles los términos metáfora y metonimia ⁴. Cuando cambiamos por otra una palabra o imagen de una secuencia podemos transferir las características de un objeto a otro. Este empleo de la metáfora es muy común en anuncios en los que se atribuyen a un producto propiedades que no suelen asociarse con él (ver ejemplo). También podemos aplicar este tipo de sustitución metafórica a otros medios. Si le quitamos las mangas a un lujoso traje de raya diplomática hecho a medida y las volvemos a poner sujetándolas con imperdibles, esa elección paradigmática cambiará por completo nuestra lectura del traje; de un

modo natural, haremos suposiciones sobre la persona que lleve el traje así modificado. Los imperdibles forman parte de un paradigma de elementos de sujeción. El hecho de que no se empleen habitualmente para sujetar las mangas puede servir para cambiar el significado del traje. La irreverencia e inmediatez de los imperdibles se transfiere al traje y se convierte en parte de nuestra lectura de la prenda y de lo que ésta nos dice.

La metonimia funciona de manera similar, pero se usa para representar una totalidad, cuando queremos significar de algún modo una realidad y nos vemos forzados a elegir una parte de la misma como representación. Por ejemplo, para representar a todos los niños podríamos elegir a uno solo. En este caso, la imagen de un niño se usa

4. Jakobson R. y Halle M.
Fundamentos del lenguaje
(1956)

Lo importante
es recordar que
donde hay elección
hay significado.

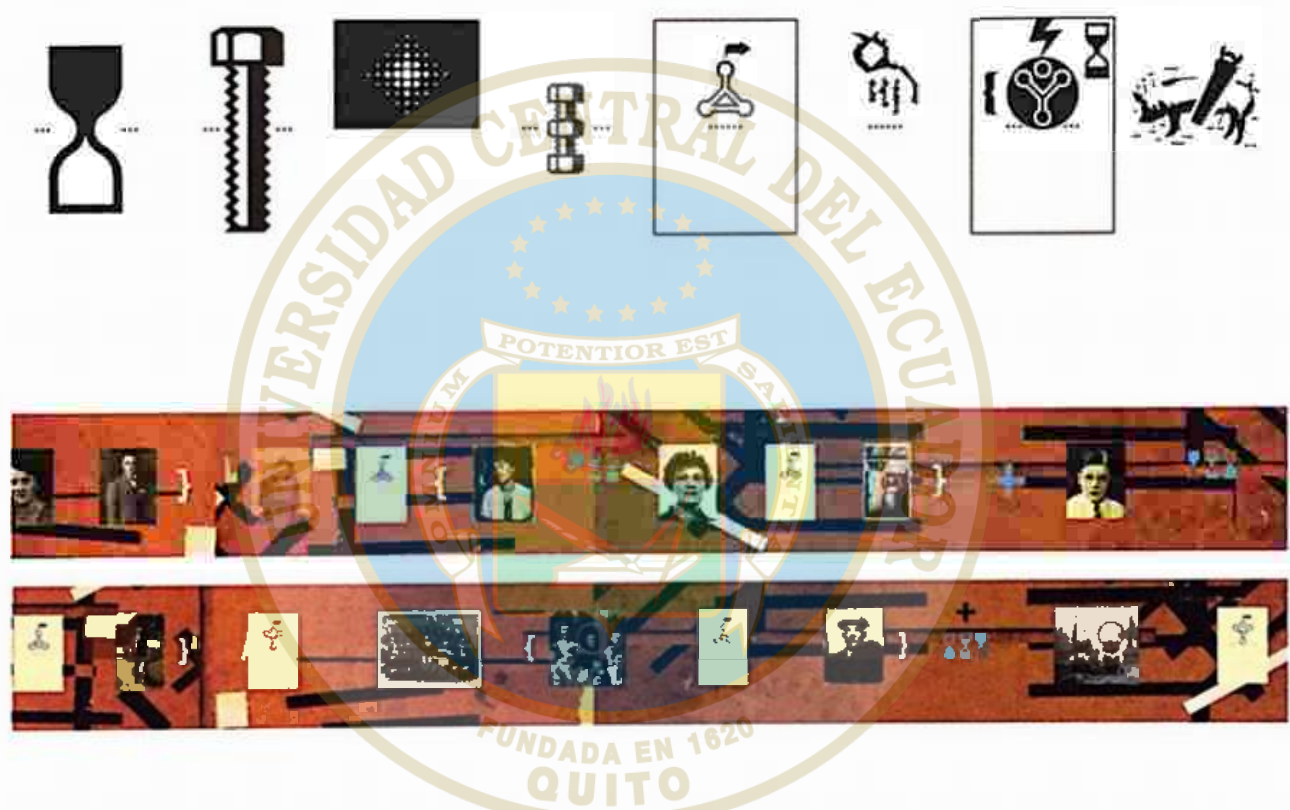


como metonimia de la totalidad de los niños.

En las elecciones paradigmáticas, el significado procede sobre todo de las cosas que no elegimos. En un paradigma no hay necesariamente un número fijo de opciones, y es probable que cada individuo genere su propio abanico de elecciones. También es posible que la colección de signos de un paradigma dado cambie con el tiempo, puesto que el significado de las palabras, imágenes y gestos cambia al compás de la evolución de la sociedad. Lo importante es recordar que donde hay elección hay significado.







David Crow
Creation &
paradigma

Fuente para el número 8 "Religión", de la revista *Fuse*. La fuente consta de un juego básico de símbolos que pueden emplearse para describir un mito de creación. Dentro de la fuente existen subconjuntos tales como eventos, relaciones humanas y deidades. Cada subconjunto es por sí mismo un paradigma. Por ejemplo, los eventos son imágenes halladas; las relaciones humanas se basan en runas, las deidades en diagramas de ingeniería, etc. Los sím-

bolos también pueden combinarse para formar signos más detallados.

Los caracteres mostrados son:
En el principio...
El Señor
El sol
El mago
Hija de...
Los pájaros
Padre de familia
con mala salud
Festival

David Crow
Lineage
valor

Los caracteres de la fuente *Creation &* se disponen en una secuencia de fotografías que describe una sección de historias familiares. El significado de cada carácter puede deducirse de las relaciones entre los símbolos y las fotografías.



Stylorouge
Perverse

Una serie de fotografías para un álbum del grupo Jesus Jones muestra el modo en que el valor de un signo resulta modificado por la presencia de otros signos en su entorno.

Fotograma:

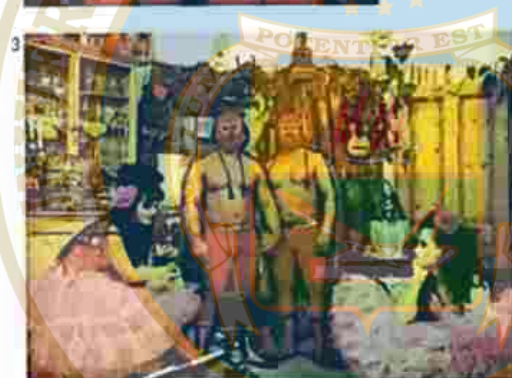
En la primera imagen se nos presenta un primer plano de una pareja de luchadores enmascarados. El encuadre conduce nuestra atención hacia las emociones contenidas en la imagen. Podríamos leer: poder, fuerza, ardor, agresión, etc. Las placas de identificación evocan las que llevan los perros del ejército.

Director de arte
Stylorouge
Fotografía
Takashi Homma

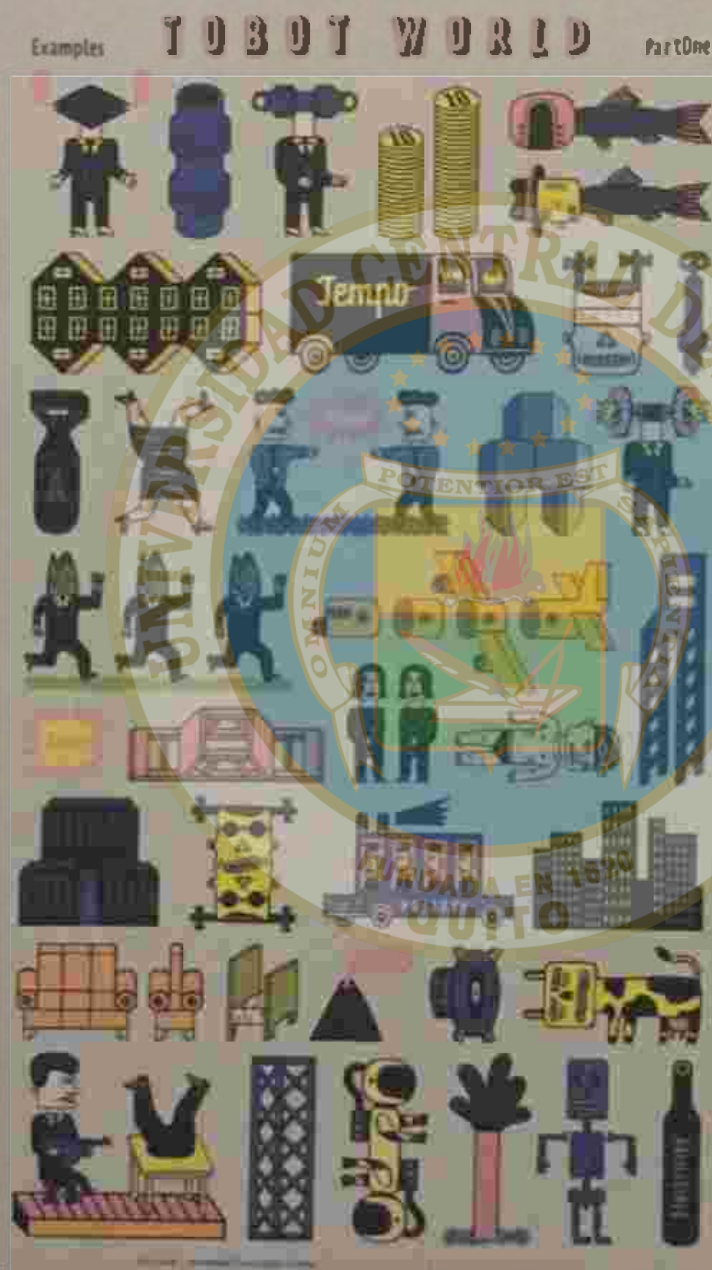


Imágenes 2, 3, 4, 5
La cámara se aleja y vemos que los luchadores están cogidos de la mano. La condición emotiva de la imagen ha cambiado. Ahora entendemos por qué uno de los dos luchadores llevaba las placas de ambos. El contexto se revela gradualmente. El entorno kitsch y misterioso se convierte en un estudio fotográfico. Los luchadores son sólo

parte de una composición que incluye dos modelos más. Por último, vemos el marco de la ventana y la pared victoriana de ladrillos y descubrimos que la escena tiene lugar en lo que podría ser un hogar en un vecindario. Lo que al principio ofrecía una sensación de peligro y glamour ha ido derivando hasta crear una impresión ligada a nociones de excentricidad y fetichismo.



FUNDADA EN 1620
QUITO



1. Henning Wagenbreth
Tobot World
paradigma

Tobot es un sistema automatizado de ilustración pensado para ser accesible desde el teclado. Tobot trabaja en formato de fuente y se crea mediante un software similar al empleado para la creación de fuentes tipográficas. En su condición de alfabeto, podemos verlo como un paradigma, y contiene las dos características básicas del paradigma:

1. Las unidades del juego tienen algo en común.
2. Cada unidad se diferencia de manera obvia de sus compañeros.
3. La imagen muestra una colección de caracteres Tobol combinados de diferentes maneras para mostrar la versatilidad de este paradigma. Cada carácter tiene varias capas que pueden usarse para colorear la ilustración, como en el ejemplo aquí presentado.

2. David Crow
Mr yous Robot
metáfora/valor

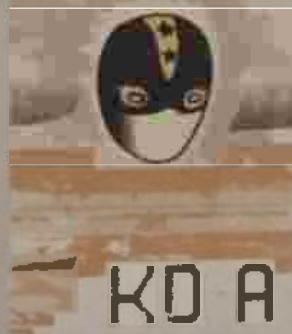
La nube negra se emplea como *metáfora* de malas noticias. Al colocar la imagen de un político dentro de la nube, las malas noticias se asocian al personaje. El *valor* del signo se ha formado a partir de su relación con los signos que lo rodean. Las características de una mariposa en vuelo se usan como *metáfora* del nerviosismo, por el sencillo método de colocar la imagen en el estómago del robot.

3. Alan Murphy
Original Heroes of Kirkdale
sintagma

Impresión de pantalla que forma parte de un conjunto agrupado bajo el título *Original Heroes of Kirkdale*. Cada impresión forma parte de un sintagma, una colección de signos organizada en una secuencia lineal. El orden de este sintagma en concreto lo determina la inclusión de una parte del topónimo "Kirkdale" en cada impresión.

4. Jonathan Mitchen
Geeks
paradigma

Paradigma creado con el software *image bin*, que genera superposiciones al azar a partir de una colección de dibujos de mapa de bits relacionados entre sí.



KIR K D A LE

lectura del signo



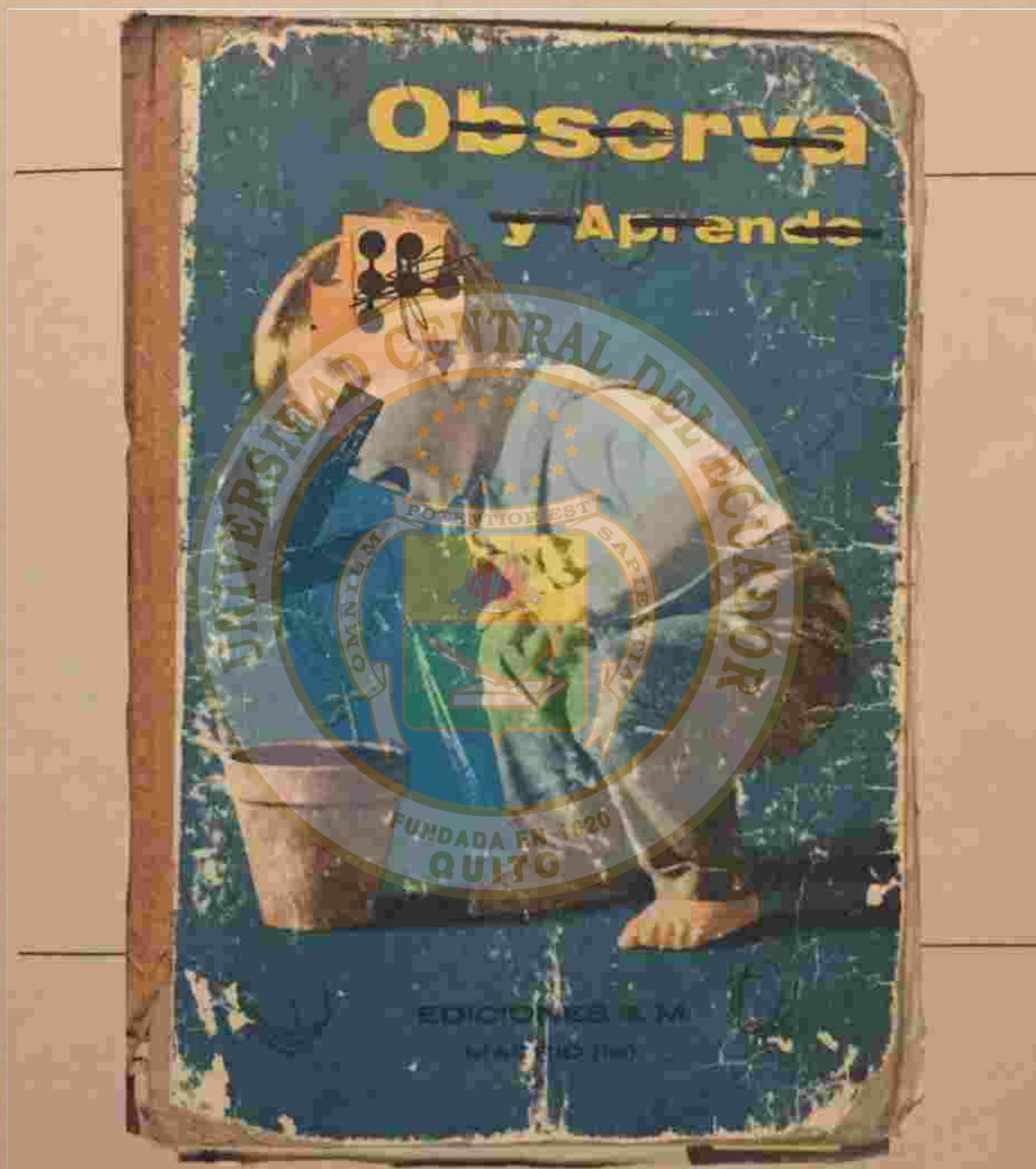
El significado de todo signo es alterado por aquel que lo lee. Peirce reconoce un proceso creativo de intercambio entre el signo y el lector.

Aunque se pueden apreciar muchas similitudes entre el *interpretante* de Peirce y el *significado* de Saussure, está claro que a Saussure no le preocupaba la relación entre el significado y la realidad a la que se refiere. La realidad, o la que Peirce llama el *objeto*, no tiene presencia alguna en el modelo de Saussure, quien sólo estaba interesado en la lengua y no se ocupa del papel del lector. Sus teorías se concentran en las estructuras complejas de la lengua que empleamos para construir las palabras y las frases.

Es concebible una ciencia que estudie la vida de los signos en la sociedad, sería una parte de la psicología social y, en consecuencia, de la psicología general. Llamaré a esta ciencia *semiología* (del griego *semeion*, "signo"). La semiología debería mostrar lo que conforma los signos y las leyes que los gobiernan. Puesto que todavía no existe, nadie puede decir cómo será; pero tiene derecho a la existencia, su lugar ya está preñado. La lingüística es sólo una parte de la ciencia general de la semiología. Las leyes que descubre la semiología serán aplicables a la lingüística, y esta última ocupará un área bien definida dentro de la masa de los hechos antropológicos.¹

No obstante, el significado de las palabras puede cambiar según quién las lea. En EE. UU., Peirce había creado una teoría que contemplaba la lectura de signos como parte del proceso creativo.

1. De Saussure F. *Curso de lingüística general* (1ª edición, 1915)



Mientras que Saussure consideró la lingüística como parte de la semiología, Barthes le dio la vuelta a la idea y sugirió que la semiología, la ciencia de los signos, era de hecho una parte de la lingüística.

En Europa fue Roland Barthes, un seguidor de Saussure, quien continuó el debate teórico. En los años sesenta del siglo xx Barthes desarrolló las ideas de Saussure para tomar en consideración el papel del lector en su interrelación con el contenido. Para Barthes la ciencia de los signos abarca mucho más que la construcción de las palabras y sus representaciones. La semiología comprende todos los sistemas de signos cualesquiera que sean sus contenidos o límites. Imágenes, sonidos, gestos y objetos son todos ellos partes de sistemas que tienen significados semióticos. En los sesenta, Barthes describió asociaciones complejas de signos que forman convenciones sociales, rituales y festivas. Aunque normalmente no se las describiría como sistemas de lenguaje, son con certeza sistemas de significación.

Mientras que Saussure consideró la lingüística como parte de la semiología, Barthes le dio la vuelta a la idea y sugirió que la semiología, la ciencia de los signos, era de hecho una parte de la lingüística. Él considera la semiología como:

...la parte que se ocupa de las grandes unidades de significado del discurso.²

Barthes observa que el lector tiene un papel relevante en el proceso de leer el significado. Para demostrarlo, aplica conceptos lingüísticos a otros medios visuales que son portadores de significado. Como habían hecho Saussure y Peirce antes que él, Barthes identifica relaciones estructurales en los componentes del signo. Sus ideas se centran en dos niveles diferentes de significación: denotación y connotación.

2. Barthes R. *Elements of Semiology* (1968)

denotación

connotación



Denotación lo que se representa

Este primer orden de significación es directo. Se refiere a la realidad física del objeto significado. En otras palabras, una fotografía de un niño representa un niño. No importa quién haya hecho la foto ni cómo esta haya sido realizada, en este primer orden de significación sólo representa "niño". Aunque tomemos un amplio abanico de fotografías de un niño, todas muy distintas entre sí, sus significados son idénticos en el plano denotativo.

Connotación cómo se representa

En realidad, sabemos que el uso de diferentes tipos de película, la iluminación, encuadre, desenfoque, etc., harán cambiar la forma en que leamos la foto del niño. Una imagen de un niño granulada y en blanco y negro o en sepia traerá consigo ideas de nostalgia; un enfoque suave añadirá sentimiento a la lectura de la imagen, y un encuadre cercano de la cara nos llevará a concentrarnos en las emociones que experimenta el niño.

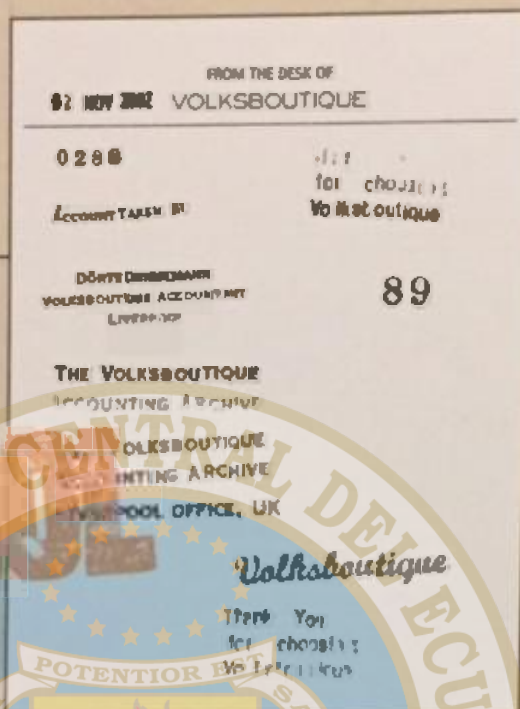
Todas estas diferencias ocurren en el segundo plano de significación, al que Barthes llama connotación.

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

La connotación es arbitraria por cuanto los significados aportados a la imagen en este nivel se basan en reglas o convenciones que el lector ha aprendido. Por ejemplo, el empleo recurrente del enfoque suave en cine y publicidad se ha abierto camino en nuestra percepción hasta el punto de que es universalmente interpretado como sentimental o tierno. Puesto que las convenciones varían de unas a otras culturas, se deduce que el efecto connotativo de las convenciones, las reglas para leer las imágenes, variarán también entre las diversas comunidades.

Una fotografía en blanco y negro pueda verse como nostálgica. Un negativo podría ser una referencia al proceso fotográfico o a la medicina forense y el crimen; el misterioso recorte del hombre del fondo ayuda a ello.

Un primer plano atrae nuestra atención hacia los aspectos emocionales del tema, y la reproducción en grano grueso sugiere una impresión barata que a su vez evoca la prensa escrita, o bien las campañas políticas.



Airside Screen Icons

Página derecha
y siguiente.
La fotografía de un niño
está altamente motivada
mientras que el dibujo de
cómics de un niño es una
imagen menos motivada.
En el ejemplo fotográfico
el elemento arbitrario se
limita al encuadre,
enfoco, etc., mientras
que en el cómic el autor
puede tomarse libertades
con la realidad del aspecto
del niño.

Convención

Es el acuerdo con respecto a cómo debemos responder ante el signo. Hemos mencionado ya convenciones como el primer plano y la imagen en grano grueso y en blanco y negro. Convenciones como éstas sazonan todas las imágenes que tenemos hoy en día. Sabemos de manera instintiva que el movimiento a cámara lenta no significa que la acción esté ocurriendo muy despacio, sino que debemos entenderlo como una señal para fijarnos en la habilidad de la acción o para admirar su belleza. La tipografía rota de un sello de goma proporciona una inmediatez gestual, sugiere lo informal; casi podemos escuchar el sonido que hizo el sello cuando la imagen fue tomada. El significado procede de la convención hasta tal punto que los signos con poca convención deben ser muy icónicos para llegar a un público amplio. Dicho de otro modo, un signo con poca convención necesita ser altamente motivado.

Motivación

El término se emplea para denotar en qué grado el significante describe el significado. Por ejemplo, una foto es un signo altamente motivado, puesto que describe en detalle el tema de la imagen, se parece a la cosa o a la persona a la que representa. Empleando el término acuñado por Saussure y Peirce, es icónico. Un signo muy motivado es muy icónico. Siguiendo la terminología de ambos autores, un signo arbitrario (Saussure) o, si lo preferimos así, un signo simbólico (Peirce) puede describirse como inmotivado. Para seguir con el ejemplo anterior, la fotografía de un niño está altamente motivada, mientras que el dibujo de cómics de un niño es una imagen menos motivada. En el ejemplo fotográfico el elemento arbitrario se limita al encuadre, enfoque, etc., mientras que en el cómic el autor puede tomarse libertades con la realidad del aspecto del niño. Así pues, cuanto menos motivado esté el signo más importante es que el lector conozca las convenciones que ayudan a descifrar la imagen.



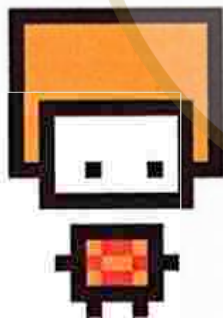
boy

chico



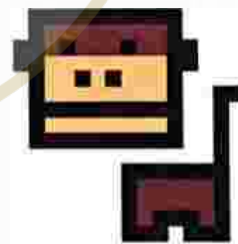
boy in a bear suit

chico con disfraz de oso



boy with big hair

chico con melena



monkey

mono





girl

chica



girl with flower in hair

chica con flor en el pelo



princess

princesa



panda

panda



lengua y habla



Es importante que el autor del signo inmotivado tenga la seguridad de que los lectores han aprendido previamente las convenciones, o el significado podría perderse.

Lengua y habla

Podemos ver esta distinción entre el primer y segundo órdenes de significación como la diferencia entre lo que decimos y el cómo lo decimos (Saussure distinguía entre ambos y los llamaba *langue* y *parole*). No obstante, como ya vimos, el interés primordial de Saussure es el sistema, la lengua, la *langue*. La lengua, dice Barthes, es el lenguaje menos la palabra, y al mismo tiempo es una institución social y un sistema de



En el sistema de la moda, la lengua consiste en las reglas que gobiernan sus combinaciones. El habla en este sistema sería la manera individual de vestir, los caprichos personales, el grado de limpieza, las tallas, la libre combinación de las prendas, etc.

valores. El habla, según Barthes, es un acto individual de selección y actualización. Para distinguir lengua y habla, Barthes nos da ejemplos a los que se puede aplicar esos conceptos. En lo que él llama el sistema de la moda Barthes describe la lengua como las prendas del vestuario junto con las reglas que gobiernan sus combinaciones. En el sistema del atuendo, el habla sería la forma individual de vestir, los caprichos personales, el grado de limpieza, la talla, la libre combinación de prendas, etc. En el sistema del coche, las diferentes maneras de conducir equivaldrían al plano del habla. Esto coincide ampliamente con las ideas de Willis⁴ acerca de la *creatividad simbólica*, que se corresponde exactamente con estas formas de expresividad

3. Barthes R. *Elementos de semiología* (1968)

4. Willis P. *Common Culture* (1990)



Seel Garside
Ladies Night

Angelina, Buffy,
Catherine, Demi,
Elizabeth, Fiona,
Gwyneth, Helena,
Isabella, Julia, Katie,
Laura, Mia, Nicolai, Olivia,
Patricia, Queenie, Rachel,
Sandra, Theresa, Uma,
Victoria, Winona, Xena,
Yoko, Zoe

cotidiana. Así pues, podemos decir que cuando las personas, por ejemplo, adoptan diferentes peinados, aunque empleen el mismo lenguaje (el sistema de peinados) usan distintas formas de habla o, por utilizar la terminología de Bourdieu⁵, diferentes dialectos. En el ejemplo del sello de goma, las palabras son la lengua y la calidad de la impresión es el habla. Esa idea de utilizar un tono de voz nos resulta muy útil a los que empleamos la tipografía como herramienta de comunicación.

Mito

Barthes⁶ halló una nueva aproximación a la semiología que nos obliga a mirar de nuevo cosas que dábamos por sentadas en nuestra cultura visual. En sus ensayos sobre el mito en la cultura contemporánea llama la atención sobre una serie de malentendidos en la sociedad francesa en cuanto a las propiedades y significados que se asocian a las imágenes de las cosas que nos rodean. La pureza de un jabón, la lucha libre como deporte, la

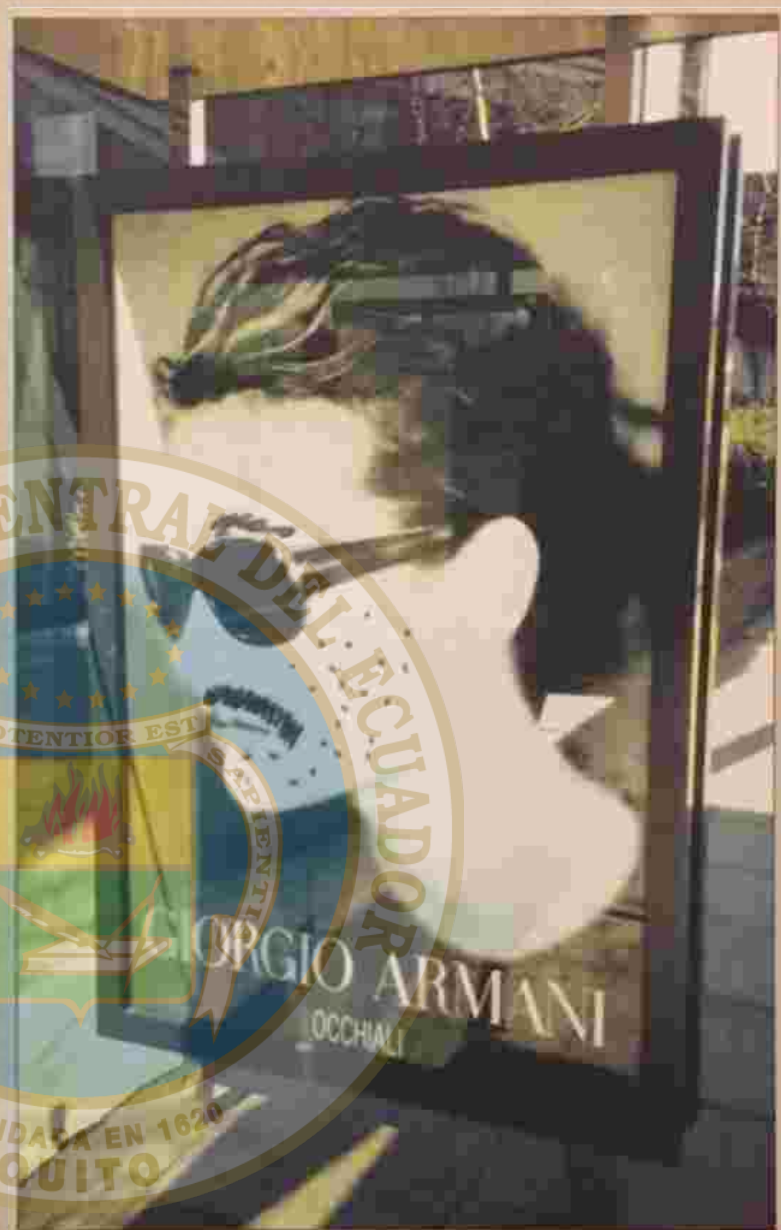
francesidad de un vino. Barthes se indigna por el modo en que la sociedad contemporánea confunde historia con naturaleza.

Para él, los mitos resultan del significado generado por aquellos grupos de la sociedad que tienen el control del lenguaje y los medios de difusión. Estos significados son vistos como parte del orden natural de las cosas; su procedencia y el proceso que transformó el significado de los signos o se han olvidado o permanecen ocultos. Este proceso de generación de mitos filtra el contenido político y lo deja fuera de la significación. En la sociedad de nuestro tiempo, los mitos modernos se construyen en torno a temas tales como las nociones de masculinidad y femineidad, los símbolos de éxito y fracaso, o lo que representa buena salud y lo que no.

5. Bourdieu P. *Language and Symbolic Power* (1991)

6. Barthes R. *Mythologies* (1973)

En la sociedad de nuestro tiempo, los mitos modernos se construyen en torno a temas tales como las nociones de masculinidad y femineidad, los símbolos de éxito y fracaso, o lo que representa buena salud y lo que no.







Marion Deuchars
British Design & Art
 Direction
 Review/Summary
 Accounts
 connotación

El mensaje institucional de esta organización de diseñadores británica se ofrece en un tono de voz informal en el trabajo de Marion Deuchars. En el plano denotativo, es una clara declaración de intenciones, pero en el connotativo nos habla en el tono del diseñador creativo. El lápiz sugiere el proceso de pensar y al mismo tiempo incluye el emblema de la marca D&AD.

Ilustración
 Marion Deuchars
 Asesor artístico
 Frost Design
 Texto
 Howard Fletcher

3. lectura del signo

portafolio

David Crow & Yael Melcho
Dialogue
lengua y habla

Dialogue es una fuente alfabética dual que emplea los alfabetos romano y hebreo. La intención es crear una armonía en el

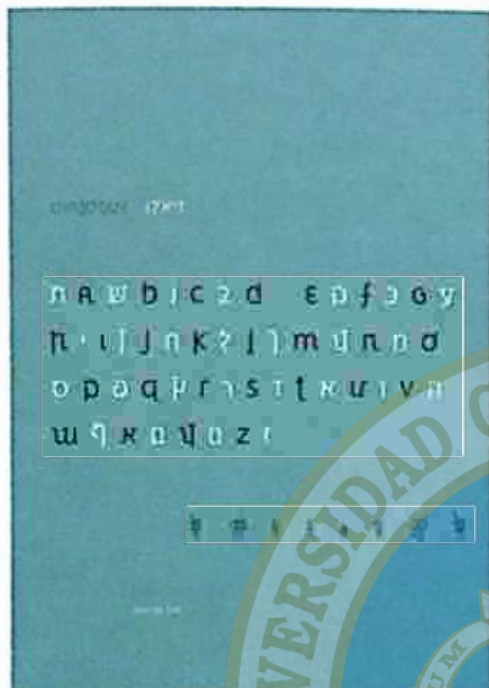
plano del habla y poder al tiempo emplear lenguas diferentes. Todas las letras están centradas en altura, un compromiso entre las dos tradiciones, la romana, que apoya las letras en la línea base y la hebrea, que las cuelga de

lo alto de las mayúsculas. Abajo: Portada y primera página de un folleto que puede leerse de izquierda a derecha y a la inversa. Más abajo: Una serie de carteles de Tel Aviv en los que se recreó el proceso de elaboración en muros

de la ciudad a modo de pantalla de ordenador. La metáfora de compartir el agua de dos fuentes es un símbolo poderoso en la política de Israel. Página opuesta: Una serie de carteles que anuncian la nueva fuente acabada.

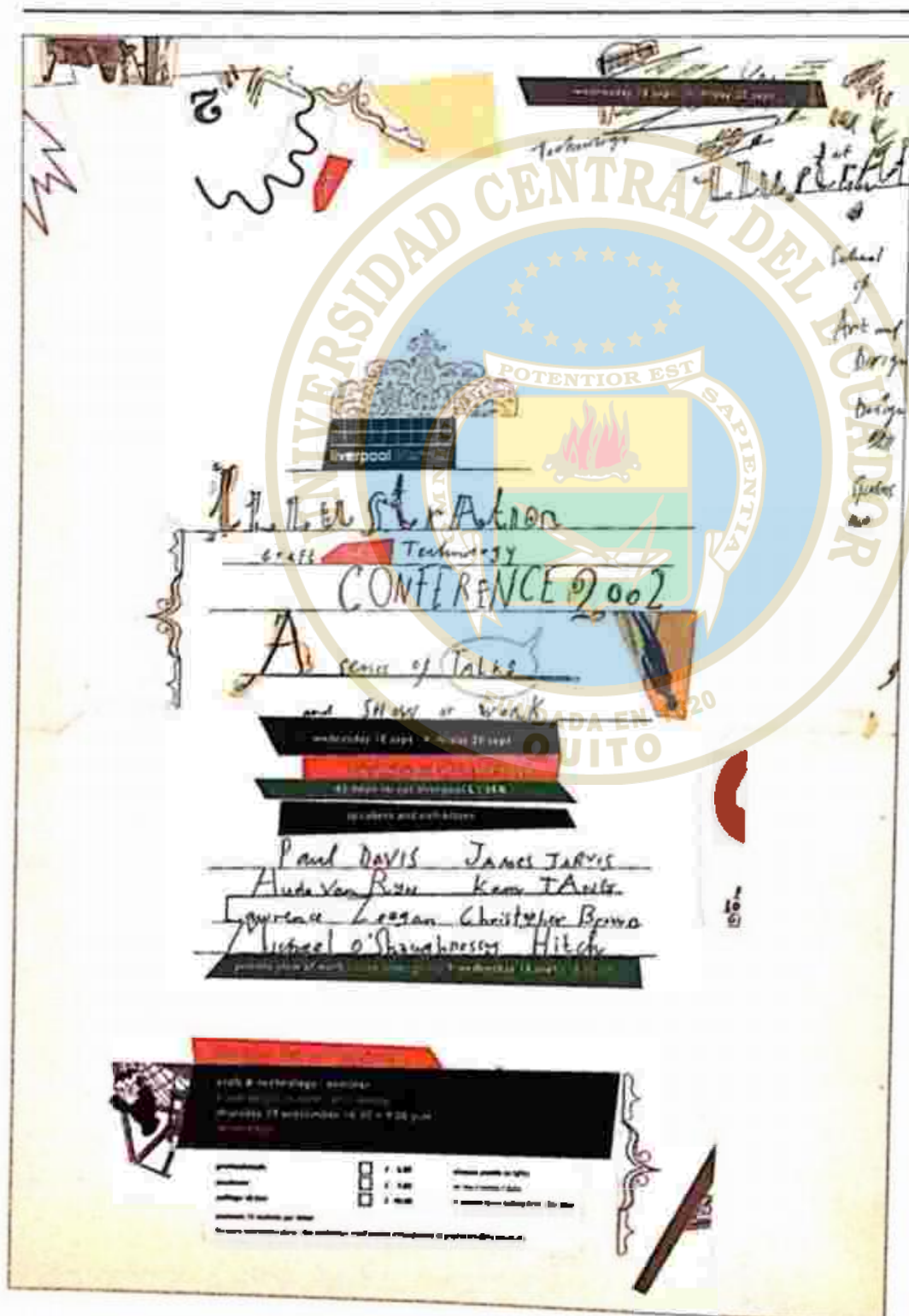


Arriba: Posavasos de un restaurante israelí en el que se aprende cómo las letras hebreas son a veces mal occidentalizadas, sin respetar la tradición. Al girar el posavasos 180° vemos las letras romanas empleadas para crear la versión hebrea.



Michael O'Shaughnessy
Illustration, Craft &
Technology
connotation

Póster para un congreso de ilustración titulado "Ilustración, arte y tecnología". El objeto del encuentro era debatir las relaciones entre las técnicas tradicional y digital en la ilustración contemporánea. El póster está codificado con una variedad de signos que aluden a ambas técnicas. Sugiere también el proceso de hacer a través de la escritura manual empleada y de la inclusión, en los bordes, de elementos desechados en el proceso de edición. En el plano denotativo se trata tan sólo de un texto, pero en el connotativo el lector capta una variedad de señales.





David Crow
Made in England
 lengua y habla

Esta página del catálogo de una exposición plantea tensiones entre los siglos lingüísticos y las imágenes. El texto "Made in England" se emplea por lo común como sello de calidad y tradición; pero, en este caso, el mensaje se coloca sobre la foto de un solá destruido por el uso. A este se añade el empleo de palabras como *cruzado* o *pabellón*, que parecen aludir a colores, pero que además reflejan una visión altamente nostálgica y nacionalista de la historia. La tetera se utiliza como referencia a la construcción del imperio británico. La parodia de anuncio publicitario se completa colocando la tetera en la esquina inferior, allí donde podríamos esperar encontrar a un logo corporativo.



texto e imagen



4

4. texto e imagen

Para los lingüistas, los códigos deben ser digitales, es decir, compuestos por un número fijo de dígitos o unidades. En *Imagen, música, texto*¹, Roland Barthes se pregunta si es posible disponer también de códigos analógicos.

¹ Barthes R.
Image, Music, Text (1977)

Los códigos digitales son paradigmas en los que cada una de las unidades del conjunto se diferencia claramente de las demás (como vimos en el capítulo 2, las dos características básicas de un paradigma son que las unidades del conjunto tienen algo en común y que cada unidad se diferencia claramente de las demás). El alfabeto sería el ejemplo más común de un código digital.

Los códigos analógicos son paradigmas en los que la distinción entre cada unidad no está clara; operan más bien sobre una escala continua. La música y la danza, por ejemplo, podrían describirse como códigos analógicos. Sin embargo, muchos códigos analógicos se reducen a digitales con el fin de reproducirlos de otro modo. La notación musical, por ejemplo, reduce las cualidades analógicas del sonido a notas bien diferenciadas con signos individuales.

A B C D

E F G H

I J K L

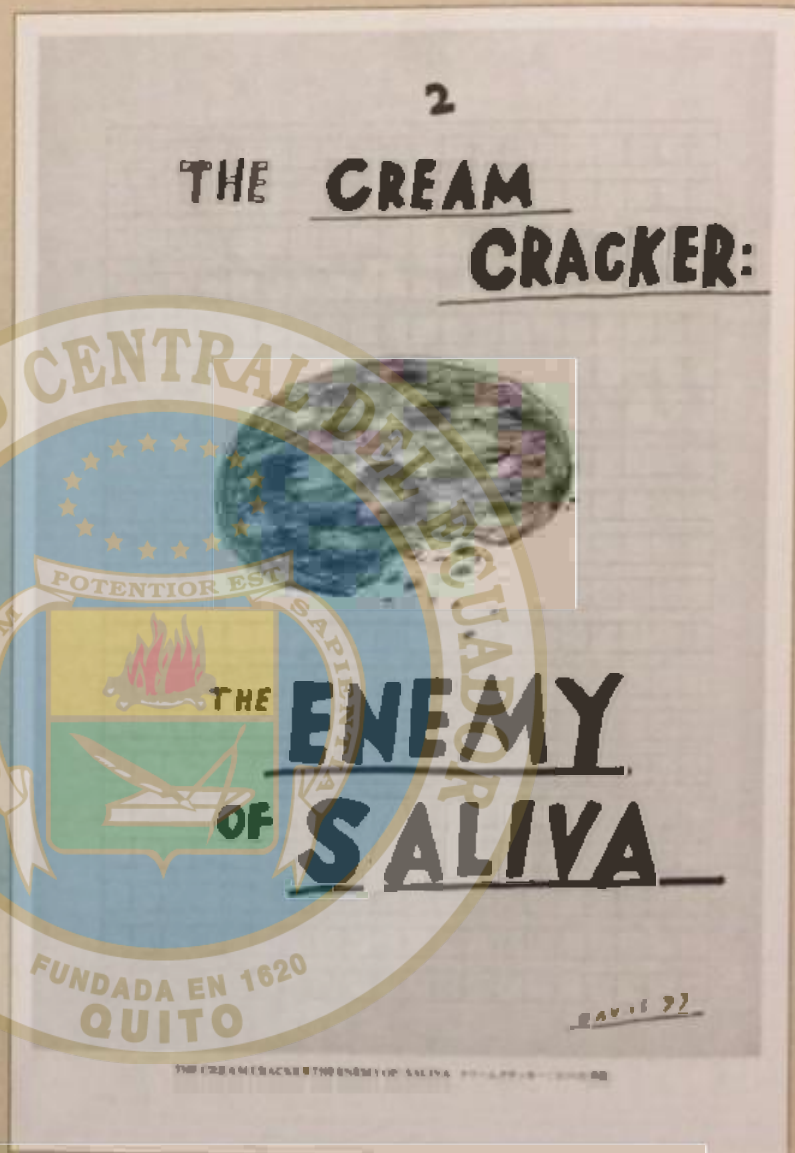
M N O P

Q R S T



Para examinar las relaciones entre texto e imagen, Barthes se fija en composiciones de publicidad. En los anuncios, el lector puede estar seguro de que la significación siempre es intencionada. No se deja nada al azar: el propósito de la publicidad es comunicar al público de destino la cualidades positivas del producto de la manera más clara posible. Así lo demuestran los tres principios básicos de la escritura publicitaria según Frank Jefkins:

1. El anuncio debe tener intencs y valor para el lector. El autor debe preguntarse: ¿Cómo puedo interesar al público en mi propuesta? ¿En qué puede servir mi oferta al público?
2. El anuncio debe ser preciso, es decir, ir al asunto lo antes posible, de ahí el éxito de la palabra más explotada en publicidad: ¡GRATIS!
3. El anuncio debe ser conciso, decir lo que tenga que decir con las menos palabras posibles, sin olvidar que una enciclopedia de muchos volúmenes puede resultar concisa en comparación con una novela prolija 2.



UVWXYZ

El mensaje lingüístico

Barthes elabora un sistema de lectura de combinaciones texto / imagen que comprende tres mensajes separados. El primero de ellos se describe como *mensaje lingüístico*. Se trata del propio texto, usualmente en forma de eslogan o un lema que acompaña a la imagen. La lectura del mensaje lingüístico requiere un conocimiento previo de la lengua concreta empleada, por ejemplo, francés, alemán, inglés. El mensaje lingüístico también puede incluir un *significante de segundo orden* por implicación: por ejemplo, un anuncio que incluya la palabra "volkswagen" nos dice el nombre del fabricante, pero también añade ciertas características de origen nacional. Al mismo tiempo que el nombre, captamos nociones de alta calidad del diseño e ingeniería de precisión.

El mensaje icónico codificado

El segundo mensaje es el *mensaje icónico codificado*. Se trata de un mensaje simbólico que funciona en el plano de la connotación. El lector participa de la lectura al aplicar su conocimiento del código sistemático de la imagen. La imagen de una fuente con frutas, por ejemplo, puede implicar bodegón, fresco o puestos del mercado.



Paul Davis
"Midland"

El texto contesta a la pregunta "¿Qué es esto?" Nuestra actitud hacia la humilde galleta es orientada por la adición de un eslogan, en una parodia de la publicidad (ver Anclaje p.76).

Alan Murphy
"Felines Hell"

Los inocuos dibujos del gato y las llamas son modificados por la adición del texto que invita a la destrucción de la raza. Sin el texto, casi se podría interpretar que el gato se está calentando. La parodia de anuncio se refuerza con la adición del estilizado "HELL" ("Hell", infierno, sin la letra l final) que tiene el aire de una marca comercial.

El mensaje icónico no codificado

El tercer mensaje se describe como *mensaje icónico no codificado*. Por ejemplo, una fotografía podría considerarse un mensaje sin código, ya que el lector ve el medio en sí: es una fotografía. Esto funciona en el plano de la denotación.

Aunque el mensaje lingüístico puede separarse fácilmente de los otros dos, Barthes sostiene que los otros dos no pueden ser separados, puesto que el espectador los lee ambos al mismo tiempo. En otras palabras, el Medio no puede separarse del mensaje, un fenómeno que Marshall McLuhan señaló en su libro *El medio es el mensaje*³.

El texto, según Barthes, constituye lo que él llama un mensaje *parasitario* de la imagen, concebido para acelerar la lectura con significados adicionales. De ahí que la adición de texto pueda ser un poderoso método para alterar o fijar el significado de una imagen. Esto es algo presente en gran número de imágenes de las que leemos: en pies de foto, subtítulos, diálogos cinematográficos, tiras cómicas, etc. No obstante, parece ser que ni la longitud ni la posición del mensaje lingüístico (el texto) son de particular importancia, sino que lo que importa es la mera presencia del mensaje lingüístico. Ciertamente, es posible que un texto extenso conste de un solo mensaje, un significado global simple. Cuando se lo asocia con la imagen, el texto tiene dos funciones posibles: anclaje y relevo.



El anclaje, dice Barthes, dirige al espectador a través de cierto número de posibles lecturas de una imagen, de lo que él llama *cadena flotante de significados*, y hace que el lector ignore algunos de los significados y lea otros. El texto responde a la pregunta "¿Qué es esto?"

En cuanto a la imagen connotada (el mensaje icónico codificado), el texto ayuda al lector a interpretar los significantes que se le presentan. Y en cuanto a la imagen denotada (el mensaje icónico no codificado), el texto añade reconocimiento. Barthes describe el modo en que el lector es tele-dirigido hacia un significado elegido de antemano, y señala que ello tiene con frecuencia un propósito ideológico. El texto anclado tiene pues un valor represivo en la contemplación de una imagen.

Relevo

La segunda función posible, *relevo*, es mucho menos común. El texto es usualmente un fragmento de diálogo y funciona como complemento de la imagen. Este tipo de texto se encuentra en ámbitos como las tiras cómicas, y es de especial importancia en el cine. El texto de relevo se adelanta a la lectura de las imágenes y proporciona significados que no se encuentran en las propias imágenes, es el caso de los diálogos cinematográficos.

3. McLuhan M. and Plett G., *The Medium is the Message* (1967)

anclaje y relevo

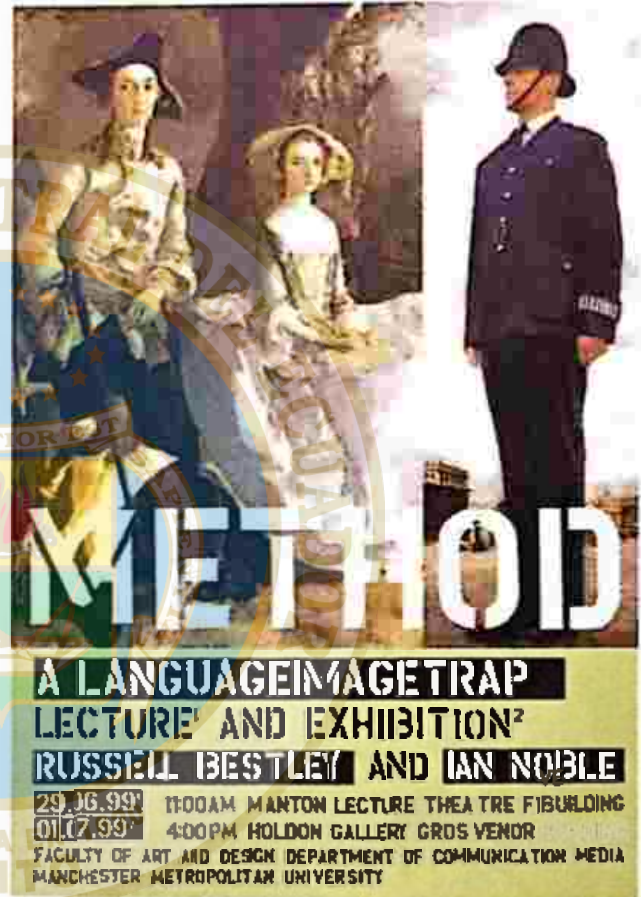
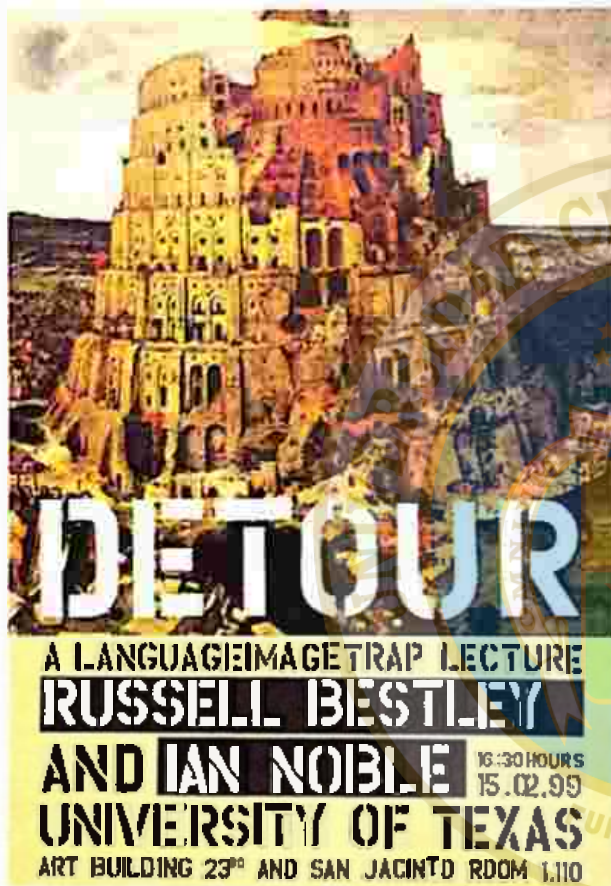


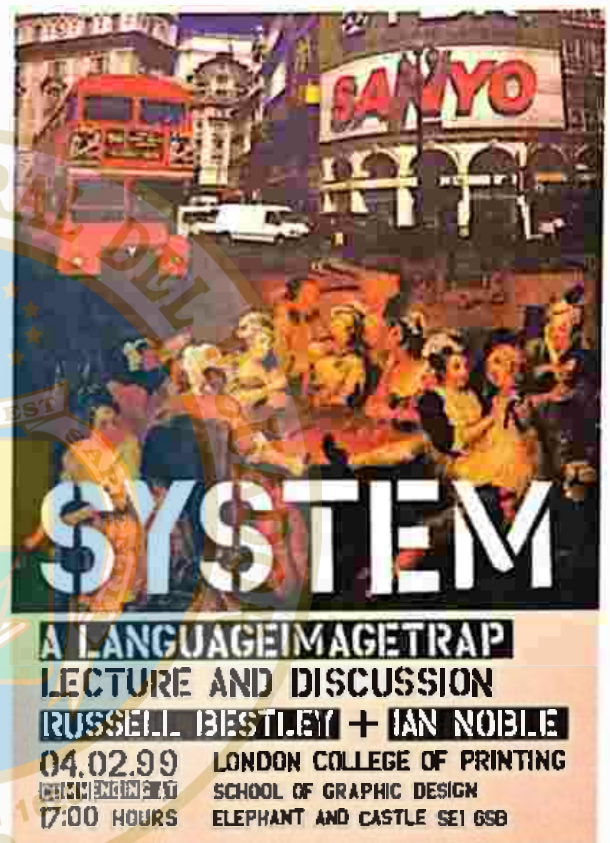
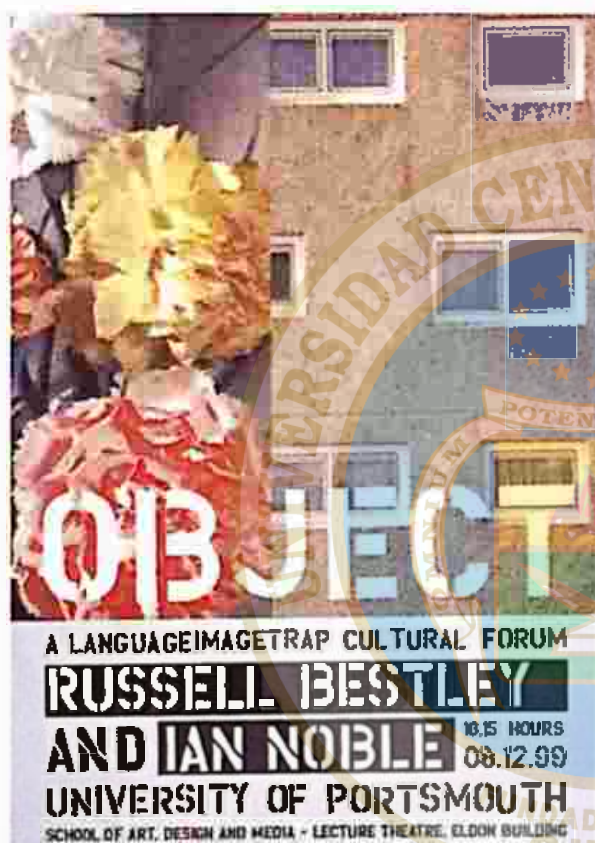


Nail Morris
Metastasis
anclaje

La edición de texto a estas ilustraciones guía al lector hacia las intenciones del artista y le ayuda a decodificar lo que por otra parte es un lenguaje visual de signos abiertos extremadamente personal (ver también Obra Abierta, capítulo 9).







Visual Research:
We Interrupt This
Programme
anclaje

Serie de carteles de promoción de eventos dentro de un proyecto educativo; los pósters ofrecen pistas visuales sobre el contenido del mismo. Las imágenes se han escogido para reflejar intereses locales en cada fase del proyecto y para reflejar contenidos subyacentes.

Las imágenes se juxtaponen con palabras (de izda. a dcha: "desvío", "método", "objeto", "sistema") que dan al lector una relación entre texto e imagen, para que éste cree un significado relevante a partir de las posibles lecturas de estas complejas combinaciones.



1. Paul Davis
Conversation
relevo

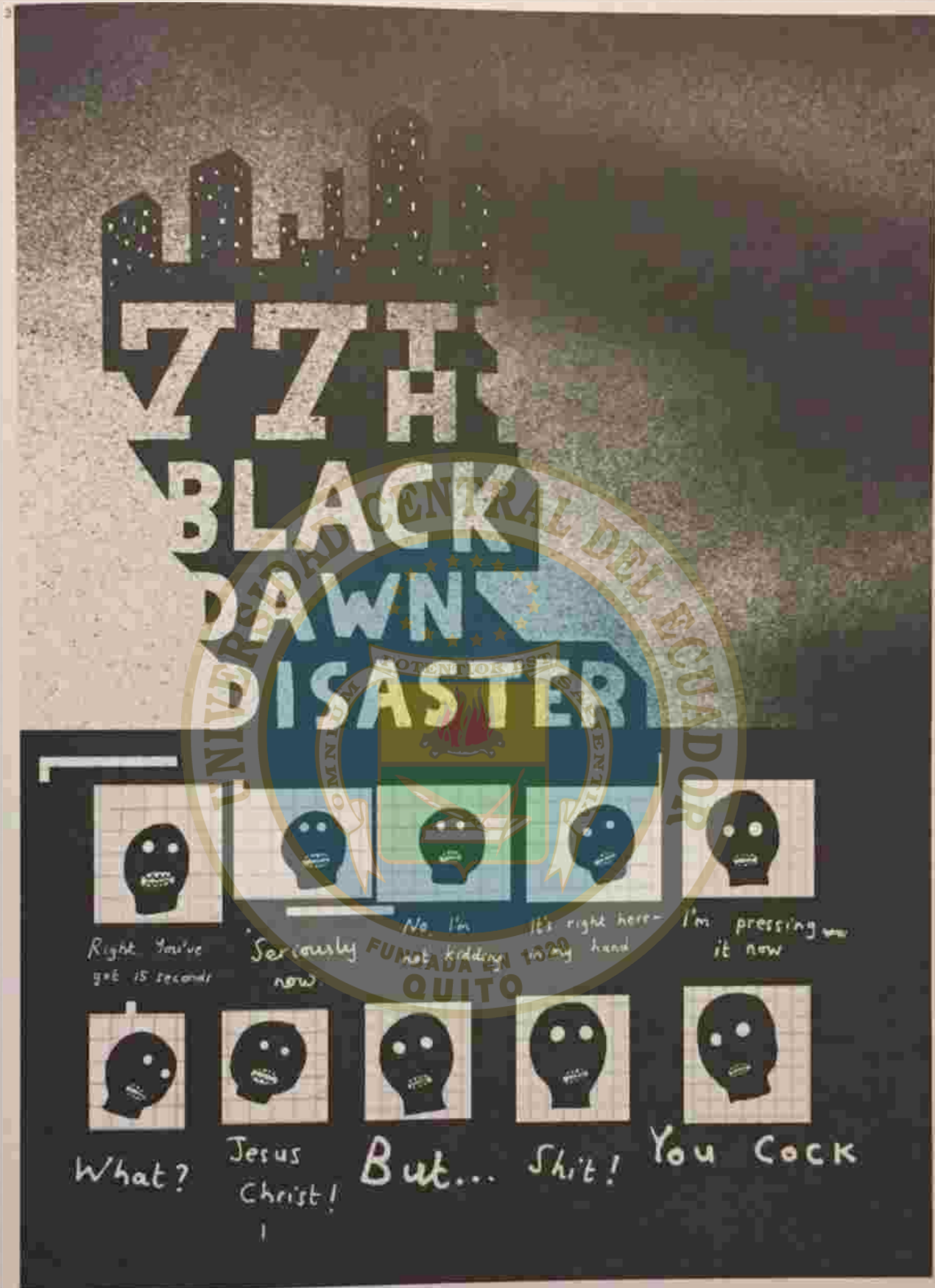
En esta imagen de una conversación escuchada hay muy poca información visual sobre lo que se nos cuenta; así pues, el lector se apoya en el texto para obtener información.

2. Paul Davis
Bee Farmer
anclaje

En este ejemplo se utiliza el texto para fijar la lectura de la imagen. El color de la chaqueta, por ejemplo, no se nos da como signo visual, como podría esperar el lector, sino a través de un signo lingüístico.

3. Alan Murphy
77th Black Dawn Disaster
relevo

Las imágenes funcionan de manera similar en una serie de fotogramas en los que nada en el plano visual nos informa sobre el relato. Sin sonido, el espectador tendría muy escasa noción de lo que está ocurriendo.



lengua oficial



5. lengua oficial

Pierre Bourdieu clasificó la labor y el conocimiento humanos en términos de *campos*. Algunos campos se definen claramente por ser difícil acceder a ellos y, en general, cuanto más difícil la entrada, más definido está el campo. El campo del derecho puede considerarse claramente definido. De los que pertenecen a ese campo se puede decir que comparten o luchan con una finalidad común y poseen el discurso propio y particular del campo. Las artes visuales pueden considerarse una actividad que se realiza dentro del campo de la *producción cultural*. Como todos los otros campos, éste cambia continuamente, así como cambian la pertenencia al mismo y el *discurso*.

1. Bourdieu P. *Intellectual Field and Creative Project* (1971) en Young M.F.D. *Knowledge and Control* (1971)

Habitus

La noción de campos creativos e intelectuales nos conduce a la idea de que cada campo preexiste a sus miembros; así, en el caso del campo de la producción cultural, el campo existe previamente al artista. Dentro del campo hay cierto número de puestos oficiales, como por ejemplo diseñador gráfico, que ofrecen un espectro de posibilidades. No obstante, estas posibilidades están limitadas por diversos factores, tales como educación, trasfondo social o edad, que influyen en la selección al tiempo que refuerzan la validez del campo. Hay un acuerdo general en que cada persona llega al campo con una idea propia, tal vez subconsciente, de cuál será su lugar dentro de éste. Es, podríamos decir, un sentimiento de vocación, sentimiento que se denomina *habitus*. Bourdieu afirma que dentro de estas elecciones entre territorios en los que tomaremos posición como individuos, la elección del *habitus* en el lenguaje se realiza de manera inconsciente en cada situación¹. Aspectos en apariencia insignificantes de la vida diaria como, por ejemplo, las maneras de hacer las cosas, el lenguaje corporal, así como las imágenes elaboradas que contemplamos cada día, contribuyen a la creación del *habitus*.



La producción de lenguaje legitimado

Bourdieu empieza sus consideraciones sobre el lenguaje legitimado con la observación de Saussure de que ni las lenguas ni los dialectos tienen límites naturales. Todo lo que se necesita es un conjunto de hablantes que estén dispuestos en convertirse en portadores de la lengua o dialecto empleando una lógica intrínseca y autónoma. Bloomfield³ llama a esto una "comunidad lingüística": un grupo de personas que emplean el mismo sistema de signos lingüísticos.

Bourdieu va más allá al afirmar que factores externos e internos afectan a los límites de una lengua, y que en lo externo existe un proceso político que unifica a los hablantes y los lleva a aceptar, en la práctica, el uso de la lengua oficial.

Con el fin de imponer con éxito una lengua como lengua oficial es necesario que exista una codificación general que se sustente en la creación de condiciones institucionales que permitan que esa lengua sea reconocida dentro de toda la jurisdicción de una determinada autoridad política. De aquí se sigue que la lengua oficial tiene límites territoriales. Una lengua no oficial, por ejemplo un dialecto, no está sometido a este proceso de control institucional, sino que funciona a partir de su propia lógica independiente; en el capítulo 6 nos detendremos algo más en esta cuestión. La lengua oficial se impone como la única legitimada dentro de los límites de un territorio. En el ámbito de este libro, ese territorio podría describirse como el campo de la producción cultural junto con los territorios que lo rodean o que contienen diversas posiciones dentro del campo, por ejemplo, diseñador gráfico, pintor, etc. Ello es particularmente cierto en situaciones que se caracterizan como oficiales, como veremos más adelante.

Gramáticos y profesores que trabajan para las instituciones se convierten en juristas que examinan el uso del lenguaje y pueden llegar hasta a imponer sanciones legales sobre las calificaciones académicas que identifican el lenguaje legitimado dentro de un territorio y capacitan a los individuos a tomar posiciones dentro de un campo. Si nos fijamos en el arte y en disciplinas artísticas tales como el diseño gráfico o el de moda, la entrada al campo se obtiene en la mayoría de los casos mediante la obtención de un certificado académico, como pueden ser un título o un diploma. El curso o carrera realizados generan una carpeta que se emplea en las entrevistas de selección; pero la entrevista es sólo posible, la mayoría de las veces, una vez que se ha obtenido el título. El uso del lenguaje, tanto escrito como visual, ha sido juzgado y sancionado por una institución.

El sistema educativo, cuya escala de actuaciones creció en extensión y en intensidad a lo largo del siglo XIX, contribuyó directamente, sin duda, a que se devaluaran ciertos modos populares de expresión, que eran rechazados como jerga o habla coloquial (como podemos ver en los comentarios de los profesores al margen de las redacciones) ya que se impusiera el reconocimiento de la Lengua Legitimada⁴.

Los recientes cambios en la educación bilingüe en Estados Unidos ilustran lo dicho: en un ensayo titulado *Language Wars* ("Las guerras del lenguaje")⁵, Rene Galindo cita cierto número de proposiciones de ley aprobadas a finales de los noventa. Una iniciativa, "Sólo inglés en California", dio lugar a

2. Bourdieu P. *Language and Symbolic Power* (1991) Traducción española: *Lenguaje y poder simbólico*, en: *¿Que significa hablar?*, Akal, 1999.

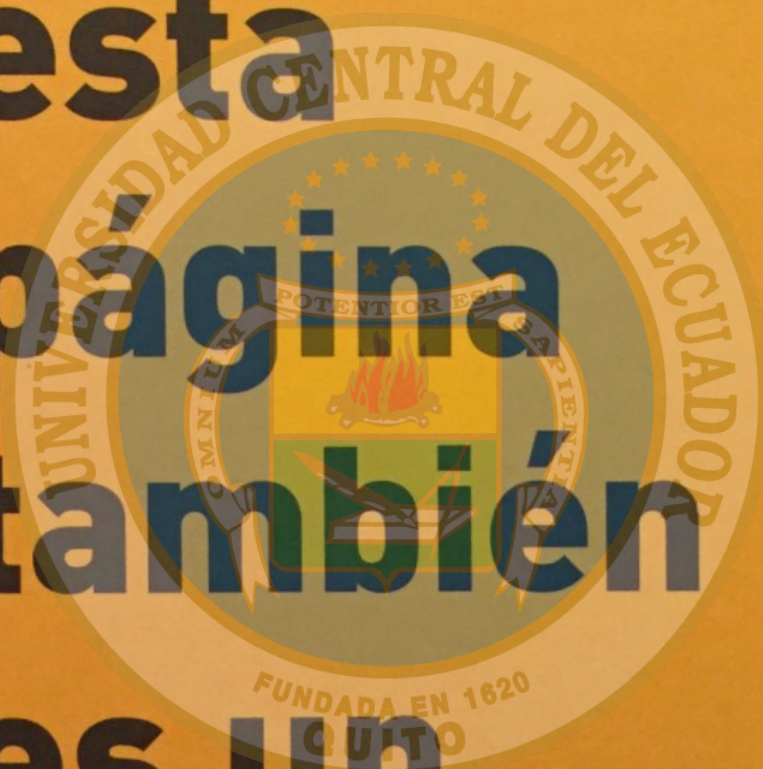
3. Bloomfield L. *Language* (1933) Traducción española: *El lenguaje*, Universidad de México, 1961.

4. Bourdieu P. *ibid*

5. Galindo R. *Language Wars: The Ideological Dimensions of the Debates on Bilingual Education* (1997)



**esta
pagina
también
es un
signo**



El libro del Génesis narra la historia de la Torre de Babel. En aquel tiempo, todos los ciudadanos hablaban la misma lengua y todo el mundo se entendía. Para celebrarlo, decidieron construir una torre que llegara hasta el cielo. Dios, en su sabiduría, quiso detener esa obra. Para ello, el método más eficaz era dividir las lenguas, de modo que se crearan jerarquías. Por supuesto, los lingüistas no toman este relato como una crónica histórica exacta, pero sirve de eficaz metáfora sobre el modo en que la lengua puede emplearse como herramienta de control.

capital

6. Galindo R. *Language Wars: The Ideological Dimensions of the Debates on Bilingual Education* (1997)

7. Bourdieu P. *Language and Symbolic Power* (1991)

una provisión para que los ciudadanos y cualquiera que tuviera negocios en el estado denunciaran a los gobiernos locales por actos que redujeran o ignorasen el papel del inglés como lengua común de California. La proposición 227, llamada "inglés para niños", aprobada en 1998 dictaminó que todos los niños debían ser escolarizados en inglés y que quien deseara que sus hijos aprendieran una segunda lengua deberían hacer una petición escrita al respecto. Galindo resume así el debate:

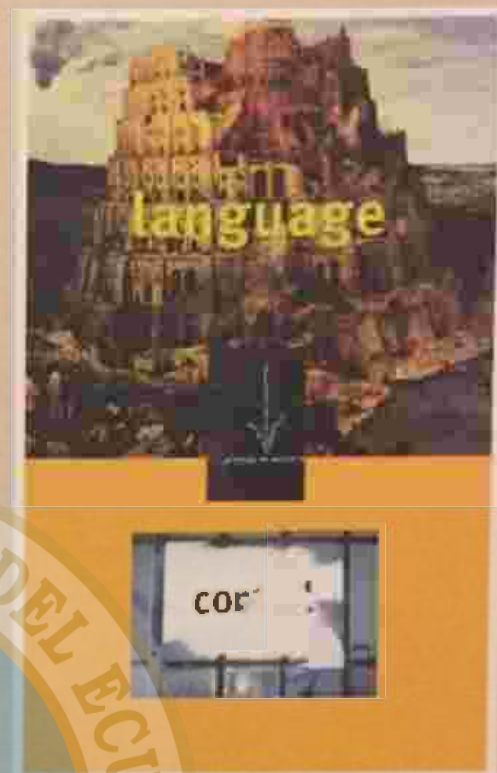
...la competición por el valor entre distintas circunscripciones que tiene lugar mediante la manipulación de recursos simbólicos como *la(s) lengua(s)*...⁶

Esta competición por el valor puede verse también en el modo en que el habla coloquial aparece en los diccionarios marcada como infracción a la lengua legitimada. Suele indicarse en cursiva, que es signo tipográfico de separación, y se la califica como uso popular o vulgar. Ciertamente todo valor o capital (cultural o monetario) concedido a los individuos surge de una desviación del uso más común, considerado trivial o vulgar. El capital lo sea, las calificaciones se adjudica a palabras/ signos/ imágenes bien escogidos, que se presentan como dignos o elevados. Puesto que el sistema educativo depende del Estado y responde ante él, podría decirse que la producción de una lengua legitimada está unida a los asuntos de Estado, el terreno de la producción económica:

*Obligatorio en eventos oficiales y en lugares oficiales [escuelas, administraciones públicas, instituciones políticas, etc.], este lenguaje del Estado se convierte en la norma teórica con la cual se miden objetivamente todas las prácticas lingüísticas*⁷.

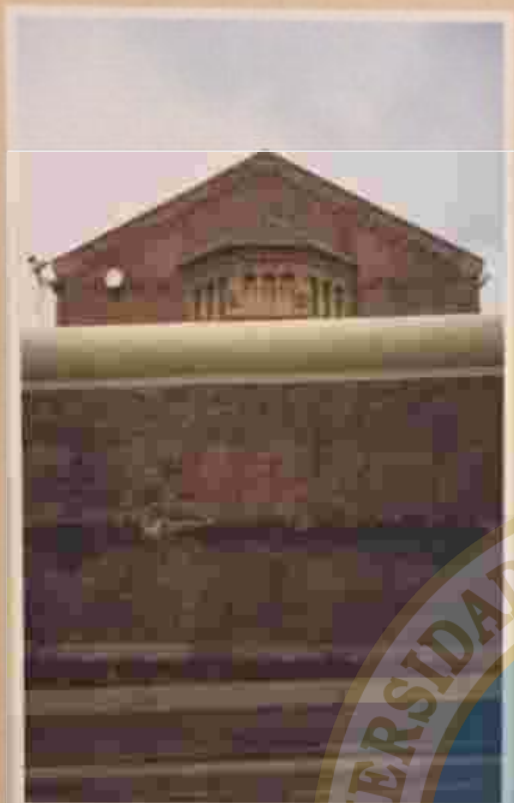
Vale la pena anotar que la proporción más alta de protestas en graffiti (una forma extrema de lenguaje visual no oficial) tiene lugar en las escuelas, instituciones responsables del mantenimiento de la lengua oficial y que son propiedades de la autoridad local (estatal).

Bourdieu señala que para que una lengua o uso particular de una lengua se imponga



como legitimada, los diferentes dialectos, sean de clase o de grupo étnico o regional, deben ser medidos en la práctica con el rasero de la lengua legitimada. Sin el apoyo de agentes externos, estos dialectos o lenguas no oficiales (que tienen su dinámica interna) no pueden imponerse como la norma en otro territorio, pese a la posibilidad de usar estas diferencias como excusa para declarar una lengua superior a la otra. La teoría indica que estas diferencias pueden desarrollarse como sistema para determinar posiciones jerárquicas.

Si nos fijamos, por ejemplo, en la aparición del lenguaje visual de los artistas pop de los sesenta y en la crítica que se aplica hoy a esas obras, veremos el modo en que el discurso que rodea la obra ha evolucionado hasta autorizarla y permitir su aceptación como parte de la cultura visual oficial.



En su abierta celebración de la cultura popular, el Pop Art produjo gran consternación entre los que se encontraban en el centro del campo de la producción cultural.

En los años cincuenta existían algunos círculos un amplio consenso en cuanto a que la pintura debía ser abstracta, y que resultaba retrogrado que los artistas hicieran referencia al mundo exterior empleando representaciones o ilusiones.⁸

El artista británico Peter Phillips estudiaba en el Royal College of Art de Londres, la escuela de arte más prestigiosa del Reino Unido, distinguida por su estatuto regio. Cuando empezaba a crear la que llegaría a ser conocida como una de las mejores obras del Pop Art británico, Phillips fue castigado por sus tutores. El rechazo de éstos fue tan grande que el estudiante tuvo que pasarse a la menos noble y más popular Escuela de Televisión para cursar su último año. Por esas fechas, el celebrado David Hockney fue amenazado con la expulsión por negarse a completar un trabajo escrito [oficial]. Allen Jones tuvo menos suerte y fue expulsado de la escuela. Comparemos esta actitud con unos extractos de crítica actual sobre la misma obra del primero de ambos artistas:

Phillips pintó un lienzo de gran tamaño, Purple Flag, en el que sintetizaba su habilidad técnica y su respuesta intuitiva a la pintura italiana

prerrenacentista con una abierta expresión de su gusto por los parques de atracciones y el juego del pinball. Los motivos más pequeños, incorporados en la mitad inferior del cuadro, establecen una cronología alternativa, como en los primitivos retablos italianos, en los que los cuadros de la predela ofrecen un complemento narrativo a la austera y formal imagen central.⁹

Este método de referirse al pasado es un lugar común en la crítica de arte y parece conferir autoridad a una obra, al alinear sus características formales con otras ya aceptadas como parte del discurso oficial.

Algunas de las características recurrentes del pop ... fueron anticipadas en diversos desarrollos del modernismo europeo y americano. El basarse en fuentes populares ya existentes, por ejemplo, tiene precedentes en la obra de pintores del siglo diecinueve como Gustav Courbet o Edouard Manet.¹⁰

La sociedad otorga capital a los individuos por su empleo de la lengua. Dicho capital puede ser monetario o cultural. En el caso del buen uso de la lengua oficial, el capital cultural sería una recompensa académica: una licenciatura o doctorado, que a su vez podrían conducir a beneficios económicos. También ocurre a la inversa, cuando el uso de una lengua no oficial como el graffiti o el vandalismo conducen a una detención y ficha policial.

Las publicaciones especializadas en arte y creación de trabajos visuales ofrecen sin excepción conjuntos de reglas para emplear con éxito el lenguaje visual oficial en sus diversas disciplinas. Desde luego, muchas de estas convenciones establecidas se basan en la experiencia y constituyen observaciones valiosas. En el contexto de este capítulo, lo importante es reconocer que existen reglas que han llegado a ser aceptadas como práctica legitimada y se emplean en educación y otros ámbitos como normas para medir desviaciones. He aquí algunos ejemplos procedentes de textos sobre diseño gráfico:

... la marca bien diseñada debe ceñirse a la más pura esencia.

... elaboración inútil que ha sido siempre característica del mal diseño de marca.¹¹

... las fuentes tipográficas deben evaluarse en función de su calidad artística, con independencia de la moda; y a la inversa, el éxito y moda no cambiarán la evaluación para mejor ni para peor.¹²

Es preciso buscar analogías visuales que ilustren claramente el significado o el espíritu de una palabra: por ejemplo, la letra O podría ser el equivalente visual del sol, de una rueda, de un ojo.¹³



Todo valor o capital (cultural o monetario) concedido a los individuos surge de una desviación del uso más común, considerado trivial o vulgar.

8. Livingstone M. *Pop Art* (1990)

9. Livingstone M. *ibid.*

10. Livingstone M. *ibid.*

11. Horn F.A. *Lettering at Work* (1955)

12. Hutchings R.S. *The Western Heritage of Type Design* (1963)

13. Rand P. *A Designer's Art* (1965)



14. Foucault M. *The History of Sexuality* (1979). Traducción española: *Historia de la sexualidad*, en *Obras Completas*. Ed. Siglo XXI.

15. Bourdieu P. *Intellectual Field and Creative Project* (1971) in Young M.F.D., *Knowledge and Control* (1971).

Competencia por la legitimación cultural

En general se aceptaba que los usos de la lengua deben su valor social al hecho de estar organizados en sistemas de diferencias. Hablar es adoptar un estilo que ya existe y que está marcado por su posición en una jerarquía de estilos que se corresponde con una jerarquía de grupos sociales. En ese sentido, los diferentes estilos / dialectos son tanto clasificaciones como clasificadores, puesto que marcan a aquellos que los usan.

Foucault¹⁴ señala que la distinción biológica de sexo ha sido revestida con un conjunto sistemático de discursos que se han convertido en principio organizador del trabajo, consumo y producción de bienes conducente a prácticas de dominación sexual.

En *Knowledge and Control* (Conocimiento y control), Bourdieu esboza una competición en la que el público es al mismo tiempo el

premio y el árbitro, una competición en la que los competidores no se pueden identificar con la competencia por el éxito comercial.¹⁵ Ello es desde luego cierto en cuanto a la experiencia de los diseñadores en el campo de la producción cultural, en el que las obras que puedan ser identificadas como comerciales están expuestas a diversos grados de irrisión. El fenómeno es quizás aún más intenso en el caso de las bellas artes, en las que existe una abierta resistencia a reconocer que el arte es una actividad comercial. Este rechazo declarado a satisfacer la demanda popular puede fomentar el arte por el arte y caldear las emociones entre los miembros de una comunidad artística. Aparecen sociedades de admiración mutua que van inevitablemente acompañadas de ceremonias formales de entrega de premios, consecuencia de la actitud de unos artistas que se dirigen a un espectador ideal.

Flujo

Otra condición que Bourdieu considera esencial para mantener la permanencia de una lengua oficial es la necesidad de un proceso de creación y revisión continuas a través de una lucha permanente entre las diversas autoridades dentro de un campo de producción especializada. Un campo debe estar en constante flujo para poder sobrevivir. Así, aunque alguien pueda no ser visto como completamente identificado con los aspectos puramente comerciales, existe sin embargo un compromiso práctico con el campo económico (publicidad, realidades establecidas, ética profesional) debido al continuo impulso por mantener el statu quo en el centro de un campo especializado como es el de las artes visuales. El ejemplo de la acogida dada a la obra de Peter Phillips forma parte de un proceso sin fin de asimilación, necesario para que el campo mantenga su autoridad. La pila de ladrillos de Carl Andre fue finalmente aceptada cuando la Tate Gallery compró la segunda versión de la pieza en 1972 a despecho del ridículo que se había vaticinado para la primera versión de 1966. En 1976 los ladrillos fueron expuestos junto a pinturas de John Constable en la galería de Londres. La historia del campo de la producción cultural está llena de ejemplos similares.

Las relaciones entre los diversos agentes dentro de un campo especializado (es decir, editor / autor, pintor / galerista) nos conduce a cuestionar la percepción tradicional de autoría, que Bourdieu describe como colectiva y en la que cada agente o socio emplea la idea socialmente establecida de la otra parte, juicio que es una representación de su lugar dentro de un campo especializado en particular. Bourdieu ofrece la fotografía y el cine como ejemplos de actividades que se ubican entre las labores nobles y culturales y las vulgares y bajas. La controversia y división de opiniones que hayal respecto entre las clases cultas sirve para colocar la fotografía a medio camino entre los polos de la alta y la baja cultura. La posición de la fotografía determinará a su vez la relación entre el fotógrafo y el pintor. Aunque podría objetarse que la fotografía se ha vuelto más aceptable para aquellos que se encuentran en el centro de la producción cultural desde 1991 (cuando Bourdieu escribió *Language and Symbolic Power*), siguen existiendo evidencias de rechazo a aceptar las artes audiovisuales como bellas artes: podemos verlo en los programas de las diversas escuelas de arte en el Reino Unido, algunas de las cuales ofrecen estudios de fotografía, cine y vídeo, mientras que otras no los contemplan en absoluto.



El adorado diseñador Paul Rand señala que existe una jerarquía discernible dentro de las prácticas que integran las artes visuales:

*El hecho de que el diseño gráfico se considere generalmente un arte menor tiene más que ver con prejuicios que con la realidad. La rareza exquisita del arte con mayúsculas no es ya más frecuente entre los pintores que entre los diseñadores. Sin duda existe una diferencia básica entre diseño gráfico y pintura. Pero es una diferencia de requisitos y no excluye consideraciones de forma y calidad: tan sólo añade tensión a las dificultades que entraña la creación de una obra original.*¹⁶

Esta percepción se basa en ideologías históricas que muestran un abierto desdén hacia cualquier obra artística que tenga algún valor práctico:

*Nada es auténticamente bello excepto lo que no sirve para nada.*¹⁷

Aunque instituciones como el Arts Council del Reino Unido se fundaron con el fin de hacer las artes más accesibles a la sociedad con independencia de clases, Paul Willis señala que:

*El Arts Council se apartó muy pronto del ámbito del consumo popular.*¹⁸

No obstante, Willis también apunta que esta alta cultura no puede ignorar la baja:

*La cultura de élite y oficial no puede ya aspirar a colonizar, dominar o abarcar la vida cotidiana, puesto que ahora existe algo que crece a partir de sus propios recursos: una producción cultural, creadora de significado y de uso común, llena de implicaciones para el resto de la sociedad.*¹⁹

Lucy McLauchlan
Jackdaw

Se da por sentado que el diseñador trabaja en un terreno comercial mientras que el artista crea obras de autor. Jackdaw es un ejemplo de cómo un diseñador / ilustrador desarrolla su propio lenguaje visual a través de la exploración de áreas como los nuevos medios, cuestiones temáticas y escalado. Esta obra se basa en la fábula de Esopo *La corneja y los pájaros*, tiene unas dimensiones de 2 x 0,8 m, y está realizada con rotuladores negros sobre tablero contrachapado.

lengua autorizada

14. Rand P. *A Designer's Art* (1985)

17. Gautier T. (1811-1872)
in Rand P. *A Designer's Art* (1985)

18. Willis P. *Common Culture* (1990)

19. Willis P. *ibid.*

20. Austin J.L. *How to do Things with Words* (1955)

La capacidad de reconocer y emplear la lengua legitimada no necesariamente proporciona poder al hablante / artista si al mismo tiempo no se dan un conjunto de circunstancias. Las palabras, por sí mismas, no tienen poder, a no ser que el que las pronuncia esté *autorizado* a usarlas.

Lenguaje autorizado

Es obvio que las condiciones y rituales sociales tienen su peso en el empleo de la lengua. Uno de los principios del arte dramático nos dice que la naturaleza de los actos debe ser consistente con la naturaleza del entorno. Este fenómeno puede ciertamente observarse dentro de las instituciones mencionadas antes y cuyo papel es imponer, defender y sancionar la lengua legitimada. La sala de conferencias nos ofrece un ejemplo excelente de las observaciones de Burke sobre dramaturgia. La sala, el atril, los libros, son todos ellos instrumentos de un discurso oficial que se estima digno de difusión pública. La legitimidad de la conferencia la garantiza no el que sea comprendida, sino el que sea ofrecida por una persona autorizada y con licencia [cualificada] en una situación legitimada. Una noción particularmente útil para resaltar este hecho es la que Bourdieu llama "el acto mágico", descrito como el intento, dentro de la esfera de la actuación social, de obrar por medio de las palabras más allá de los límites de la autoridad delegada. Las artes visuales están llenas de ejemplos de actos mágicos, en los que la semiología de lo oficial y lo corporativo se emplean hábilmente para comunicar las ideas y sentimientos del individuo.

Supongamos por ejemplo que veo un buque en el puerto, me acerco y rompo una botella contra el casco mientras proclamo: "Te bautizo con el nombre de Señor Stalin", y aparto los calzos de una palada. El problema es que yo no era la persona elegida para bautizarlo 20.



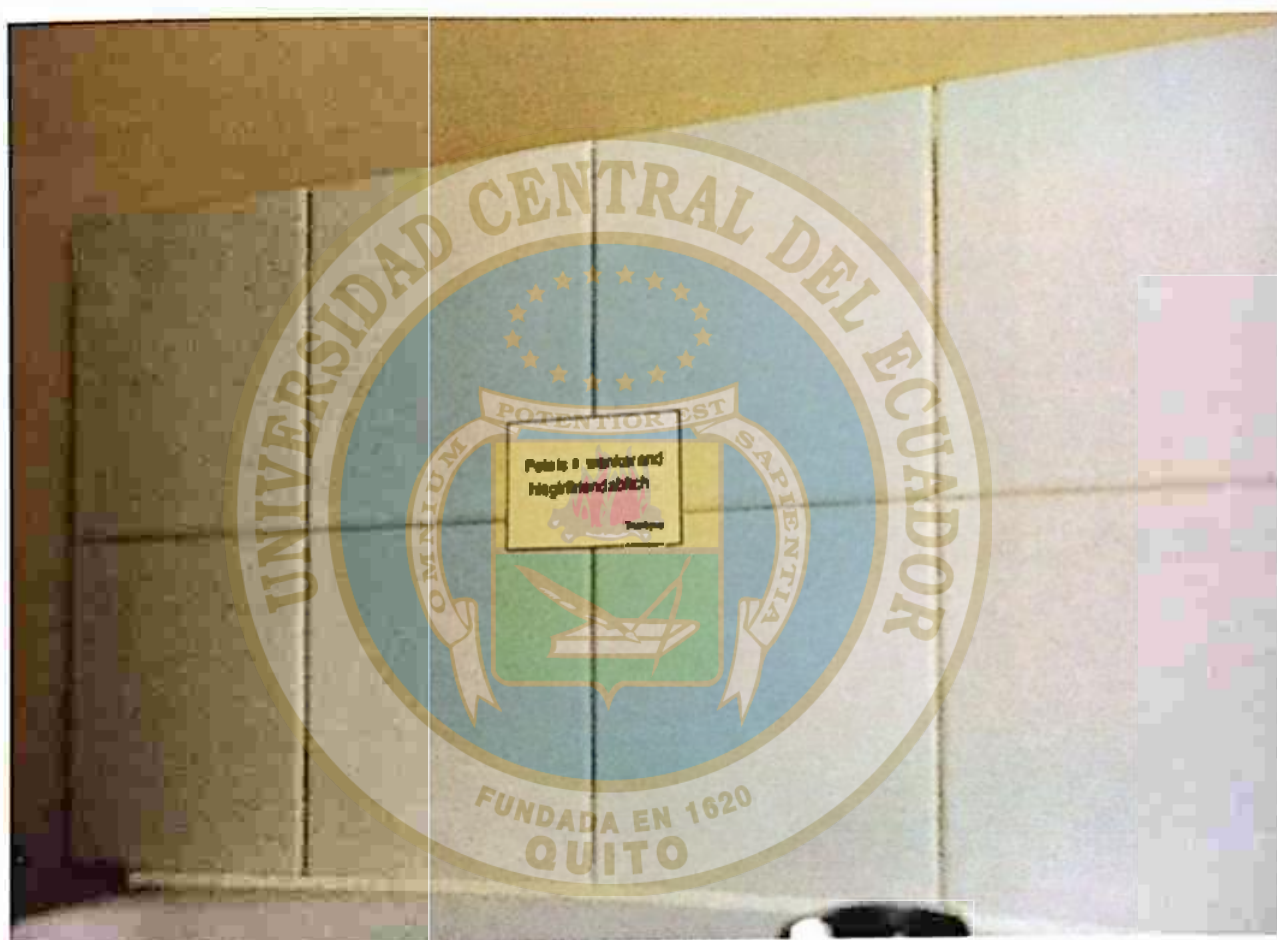


Katy Dawkins
Interference (Plague)
lengua autorizada

Ejemplar de una serie de intervenciones en espacios públicos. Los textos originales proceden de graffiti hallados en diversos lugares de la ciudad y devueltos al emplazamiento original empleando las características y materiales del lenguaje visual oficial. Esta capacidad de transferir un mensaje desde un lenguaje no oficial a uno oficial se conoce como el *acto mágico*.



Katy Dawkins
Interference (Bench)
lengua autorizada



Katy Dawkins
Interference (Toilet)
 lengua autorizada

Texto del cartel: "Peter es
 gilipollas y su novia es
 una bruja. Gracias"



Joe Magee
The Daily Telegraph,
January 2002
[Renationalise!]
acto mágico

Primera de una serie de ilustraciones para una columna dedicada al consumo en el diario británico *The Daily Telegraph*. La columna, llamada 'Pruebas en carretera', estaba sobre un estudio comparativo de cinco productos de diferentes fabricantes para determinar la mejor compra. En este caso, el tema era "abrigos". El texto en Braille dice "¡Volved a nacionalizar!"

El ilustrador empleó el Braille para codificar la imagen con un mensaje oculto que era contrario a las tendencias políticas del diario. El contrato de la columna fue cancelado bruscamente cuando los responsables descubrieron el texto oculto.



Joe Magee
The Daily Telegraph
February 2002
[Thatcher Fucked Us]
acto mágico

Sexta entrega de la serie
 "Prueba en carretera".
 El tema de la semana era
 "aire acondicionado".
 El texto en Braille dice:
 "Thatchernos hajodido".





lengua no oficial



6

Todos nos enfrentamos al problema del desajuste diferencial entre cómo nos vemos a nosotros mismos y cómo nos ven los demás. Intentar resolver este problema de manera individual puede conducirnos al aislamiento; el resolverlo colectivamente nos brinda una nueva perspectiva.

Códigos no oficiales:

Mike Brake¹ señala que el problema del ajuste diferencial se redefine según las reglas y convenciones del subgrupo cultural y nos ofrece una nueva identidad fuera de las categorías convencionales de edad, clase u ocupación laboral. Los jóvenes en particular se sienten marginados de los valores culturales oficiales. A menudo no le dan importancia al trabajo, ni siquiera como medio de ganar dinero; y se interesan más por las actividades basadas en la diversión que por las relacionadas con el trabajo. Cada vez más, sus aspiraciones se centran en lo que hacen fuera del trabajo. Sus energías se orientan a actividades asociadas con la música, la moda y el deporte. A menudo, dos o más de éstas se reúnen en un paquete semiótico.

Las gradas de fútbol, por ejemplo, son lugares vívidos y sensoriales, abarrotados de hinchas adornados con los colores de su equipo. A un nivel, sólo significan el equipo al que apoyan. Sin embargo, estudios acerca de la conducta de los hinchas de fútbol muestran que al mismo tiempo se comunican una serie de mensajes sutiles. La manera en que se llevan los colores, el modo en que se atan

1. Brake M. *Semiotografía de la Cultura and Youth Subcultures* (1982)





las bufandas, los gestos que hacen y la manera en que se visten son todos ellos parte de un código semiótico. Los estudios han revelado que es posible predecir, mediante la observación de esas señales sutiles, qué hinchas se quedarán a pelear, quiénes contemplarán a distancia los enfrentamientos, y cuáles se consideran a sí mismos duros pero probablemente no lo sean.

Aunque los hinchas se visten de forma pareada y de acuerdo con ciertas convenciones y estilos, no por ello dejan de transmitir con su elección de ropas un amplio abanico de mensajes que caen dentro de convenciones más amplias. En otras palabras, la indumentaria que llevan los hinchas tiene una función altamente simbólica.²

Los gestos que intercambian los hinchas de equipos rivales funcionan como metonimia. El puño cerrado y la mirada gélida son reconocibles como metonimias de la violencia y pueden equivaler a la violencia real en agresiones ritualizadas.

Como vimos en el capítulo anterior, Saussure observó que ni las lenguas ni los dialectos tenían límites naturales. Todo lo que se necesita es un conjunto de hablantes que deseen convertirse en portadores de la lengua o dialecto. Los gestos simbólicos de los que se trata en este capítulo pueden considerarse como *dialectos*. Un amplio espectro de símbolos semióticos caracteriza las diferentes comunidades lingüísticas. Lo que vis-

ten, cómo hablan, sus gestos, sus peinados, todo ello forma parte de su dialecto particular. La lengua, sea hablada o visual, es determinada por la comunidad que la usa y a diferencia de la lengua oficial, no tiene un control impuesto desde el exterior. Es fácil comprender por qué se trata de una propuesta interesante para cualquiera que se sienta de alguna manera marginado por la cultura oficial. La ocasión de comunicarse con personas de parecida forma de pensar, y de un modo que no puede ser entendido por aquellos de los que se desconfía. El mero uso de esta lengua marca al hablante como parte de una comunidad alternativa.

Graffiti

Examinemos, por ejemplo, los graffiti como lenguaje visual no oficial que posee sus términos lingüísticos propios. El graffiti es un modelo útil, puesto que ante todo es claramente visual. Tiene además la ventaja de ser un tipo extremo de lenguaje no oficial. Se mantiene fuera de todo sistema educativo. Ello facilita su reconocimiento y produce reacciones claras en quien los lee.

Escribir graffiti es la forma más honesta de ser un artista. No proporciona dinero, no necesitas cultura para entenderlo y no se paga para verlo.³

La manifestación de la identidad individual es tal vez el tema más popular y predominante en la escritura de graffiti. La prác-

2. Marsh P. and Rossier E. and Heath R. *The Pattern of Disorder* (1978)

3. Marco T. *Stencil Graffiti* (2002)

4. Castlemann C. *Getting Up: Subway Graffiti in New York* (1962)



tica inmemorial de escribir el nombre lo apodol sigue formando hoy parte de nuestro mundo y tiene una historia que se remonta a los nombres de gladiadores, acompañados de símbolos y dibujos, hallados en los muros de las excavaciones de Pompeya.

El estudio de Castleman sobre los grafiti de Nueva York identifica cierto número de formas contemporáneas, tales como el tag ("firma") o el throw-up ("letrero rápido"). Esta terminología de los escritores de grafiti pone de relieve una jerarquía y un código de prácticas específicas de su propio campo.

Getting Up: escribir

King of the Line: El escritor con más throw-ups

Backgrounding: acuerdo tácito de no cubrir o borrar las obras de otros

Racking Up: robo en tiendas (se considera más adecuado que los materiales empleados sean robados)

Hit: nombre que se daba anteriormente a la firma o tag

Fame: fama

Nasty, the Death, Vicious, Bad, Dirty, the Joint, Juicy, Down, Burner, One: términos de aprobación

Toy: palabra que puede añadirse a una obra a modo de crítica, con el sentido de "insignificante" (Toy = "juguete").

Bomb: acción en grupo⁴



el graffitero

5. Hurd D. (then UK Home Secretary) *Conference on Vandalism*, London (1988)

6. Home Office Research Unit in Cofield F. *Vandalism and Graffiti* (1991)

7. Cofield F. *Vandalism and Graffiti* (1991)

8. Castleman C. *Getting Up: Subway Graffiti in New York* (1982). Traducción española: *Los graffiti*, Ed. Blume, 1987

9. Castleman C. *ibid*

10. Criminal Justice (Scotland) Act of 1980 (Section 78)

El graffitero

El punto de vista oficial sobre los autores de graffiti es que son unos gamberros. Esta descripción parece ajustarse a un estereotipo de adolescente urbano de clase obrera cuyas actividades destructivas serán el prólogo de futuros actos criminales.

*...es fácil advertir que el joven vándalo de hoy será el hoodigan de mañana y el atracador de la semana que viene*⁵

La literatura de la Oficina de Investigación Criminal Británica confirma esta visión:

*La motivación subyacente al vandalismo de los adolescentes puede alimentar también otras formas de conducta criminal, en especial el robo*⁶

No obstante, el estereotipo queda desacreditado por estudios independientes que defienden que los gamberros tienen un trasfondo social mucho más amplio:

*Los gamberros proceden tanto de zonas urbanas como de barrios residenciales y del área rural; de familias obreras tanto como de las clases media y alta, y son de distintos orígenes étnicos. Reconocer asimismo el creciente papel de las chicas en actos de vandalismo ayudaría a corregir el estereotipo*⁷.

Esta otra visión se refuerza sin duda por la gran variedad de procedencias que se muestra en estudio de campo de Gladstone de 1978, también confirmada por el estudio de Craig Castleman sobre los graffiti de Nueva York. Los agentes de la policía urbana de transportes hablaban acerca de los vándalos y describían su procedencia:

*...sus padres son profesores de Columbia, de la Universidad de Nueva York, contables, médicos, arquitectos. Viven en casas caras, en apartamentos, pero también en cuchitriles del gueto. No hay una pauta general*⁸



Según Castleman, entre los miembros de la Nación de Artistas del Graffiti hay representantes de muchos grupos étnicos:

*incluidos chinos, norteamericanos, indios, ucranianos, filipinos, dominicanos y nigerianos*⁹

Los archivos policiales también muestran que la mayoría de autores tienen entre once y dieciséis años. Los propios autores confirmaron este dato en sus entrevistas con Castleman. Solían empezar sobre los diez años y se retiraban hacia su decimosexto cumpleaños, pues esta era la edad a la que, como adultos, podrían ser fotografiados, fichados y criminalizados.

motivación



Motivación

Quizás el aspecto más llamativo de esta cuestión es que no existe una motivación general detrás del vandalismo y el grafiti. No hay una teoría simple y generalmente aceptada que explique los secretos de estas actividades ilícitas; en cambio, hay cierto número de aproximaciones que intentan explicar o bien una parte del problema o bien un tipo concreto de vandalismo. Tampoco hay un acuerdo general en cuanto a la definición de vandalismo o gamberrismo. Por ejemplo, las estadísticas criminales de Inglaterra y Gales muestran que nadie ha sido nunca acusado o declarado culpable de "vandalismo", mientras que en Escocia el término existe como delito criminal desde 1980. En Inglaterra y Gales, grafiti y vandalismo han sido definidos en términos de "daños criminales", si bien la Ley de Enjuiciamiento Criminal escocesa de 1980

establece claramente en su apartado 78:

Toda persona que, sin excusa razonable, a propósito o por imprudencia destruya o dañe propiedades ajenas será culpable del delito de "vandalismo".¹⁰

Pese a estas diferencias en la terminología legal, las noticias y recortes de prensa muestran lo que periodistas y policía suelen describir como "salvajismo", "estupidez" o "vandalismo", términos que, en cambio, raramente se emplean para calificar las acciones de las autoridades y planificadores urbanos que han dañado ciudades y paisajes de manera más permanente.

Este vandalismo del poder fue puesto de relieve por David Downes al extender el concepto tradicional a lo que llamó "vandalismo de cuello blanco". En general, existe la tendencia por parte de instituciones y autoridades a contemplar el vandalismo y el graffiti como un "problema" y a abordar estas cuestiones de acuerdo con tal punto de vista. Stan Cohen y Frank Cofield, sin embargo, sugieren que el vandalismo y el graffiti son "soluciones" y no problemas, lo cual nos brinda una perspectiva distinta a la clásica aproximación de prevención y castigo.

Prestigio y emoción

La investigación del ministerio del interior británico cita el "prestigio y la emoción" como motivos para el graffiti y el vandalismo:

... la mayoría de los actos vandálicos parece ser obra o bien de niños que juegan sin supervisión, o de adolescentes que buscan prestigio y emociones, relativamente pocas acciones de este tipo son cometidas por jóvenes de más edad o por adultos."

Un estudio sobre los trabajadores de los muelles de Liverpool mostró que un sistema de reglas y convenciones generado por las dificultades económicas condujo a una tradición de correr riesgos como prueba de fuerza, coraje y habilidad. Esta tradición se centraba especialmente en el desafío a las autoridades y las instituciones. Un código práctico establecía que era bastante aceptable robar cosas del trabajo, pero absolutamente inadmisible robar objetos a la familia.

Otra de las observaciones de la investigación ministerial puede ser interesante como pista sobre las motivaciones:

... una proporción comparativamente pequeña del vandalismo se dirige contra propiedades privadas; la mayor parte se dirige contra propiedades de la autoridad local."

Empezamos ahora a vislumbrar un cuadro más amplio del graffiti como una serie de gestos dirigidos contra los símbolos visibles del poder establecido, gestos motivados, al menos en parte, por la necesidad de establecer un prestigio entre una comunidad lingüística concreta.

Ha habido varios intentos de definir los motivos del vandalismo, categorizando primero la diversidad de acciones que se colocan bajo ese epígrafe y realizando después el por qué ocurren esos hechos. Quizás la formulación de categorías más aceptada sean los tipos formulados por Cohen, adaptados más tarde por Baker y Waddon (cuyas alteraciones he añadido en cursiva a la lista original de Cohen):

1. Vandalismo ideológico

Se destruyen propiedades para hacer pública una causa concreta justificada por una creencia política o un viejo agravio.

2. Vandalismo adquisitivo

Para adquirir dinero o propiedades, por ejemplo, saqueando máquinas expendedoras o robando letreros.

3. Vandalismo táctico

Baker y Waddon reemplazan esta categoría por otra nueva, la de "graffiti". Un medio de obtener un fin, por ejemplo, detener una cadena de montaje para romper el aburrimiento del trabajo o para aumentar el prestigio entre los compañeros.

4. Vandalismo vengativo

Baker y Waddon cambian el título de esta categoría por "Expresión de protesta". Vandalismo como forma de venganza o para mostrar rechazo, dirigido a menudo contra las escuelas.



11. Home Office Research Unit in Ceffield F. *Vandalism and Graffiti* (1991)

12. Clarke R. (1978) en Cofield F. *Vandalism and Graffiti* (1991)

13. Baker C. and Waddon A. *Vandalism: Understanding and Prevention* (1989)

14. Hurd D. (ministro del Interior inglés en la época) Conferencia en Vandalism, London (1988)

categorías de graffiti



5. Vandalismo lúdico

Vandalismo por diversión o euforia, motivado por curiosidad o como competición; por ejemplo, jugar a ver quién rompe más ventanas.

6. Vandalismo malicioso

Para Cohen ésta es la categoría que incluye la conducta de gente joven que quiere "romper, cortar y escapar", e incluiría los ataques a las propiedades públicas. Cohen reconoce que se trata de la categoría más difícil de comprender, puesto que parece ser "sin sentido", pero proporciona a los perpetradores la ocasión de expresar su aburrimiento, frustración o desesperanza con pocas probabilidades de ser detenidos y denunciados¹³.

Como ya dijimos, no parece existir una explicación general de las causas del vandalismo. No obstante, con la lista anterior podemos identificar cierto número de posibles motivos: ganancias económicas, presión del grupo humano, placer estético y transgresión prefabricada. El punto de vista de Douglas Hurd en 1988 en cuanto a las causas era:

aburrimiento, exceso de bebida, y el apelo de emociones de los jóvenes¹⁴.

Sin embargo, los motivos que generan más debate son los de placer y transgresión prefabricada. Para explicarlos se argumenta



que el vandalismo como solución para este grupo es sencillamente "correcto" en términos simbólicos, expresivos y emocionales. Es decir que, en su puro sin sentido, tiene sentido... por lo que ofrece: excitación, dificultad, dureza, acción, control y riesgo.

Tenemos una imagen de lo que debería ser la sociedad y reconocemos como legítimos determinados motivos. Cuando no hallamos esos motivos no sabemos aceptar la conducta. El vandalismo sin beneficio económico (incluido el graffiti) parece no tener un motivo, pero la única manera de encontrar sentido a ciertas acciones es aceptar que no tienen sentido para la lógica convencional.

Dialecto visual

Un aspecto formal común a la mayoría de los graffiti son los materiales empleados para realizarlos. La naturaleza de estas acciones dicta que las marcas deben hacerse deprisa y con materiales que pueden fácilmente transportarse y ocultarse y que sean de fácil acceso. Cuando no se trata de rayar la pared, los materiales más populares son la pintura en aerosol y, más recientemente, los rotuladores, que pueden adaptarse para crear efectos (por ejemplo, recortar la punta, o unir dos con cinta adhesiva). Conviene mencionar que el pegado de flyers nunca se considera una forma de graffiti y, como observa Casterman, la policía no persigue ese tipo de campañas; no está claro si ello es debido a la naturaleza permanente de los materiales de graffiti, o a que muchas campañas comerciales y políticas emplean soportes impresos (considerados oficiales). Sin embargo, es evidente que los flyers comparten muchas características con los graffiti.

*Los flyers proporcionan una forma cultural que ha podido ser empleada con gran efectividad por sectores que se ubican en los límites o totalmente fuera de las culturas dominantes. Los usos varían entre personas y entre situaciones, pero la característica común es que los flyers son un medio expresivo para grupos o individuos con poco dinero o escaso acceso a los medios convencionales. Son emotivos, peligrosos y subversivos.*¹⁵

Los graffiti estarcidos con plantillas (stencils) comportan un juego de valores semiológicos similar. Como señala Tristan en su libro sobre stencils, el medio se asocia fácilmente con los letreros stencils propios de cajones y mobiliario urbano público. Ello confiere al stencil autoridad y autenticidad con el beneficio añadido de la consistencia. Como el flyer, nuestro conocimiento de su historia los hace exóticos y subversivos.



*Todo graffiti es disidencia de baja intensidad, pero los stencils tienen una historia extra. Han sido empleados para iniciar revoluciones y para parar guerras. Su estilo los hace parecer mensajes políticos.*¹⁶

Las posibilidades de cargar los mensajes con estos significantes de segundo orden (peligro, subversión, disidencia, autenticidad, política) no han pasado inadvertidas a fabricantes y publicistas. El lenguaje visual no oficial del graffiti y sus formas asociadas han sido empleados para promover marcas de moda, música, automóviles, ropa deportiva, alimentos, bebidas y eventos. Siempre que una marca desea comunicarse de manera directa con una audiencia joven puede adoptar un dialecto que encaje con sus necesidades concretas. Además de emplear el tono de voz apropiado, el lenguaje visual no oficial suele ser barato de producir y ello le añade autenticidad. De hecho, en muchos casos, la sensación de autenticidad falla porque el contexto tiene un papel muy importante en la lectura del mensaje. No es probable que una marca gráfica impresa en una caja de cereales parezca peligrosa y emocionante, precisamente porque está en una caja de cereales. El uso de lo que se ha dado en llamar vernacular ("vernáculo"; en este caso, casero, chapucero) en arte y diseño se ha extendido como procedimiento para añadir un barniz de autenticidad y honradez percibibles a muy diversos trabajos. A menudo se percibe como señal de que el departamento de marketing no ha tenido que ver con la promoción del producto o servicio. La vernacular aparece claramente como un trabajo que prescinde apropiado del diseño. El concepto prescinde de la comunicación visual realizada por aficionados que le confieren un sabor informal y no oficial; las obras con frecuencia están hechas a mano o empleando sistemas caseros como, por ejemplo, letras adhesivas.

15. Fuller M. Flyposter (1992).

16. Manco T. Stencil (1992).

ALL MATERIALS





UNION UNIFIED

Dialecto no oficial y artes visuales

Algunos de los valores formales de lo vernacular y del graffiti se encuentran en ejemplos de lo que solemos llamar bellas artes, por ejemplo, identidad, espontaneidad, repetición, etc. Sin embargo, por el contrario, pocos artistas surgidos del mundo del graffiti han alcanzado éxito comercial o de crítica apreciable. Las excepciones más notables son probablemente Keith Haring y Jean-Michel Basquiat [hay que decir que ambos artistas poseen formación académica, a diferencia de la mayoría de autores de graffiti, cuyas obras jamás llegan a las galerías]. Es interesante conocer hasta qué punto la obra revelaba su origen en el graffiti cuando se trasladó desde su contexto no oficial al escenario más formal de la galería. Basquiat, que empezó trabajando como la mitad del equipo de graffiti Sano sin duda mostraba en su obra la rapidez y maneras del graffiti.

Basquiat iba con una prisa terrible y terrorífica... para él, dibujar era más estar haciéndolo que haberlo hecho, una actividad antes que un medio. Sus primeras imágenes en papel muestran la misma autotendia caligráfica que sus firmas callejeras bajo seudónimo.¹⁶

Haring también parece reconocer el aspecto de performance que tiene el graffiti, "una actividad antes que un medio".

El compromiso de Haring con la performance pública estaba respaldado por su absoluta voluntad de azar y espontaneidad. Se inspiraba a partes iguales por el automatismo inherente al proceso pictórico de Jackson Pollock y Mark Tobey, la seguridad de los calígrafos orientales, y el puro abandono de las acciones de grupo de los autores de graffiti.¹⁷

Hacia de día casi todos sus dibujos en el metro, a menudo en horas punta, en un intento de compartir el acto de la creación artística con el público, dejando de lado la perdurabilidad de las obras en el sentido material.¹⁸

Aquí podemos ver parecidos formales entre este arte y el graffiti: rapidez de ejecución, espontaneidad, materiales empleados, ausencia de distinción entre figuras, terreno y contexto, pero también hay diferencias importantes. El trabajo de estos artistas recibe cierta ratificación: el graffiti de Basquiat se convierte en dibujo y se exhibe

Hilton Thompson
Un digitized

16. Starr R. *Two Hundred Beats Per Min.* (1990) in Robert Miller Gallery's *Basquiat Drawings* (1990)

17. B. Underman B. *And We All Shine On* (1992) in Colant B. Keith Haring (1992)

18. B. Underman B. *ibid.*

Basquiat y Haring



en un estudio, sobre papel o lienzo; Haring trabaja en espacios públicos sobre las paredes en horas punta, sin ser por ello detenido, y a menudo por invitación. Posiblemente ambos artistas muestran un mayor control de los valores tradicionales de composición, distribución espacial de las imágenes sobre una superficie, color que la mayoría de autores de graffiti, pero ¿qué decir de los temas y características de las obras? Ninguno de los dos se contenta, como la mayoría de autores de graffiti, con la simple repetición de su nombre; sin embargo, la recurrencia de símbolos visuales parece implicar de algún modo una firma.

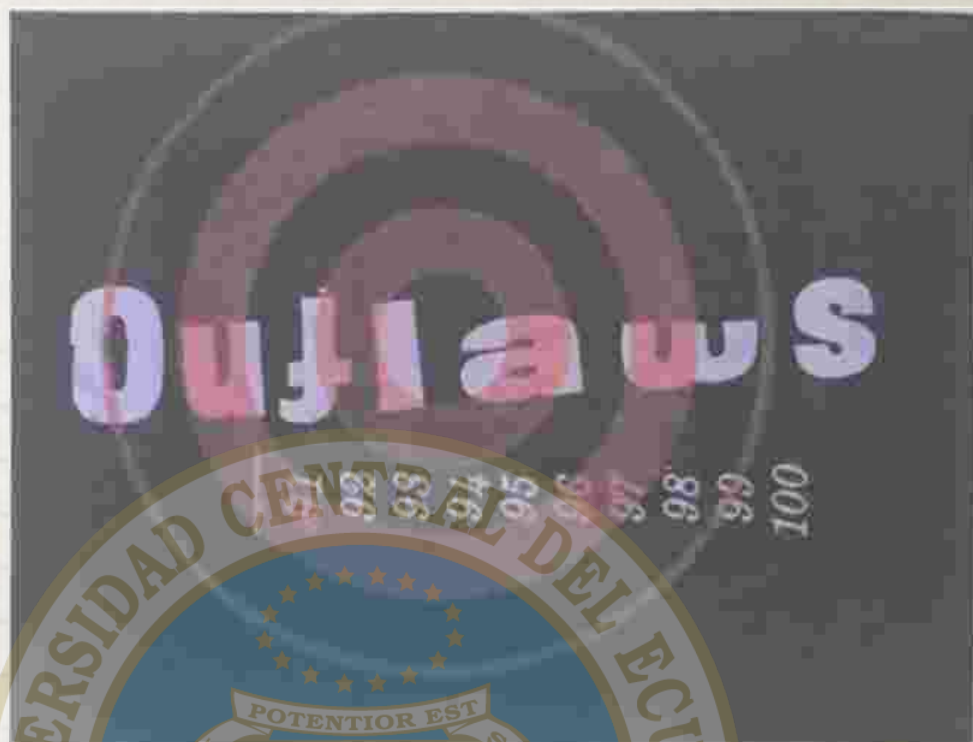
Jean-Michel Basquiat
A. P. White & Experts
James Goodman
Gallery, Nueva York
© ADAGP, París y
DACS Londres 2003

Listas de héroes personales, entre ellos boxeadores y músicos repetidos por sí mismo con la escritura manual que es un sello personal de su pasado como autor de graffiti. En este caso, el propio lienzo se convierte de una manera azarosa, como un objeto encontrado procedente de un collage urbano.



Outlaws

Flyers de una colección de objetos contenida en una caja, la cual servía como catálogo de una exposición ubicada en un cobertizo casero situado en el exterior de la galería Tate de Liverpool.



En el caso de Basquiat, se trata de listas de héroes personales, boxeadores, intérpretes de blues y cabezas, a menudo calaveras, que corean las palabras, mientras que Haring emplea una figura informe, casi infantil, que acopla con una variedad de objetos arquitectónicos o tecnológicos: la pantalla del televisor, escalones, platillos volantes.

El legado de Haring es un universo modelo, un glosario de signos y símbolos que reflejan la ansiedad, euforia, deseo, opresión y esperanza en una era de magia digital y crisis de la comunicación.¹⁹

Pocas confusiones podemos extraer de estas notas, excepto que quizás el pasado del artista como autor de graffiti es evidente en las cualidades formales de la obra, incluso aunque las motivaciones no lo sean tanto. No se sabe si el público consideraba esta obra como arte o como vandalismo táctico antes de que llegara a las galerías. Lo único que parece seguro es que una vez que apareció en las galerías neoyorquinas se convirtió en "arte". El valor de la obra fue determinado por los otros signos que la rodeaban. Se convirtió en arte porque fue colocada y aceptada en una galería.

El artista de graffiti-stencil Banksy, radicado en el Reino Unido, tiene puntos de vista claros acerca de la diferencia que marca el contexto en el que se coloca la obra:

...He actuado en galerías y, para alguien que ha estado lanzándole a la gente todo tipo de imágenes en todo tipo de sitios, son como un paso atrás. Pintar las calles significa convertirse en una parte real de la ciudad. No es un deporte para espectadores.²⁰

Quizás, como fue el caso de los ladrillos de Carl Andre, tan sólo se trate de un discurso que acabará siendo aceptado dentro de lo oficial al cabo del tiempo. La siguiente explicación (de un estudiante de dieciocho años de Blackpool a quien le fue prohibido acercarse a ningún puente de ferrocarril del Reino Unido en enero de 1991, después de declararse culpable de siete cargos de daños criminales realizados con pintura en aerosol), parece condensar los sentimientos de los autores de graffiti, y es por ello que la citamos íntegramente en la página opuesta:

19. *Blinderman B. And We All Shine On* (1992) in *Coland'G.*, Keith Haring (1992)

20. Banksy en Manco T, *Stencil Graffiti* (2002)

21. *The Guardian* 21 de enero de 1991, entrevista a 4.1.3

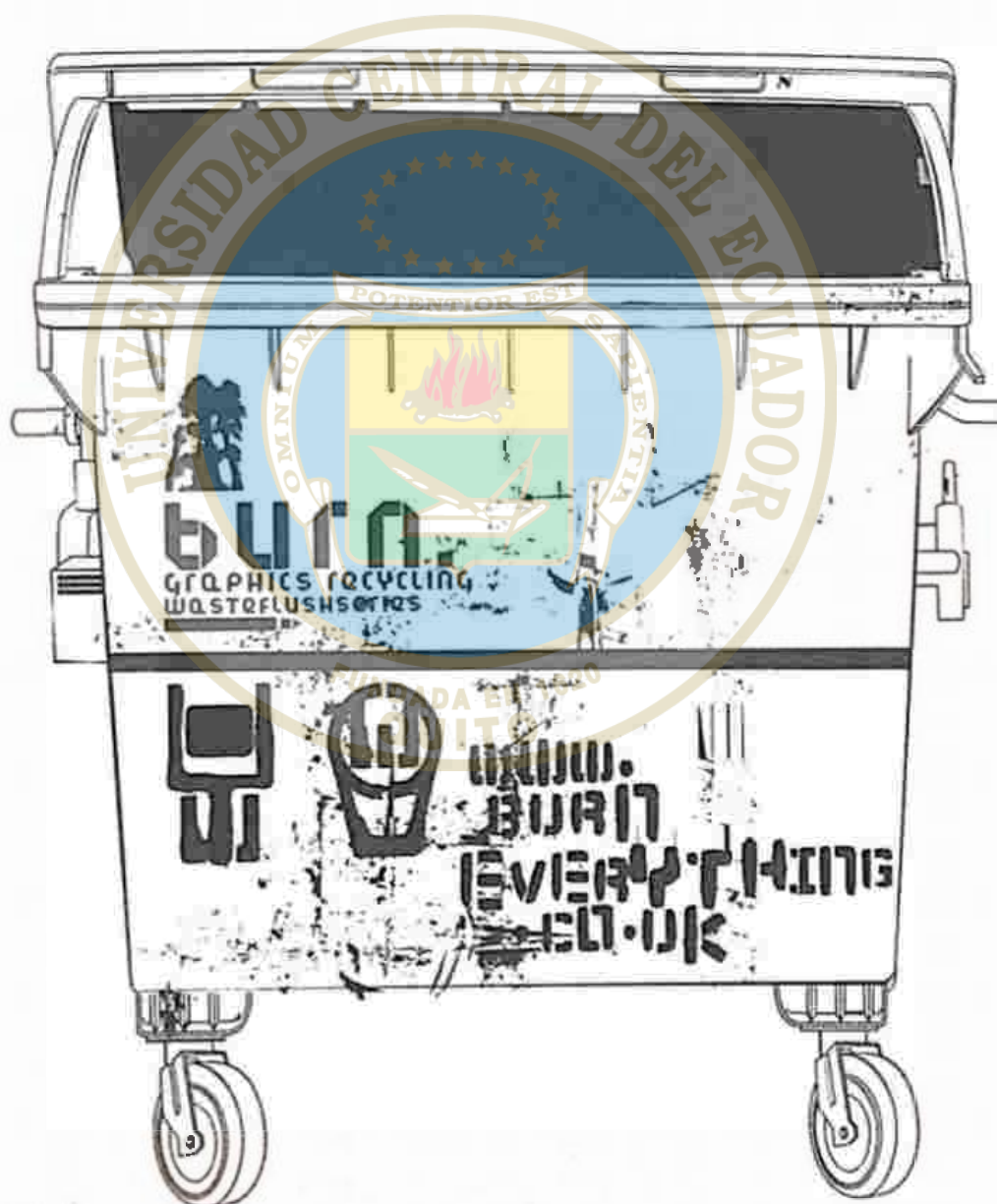


Es una sensación fantástica, como de estar al margen de la ley. Ahí afuera, en la noche, con un par de amigos, estás creando algo bello y maravilloso para que otros lo disfruten. Acepto que la compañía de ferrocarriles inglesa no quiera ver murales en sus paredes, pero a mí no me parece vandalismo. Es arte popular. Por desgracia, la mayoría de la gente está mal informada y no entiende lo que es la cultura. La cultura es autoexpresión. Nosotros añadimos color a una superficie blanca y sosa para que otros lo vean y lo admiren. Puede que ahora no sea apreciado en todo su valor, pero creo que en su momento será reconocido como una forma de arte ».



Bum
Wastebin
lenguano oficial

El grupo de diseño Bum emplea el dialecto visual del graffiti y el varidalismo como elementos de su obra autopromocional.



Ian Wright
Skip MacDonald
(Tackhead)
diálogo

Una foto reprocesada de un músico se ha pasado varias veces por una fotocopidora corriente, cambiando los cartuchos de color antes de cada pasada. El resultado es un retrato de chocante tecnología casera, con el aire visual de los carteles baratos y los fanzines.





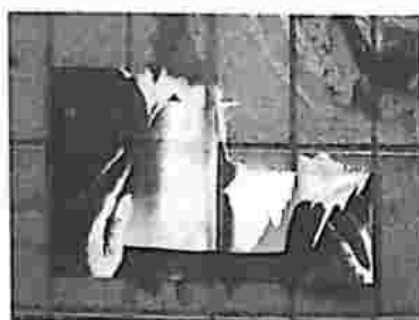
Ian Wright
 Ian Brown
 Dolphins were Monkeys
diálecto

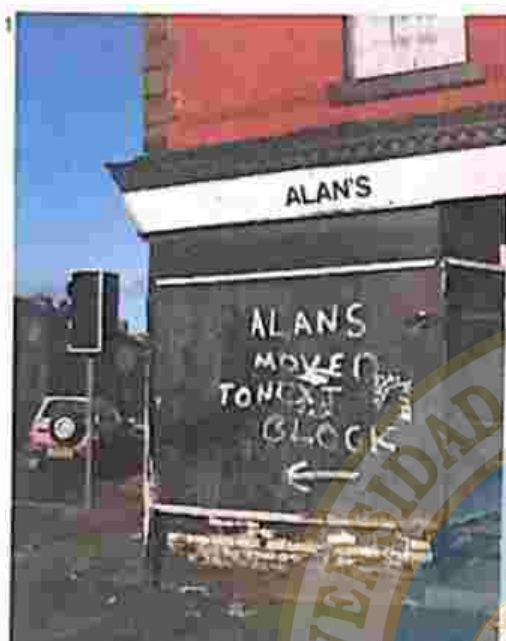
Las marcas pintadas a mano y el stencil con aerosol son medios del graffiti usados en esta ilustración de la portada de un disco de Ian Brown. Las imágenes están cargadas con los significantes de segundo orden asociados al graffiti: el peligro, emoción y autenticidad de la cultura de la calle.



David Crow
Trouble
dialecto

Selección de una serie de carteles pegados en las calles de Salford, Inglaterra. La finalidad del proyecto era emplear la semiología de las situaciones urbanas para implicar a los transeúntes en un diálogo visual en torno al territorio. La semiología del cartel callejero podría definirse como un *dialecto visual*, puesto que se dirige directamente a una comunidad diferenciada. En muchos casos los carteles fueron destruidos, y quedó claro que el empleo de papel y tinta bastaba para convertir los carteles en parte de una cultura visual oficial que chocaba de frente con lo que normalmente se esperaba encontrar en esos espacios.





1 & 2.
Alan The Barber and
Gerry The Fridge Man
lengua no oficial

Letreros vernaculares auténticos en fachadas de tiendas urbanas; son empleados a menudo como fuente de inspiración por diseñadores que quieren despojar a sus mensajes del barniz de calidad del diseño formal.

2. Alan Murphy
Loud Words
lengua no oficial

Letreros y escritura vernaculares se emplean para comunicar un carácter definido en su composición tan personal.





4. Ian Wright
Business Card
lenguano oficial

El estilo de un cartel de menú de letras móviles es usado para menoscabar la previsible formalidad de la tarjeta comercial de un ilustrador. Este dialecto visual se refuerza con el uso de cartulina de embalar y una impresión fuera de registro. El texto apoya la expresividad con el empleo de la fórmula popular "Painter & Decorator" ["Pintor decorador"] y relegando al fondo la palabra "ilustración".

5. David Crow
y Guy Hawkins
Love.net
lenguano oficial

Un sillón abandonado se usa como base de una identidad corporativa escultórica realizada para un sello discográfico.





7. creatividad simbólica



J. Willis P. Common
Culture (1990)

La multitud de formas en que la gente joven emplea, humaniza, decora y reviste de significado sus espacios vitales comunes e inmediatos y sus prácticas sociales: estilo personal y elección de vestuario; uso activo y selectivo de la música, televisión, revistas, decoración de dormitorios; rituales de relaciones sentimentales y estilos subculturales; el estilo, el humor y los dramas de los grupos de amigos; hacer música y bailar ¹.

James Jarvis
Arriba: Gary
Página siguiente:
In My Room

Ilustraciones creadas
originalmente para el
magazine The Face.



Paul Willis² nos presenta la idea de *creatividad simbólica* citando estadísticas de la Encuesta General de los Hogares Ingleses³, y tal vez sería útil repetir aquí algunas de esas cifras: el 4% de la población acude a museos o galerías de arte; el 90% ve la televisión unas 25 horas por semana; el 2% de los jóvenes (20-24 años) asisten al teatro [el local artístico más popular en Inglaterra]; el 92% de los jóvenes escuchan la radio, y el 87% compra música grabada.

Estas cifras apoyan la afirmación de Willis de que los diversos géneros que constituyen las bellas artes son por lo común instituciones de exclusión que no tienen relación real con la gente joven ni con sus vidas. El autor argumenta que el arte establecido ha hecho muy poco para cambiar la creencia popular de que el arte de las galerías es especial, elevado y en absoluto cotidiano. Willis va más allá al decir que, de hecho, las instituciones del arte culto promueven el temor de que las artes estén en decadencia, con el fin de reforzar sus peticiones de subsidios y privilegios. Frente a esto, Willis defiende que existe una vibrante *vida simbólica* y una activa *creatividad simbólica* en la vida cotidiana, en las acciones y expresiones de cada día. Nos indica el modo en que las vidas de los jóvenes están en realidad llenas de expresiones, signos y símbolos, aunque ellos mismos no se impliquen en las artes. Willis cita:

...la multitud de formas en que la gente joven emplea, humaniza, decora y reviste de significado sus espacios vitales comunes e inmediatos y sus prácticas sociales; estilo personal y elección de vestuario; uso activo y selectivo de la música; televisión, revistas, decoración de dormitorios; rituales de relaciones sentimentales y estilos subculturales; el estilo, el humor y los dramas de los grupos de amigos; hacer música y bailar⁴

La habilidad del arte culto para distanciarse de esas cosas e insistir en la necesidad de una educación previa conduce a un total aislamiento del arte con respecto a la vida, que tiene como resultado lo que Willis llama "hiperinstitutionalización", y que se define como una situación en la que las característi-



Willis sostiene que hay una vibrante "vida simbólica" y una activa "creatividad simbólica" en las actividades y expresiones de la vida diaria. El autor llama nuestra atención sobre el modo en que las vidas de los jóvenes están en realidad llenas de expresiones, signos y símbolos.

2. Willis P. *Common Culture* (1990).

3. The General Household Survey (1983-4) (Cultural Trends, 51).

4. Willis P. *ibid*.

5. Willis P. *ibid*.



cas formales –en lugar del interés para nuestras inquietudes vitales– se convierten en garantes de la estética. Los no entendidos, los incultos, sencillamente carecen del código y son vistos (e incluso se ven a sí mismos) como ignorantes o insensibles. Willis retoma además la noción de los campos de Bourdieu al situar al artista subvencionado en la periferia del campo de la creatividad simbólica y no en el centro, invirtiendo así el punto de vista tradicional y colocando al público en el centro. Willis sostiene que esta actividad simbólica no sólo es vibrante sino también necesaria, puesto que los seres humanos son seres comunicativos tanto como productivos y, aún más, aunque no todos son productivos todos son comunicativos. Willis hace hincapié en que la necesidad de obra simbólica ha sido olvidada, y nos ofrece una definición:

La aplicación de las capacidades humanas a recursos simbólicos y materiales en bruto [colecciones de signos y símbolos, por ejemplo, el lenguaje tal como lo heredamos, textos, imágenes, películas, canciones, artefactos, para producir significado].⁵

Esto en cierto modo choca con la tradición inglesa radical de los años veinte y treinta del siglo xx que sigue las ideas de autores como William Morris, quien subraya la dignidad del trabajo expresada en su ecuación: arte = trabajo / placer. El trabajo necesario se veía en ese momento como las capacidades humanas aplicadas mediante la acción de herramientas sobre materiales an bruto para producir bienes o servicios (normalmente a través del trabajo asalariado). Sin embargo, Willis señala que la mecanización de la industria moderna ha hecho imposible encontrar arte en el trabajo remunerado, y señala al efecto el ejemplo extremo de los trabajadores de una fábrica inglesa que, según indica un estudio, encontraban más ocasiones para la producción simbólica mientras conducían hacia el trabajo de las que podían hallar en el propio trabajo. Esta falta de oportunidades para la necesaria labor simbólica en el trabajo pone de relieve la importancia del juego en nuestra expresión individual. Así, las situaciones informales, en lugar de las formales, son las que nos ofrecen libertad y capacidad de elección y es en aquellas, cada vez más, en las que nuestro necesario trabajo simbólico se produce.

David Crow
Megafamily

Bocetos y desarrollos
para la fuente Megafamily
que aparece en la
página 139.

Es así como producimos y reproducimos nuestras propias identidades individuales, quiénes somos y quiénes podemos llegar a ser. También sitúa estas identidades en tiempo y lugar y define la pertenencia a grupos como raza, sexo, edad, región.



Según Willis, esta creciente importancia del juego se refleja en la enorme crecimiento de *diversión* comercializada, con división de opiniones en cuanto a si la condición de producto comercial devalúa el valor cultural.

Willis separa la creatividad simbólica de la producción material y sugiere que se la considere como producción simbólica. El autor cita cuatro elementos necesarios para el indispensable trabajo simbólico:

1. La herramienta primaria del lenguaje, que posibilita la interacción y nos permite evaluar nuestro impacto en los demás y el de ellos en nosotros.
2. El cuerpo activo (sede, según Willis de los signos y los símbolos).
3. La representación de papeles y rituales que realizamos con los demás.
4. La práctica de la producción simbólica (en la que el lenguaje es tanto el material en bruto como la herramienta para aportar nuevas maneras de producir significado).

Willis sostiene que todo ello está intrínsecamente unido a la energía, sentimientos, emoción y movimiento psíquico, y cree que constituye la base de la confianza.

Tras definir la creatividad simbólica y las condiciones para que se produzca, Willis ofrece diversos ejemplos de qué cosas se

producen con ella; sugiere que es así como producimos y reproducimos nuestras propias identidades individuales, quiénes somos y quiénes podemos llegar a ser. También sitúa estas identidades en tiempo y lugar y define la pertenencia a grupos como raza, sexo, edad, religión. Además nos proporciona la esperanza de ser capaces de cambiar el mundo en el que vivimos, de dejar nuestra huella, por así decirlo. Conviene señalar aquí que Willis considera estas actividades transitorias, puesto que estamos continuamente experimentando con estas expresiones de identidad y tenemos un sentido cultural de qué peinado, lenguaje, ropas, música, etc. funcionan mejor para nosotros. Willis pone

4. Willis P. *Culture* (1990)

7. Marsh P. and Reaser E. and Harré R. *The Rules of Disorder* (1978)

“En muchos aspectos, se trata de una cuestión de supervivencia cultural para muchos jóvenes”⁶



de relieve la importancia de este aspecto de la producción simbólica. En particular, señala cómo la gente joven se siente marginada por las versiones prefabricadas del yo de la joven que proporciona la sociedad a través de instituciones, publicidad, revistas y televisión. Ese sentimiento se crea por la percepción de la clara diferencia existente entre cómo les dicen que deberían ser y cómo son en realidad. Estudios sobre los *hooligans* del Reino Unido apuntan también la necesidad que tienen los jóvenes marginales de definir su identidad en oposición a las estructuras existentes.

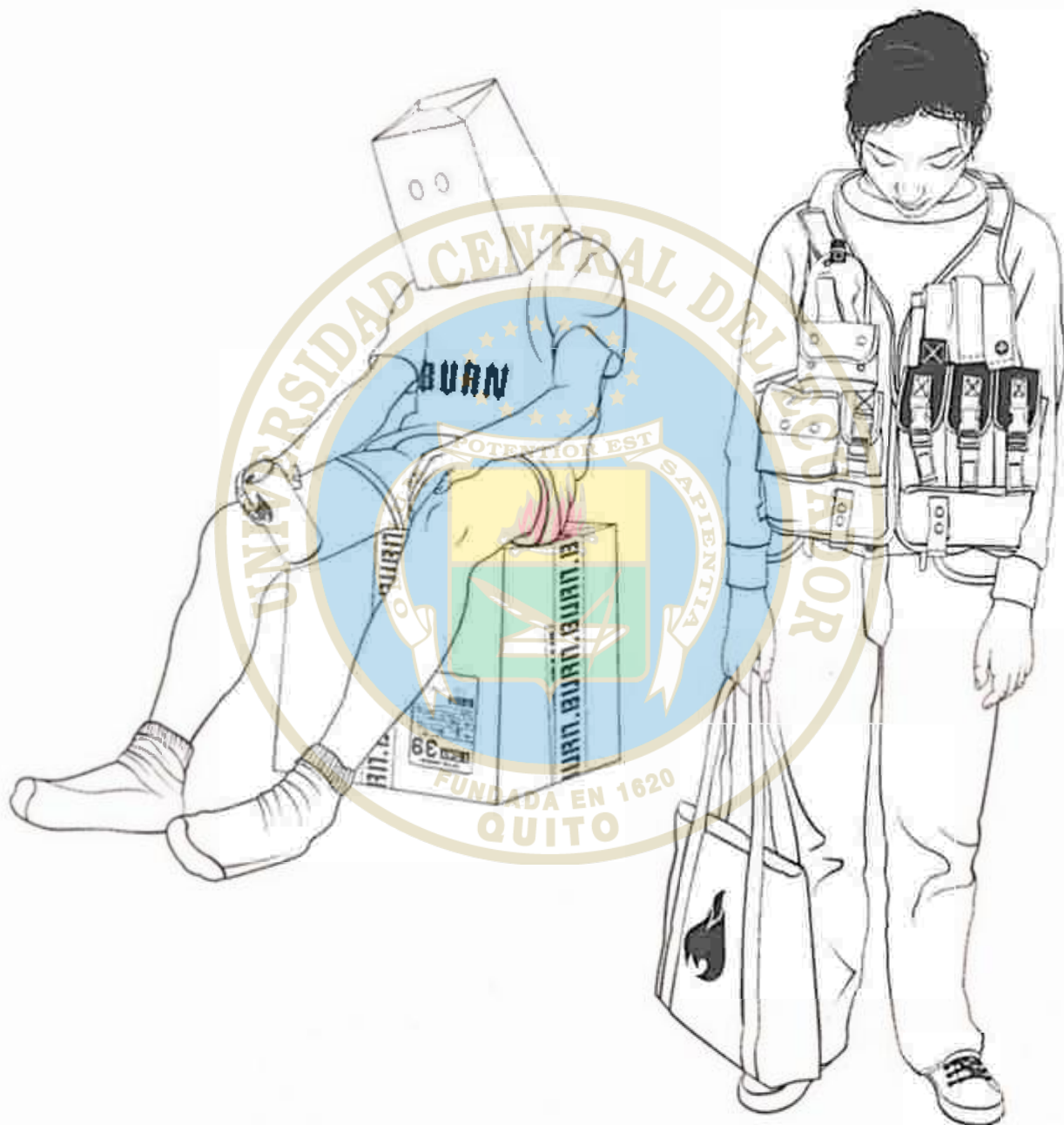
La lucha comienza cuando ellos ven muchas de las cosas que a los demás nos parecen rutinarias como maneras de rebajarlos... Si tienen que tener algún sentido, sus vidas deben ser construidas por ellos mismos y adquirir significado mediante el uso de materiales caseros ⁷.

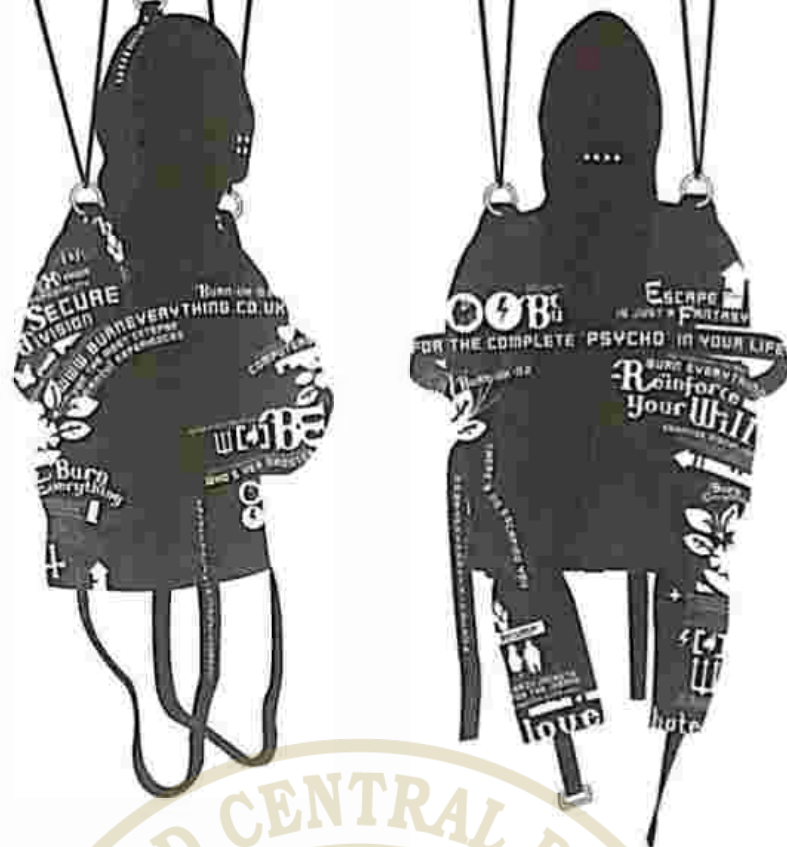




David Crow
Megafamily
juego

Fuente diseñada para el número 13 de la revista Fuse, dedicada a la genética. El briefing consistía en plantear el crecimiento genético de la tipografía. La fuente resultante es un juego tipográfico que usa fragmentos de un retrato de mujer en las mayúsculas y de un retrato de hombre en las minúsculas. Al escribir con los dos juegos, el usuario puede crear retratos miniatúra de posibles descendientes. El tema subyacente es la migración de la tipografía desde el mundo económico al del ocio.





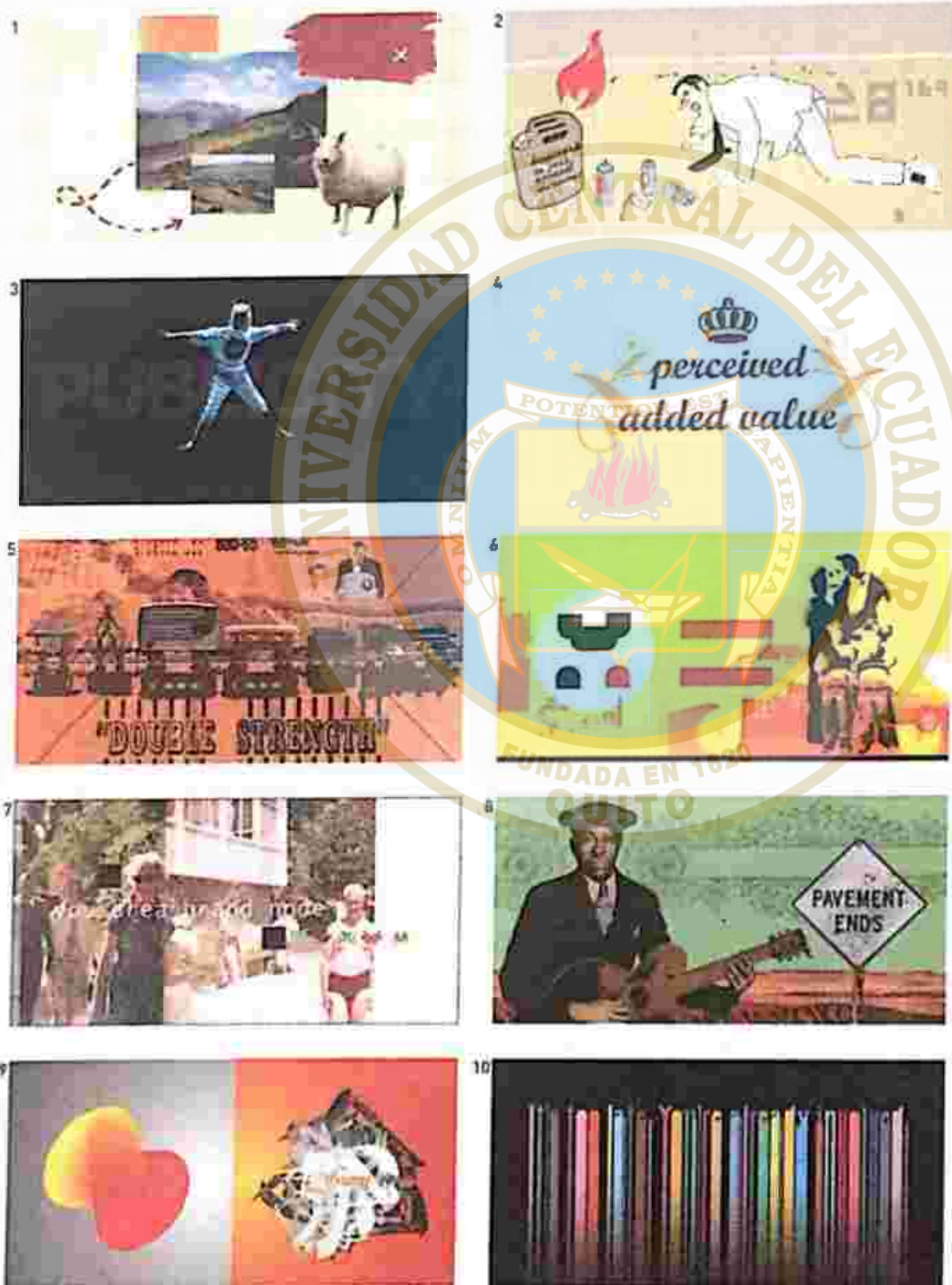
Burn
baghead, thatgirl,
straightjackets,
burntruck
creatividad simbólica

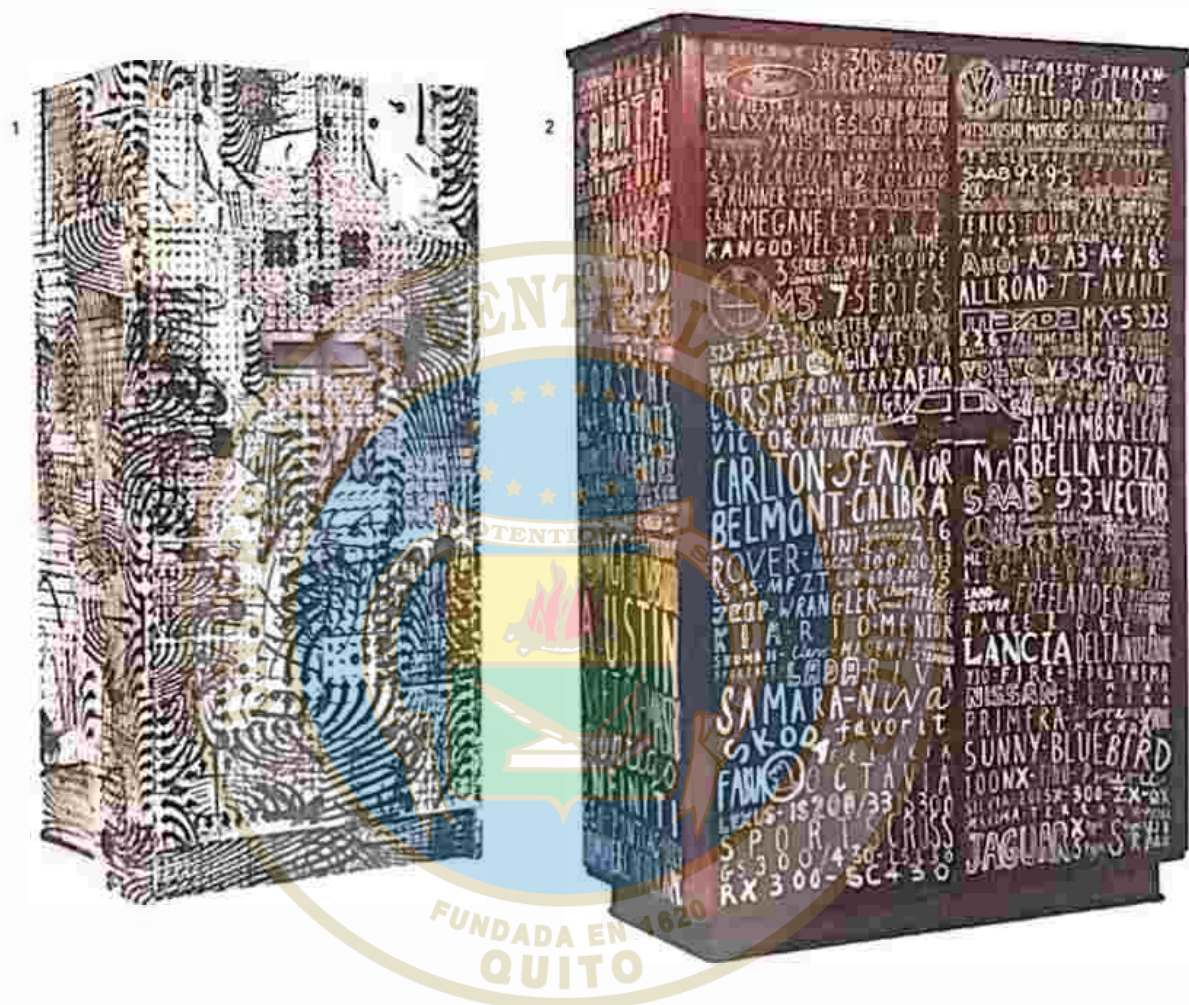
Estilos de vida personales, elección de ropa, uso selectivo de la música, imaginaria visual excéntrica y estilos sub-culturales forman todos ellos parte de la forma en que el grupo de diseñadores Burn describe su identidad en una gama de trabajos auto-promocionales que huye deliberadamente de la identidad corporativa convencional.

Varios Artistas
PrivateView
(Billboard Project)
hiperinstitutionalización

Selección de pósters de una exposición de anuncios para vallas publicitarias. Como sugiere el título ["Visión privada"], el tema subyacente de la muestra era la accesibilidad.

1. Seel Garside
2. David Hand
3. Ged Doyle
4. John Young
5. Steve Hardstaff/Plastic
6. Sam Wiehl
7. Chris Brown
8. Steve Hardstaff
9. Patrick Young
10. Jonathan Hitchen





1. Ian Wright
2. Marion Deuchars
Wardrobes for Howies
Clothing
creatividad simbólica

Dos armarios personalizados de una serie realizada para una pequeña empresa ética de ropa para ciclismo y skate radicada en el Reino Unido. La idea de emplear armarios abandonados procede de la manera en que los skaters rompen muebles viejos para emplearlos como rampas. Una idea para los puntos de venta que nace directamente de el uso creativo que hacen los skaters de los materiales encontrados.

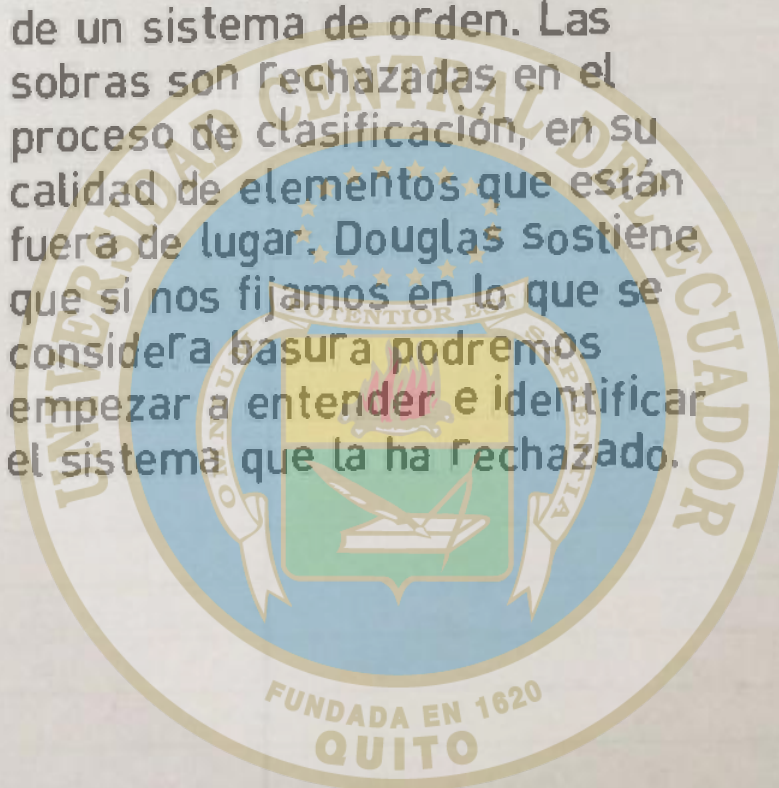
Ilustradores
Ian Wright
Marion Deuchars
Director creativo
Phil Carter
Asesor de diseño
Carter Wong Tomlin





8. basura y cultura

Mary Douglas señala que la basura es un producto secundario de un sistema de orden. Las sobras son rechazadas en el proceso de clasificación, en su calidad de elementos que están fuera de lugar. Douglas sostiene que si nos fijamos en lo que se considera basura podremos empezar a entender e identificar el sistema que la ha rechazado.



1. Douglas M. *Purity and Danger* (1966), traducción española: *Pureza y peligro*, Siglo 21 2000.

2. Douglas M. *ibid.*

suciedad y tabú

Suciedad y tabú

Nuestras ideas acerca de lo que es la suciedad forman parte de un sistema simbólico de signos que posee claras categorías, empleadas para organizar los signos en una jerarquía de importancia de uso.

Los zapatos no son sucios en sí mismos, pero es sucio el ponerlos encima de la mesa del comedor. La comida no es sucia de por sí, pero es sucio dejar utensilios de cocina en el dormitorio, o comida esparcida sobre la ropa, lo mismo que dejar cosas del baño en la sala, ropa en las sillas, objetos de exterior en el interior, todo el piso de arriba en el piso de abajo, ropa interior donde va la ropa externa, etc. En resumen, nuestra conducta respecto a la contaminación es una reacción de condena hacia cualquier objeto o idea que confunda o contradiga las clasificaciones establecidas.



"Donde hay suciedad hay un sistema."²



Douglas nos muestra que la amenaza de peligro es a menudo empleada para justificar las convenciones sociales: podríamos estar poniendo en peligro nuestra salud o la de la familia si no tiramos una pieza de vajilla desconchada; en ella podría haber peligrosos gérmenes listos para hacernos enfermar. La autora apunta que lo que en realidad está amenazado aquí es la semiología de convenciones sociales ordenadas que constituye la práctica consensuada en nuestra sociedad.

Para comprender por qué algo ha sido desechado, tenemos que reconstruir un cuadro de los sistemas de significación que están detrás de la decisión de excluir del sistema ese objeto. Así pues, en ese sentido, podemos decir que el estudio de la sociedad y la basura es un estudio semiológico.

Por ejemplo, para comprender qué es lo que está de moda actualmente en tipografía o

en pintura, habría que observar qué cosas han sido descartadas como pasadas de moda. Esto nos ayuda a definir las categorías y nos brinda una descripción de lo que se encuentra en los márgenes de lo aceptable dentro de esta categoría de lo de moda.

En los capítulos 5 y 6 examinamos el concepto de lengua oficial y no oficial. Tratamos asimismo de las relaciones entre ambas: una no puede existir sin la otra. Para entender lo que constituye la lengua legitimada necesitamos entender lo que ha sido rechazado como inadecuado en cualquier situación concreta. El lenguaje no oficial es la basura del sistema de la lengua, lo que ha sido colocado aparte en favor del uso aceptado como legítimo.

86



Lo que conocemos como suciedad es en esencia desorden.³

Puesto que el orden y los esquemas proceden de una selección limitada de elementos, se deduce que el esquema está en cierto modo restringido. El desorden, enemigo del esquema, podría así considerarse como ilimitado. El desorden no tiene esquemas de por sí, pero su potencial de crear patrones es infinito. Douglas sostiene que reconocemos a primera vista que el desorden destruye los esquemas existentes, pero también que posee un inmenso potencial. Ello hace que veamos el desorden como símbolo de peligro y de poder al mismo tiempo.



Teoría de la chatarra

En su ensayo *Rubbish Theory* [Teoría de la chatarra], Jonathan Culler⁴ nos invita a considerar ese tipo de basura que no es especialmente sucio ni tabú. Se trata de los desechos que todos almacenamos en cuartos trasteros, garajes y áticos. Viejos calendarios de liga, cómics, postales, tickets, monedas, etc. Algunas de estas sobras las hemos heredado: la pluma de mi padre y un reloj que no funciona, la navaja de mi abuelo y una cartilla de recordamiento de los años cuarenta son objetos apartados de un conjunto más amplio de basura del que algunas cosas se conservaron y otras se tiraron. Si la basura es una evidencia de un sistema de clasificación, ¿cómo-pregunta Culler- debemos interpretar esos armarios llenos de basura cotidiana?

3. Douglas M., cit.

4. Culler J. *Rubbish Theory* (1986) in Culler J. *Framing the Sign* (1988)



objetos perecederos y objetos perdurables

Gran parte de estos materiales funciona de alguna manera como recuerdos. Quizás representan para nosotros una experiencia que vivimos, o algo que vimos y que se convirtió en una parte significativa de nuestra vida. En las construcciones visuales que emplean este tipo de objetos, a menudo sirven para significar la memoria. Puede parecer una falta de respeto el que consideremos basura los recuerdos, en especial los que nos dejaron nuestros padres. Sin embargo, en la mayoría de los casos esos objetos no tienen valor económico y tampoco suelen tener utilidad práctica. Por estas razones, podemos considerarlos basura. En su ensayo *Rubbish Theory*⁵, Michael Thompson aclara esta relación entre basura y valor. Thompson identifica tres categorías semióticas de objetos que tienen una relación directa con el valor económico, categorías que explicaremos en las páginas siguientes.

Objetos culturales perecederos

Son objetos que tienen una duración de vida finita y cuyo valor económico disminuye con el tiempo.

Los alimentos son un ejemplo obvio de objetos perecederos, pero el término puede aplicarse también a objetos que están sujetos a los caprichos de la moda. Esto demuestra que no sólo son las propiedades físicas de un objeto las que lo sitúan en esta categoría, sino que además existe una dimensión social que les atribuye valor en función de los valores de nuestra sociedad.

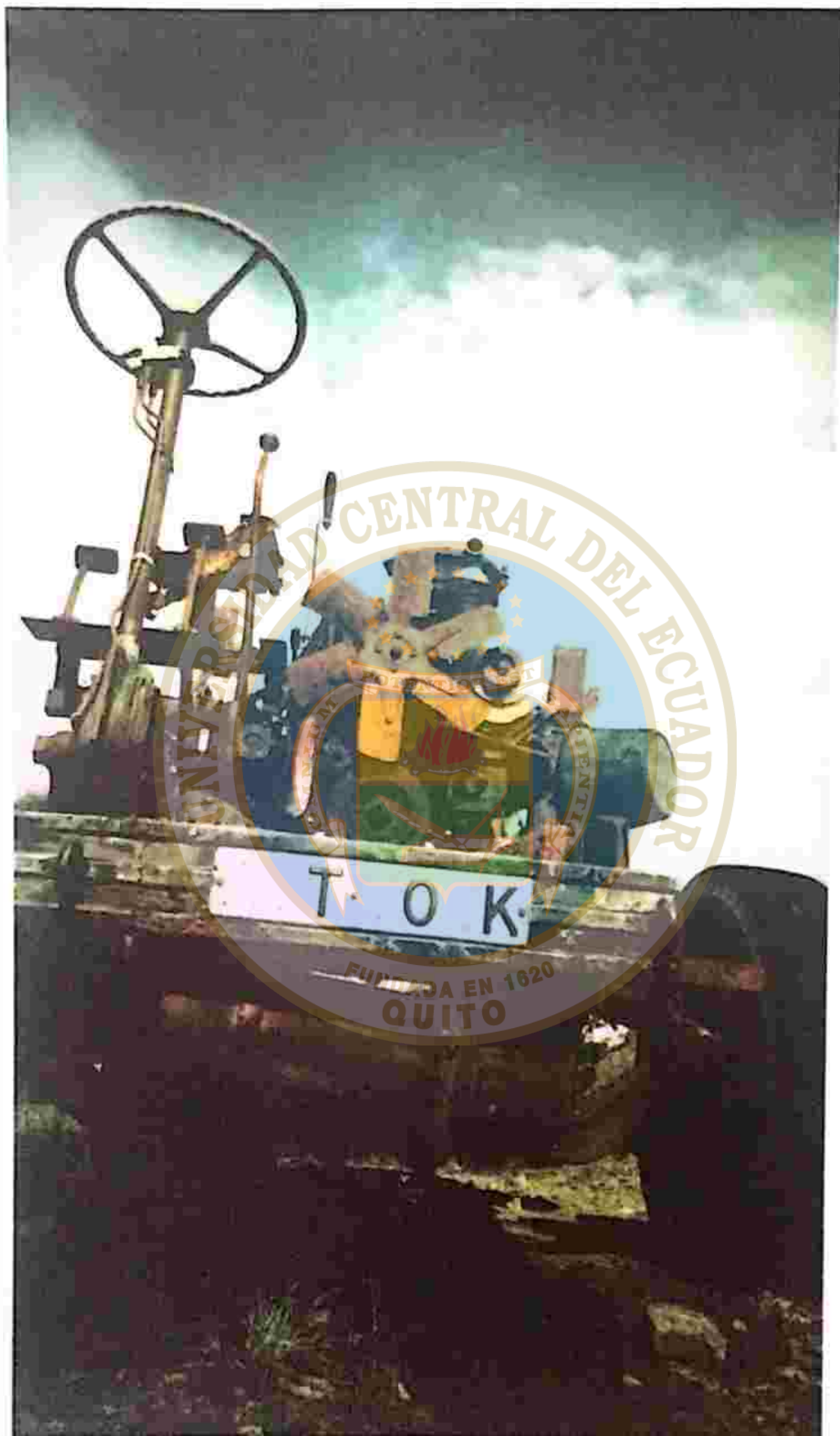
El automóvil Mercedes Benz es un ejemplo de lo que podríamos describir como *objeto perdurable* cuyo valor sí mantiene, y en algunos casos aumenta, con el paso del tiempo.

Objetos culturales perdurables

Existen objetos cuyo valor se mantiene e incluso aumenta con el tiempo. No tienen una duración finita y hasta puede considerárselos como de infinita pervivencia. Las antigüedades son un buen ejemplo de objetos perdurables. Esta categoría también puede incluir elementos que iniciaron su vida como objetos baratos y corrientes, pero que han pasado a ser considerados perdurables porque existe un mercado de coleccionismo para ellos. Ciertos discos de vinilo, por ejemplo, tienen más valor ahora que cuando eran nuevos; así ocurre también con ciertos objetos conmemorativos de acontecimientos históricos, por ejemplo, un flautero de la coronación de la reina de Inglaterra. En publicidad de marcas, muchos objetos se presentan de modo que se refuercen sus virtudes de durabilidad.

5. Thompson M. *Rubbish Theory: the Creation and Destruction of Value* (1999) en Cullen J. *Forming the Sign* (1998)





Mercedes Benz, Jaguar y Rolex son marcas cuyos productos aparecen vinculados a propósito a la noción de objetos perdurables.

Thompson ⁶ señala que los ricos y poderosos se afanan en conservar sus objetos perdurables dentro de esa categoría, al tiempo que se aseguran de que los objetos transitorios de los demás se queden así. Es una acción necesaria puesto que sabemos que es posible que los objetos cambien de una a otra categoría, y tal cambio comporta la alteración de su valor económico. Para explicar cómo es posible ese cambio, Thompson identifica una tercera categoría, menos evidente que las anteriores.

Chatarra

Esta categoría contiene objetos que tienen valor cero inalterable. Thompson plantea un escenario en el que el objeto perecedero pierde gradualmente su valor hasta que éste se convierte en nulo. El objeto permanece en este estado sin valor hasta que alguien lo redescubre y lo transforma en un objeto perdurable. Todos hemos asistido a modas recuperadas de periodos que estaban completamente obsoletos. Los estilos cuya popularidad ha decaído recientemente no vuelven con éxito al poco tiempo, mientras que un estilo que ya fue desechado por completo

siempre tiene el potencial de convertirse de nuevo en la última moda.

La teoría de la chatarra ⁷ de Thompson describe cómo objetos culturales perecederos sólo pueden pasar a la categoría de perdurables una vez que han sido considerados chatarra. Adquirir un automóvil clásico o un mueble de anticuario en lugar de un modelo nuevo equivale a comprar la idea semiológica de objeto perdurable. La manera en que tratamos nuestros objetos es también un indicador de a qué categoría creemos que pertenecen. Si tenemos un automóvil clásico, es probable que lo mimemos y lo mantengamos, procurando devolverlo a su estado original hasta en el menor detalle. En cambio, si tenemos un modelo nuevo que pierde valor a partir de cierto momento, es probable que lo dejemos decaer, ya que pensaremos en comprar otro nuevo en poco tiempo; no vale la pena invertir en él. Hasta podría ser que finalmente pagáramos a un chatarrero para que se llevara nuestro vehículo sin valor, que éste se quedara olvidado en un solar durante años y que, dos o tres décadas más tarde, descubriéramos que se ha convertido en un clásico y un coleccionista lo ha comprado para restaurarlo.

Esta teoría parece inspirarse en 'Pureza y peligro' ⁸ donde Mary Douglas plantea la cuestión de si el deshecho, que normalmente es destructivo, puede ser en algunos casos

Esta categoría contiene objetos que poseen "valor cero inalterable".

6. Thompson M. *Rubbish Theory: the Creation and Destruction of Value* (1979) in Culler J. *Framing the Sign* (1986)

7. Thompson M. *ibid.*

8. Douglas M. *op. cit.*



Masterlux The Baptist

David Crow
Masterlux The Baptist

Signos de la religión cristiana se mezclan con otros del consumismo en una serie de imágenes que presentan las compras como una nueva religión.

considerado creativo. Al explorar esta pregunta, la autora describe dos etapas por las que pueden pasar los desperdicios para llegar a ser simbolismo creativo. Primero, en el proceso de imponer orden, el desperdicio debe ser identificado como fuera de lugar. El desperdicio se ve como indeseable pero aún conserva alguna identidad en esta etapa, en la que puede ser reconocido como objeto no deseado. Con el tiempo, no obstante, esta identidad desaparece gradualmente hasta que el objeto no deseado se convierte en parte de la masa general de basura.

La tierra será una nube de polvo, un
lecho de huesos,

sin espacio siquiera para nuestros
esqueletos.

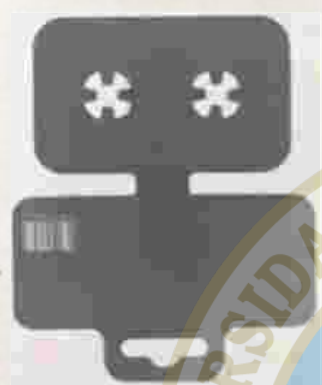
pensar en ella, contar sus granos, es
perder el tiempo,

cuando todos son iguales y no hay
diferencias entre ellos.

Douglas afirma que siempre que no haya identidad, el desperdicio no es peligroso. En esta etapa no es algo diferenciado, como si lo era antes de ser clasificado como desecho. Esto completa un ciclo en el que el desperdicio se desplaza desde un estado no diferenciado a uno diferenciado (en el que se lo reconoce como desperdicio) y regresa por último a su estado original de no diferenciación, como parte de la masa general de suciedad desechada. La autora sostiene que en este estado informe es en el que puede funcionar como signo tanto de crecimiento como de decadencia. Su argumentación concluye que todo cuanto se aplica al papel purificador del agua en el simbolismo religioso podría aplicarse igualmente a la basura.

9. Stewall S. La tumba
de Agamenon en Douglas
M. Puroza y peligro

10. Culler J. 'Rubbish
Theory' en Culler J.
Framing the Sign (1980)



Uso de la chatarra en las artes visuales

Como ya vimos en el capítulo 5, **lengua oficial**, en la producción cultural hay en juego claras jerarquías. Las bellas artes se consideran en general prácticas más relevantes que las disciplinas de diseño. Los artefactos producidos en cada una de estas áreas también tienen diferente consideración en términos de su importancia como objetos culturales. En su ensayo *Rubbish Theory*, Jonathan Culler⁸⁶ describe dos tipos de objeto cultural. Primero están los que forman parte del mundo práctico, objetos útiles o información como diarios, revistas y televisión. Son considerados objetos culturales perecederos.



los desechos como recurso

A menudo se produce un debate en el que los que desean establecer el objeto como perdurable recurren al discurso del lenguaje legitimado para justificar la transición.

si no tiene precio no vale nada

Después están los productos que no tienen un propósito obvio y se presentan como independientes de intereses comerciales o prácticos.

Estos forman parte de nuestro ámbito de ocio, se encuentran ampliamente categorizados como integrantes de nuestro patrimonio cultural y los vemos como perdurables. Cullier señala que la basura cultural se ha convertido en un valioso recurso de las artes visuales, y cita el ejemplo de los ladrillos de Carl Andre adquiridos por la galería Tate en 1972. Esa pila de ladrillos corrientes podría ser considerada basura por muchos de los que la vieron en aquellos tiempos. Incluso algunos quizás tenían una pila de ladrillos parecida en el pavo de su casa. Lo obstaculiza

el museo que compró la obra la consideraba dentro de la categoría de las perdurables. La obra quedó autorizada por el museo, y así otras composiciones realizadas a partir de desechos por artistas reconocidos pasaron a ser objetos de colección. Se estableció un mercado de trabajos similares y los ladrillos aumentaron de valor. Más recientemente, la misma galería sufrió las iras de la prensa popular por exponer la Casa de Tracy Emin, rodeada por un surtido de desechos caseros. Aunque pocos se inquietan cuando los objetos perdurables se convierten en desechos, la transformación de los desechos en objetos perdurables siempre provoca energías reaccionarias. A menudo se sigue un debate en el que los que proponen el objeto como



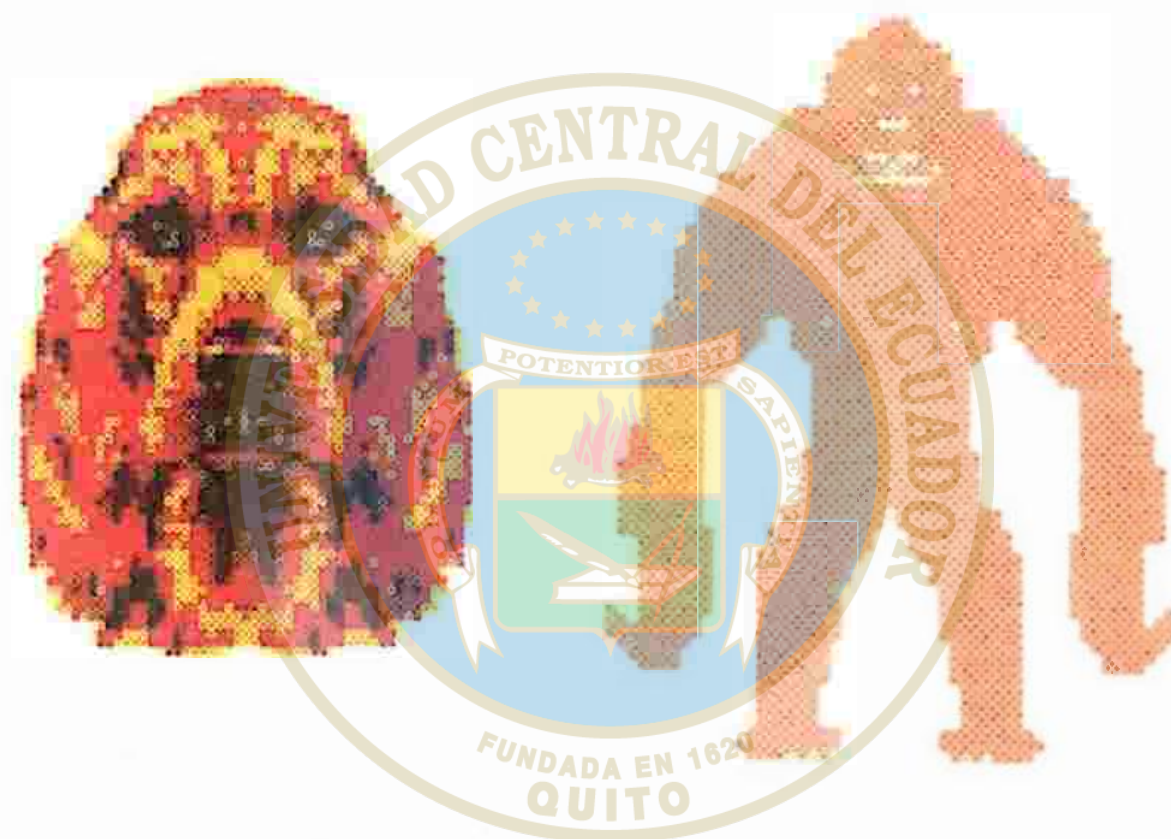
El objeto transitorio va perdiendo valor hasta que se vuelve nulo. Queda así hasta que alguien lo redescubre y lo transforma en objeto perdurable.

Marcel Duchamp
Perchero y Braceto
1917
Cambridge University
Venezuela/Bridgeman
© Sucesores de Marcel
Duchamp/ADAGP, Paris y
DACS Londres 2003

perdurable recurren al discurso del lenguaje legitimado para justificar la transición.

Existe en las artes visuales cierto número de ejemplos más antiguos de esta transición cuya aparición fue igualmente acogida por un vociferante abucheo. Si nos fijamos en el movimiento Dadá, autoproclamado como antiarte, hay numerosos ejemplos de obras que emplearon desechos como recurso para cambiar nuestra noción de lo que constituye una obra de arte. Esculturas de Marcel Duchamp de principios del siglo XX, como la *Rueda de bicicleta*, el *Perchero* o el *Urinario*, se inclinan con objetos funcionales desechados que se convirtieron en perturbadores y se sitúan en la actualidad como obras clásicas que han servido de inspiración a generaciones de artistas visuales.





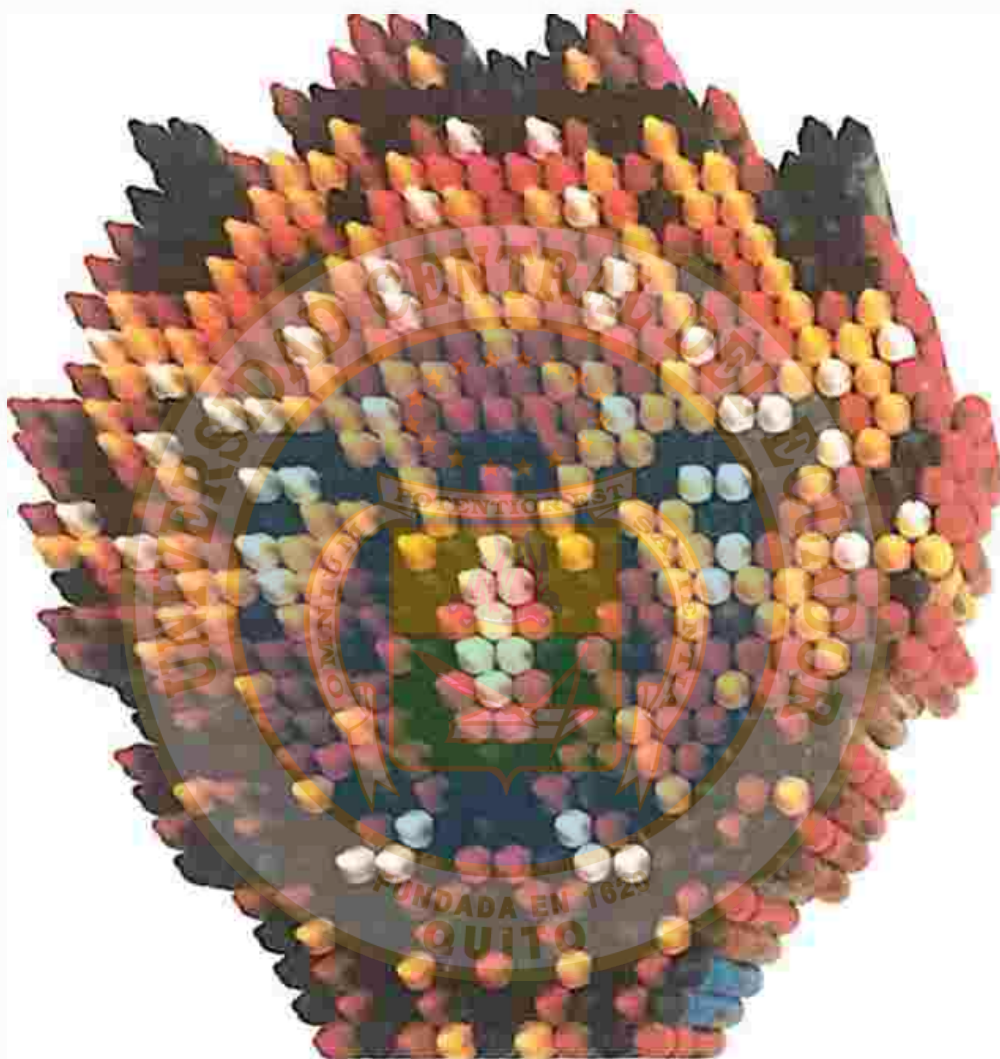
Ian Wright
Tienda Issay Miyake
Dog Tag y Ghost Gorilla
["Perro de etiquetas y
gorila fantasma"]
de percedero a
perdurable

Perro hecho de etiquetas
y gorila fantasma creados
para la división de Tribeca
de Issay Miyake, que
funciona como tienda y
galería. El perro se hizo
con etiquetas de equipaje
y el gorila con vasos de
papel. Primero se crearon
barradores de ambos con
cánicas y después se
transfirieron directa-
mente a la pared.

Ian Wright
Mr Riza
Crayon Head
*de perecedero a
perdurable*

Tanto el retrato de Mr. Riza como la cabeza de lápices de cera realizados para la portada de la revista *Creative Review* hacen uso de objetos culturales perecederos de poco valor, objetos que se transforman en perdurables una vez que han sido reensamblados como arte.





Russell Mills
**Nine Inch Nails
Closure**
de basura a perdurable

Portada de la funda del segundo de dos videos contenidos en una caja doble. Montaje de técnica mixta que emplea yeso, acrílicos, óleos, cera, polvos de bronce, pigmentos, grafito, mica, insectos, malla de plástico y rejilla de alambre oxidada sobre panel de madera. La pieza muestra una serie de heridas y rastros de cicatrices hechas sobre las bases de textura.



Russell Mills con
Michael Webster
Republic of Thorns
de basura a perdurable

Izquierda: Imagen de portada del catálogo de la instalación "República de espinas". La instalación fue encargada por la Fundación Wordsworth como acontecimiento inaugural de la nueva galería 3 Degrees West, en Grasmere, Cumbria. Fue creada por Russell Mills, Ian Walton y el poeta residente Paul Farley.

Fotografía de un film que muestra plumas que intentan escapar de los límites terrenales en un incesante torbellino; evocación de las aspiraciones de Wordsworth que intenta sugerir una predisposición espiritual.

Derecha: Contraportada de un estuche de cuatro CD realizado como catálogo de la instalación "República de espinas". La imagen muestra el punto central de la instalación, una escalera de libros recubiertos de tierra que se eleva desde un piso de cristales rotos para desaparecer a través del techo.





Russell Mills
Nine Inch Nails
Closure
de basura perdurable

Portada de la funda de uno de los dos videos de un estudio doble. Montaje de técnica mixta que emplea yeso, acrílicos, óleos, cera, trozos de pañal, hilo de algodón y uncebo de moscas sobre un panel de madera. Un trozo de pañal dorado penetra y divide en dos una franja de yeso color rop terroso.



Russell Mills
Those Who Don't Know
What To Do, Do What
They Know
de basura perdurable

Siete bandejas de madera de 87 x 19cm cada una. Pinturas en aerosol, ceniza, hoja de oro, hilo de cobre, un tintero fundido en roca, raíces de árbol, piedra, carbón, alas de pájaro, polvo de carbón, caja de maquilaje, sal, cuerda, arena. Trabajo de técnica mixta que alude a nociones de optimismo y aspiraciones contrariadas por estrechez de miras, timidez y xenofobia cultural. Las siete bandejas planas formaban en origen un cajón de carpintero y fueron diseñadas para apilarse dentro de un colre.





9. obra abierta

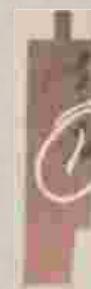


1. Eco U. *The Open Work* © 1989. Versión en español, *Obra abierta*, 1985 (primera edición 1962)

2. Zeman J. *Parce's Theory of Signs* (1977) en Sebasta T. A. *Producers of Signs* (1977)

3. Eco U. *The Open Work* (1981)

El término *Obra abierta* procede del libro del mismo nombre¹ escrito por Umberto Eco, filósofo y semiólogo nacido en Piamonte, Italia, en 1932. Esta obra, publicada por primera vez en 1962 constituye una aportación significativa, puesto que anticipa importantes desarrollos del arte contemporáneo. En concreto, Eco se interesa por la relación entre el autor de la obra y el espectador.



Al igual que anteriormente Peirce ², Eco pone especial énfasis en el papel del lector como parte importante del proceso creativo. Los espectadores recibimos la obra de arte como producto final de un mensaje intencionado. Este mensaje ha sido estructurado y organizado por el autor de manera que los lectores sean capaces de reestructurarlo por sí mismos según el propósito del autor.

El significado global del mensaje puede ser constante, pero cada espectador lleva a la lectura su perspectiva individual, basada en su cultura, trasfondo y experiencias. Para describir la transferencia de significado a través del uso del signo Eco prefiere la noción de *enciclopedia* antes que la más común de *código*. Para Eco, *código* implica una transferencia de significado de uno a

uno, como la definición de un diccionario, mientras que *enciclopedia* sugiere la existencia de una variedad de significaciones interrelacionadas, entre las que el espectador debe elaborar su propio recorrido a través de una red de posibilidades. Si bien Eco ve un campo abierto en la lectura de signos, no sugiere con ello que el número de lecturas sea infinito, sino que describe una situación en la que la obra de arte se dirige a un espectador ideal que hará su selección entre las posibles lecturas de la obra. El espectador ideal no es tanto un lector perfecto que interpreta exactamente la intención del autor como un lector abierto a las posibilidades contenidas en la obra.

Eco ve cada obra de arte como una *performance* ³ por cuanto recibe una nueva

probabilidad de que el destinatario conozca el contenido del mensaje después de recibirlo

información = log

probabilidad de que el destinatario conozca el contenido del mensaje antes de recibirlo

Si una noticia me informa de que mañana saldrá el sol, habré recibido muy poca información, porque yo mismo podría habérmelo figurado.

Si, en cambio, la noticia me dice que el sol no saldrá, recibiré mucha información, ya que se trata de un acontecimiento muy improbable.

interpretación cada vez que es captada o leída. Buena parte de su ensayo se centra en las interpretaciones musicales como modelos de obra abierta. Cita compositores como Stockhausen cuya obra son ejemplos de obra abierta más evidentes que los de las artes visuales. El compositor proporciona al músico un conjunto de elementos junto con la invitación a interpretarlo por sí mismo.

De este modo, la obra está claramente incompleta hasta que el lector se implica en ella. La libertad por parte del lector, el músico en este caso, es consciente y explícita. Al pedir al músico que interprete la obra a su manera, el artista nos invita al mismo tiempo a preguntarnos por qué ambos desean trabajar de este modo: ¿cuál es el marco conceptual de la obra?

En las artes visuales se ha producido un cambio hacia una mayor implicación por parte del espectador. Junto con un mayor grado de innovación formal ha llegado un aumento de la ambigüedad. Cuando Eco publicó *Obra abierta*, el mundo del arte estaba dominado por desarrollos tales como el expresionismo abstracto y la pintura en acción, que cuestionaban los conceptos tradicionales de representación y significado, y exigían del lector un esfuerzo de comprensión más activo.

información y significado

En su intención de definir lo que entiende por "abierto", Eco se interesa en el uso de la ciencia matemática de la teoría de la información para medir las relaciones entre la cantidad de información que recibe el espectador y la apertura de una obra. Es importante advertir que Eco considera la información como algo diferente del significado o el mensaje. Eco sugiere que la cantidad de información contenida en un mensaje depende de la probabilidad de que el lector ya conozca el contenido del mensaje antes de recibirlo. Si una noticia me informa de que mañana saldrá el sol, habré recibido muy poca información, porque yo mismo podría habérmelo figurado. Si, en cambio, la noticia me dice que el sol no saldrá, recibiré mucha información, ya que se trata de un acontecimiento muy improbable. Eco presenta una fórmula matemática que reproducimos aquí como referencia y que en esencia propone que la cantidad de información contenida en un mensaje es inversamente proporcional a la probabilidad o predecibilidad del mensaje. Para Eco, esto es de particular interés, puesto que el arte contemporáneo es altamente impredecible dado que a menudo prescinde de las convenciones semiológicas

NO TE CREAS

La cantidad de información contenida en un mensaje

UNA

depende de dónde se origine y de su probabilidad.

PALABRA



y de las reglas anteriores. Eco sostiene que el arte contemporáneo contiene enormes cantidades de información –aunque no necesariamente de significado– en virtud de su naturaleza radical. Otras formas de comunicación más convencionales, la señal de tráfico o la pintura figurativa por ejemplo, contendrían significados más definidos pero mucha menos información.

Eco señala además que la cantidad de información contenida en un mensaje resulta alterada por otro factor, nuestra confianza en la fuente que lo emite; como ejemplo utiliza la tradicional tarjeta de felicitación navideña occidental, un saludo anual que intercambian cada año familias y amigos. Recibir un *christmas* de la policía secreta tiene un significado muy distinto que recibirlo de nuestra tía favorita. Aunque el mensaje sea en esencia el mismo ("Feliz Navidad"), la diferencia en cuanto a cantidad de información es enorme debido a lo improbable de la fuente. De manera análoga, si mi casero me hubiera dicho que el piso tenía problemas de humedad antes de alquilármelo, yo hubiera tendido a creerle, puesto que él no ganaría nada con inventarse este mensaje. Es fácil pensar que información y significado son una misma cosa; sin embargo, como hemos visto, la cantidad de información es mayor cuando la fuente es improbable. Comparemos el ejemplo anterior de la tarjeta navideña con la siguiente afirmación: "La Navidad es una fiesta anual", que tiene un significado claro y directo sin la menor ambigüedad, pero que no aporta nada a lo que ya sabemos: en otras palabras, aquí la cantidad de información es escasa aunque el valor comunicativo sea alto.

Apertura y artes visuales

Eco se centra en el expresionismo abstracto y las acciones pictóricas, corrientes de moda cuando escribía su *Obra abierta*. El autor sugiere que estos estilos pueden verse, en cierto modo, como los últimos de una serie de experimentos encaminados a introducir el movimiento en la pintura. No obstante, hay diversas maneras de representar el movimiento en las artes visuales. El uso de repetición, o la adición de líneas dinámicas a una imagen son aceptados desde hace tiempo como significantes de movimiento. Son signos que funcionan sobre estructuras fijadas y están ahí desde que empezamos a usar imágenes para comunicarnos. En estos casos la naturaleza del signo en sí no resulta alterada, sólo la posición relativa de los signos. Por ejemplo, si repetimos la misma figura varias veces en la misma obra y en distintos lugares estaremos creando una cronología y nos parecerá que la figura se mueve en una evolución narrativa. Comparemos lo anterior con las formas ambiguas de los pintores impresionistas, con las imágenes desenfocadas que surgieron tras la invención de la cámara o con las marcas gestuales del expresionismo abstracto. En estos ejemplos, se ha vuelto ambigua la propia naturaleza del signo, cuando no las formas que significa. Seguimos captando las formas en pintura como captamos a la gente, los edificios o los puentes pero, según Eco, esas formas han adquirido una vitalidad interna. Ahora el espectador es consciente del movimiento luminoso alrededor de los temas. Al igual que con las marcas gestuales del expresionismo abstracto, leemos el modo





en que se ha hecho la marca, la acción que ha dejado esa marca como evidencia. La obra abierta ofrece al espectador un campo de posibilidades. Podemos escoger nuestro propio punto de vista, decidir por nosotros mismos qué hay en primer plano y qué está al fondo y relacionar a nuestro modo las diferentes partes de lo que estamos viendo.

Un ejemplo obvio de lo dicho son las esculturas móviles de artistas como Alexander Calder, que en teoría provocan que nunca se den dos percepciones iguales.

La pregunta que siempre surge ante este tipo de obras es si comunican o no. ¿Es la obra legible? ¿Cómo evitar que caiga en un ruido visual caótico o en un silencio comunicativo total?

Apertura e información

Eco se ocupa de la tensión entre la información ofrecida al lector y la legibilidad y comprensibilidad necesarias para que pueda interpretarse la obra. ¿Puede el espectador detectar la intención del autor en la obra? ¿Puede apreciarse un acuerdo entre ambos?

Ciertos tipos de comunicación visual exigen sin duda estructura y orden: son signos que por sus aplicaciones prácticas deben ser leídos y entendidos con prontitud. En situaciones donde la comunicación rápida es importante, los pictogramas sirven de puente entre el mundo técnico y la lengua. En otros casos en los que la aplicación práctica es menos importante existen signos que simplemente procuran dar información por oposi-



ción a significado; otra manera de entender estos signos es considerar que aspiran a ofrecer no sólo uno, sino diversidad de posibles significados. En el arte y diseño contemporáneos se dan abundantes ejemplos de trabajos que de forma intencionada procuran evitar lo que Eco llama "las leyes de probabilidad que gobiernan la lengua corriente"⁴. El autor de hecho señala que el arte contemporáneo extrae su valor de la desviación de las estructuras corrientes.

Si salpicamos tinta en una hoja en blanco obtenemos una imagen aleatoria y sin orden. El espectador no recibe ninguna instrucción concreta para interpretar la imagen. Pero si a continuación doblamos el papel en dos para que la imagen quede estampada en ambos lados, el resultado será un cierto orden.

Ian Wright
Heads



La calavera con las tréves cruzadas es un símbolo que, debido a su aplicación práctica (por ejemplo, en productos venenosos, postes eléctricos, etc.), debe ser entendido con rapidez. Cuando la velocidad de comunicación es importante, estos pictogramas sirven de puente entre el mundo técnico y la lengua.



Las cabezas de Ian Wright funcionan en un plano muy distinto; en este caso, el lector es invitado a dar a los dibujos su personal interpretación de carácter y significado.

4. Eco U. *Obra abierta*. op. cit.

"...la forma más rica de comunicación —más rica por ser más abierta— exige un delicado equilibrio que permita un orden elemental dentro del máximo desorden."

En este ejemplo, el orden será la simetría, una forma sencilla de probabilidad. El espectador tiene ahora unos puntos de referencia visual que pueden conectarse y sugerir alguna lectura de la imagen. Aunque ésta aún ofrece mucha libertad de interpretación al espectador, al menos ahora tiene cierta orientación. Si ahora arrugamos el papel, lo convertimos en pulpa y lo prensamos y secamos para obtener una nueva hoja, aparecerán gran cantidad de manchas, puntos y marcas en la superficie. El espectador podría conectar esas marcas en infinitas combinaciones, pero volvería a estar sin orientación: la imagen sería ahora extremadamente abierta y contendría una cantidad máxima de información, pero carecería por completo de significado. Seguramente nadie se pondría a hacer una interpretación tras otra desemejante información. Lo que tendríamos es el equivalente visual del ruido blanco.

Este exceso de posibilidades no aumenta la información sino que la anula por completo. No comunica nada. Eco considera que este hecho pone en evidencia que:

"...la forma más rica de comunicación —más rica por ser más abierta— exige un delicado equilibrio que permita un orden elemental dentro del máximo desorden." 5

Eco sostiene que ésta es una característica de toda comunicación visual que al tiempo que aspira a ser entendida desea ofrecer al espectador cierto grado de libertad y añade que la intención del autor puede bastar para dar un valor a la obra. Como vimos en el capítulo 8, **basura y cultura**, un trozo de material desechado puede convertirse en obra de arte si se le pone un marco. Nuestras calzadas y carreteras están salpicadas de hoyos y grietas; los responsables del pavimento señalan algunos de ellos con recuadros de colores brillantes para indicar la urgencia de su reparación. Esas señales nos muestran que las grietas marcadas han sido elegidas entre otras, han llamado la atención de los responsables. Y por el mero hecho de aislarlas las han convertido en objetos de arte.

148



5. Eco U. *Obra abierta*, pp. 148.



Gran parte de la actividad del artista consiste en hacer elecciones. Al elegir aislar una parte concreta de un patrón creamos de inmediato un objeto con valor artístico propio.

La marca no sólo representa la acción: es la acción. El gesto y el signo se fusionan en uno.

Forma y apertura

Eco afirma que el signo informal no representa la muerte de la forma en las artes visuales; nos propone, en cambio, una nueva y flexible forma que es un campo de posibilidades. Las marcas gestuales y salpicaduras de la pintura abstracta estimulan al espectador a que haga sus propias conexiones dentro de la obra. Contemplar el gesto original que deja la marca, que es fijado por la marca, que está en la marca, puede conducirnos a la intención de la persona que hizo la marca. Según Eco, es esa intención subyacente lo que distingue una obra de arte de las formas visibles en el pavimento agrietado. Las marcas son el significante del gesto y no un signo simbólico del gesto. La marca no sólo representa la acción: es la acción. El gesto y el signo se fusionan en uno.

A diferencia de los signos simbólicos, que pertenecen a un conjunto definido de signos cuyo significado hemos aprendido, como son las señales de tráfico o las letras del alfabeto, las marcas abstractas necesitan interpretación. No hay una colección predetermi-

nada de signos de este tipo. Serlos podría considerar códigos analógicos, como la música y los movimientos de la danza, antes que digitales. Eco argumenta que al permitir al espectador asociar los signos libremente éste disfruta la experiencia de hacerlo al tiempo que goza de la estética de los propios signos. El espectador busca tantas asociaciones como puede, en un juego de placer y sorpresa, al tiempo que intenta adivinar las intenciones del autor. La obra abierta en las artes visuales es, según Eco, una garantía de comunicación con placer añadido. Ambos elementos están unidos de un modo que no se da en la lectura de otros signos más convencionales. Cuando miramos las señales de tráfico, cuyo significado hemos aprendido, leemos el mensaje pero rara vez nos quedamos fascinados por la belleza de los signos. Sólo algunos, fuertemente atraídos por la estética industrial, encontraríamos placer en la eficacia de la factura de una señal de tráfico. Apertura es placer. Nuestra cultura visual nos invita a contemplar el mundo como un universo de posibilidades.

Apertura es placer





Russell Mills
Extending Wings
obra abierta.

Una pieza que plantea varias ideas diferentes pero conectadas entre sí y que constituyen los anclajes conceptuales de gran parte de la obra de Mills. Por ejemplo, hay una referencia a ideas inspiradas e informadas por la frase de Walter Pater "Todas las artes aspiran a la condición de música" en el empleo de imágenes de las figuras acústicas de Chaldni. A partir de varias discus-

siones con Robert Woolf (director de la Fundación Wordsworth) sobre cómo podría reflejarse en una sencilla imagen la obra de Wordsworth, Mills llegó a la conclusión de que la mejor expresión sería un bol y una piedra en yuxtaposición. La piedra representa lo dado e indiscutible, natural y matemático; el bol encarna lo que hacemos con esas premisas, la cultura.

Ian Mitchell
Chinese Whispers
obra abierta

Proyecto de diseño de fuente online basado en el juego infantil *El teléfono*, en el que un mensaje se pasa en cadena de una persona a otra hasta que vuelve al punto de partida y se compara el resultado con el mensaje original. Un software a medida permite al usuario añadir cada letra en relación con la última de la cadena.

Derecha: Las formas geométricas elementales disponibles para el diseñador de las letras.

Abajo: Iconos que describen el proceso de realización y compilación de las fuentes.

Abajo a la derecha: Plantillas de caracteres empleados como puntos de partida. Cinco ejemplos en caja baja iniciados por la letra *a*.

Woodtype from Outer Space
["Tipo de madera del espacio exterior"]
Erik Van Blokland
Países Bajos

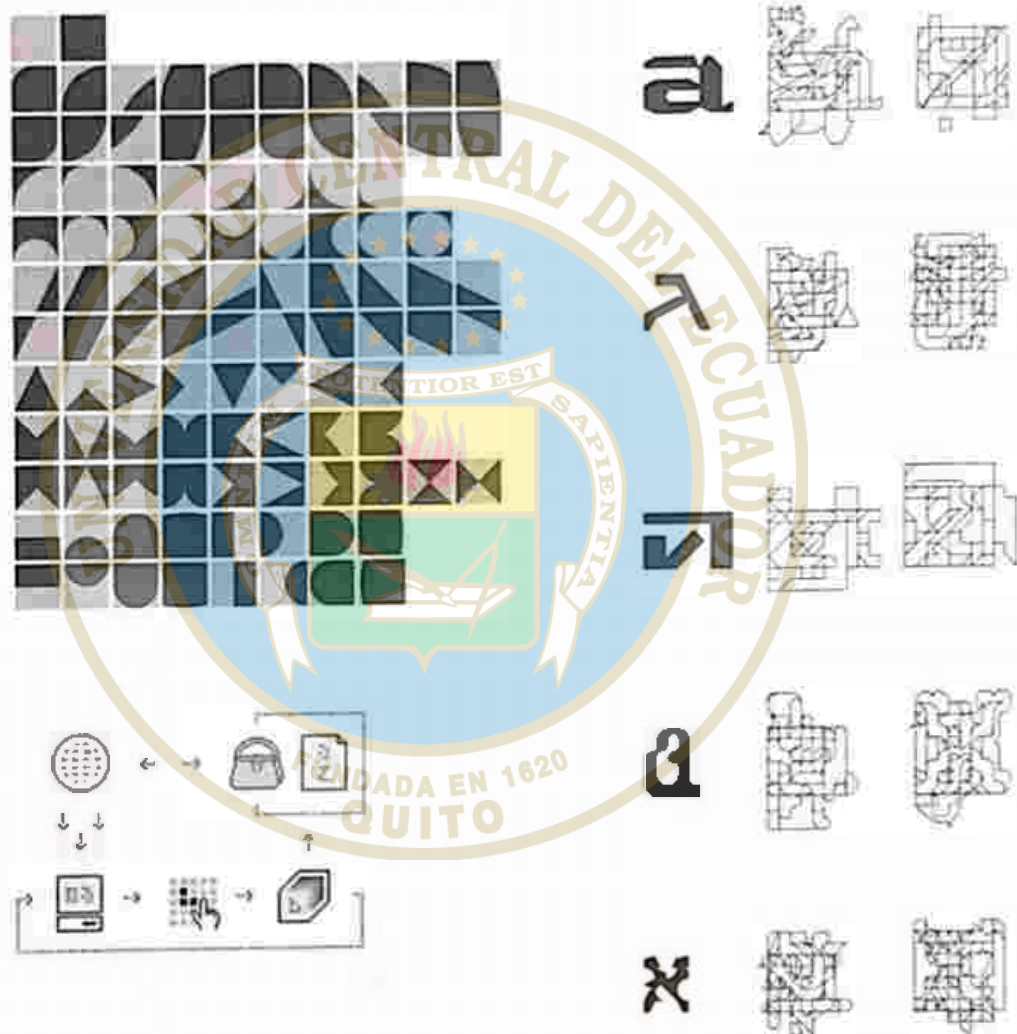
Half-baked, half-uncial
["Medio perfitada, medio uncial"]
Tobias Frere-Jones
Estados Unidos

Mentalist stencilist
["Esclarecido mentalista"]
Jonathan Hitchen
Reino Unido

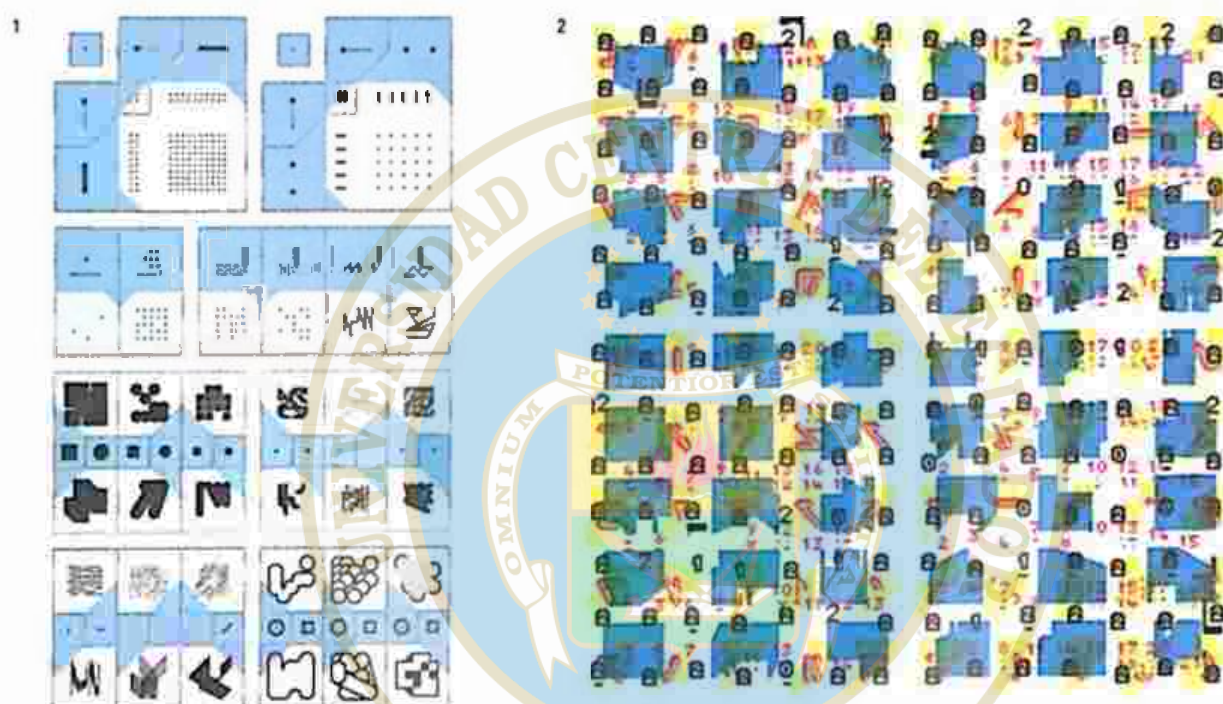
Fluid Woodblock
["Plancha xilográfica fluida"]
David Crow
Reino Unido

Alal
Yaki Motcho
Israel

Página siguiente:
Selección de caracteres tomados de cada una de las fuentes acabadas.







Jonathan Hitchen
United 1
obra abierta

Un proyecto online que emplea software a medida el cual permite al usuario crear dibujos a partir de una pequeña matriz de puntos tramados al azar.

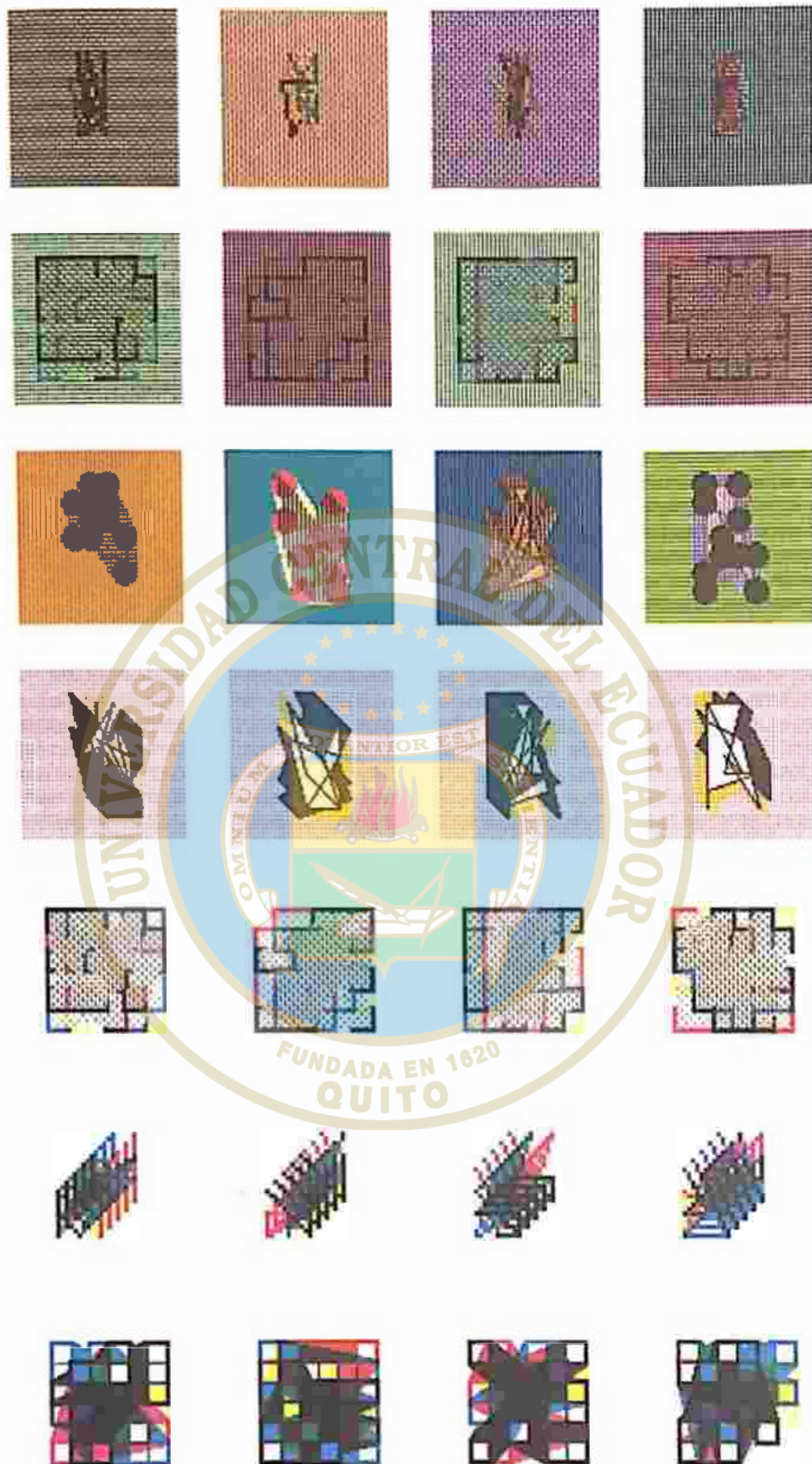
En esta página 1, Diagrama de las herramientas. La estructura del dibujo viene dada por: el número total de puntos, la cantidad de espacio entre los mismos, la densidad de los puntos, la secuencia en la que son dispuestos y si están unidos o no.

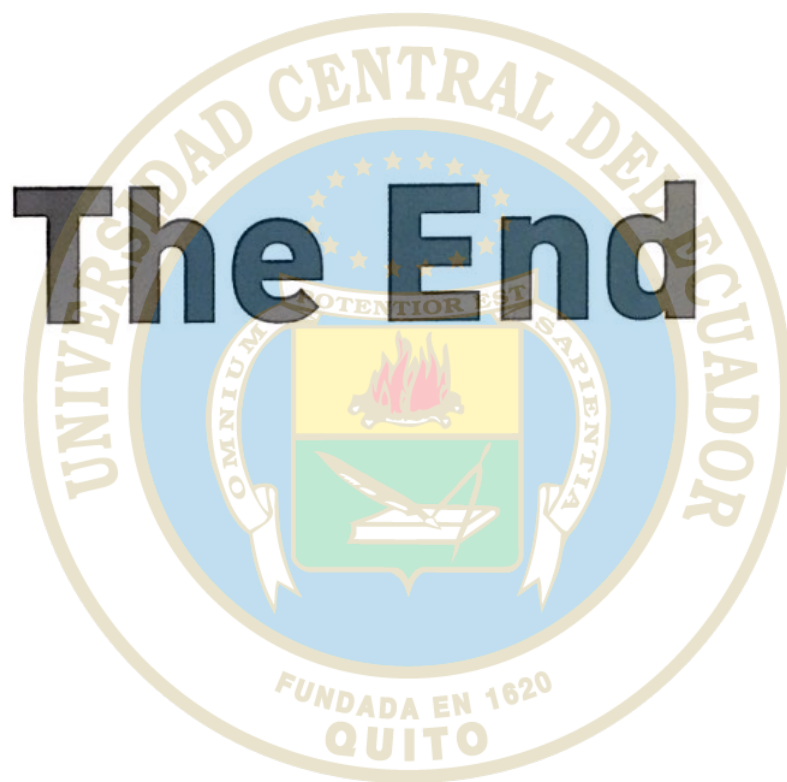
2. Superposiciones. Cuatro dibujos iniciales colocados de forma arbitraria en capas CMYK.

3 Selección de dibujos iniciales, generados automáticamente por el programa United 1.

Página siguiente
Una serie de Detalles, dibujos en CMYK que han sido ajustados y separados a mano.







referencias
bibliografía
índice
agradecimientos



referencias

Introducción	Capítulo 3	<i>Debates on Bilingual Education</i> (1997) University of Colorado at Denver	Hudson	(1990) Open University Press
Von Bertalanffy L. <i>General Systems Theory</i> (1968) Traducción al castellano, Teoría General de los sistemas, Fondo de Cultura Económica de España, 1966	de Saussure F., op. cit	Livingstone M. <i>Pop Art</i> (1990) Thames and Hudson	Hurd D. [entonces ministro del interior] <i>Conference on Vandalism</i> , Londres (1988)	<i>The General Household Survey</i> (1983-6) [Cultural Trends p.51]
Brazilier en Bollinger D. <i>Language the Loaded Weapon</i> (1980) Longman	Barthes R. <i>Elements of Semiology</i> (1968) Cape. Traducción al castellano, Elementos de Semiología, Alberto Corazón, 1971	Horn F.A. <i>Lettering at Work</i> (1955) The Studio Publications	Home Office Research Unit in Colfield F. <i>Vandalism and Graffiti</i> (1991) Calouste Gulbenkian Foundation	Marsh P. and Rosser E. and Harré R. <i>The Rules of Disorder</i> (1978) Routledge and Kegan Paul
Brody N. en el Congreso de Tendencias Gráficas, Londres, Eye magazine No. 1 Vol. 1 (1990)	Willis P. <i>Common Culture</i> (1990) Open University Press	Hutchings R.S. <i>The Western Heritage of Type Design</i> (1963) Cory, Adams and Mackay	Frank Colfield F. <i>Vandalism and Graffiti</i> (1991) Calouste Gulbenkian Foundation	Capítulo 8
Capítulo 1	Bourdieu P. <i>Language and Symbolic Power</i> (1991) Polity Press	Rand P. <i>A Designer's Art</i> (1985) Yale University Press	Castleman C. <i>Getting Up. Subway Graffiti in New York</i> (1982) MIT Press	Douglas M. <i>Purity and Danger</i> (1966) Routledge and Kegan Paul. Traducción al castellano, Pureza y peligro, Siglo XXI 2000
Chaffe W. <i>Meaning and the Structure of Language</i> (1970) University of Chicago Press	Barthes R. <i>Mythologies</i> (1973) Paladín. Traducción al castellano, Mitologías, Siglo XXI, 2005	Foucault M. <i>The History of Sexuality</i> (1979) Penguin. Traducción al castellano, Historia de la sexualidad, Siglo XXI.	Criminal Justice Act of 1980 (Section 78) (Escocia)	Culler J. <i>Rubbish Theory</i> (1988) en Culler J. <i>Framing the Sign</i> (1988) Basil Blackwell
Wittgenstein L. <i>Philosophical Investigations</i> (1963) en Gadlik W. <i>Magritte</i> (1970) Tlames and Hudson. Traducción al castellano, Investigaciones filosóficas, Editorial Crítica, 1988	Capítulo 4	Gautier T. (1811-1872) in Rand P. <i>A Designer's Art</i> (1985) Yale University Press	Baker C. and Waddon A. <i>Vandalism: Understanding and Prevention</i> (1989)	Thompson M. <i>Rubbish Theory: the Creation and Destruction of Value</i> (1979) en Culler J. <i>Framing the Sign</i> (1988) Basil Blackwell
Zeman J. <i>Peirce's Theory of Signs</i> (1977) en Sebeok T. <i>A Prolusion of Signs</i> (1977) Indiana University Press	Barthes R. <i>Image, Music, Text</i> (1977) Fontana	Willis P. <i>Common Culture</i> (1990) Open University Press	Clarke R. (1978) in Colfield F. <i>Vandalism and Graffiti</i> (1991) Calouste Gulbenkian Foundation	Sitwell S. <i>La tumba de Agamenón</i> (1972) en Douglas M. <i>Pureza y peligro</i> , op. cit.
Capítulo 2	Jeffkins F. <i>Advertising Writing</i> (1976) MacDonald & Evans Ltd.	Austin J.L. <i>How to do Things with Words</i> (1955) Oxford Paperbacks. Traducción al castellano, Cómo hacer cosas con palabras, Paidós, 2004	Fuller M. <i>Flyposter Frenzy</i> (1992) Working Press	Capítulo 9
de Saussure F. <i>Course in General Linguistics</i> (1974) (1ª edición 1915) Fontana. Traducción al castellano, Curso de lingüística general, Alianza Editorial, 1998	McLuhan M. and Fiore Q. <i>The Medium is the Message</i> (1967) Allen Lane The Penguin Press. Traducción al castellano, El medio es el mensaje, Paidós, 1995	Capítulo 6	Storr R. <i>Two Hundred Beats Per Min.</i> (1990) in Robert Miller Gallery's <i>Basquiat Drawings</i> (1990) Bulfinch Press	Eco U. <i>The Open Work</i> (1989) (primera edición 1962) Hutchinson Radius. Traducción al castellano, Obra abierta, Ariel, 1990.
Jakobson R. and Halle M. <i>The Fundamentals of Language</i> (1956) Mouton. Traducción al castellano, Fundamentos del lenguaje, Ayuso, 1974	Bourdieu P. <i>Intellectual Field and Creative Project</i> (1971) en Young M.F.D. <i>Knowledge and Control</i> (1971) Collier-MacMillan	Brake M. <i>Sociology of Youth Culture and Youth Subcultures</i> (1980) Routledge and Kegan Paul	Blinderman B. <i>And We All Shine On</i> (1992) in Celant G. <i>Keith Haring</i> (1992) Prestel	Zeman J. <i>Peirce's Theory of Signs</i> (1977) in Sebeok T. <i>A Prolusion of Signs</i> (1977) Indiana University Press
	Bourdieu P. <i>Language and Symbolic Power</i> (1991) Polity Press	Marsh P. and Rosser E. and Harré R. <i>The Rules of Disorder</i> (1978) Routledge and Kegan Paul	Banksy in Manco T. <i>Stencil Graffiti</i> (2002) Thames and Hudson	Eco U. <i>The Role of the Reader</i> (1981) Hutchinson Radius
	Bloomfield L. <i>Language</i> (1958) George Allen	Manco T. <i>Stencil Graffiti</i> (2002) Thames and	<i>The Guardian</i> 21 de enero de 1991. 4.1.3. Entrevista	
	Galindo R. <i>Language Wars: The Ideological Dimensions of the</i>		Capítulo 7	
			Willis P. <i>Common Culture</i>	

bibliografía

- Austin J.L. *How to do Things with Words* (1955) Oxford Paperbacks. Traducción al castellano, *Cómo hacer cosas con palabras*, Paidós, 2004
- Baker, C. and Waddon, A. *Vandalism: Understanding and Prevention* (1989)
- Barthes R. *Elements of Semiology* (1968) Cape. Traducción al castellano, *Elementos de Semiología*, Alberto Corazón, 1971
- Barthes R. *Empire of Signs* (1982) Hill and Wang
- Barthes R. *Image, Music, Text* (1977) Fontana
- Barthes R. *Mythologies* (1973) Paladin. Traducción al castellano, *Mitologías*, Siglo XXI, 2005
- Barthes R. *The Pleasure of the Text* (1975) Hill and Wang
- Bloomfield L. *Language* (1958) George Allen
- Bolinger L. *Language the Loaded Weapon* (1980) Longman
- Bourdieu P. *Language and Symbolic Power* (1991) Polity Press
- Castleman C. *Getting Up: Subway Graffiti in New York* (1982) MIT Press
- Chaffee W. *Meaning and the Structure of Language* (1970) University of Chicago Press
- Cobley P and Jantsz L. *Introducing Semiotics* (1999) Icon Books UK/ Totem Books USA
- Culler J. *Framing the Sign* (1988) Basil Blackwell
- Douglas M. *Purity and Danger* (1966) Routledge and Kegan Paul. Traducción al castellano, *Pureza y peligro*, Siglo XXI, 2000
- Eco U. *The Open Work* (1989) Hutchinson Radius. Traducción al castellano, *Obra abierta*, Ariel, 1990.
- Eco U. *The Role of the Reader* (1981) Hutchinson Radius
- Fiske J. *Introduction to Communication Studies* (1982) Routledge
- Frank Colfield F. *Vandalism and Graffiti* (1991) Calouste Gulbenkian Foundation
- Fuller M. *Flyposter Frenzy* (1992) Working Press
- Gablík S. *Magritte* (1970) Thames and Hudson
- Galindo R. *Language Wars: The Ideological Dimensions of the Debates on Bilingual Education* (1997) University of Colorado at Denver
- Horn F.A. *Lettering at Work* (1955) The Studio Publications
- Hutchings R.S. *The Western Heritage of Type Design* (1963) Cory, Adams and Mackay
- Jakobson R. and Halle M. *The Fundamentals of Language* (1956) Mouton. Traducción al castellano, *Fundamentos del lenguaje*, Ayuso, 1974
- Jenkins F. *Advertising Writing* (1976) MacDonald & Evans Ltd.
- Livingstone M., (1990) *Pop Art*, Thames and Hudson
- McLuhan M. and Fiore Q. *The Medium is the Message* (1967) Allen Lane The Penguin Press. Traducción al castellano, *El medio es el mensaje*, Paidós, 1995
- Manco T. *Stencil Graffiti* (2002) Thames and Hudson
- Marsh P. and Rosser E. and Harré R. *The Rules of Disorder* (1978) Routledge and Kegan Paul
- Rand P. *A Designers Art* (1985) Yale University Press
- de Saussure F. *Course in General Linguistics* (1974) [1ª edición 1915] Fontana. Traducción al castellano, *Curso de lingüística general*, Alianza Editorial, 1998
- Storr R. *Basquiat Drawings* (1990) Bullfinch Press
- Willis P. *Common Culture* (1990) Open University Press
- Willis P. *Moving Culture* (1990) Calouste Gulbenkian Foundation
- Young M.F.D. *Knowledge and Control* (1971) Collier-MacMillan

- A**
abstracta, pintura 170, 176
abstracto, expresionismo 168, 170-1
acción, pintura 168, 170
actos mágicos 97, 102, 103
acuerdo 20-2, 27
Airside 58-59
ajuste diferencial 108
Alan the Barber 128
alfabeto 33, 42, 66-7, 73
ambigüedad 168, 170
anclaje 29, 76-7, 79, 80-1, 82
Andre, Carl 95, 120, 156
apertura 170-5, 176-7
arte culto 10, 134
véase también bellas artes
artefactos 165-7, 174-5
artes menores 10
Arts Council 96
Austin, J. L. 97
autoría colectiva 95
- B**
Babel, Torre de 90
Baker 114
Banksy (artista de graffiti) 120
Barthes, Roland
códigos analógicos 72
lengua y habla 61-3
mito 36, 67
significación 56-7
texto/imagen 76, 75, 76
Basquiat, Jean-Michel 118-19, 120
basura y cultura 11, 145-63, 174
bellas artes 10, 95, 118, 120, 155
Billboard, exposición 142
Blinderman, B. 118, 120
Bloomfield, L. 88
Bourdieu, Pierre
actos mágicos 97
campos 86, 135
conocimiento y control 94
dialecto 62
flujo 95
habitus 87
lenguaje legitimado 88, 91
Brake, Mike 108
British Design & Art Direction (D&AD) 65
Brody, Neville 11
Broodthaers, Marcel 23, 24
Burn, grupo de diseño 123, 140-1
- C**
cadena flotante de
significados 76
cadenas
de significados 36-7
de significantes 78
Calder, Alexander 172
campos 86, 88, 135, 176
capital 91-2, 93
Castleman, C. 111-12, 116
categorías
graffiti 114-15
objetos 150-4
signos 33-5
ciencia de los signos, véase semiología
cine 76, 95
Clarke, R. 114
clasificaciones
suciedad 167
chatarra 149-50
códigos
analógico 43, 72, 73, 175
digital 43, 72, 73
del vestido 108, 110
Eco 167
no oficial 108-10
véase también enciclopedia, noción de
códigos analógicos 43, 72, 73, 176
códigos del vestido 108-110
véase también sistema de las prendas
Coffield, F. 112
Cohen 114
color 36, 107-8
competición 88, 91, 94
componentes 13-29
comunidad lingüística 20-2, 88, 110, 114
connotación 57-8, 65, 68, 75, 76
Conocimiento y control 94
contexto 17
control 9, 62, 88, 90, 94
convenciones
connotación 57-8
peligro 148, 153-4
paradigmática 42-3
subgrupos 108
sintagmas 41
terciariedad 34
creatividad simbólica 11, 61-2, 131-43
Crow, David 27
cultura y basura 11, 145-63, 174
cultural, legitimación 94
culturales, artefactos 165-7, 174-5
Culler, Jonathan 149, 155
chatarra 153-4, 155-7, 162, 163
teoría 149-50, 155
véase también basura
- D**
D&AD véase British Design & Art Direction
- Dada** 157
Davis, Paul 28, 74-5, 82
Dawkins, Katy 99, 100, 101
De Saussure, Ferdinand
acuerdo 20
ciencia de la semiología 54
límites naturales 88, 110
palabras 33
paradigma 41-2
semiótica 15-18
significado 26
signos 24, 32, 33
signos arbitrarios 33
signos icónicos 33
sintagma 41-2
valor 38-41
denotación 57, 68, 76
desorden 147-8, 149, 174
Deuchars, Marion 65, 143
dialecto
acuerdo 20
Bourdieu 62
lenguaje legitimado 88, 91
límites 110
muestreo 123, 124, 125, 126-7
visual 116-17, 123
véase también simbólico, gesto
dicente 35
diferenciación de la suciedad 153-4
digitales, códigos 43, 72, 73, 176
dignidad del trabajo 135
diseñador, papel del 10-11
Douglas, Mary 148-9, 153-4
dualidad 19
DuChamp, Marcel 157
- E**
Eco, Umberto 166-76
elección 42-3, 44-5, 87, 135-6
Emin, Tracey 166
emoción 114-15
enciclopedia, noción de 167
Encuesta General de los Hogares 134
estarcido 116
estética de los signos 176
estructura de los signos 24-5, 32, 33-7, 172
estructura de los mitos 36
expresionismo abstracto 168, 170-1
- F**
Fiore, Q. 76
flujo 95
fonemas 18-19
- formayapertura** 176-7
fotografía 95
Foucault, Michel 94
fuente del mensaje 170
Fuller, M. 116
funcional, valor 96
fútbol 108-10, 137
- G**
Galindo, René 88, 91
Garside, Seel 62
Gerry the Fridge Man 128
gestos 108, 110, 176
Gladstone 112
graffiti
autoría 111-12
bellas artes 118, 120
capital 92
categorías 114-15
dialecto visual 116-17
escuelas 91
investigación del Ministerio del Interior 112, 114
lengua no oficial 10, 110-12
lenguaje autorizado 99
motivación 113, 114-15
terminología 111
graffiti con plantilla 116
Grossman, David 104-5
- H**
habitus 87
habla 17, 61-2, 66-7, 69
Haring, Keith 118, 119
Harré, Rom 110, 137
Hawkins, Guy 129
hiperinfluenciación 134-5, 142
Hitchen, Jonathan 51, 182-3
Hockney, David 92
Home Office Research Unit 112, 114
Horn, F. A. 93
Hurd, Douglas 112, 115
Hutchings, R. S. 93
- I**
icónicos, mensajes 75, 76
icónicos, signos 33, 34, 58
iconos 33, 34
ideológico, vandalismo 114
identidad 9, 11, 110-12, 136-7
ideología 76, 96
imagen y texto 22-3, 71-83
índice, signos 33, 34, 35
información 168-70, 172-5
información, teoría 168-9
informales, signos 176
informales, situaciones 135-6
intención 174, 176
- interpretación** 176
interpretante 24-5, 35, 36, 54
- J**
Jarvis, James 132-3
Jelkins, Frank 74
jerarquías
de los signos 147
flujo 95-6
graffiteros 111
lengua oficial 155
lenguaje visual 10
Jerga 88, 91
Jones, Allen 92
jóvenes 132-3, 134, 136
véase también lengua no oficial
juego 115, 135-6, 139
Justicia Criminal (Escocia), Ley de 1980 112-13
- L**
Langue 61
lectores 24-5, 36, 54-5, 167
lectura 8-9, 53-69
legisignos 35
legitimada, lengua 9, 88-93, 97, 148
legitimidad, cultural 94
lengua
autorizada 9, 97, 99-101
control 62, 88, 90, 94
legitimada 9, 88-93, 97, 148
leyes de probabilidad 173
no oficial 9-10, 88, 107-29
oficial 85-97, 99-105, 148, 155
pro. Samiento 16-17
sistema de prendas 61
y habla 17, 61-2, 66-7, 69
véase también dialecto
leyes de probabilidad 173
límites de la lengua 88, 110
límites naturales del lenguaje 88, 110
límites territoriales 88
lingüística 8, 16-18, 54, 56
lingüística estructuralista 16-17
lingüísticas, comunidades 20-2, 88, 110, 114
lingüísticos, mensajes 75
lingüísticos, signos 28-9
Livingstone, M. 92
- M**
MacLuhan, Marshall 76
Magee, Joe 102, 103
Magritte, René 22
Manco, Tristan 116

Marsh, P. 110, 137
McLauchlan, Lucy 96
medio es el mensaje, el 76
memoria 150
mensaje 75, 76, 168-70
mensaje icónico codificado 75, 76
mensaje icónico no codificado 76
mensajes parasitarios 76
metáfora 44-5, 51
metonimia 44-5, 51, 110
Mills, Russell 162-3, 179
Mitchell, Ian 180-1
mito 36, 62-3
modelo triangular del signo 24, 34, 36-7
Molcho, Yaki 66-7, 104-5
Morris, Neil 79
Morris, William 135
motivación 58-61, 112, 113, 114-15
movimiento, representación del 170

Murphy, Alan 51, 75, 82-3, 128
Museum in Progress 27
música 43, 73, 168

N
Nación de Artistas del Graffiti 112
no oficial
códigos 108-10
comunicación 9-10
lengua 88, 107-29, 148
uso de la basura 155-7

O
objetos
categorías 150-4
perdurables 150-3, 156, 159-63
perecederos 150, 153, 155-7, 159, 160-1
signos 35
objetos de valor inalterable 153
Obra abierta 11, 165-83
ocio 136, 156
oficial, lengua 85-97, 99-105, 148, 155
onomatopéyicas, palabras 20, 33
orden 172, 173, 174
O'Shaughnessy, Michael 68
Outlaws 120-1

P
palabras 17, 18-19, 20, 33
paradigmas 41-5, 47, 50, 51, 73
Parole 61
pasquines 116-17, 120
patrón 148

Peirce, Charles Sanders
lectura de signos 24-5, 54, 167
modelo triangular 24, 34, 36-7
semiosis 36
semiótica 53-16
signos 24-5, 32, 33-7

peligro 148, 153-4
pensamiento 16-17, 38, 39-40
perdurables, objetos 150-3, 156, 159-63
perecederos, objetos culturales 150, 153, 155-7, 159, 160-1
performance 167-8
Phillips, Peter 92, 95
pictogramas 172
placer 115, 135, 176
Pop Art 24, 91-2
portafolios
actos mágicos 102, 103
anclaje 29, 76-7, 79, 80-1, 112
basura a perdurable 162, 163
basura y cultura 159-63
componentes 27-9
connotación 65, 68
creatividad simbólica 139-43
denotación 68
diálogo 123, 124, 125, 126-7
formación del significado 47-51
hiperinstitucionalización 142
juego 139
lectura del signo 65-9
lengua no oficial 123-9
lengua oficial 99-105
lengua y habla 66-7, 69
lenguaje autorizado 99, 100, 101
metáfora 51
obra abierta 179-83
paradigmas 47, 50, 51
perecederos perdurables 159, 160-1
relevancia 82, 83
síntesis 51
posibilidades 176
prendas, sistema de las 41
prestigio 114-15
primariedad 34, 35
probabilidad 173, 174
publicidad 44, 74-5
pureza y peligro 148, 153-4

R
Rand, Paul 93, 96
realidad 24, 38, 54
reglas 93
reglas del diseño gráfico

93
relevancia 76-7, 82, 83
representación 18-22, 36
representamen 36
Rosser, E. 110, 137
Royal College of Art 92

S
secundariedad 34, 35
semiología B 15-19, 24-5
categorías
de objetos 150-4
códigos del vestido 109, 110
objetos perdurables 153
semiosis 36, 37
semiosis ilimitada 36
semiótica 15-19, 24, 54, 56
véase también
semiología
sexo, Foucault 94
significación 38, 56-7, 170
significado
cadenas de 36-7
e información 168-70, 172-3
elección 45
formación 8-9, 32-51
lectura 8-9
noción de enciclopedia 167
político 9
semiosis 36, 37
valor 38-41, 67
significado 16, 18-19, 24, 54
significado político 9
véase también control
significan y significado 16

estructura 24-5, 32, 33-7
modelo triangular 24, 34, 36-7
sistemas 17
significantes 16, 18-19, 76, 176
signos
ambigüedad 170
arbitrario 18-22, 33, 58
categorías 33-5
estética 176
información 172-3
informal 176
jerarquías 167
lectura 53-69
lingüística 28, 29
movimiento 170
propiedades 34-5
significado 35, 172-3
signos arbitrarios 18-22, 33, 58
simbólico
actividad 135-6
creatividad 11, 61-2, 131-63
gestos 108, 110, 176

signos 58, 176
uso del color 36
vida 134
símbolos 33, 36
simetría 173-4
sinónimo 35
síntesis 41, 51
sistema de los
automóviles 61
sistema educativo 88
sistemas
automóvil 61
de las prendas 61
de significación 56-7
educativo 88
lengua y habla 61
signo 17
Silwell, S. 154
sonido 20, 38, 39-40
Stockhausen, Karlheinz 168
Storr, R. 118
Stylorouge 48-9
suciedad 146, 147-9, 153-4
suciedad creativa 154
surrealismo 22

T
tabú 147-9
Tate, galería 156
teoría, definición 14
terciariedad 34, 35
territorio 126
texto e imagen 22-3, 71-83
texto/imagen 75, 76
Thompson, Hilton 118
Thompson, Michael 150-3
Torre de Babel 90
trabajo, dignidad del 135

V
valor
cambio 11
categorías semiológicas de los objetos 150
cero 153
competencia por el 88, 91
contexto 120
económico 153-6
funcional 196
muestrano 47, 51
significado 38-41, 47
social 94
valor cero, objetos de 153
valor económico y chatarra 153-6
valor social 94
vandalismo 112, 113-15, 120
vandalismo malicioso 115
vandalismo reivindicativo 114
vandalismo táctico 114, 120
verbal 116, 118,

128-9
video, edición 42-3
Visual Research 80-1
visual, comunicación 174
visual, dialecto 116-17, 123
voz 9, 62

W
Wadon 114
Wagenbreth, Henning 50
Webster, Michael 162
Willis, Paul 61-2, 96, 132-3, 136
Wittgenstein, Ludwig 22
Wright, Ian 124-5, 129, 143, 159-61, 173

Z
Zeegan, Lawrence 29
Zeman, J. 24-5

agradecimientos

Gracias

Quisiera agradecer su tenaz apoyo y su paciencia a las siguientes personas:

Wendy, Drew, Ailsa y George Crow, Judy y Frank Pennington, Seel Garside y todo el personal del Departamento de Artes Gráficas de la Escuela de Arte y Diseño de Liverpool. Brian Morris, Natalia Price-Cabrera y Laura Owen de AVA Publishing.

Contribuciones

Muchas gracias a todos las personas de talento que aportaron amablemente su trabajo:

Airside, Sam Wehl y David Hand de Burn, Chris Brown, Paul Davis, Katy Dawkins, Ged Doyle, FSI FontShop International, Seel Garside, David Grossman, Steve Hardstaff, Guy Hawkins, Marion Deuchars, Jonathan Hitchen, James Jarvis, Lucy McLauchlan, Joe Magee, Russell Mills, Ian Mitchell, Yaki Molcho, Neil Morris, Alan Murphy, The Outlaws -Patrick Young, Johnny Hannah y Paul Farrington-, Michael D'Shaughnessy, David Shrigley, Rob O'Connor de Stylorouge, Hilton Thompson, Russell Bestley y Ian Noble de Visual Research, Henning Wagenbreth, Ian Wright, John Young, Patrick Young, Lawrence Zeegen.

Archivo gráfico

Seel Garside

Ilustración

Emily Alston, pp. 16, 24, 35, 37

Michael O'Shaughnessy, pp. 14, 15, 16, 25

Fotografías

Todas las fotografías son del autor, excepto:

[Magritte] p. 22, Los Angeles County Museum of Art C.A., USA / Bridgeman. ©ADAGP, Paris and DACS Londres 2003

[Broodthaers] p. 23, ©Tate Londres 2003, DACS Londres 2003

Seel Garside [no.3] p. 33, [barras y estrellas] p. 34

Takashi Homma [Perversel] p. 48, 49

Mrs Musgrove [imagen de graduación] p. 92

[Basquiat] p. 19, James Goodman Gallery, Nueva York, USA, ©ADAGP, Paris y DACS Londres 2003

Matt Squire p. 121

A. J. Wilkinson p. 129

[DuChamp] p. 157, Cameraphoto Arte Venezia/Bridgeman.

©Herederos de Marcel

DuChamp/ ADAGP, Paris y DACS Londres 2003

Janette Beckman [Ian and Connie Wright] p. 159

Eishun [Issey Miyake (fotos particulares)] p. 159

Wendy Pennington p.171

Las fotografías de las páginas 111, 113, 115, 152 se reproducen por cortesía de F-Stop images, FSI FontShop International

Contactos

Airside
info@airside.co.uk

Burn
info@burneverything.co.uk

Paul Davis
bigorange@btctick.co

Katy Dawkins
kattydawkins@yahoo.co.uk

Marion Deuchars
mariondeuchars@lineone.net

FSI
www.FontFont.com
www.IStopImages.com

Seel Garside
www.beaufonts.com

Jonathan Hitchen
www.beaufonts.com

James Jarvis
jjj@worldolpain.com

Lucy McLauchlan
lucymcl@uk2.net

Joe Magee
www.periphery.co.uk

Russell Mills
mills@matter-shed.co.uk
Ian Mitchell
www.beaufonts.com

Yaki Molcho
rutyaki@mail.shenkar.ac.il

Neil Morris
N.Morris@livjm.ac.uk

Alan Murphy
al@murphykid.com

Michael D'Shaughnessy
mickeyshona@hotmail.com

Stylorouge
www.stylorouge.co.uk

Visual Research
visualresearch@hotmail.com

Henning Wagenbreth
www.tobot.com
mail@tobot.com

Ian Wright
mail@mrianwright.co.uk

Lawrence Zeegen
z@zeegen.demon.co.uk



DAVID CROW

NO TE CREAS

UNA PALABRA

Una introducción a la semiótica

Adentrarse en el conocimiento de la semiótica es, para muchos diseñadores y artistas, enfrentarse a un campo que deben explorar con una mezcla de intuición y experiencia.

El arte y el diseño toman prestadas sus bases teóricas de la ciencia de los signos, la semiología, y del estudio de la lengua, la lingüística.

Esta obra presenta los términos y las teorías en torno al lenguaje visual para ayudarnos a entender cómo funciona la comunicación por la imagen.

NO TE CREAS UNA PALABRA analiza multitud de pensamientos y creaciones sobre arte y diseño contemporáneo; de Pierre Bourdieu a Umberto Eco, de J.M Basquiat a Banksy, y nos muestra sus mecanismos a través de las ideas y teorías que se explican en el texto.

ISBN 9788493588113



9 788493 588113

promopress