



Edita: Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social

Depósito Legal: TF-135-98 / ISSN: 1138-5820

Año 2º – Director: [Dr. José Manuel de Pablos Coello](#), catedrático de Periodismo

Facultad de Ciencias de la Información: Pirámide del Campus de Guajara - [Universidad de La Laguna](#) 38200 La Laguna (Tenerife, Canarias; España)
Teléfonos: (34) 922 31 72 31 / 41 - Fax: (34) 922 31 72 54

El contenido de los mensajes icónicos ^(4º)

Dr. Raymond Colle ©

Facultad de Comunicaciones - Pontificia Universidad Católica - Santiago de Chile

rcolle@puc.cl

Capítulo 4º

Los significados connotados

Al inicio del capítulo anterior, hemos mencionado el carácter comúnmente polisémico de los iconos pictóricos y la consecuente importancia que cobran las connotaciones en tales condiciones. También hemos visto la necesidad de hacer referencia al contenido latente, especialmente cuando el mensaje consta de iconos complejos, en que la distribución espacial de los iconemas (configuración) puede jugar un papel importante pero no siempre explícito. ¿Cómo poner en evidencia las connotaciones evitando, lo más que se pueda, la interpretación personal? Éste es el problema que hemos de dilucidar aquí. Un primer método consiste en poner en evidencia el grado y los puntos específicos en que el mensaje latente deja abierta la interpretación. Otro consiste en aplicar una escala evaluativa y recurrir a múltiples jueces para superar la subjetividad de un solo analista. Estudiaremos ambas modalidades aquí.

4.1. Método de análisis de latencia

Ya sabemos que el contenido latente está compuesto por la suma de los interpretantes del contenido manifiesto. La clasificación icónica (ver Capítulo anterior) implica en cierto modo tomar en cuenta el significado latente no sólo en función de la configuración sino también al considerar los iconemas, por cuanto ocurrirá muy frecuentemente que los descriptores utilizados sean interpretantes y no componentes propios del contenido manifiesto. Pero los tesauros o sistemas de clasificación temática son conjuntos cerrados, por lo cual rara vez permiten una descripción exhaustiva del contenido. Para lograr ésta y poner también en evidencia el contenido latente, hemos sido llevado a estructurar la siguiente técnica de análisis.

4.1.1. Etapa de registro

Debe iniciarse el análisis en forma similar al registro icónico denotado: anotar todos los iconemas que componen el o los iconos bajo estudio. Como lo hemos mencionado en el capítulo anterior, podrían generar dificultades los fenómenos de incrustación y yuxtaposición. Así, por ejemplo, ¿será necesario anotar los ojos, nariz y boca del personaje y hasta los cordones de sus zapatos?

El criterio a utilizar es el de idoneidad en relación a la función de significación. Postulamos que todo iconema incrustante (e.d. que puede ser subdividido pero no es una subdivisión de otro) es de por sí idóneo. Pero sólo es idóneo un iconema incrustado cuya supresión o sustitución afectaría singularmente la significación.

En el ejemplo adjunto (Ilustr. 4.1, más abajo), los ojos, nariz y boca de la modelo no son idóneos (podrían no ser visibles en razón de un cambio de posición) como tampoco los cordones de zapatos.

En algunos casos podrá permanecer la duda hasta el final del análisis, momento en que será conveniente revisar las distintas etapas avanzadas.

4.1.2. Definición de interpretantes

Para cada iconema será necesario definir, en seguida, los correspondientes interpretantes, o sea definir su significado a modo

de resultado de una operación de intersección de unidades semánticas (conceptos) de mayor extensión. Para ello es fundamental buscar definiciones basadas en términos relacionados en series jerárquicas, evitando siempre términos complementarios ("lo que no es") o referidos al "conjunto de descomposición" (partes o elementos en que puede ser desarticulado el objeto/referente).

Así, en nuestro ejemplo, tendríamos:

"Mujer = ser humano/de género femenino/adulto" "Bikini = prenda de vestir/femenina/destinada a cubrir el sexo" "Zapatos = prendas de vestir/destinadas a los pies/ (masculinos en este caso)"

Siendo además relevante la posición de la mujer, debe anotarse "mujer semi-recostada = en posición de descanso". Este último elemento, que surgió en el análisis del ejemplo (la posición, que es parte integrante del iconema "mujer"), hace ver la importancia de tomar en cuenta las funciones o propiedades de los objetos como también la finalidad de las acciones representadas. La definición de interpretantes debe por lo tanto complementarse mediante la observación y el registro de dichas funciones, propiedades o finalidades. En este caso, anotaremos:

Posición = descanso

Zapato = protección (del pie)

Bikini = protección (del sexo); exhibición (resto del cuerpo); descanso (en sentido amplio, que incluiría "tomar el sol")

Ilustración 4.1. Aviso publicitario "Roland"



Salta a la vista que parte de la explicitación, aquí, permanece en cierto modo subjetiva. Ya hemos mencionado que ello es en gran parte inevitable. Sin embargo, de nuevo, el criterio de idoneidad -en función del sentido del conjunto del mensaje- es nuevamente una guía que permite evitar inclusiones irrelevantes. Por idoneidad preferimos "descanso" como una función del bikini en vez de "tomar el sol" (que no parece venir al caso, de acuerdo al conjunto).

4.1.3. Estructuración de la tabla de latencia

Ahora es indispensable reunir y organizar los componentes semánticos que hemos aislado, distinguiendo el nivel manifiesto y el nivel latente:

A nivel manifiesto tenemos los iconemas:

mujer semi-recostada / en bikini / + zapatos (masculinos)

A nivel latente hemos encontrado:

ser humano / adulto / género femenino

prenda de vestir / masculino

sexo (parte del cuerpo) / pies/ resto del cuerpo

descanso/protección/exhibición

Organizar estos componentes implica buscar las relaciones entre todos ellos. Recurriremos a una tabla de doble entrada en que anotaremos en la vertical (columnas) los referentes y en horizontal (renglones) los semas latentes (interpretantes):

Tabla de latencia

En las celdillas correspondientes a cada cruce, anotamos -para cada iconema- la presencia de los semas latentes (interpretantes) que correspondan, según lo declarado en las definiciones y en las funciones, marcando "+++" cada vez. Observamos que algunas celdas quedan en blanco. Es conveniente anotar ahora las asociaciones excluidas: marcamos "---" cada vez que sería imposible (por naturaleza o esencia) asociar positivamente el significado de un iconema con algunos de los interpretantes en lista. Así, por ejemplo, "Mujer" y "Género masculino" se excluyen, como también "Bikini" y "Género masculino", "Zapatos" y "Resto del cuerpo", etc.) Es importante tener en cuenta que las definiciones antes formuladas son, aquí, meros indicadores, que no son suficientes para decidir la exclusión. El buen criterio del analista y su dominio de la semántica son fundamentales. Así, en el ejemplo, no hay exclusión absoluta entre "Bikini" o "Zapato" y "Ser humano" aunque sean de diferente naturaleza: ambas prendas son utilizadas por "el hombre" (genérico), por lo cual no hay exclusión en la tabla. Las celdas que aún quedarán en blanco son las que indican posibles asociaciones libres en el marco del contenido latente, que serán función:

- a. de la polisemia,
- b. de la influencia de los interpretantes sobre iconemas adjuntos (además de los "propios"),
- c. del mecanismo de la connotación.

Constituyen "bases de connotación" los interpretantes de elementos anexos que pueden ser "proyectados" sobre el objeto principal (como las celdas en blanco en la columna "zapatos" en el ejemplo). Así, en el ejemplo, es posible que el emisor deseara además de "exhibir zapatos" (lo cual es bastante obvio), sugerir que facilitan un mayor "descanso de los pies" asociaciones cuya factibilidad es demostrada por la tabla. También podríamos anotar la relación aritmética entre el número de celdas marcadas y de celdas libres, lo cual nos indicaría un "grado de indeterminación" (o imprecisión) del mensaje que permitiría la comparación entre distintos iconos (especialmente si tratan de diferente manera un mismo tema). Aquí tenemos 19 celdillas marcadas y 14 libres, es decir una "indeterminación" del 42,5% (100%=33 celdas) en la interpretación del sentido latente.

4.1.4. Escenificación y connotación

Resulta muy útil, en complementación de lo anterior, considerar cómo ciertas "escenificaciones" de un objeto, o sea la representación de referentes anexos tendientes a situarlo en un determinado contexto, puede ayudar a precisar cierto tipo de connotaciones. Ha sido el mérito de Miquel de Moragas poner en evidencia este fenómeno (cfr. "Semiótica...", p. 228). En el siguiente cuadro presentamos una lista de operaciones de escenificación directamente inspirada en la exposición de M. de Moragas.

Tabla de escenificación connotativa

4.2. El diferenciador semántico

El método de trabajo que encontramos más frecuentemente en la literatura consiste en desarrollar y aplicar a priori una pauta calificadora y evaluar el mensaje en una escala de 5 o 7 puntos para cada variable de la pauta. La fuente de muchas técnicas de este tipo es el conocido método del diferenciador semántico de Osgood.

4.2.1. Fundamentos

Osgood considera el significado como un estado cognitivo, que es a su vez una relación entre dos actos del analista (el acto sémico inducido o recepción y el acto sémico inductor o emisión de respuesta) y una unidad dotada de consistencia social (significado sociológico) vinculada a la predictibilidad de coocurrencia de otros signos asociados, en el marco de "mensajes" (significado lingüístico). Como estado cognitivo, el significado no es directamente accesible ni medible. Se requiere por lo tanto lograr acceder al mismo a través de una actividad mensurable, que es el comportamiento lingüístico. Lo más adecuado, para conocer el significado que un individuo otorga a un concepto o un objeto, podría ser la pregunta abierta como "¿Qué entiende por...?" o "¿Qué le sugiere tal cosa?". Pero ello sólo funciona bien con personas de alta capacidad expresiva y para confrontaciones individuales. Dificulta mucho la comparación, aún entre individuos de una misma capacidad expresiva. Osgood sugiere entonces recurrir a alternativas verbales pre-determinadas, como las de un juego de adivinanzas "¿El objeto es frío o caliente? ¿Es bello o feo?" etc. Este sistema de preguntas bipolares parece especialmente adecuado por cuanto permite registrar tanto dirección (hacia uno u otro polo) como intensidad de asociación (como "muy frío" - "muy caliente", por ej.)

Estudios de sinestesia realizados en pueblos de muy diferente cultura han demostrado la validez universal de la bipolaridad y la existencia transcultural de "cadenas" asociativas ordenadas en función de dichos polos, como por ejemplo: Bueno - Blanco - Arriba - Claro - Cálido - Seco - Feliz y Malo - Negro - Abajo - Oscuro - Frío - Mojado - Infeliz. Osgood postula un "espacio" semántico de tipo euclidiano en que todos los ejes bipolares de adjetivos se cruzan en el punto de origen o centro del espacio. Mientras más ejes se consideren, mejor definido queda este espacio. Pero resulta imposible usar una infinidad de ejes para investigar y cuantificar. Resulta por lo tanto necesario reducir su número a una cantidad mínima suficiente para explicar la situación de conjunto, lo cual es justamente lo que facilita el análisis factorial. Siendo los "ejes" adjetivaciones (e.d. -en términos semánticos- posibles caracteres distintivos o relaciones), los conceptos u objetos a diferenciar son unidades que ocupan una determinada posición en el espacio semántico y pueden "definirse" matemáticamente por sus "coordenadas" o proyección en cada uno de los ejes considerados. Comparar dos unidades semánticas consiste entonces en medir la distancia entre las coordenadas de cada una.

4.2.2. Ejes y factores básicos

Los ejes propuestos por Osgood fueron obtenidos mediante la aplicación de pruebas de asociación de palabras (un adjetivo por cada sustantivo enunciado), compensando luego las reiteraciones y añadiendo posibles "juicios" menos frecuentes a partir de fuentes literarias. Se compusieron luego aleatoriamente escalas bipolares asociadas a estos términos para verificar la confiabilidad y estudiar las correlaciones, validando los ejes que se considerarían luego en conjunto como "tabla" aplicable a cada unidad semántica por investigar. Así, 20 términos generaron 40 ejes o pares de adjetivos utilizados en la primera aplicación. Para efectos de nuevas investigaciones, Osgood sugiere partir de la elección de sustantivos generadores que sean de fácil comprensión, diferenciadores (capaces de generar variadas respuestas) y de significado único (monosemia). Con ellos se han de generar los futuros adjetivos específicos, eligiendo los más idóneos y relevantes y añadiendo 3 ejes "puros" por cada uno de los 3 factores comunes descubiertos por la investigación (ver más abajo), de tal modo que se asegure una clara referencia de comparación -en los resultandos- para cada uno de estos ejes. El diferenciador semántico, finalmente calculado,

es la raíz cuadrada de la suma de los cuadrados de las diferencias en cada eje, para 2 unidades dadas: $d_s = \sqrt{Ed^2}$ Pero aparte de este sencillo cálculo, que permite relacionar entre sí distintas unidades semánticas, es de sumo interés el descubrimiento de que aún cambiando los ejes (pares de adjetivos) para adecuarlos en cada investigación, el análisis factorial de todas las respuestas vuelve a arrojar tres factores básicos que explican las casi totalidad de las variaciones y corresponderían por lo tanto a una estructura del universo semántico o de los procesos mentales asociados a su desarrollo. Esos factores han sido llamados "valor" (peso 70% aprox.), "potencia" (peso 16% aprox.) y "actividad" (peso 13% aprox.). Estos factores quedan explicados por los ejes que les son asociados:

Valor : bueno-malo, limpio-sucio, agradable-desagradable, amable-cruel, feliz-triste, sagrado-profano. Potencia : grande-chico, fuerte-débil, pesado-liviano, grueso-delgado, duro-blando. Actividad : rápido-lento, activo-pasivo, caliente-frío, inteligente-torpe. El diferenciador semántico es aplicables a unidades icónicas y verbo-icónicas como fotos, objetos, avisos publicitarios, etc. Parece más difícil, sin embargo, aplicarlo a secuencias diacrónicas (ver último capítulo), que "superponen" llamados a múltiples connotaciones. (Ver en la tabla siguiente la lista de ejes bipolares propuesta por Osgood).

Ejes bipolares de OSGOOD

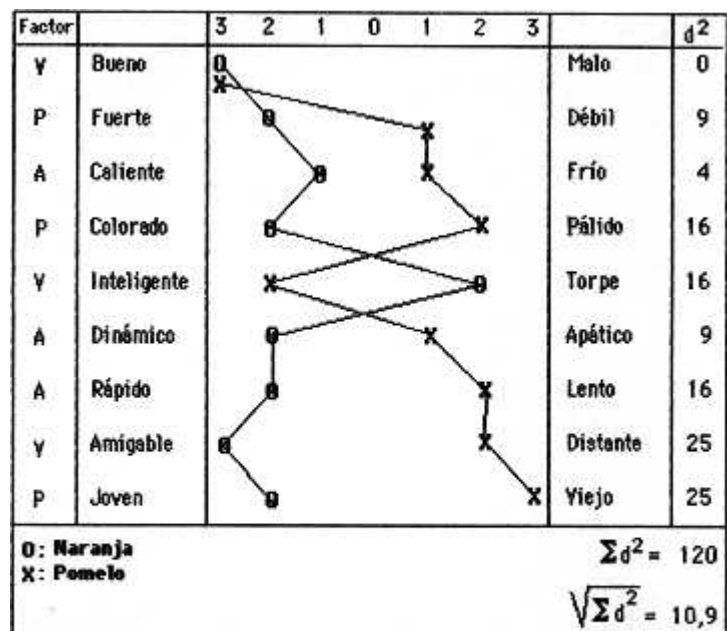
Bueno	Malo
Grande	Pequeño
Bonito	Feo
Amarillo	Azul
Duro	Suave
Dulce	Amargo
Fuerte	Débil
Limpio	Sucio
Alto	Bajo
Sabroso	Insípido
Valioso	Inútil
Rojo	Verde
Joven	Viejo
Bondadoso	Cruel
Ruidoso	Silencioso
Profundo	Superficial
Placentero	Desagradable
Negro	Blanco
Feliz	Triste
Astuto	Simple
Vacío	Lleno
Violento	Pacífico

Pesado	Ligero
Húmedo	Seco
Sagrado	Profano
Relajado	Tenso
Valiente	Cobarde
Largo	Corto
Rico	Pobre
Despejado	Nublado
Caliente	Frío
Grueso	Delgado
Claro	Oscuro
Fragante	Contaminado
Honesto	Deshonesto
Activo	Pasivo
Aspero	Suave
Fresco	Envejecido
Rápido	Lento
Perfecto	Imperfecto
Abrupto	Delicado
Cercano	Lejano
Punzante	Blando
Sano	Enfermo
Ancho	Estrecho

4.2.3. Ejemplo de aplicación

Mucchielli da en su libro un ejemplo de aplicación en que se consideraron las representaciones de una naranja y un pomelo. Uniendo en cada caso los valores dados por los observadores para cada eje, se observa claramente la diferencia de "perfil" de ambos (Ilustr.4.2).

Ilustración 4.2. Perfil diferencial



Factores: A = Actividad
V = Valor
P = Potencia

(p.88)

Mucchielli demuestra con este ejemplo que los ejes bipolares no tienen por qué ser absolutamente lógicos, ya que implican reacciones afectivas. Existen múltiples y complejos mecanismos mentales que permiten a algunas personas asociar con facilidad "inteligencia" y "amistad" a objetos como frutas u otros. La publicidad se vale ampliamente de estos mecanismos psicológicos para motivar -muchas veces en forma casi subliminal- a su público destinatario. La principal ventaja de este método, según señala De Moragas, consiste en recoger el aspecto negativo latente de lo comunicado. Permite en efecto las reacciones críticas de los receptores, lo cual resulta imposible por el análisis directo fácilmente desviado a priori por el método de Osgood.

4.2.4. Un derivado: la "Encuesta semántica"

En la misma perspectiva que Osgood -buscando esclarecer la percepción que el público tiene del contenido transmitido- M. de Moragas decidió liberarse de la lista bi-polar de atributos y dejar a la creatividad de cada cual la generación de una lista de adjetivos. Para ello recurrió a la "encuesta semántica", muy parecida a conocidos estudios de vocabularios y de campos semánticos realizados por antropólogos. Seleccionó vallas publicitarias que -por medio de diapositivas- presentó a sus alumnos pidiéndoles que -después de observar cada una- anoten en una sola palabra la idea que les pareciera más destacable en cada caso. Propuso luego múltiples modelos de organización del "catálogo" de palabras obtenido. Es posible aplicar al material recogido métodos matemáticos como el análisis de coocurrencia o análisis factorial de correspondencias, para extraer "ejes" dominantes y ponderar la significación estadística de cada aporte.

4.3. El factor emocional

Los mensajes icónicos movilizan los sentimientos, mucho más que los verbales. Pasar por alto esta realidad podría llevar a errar la evaluación crítica de tales mensajes. Y aunque el contenido emocional se acerca más a la connotación que a la denotación - por lo cual nos referimos a él aquí- debe más bien ser considerado como anterior a ambos, en términos de la influencia que puede ejercer, y como colateral en términos del aporte al sentido total. Los pasos que siguen ofrecen un método tendiente a desarrollar la habilidad de elucidación emocional.

4.3.1. Emociones percibidas

Para registrar adecuadamente las emociones que sugiere un icono, sugerimos borrar inicialmente de la mente los objetos representados y considerar solamente las manchas de colores, los contrastes, las grandes líneas, para tratar de percibir solamente la configuración y el "ambiente" sugerido. Luego ha de preguntarse el analista qué reacción personal, qué sentimiento surge ante tal contemplación. No importa que no pueda describir inicialmente estos sentimientos más que en términos de gusto o disgusto, pero sí debe tratar posteriormente de precisar si se trata de alegría o tristeza, seguridad o miedo, paz o agresividad, etc. , lo cual se podrá ir precisando tomando más directamente en cuenta el reconocimiento de los iconemas. Para facilitar esta tarea de toma de conciencia, hemos elaborado una pauta con un sistema bipolar inspirado en el diferenciador semántico, en que conviene anotar al menos una de tres posiciones en cada eje: a la izquierda o a la derecha si la emoción indicada es reconocida, al centro si no se percibe definitivamente ninguna de las dos alternativas (ver "Diferenciador de emociones" a continuación). Después de marcar estas posiciones en cada línea, conviene unir las todas trazando segmentos de rectas. Se formará así un gráfico que ayudará a descubrir -al compararlo con el gráfico formado por otra persona o con el que proceda de otro icono de similar temática- cuán diferente puede ser la reacción frente a varios mensajes icónicos.

Diferenciador de emociones

Nervioso	0	0	0	Tranquilo
Irritado	0	0	0	Contento
Deprimido	0	0	0	Alentado
Perturbado	0	0	0	Indiferente
Apasionado	0	0	0	Frío
Triste	0	0	0	Alegre
Inseguro	0	0	0	Seguro
Angustiado	0	0	0	Confiado
Culpable	0	0	0	Inocente
Desgraciado	0	0	0	Feliz

4.3.2. Influencia de la configuración

Ya hemos dicho que la imagen usa principalmente la configuración (o sea, el modo de ubicar los componentes siguiendo ciertas líneas) -y también los colores- para sugerir sentimientos. Considerando la configuración como un conjunto de ejes, podemos eventualmente descubrir el uso preferencial de ciertas orientaciones de dichos ejes, las cuales llevan una carga emocional típica conocida:

- - Ejes horizontales: Sugieren paz y tranquilidad
- - Ejes verticales: Separan o indican, elevan o hunden (según el ángulo aparente de la mirada)
- - Ejes oblicuos: Perturban, mueven, empujan o sostienen. Sugieren entusiasmo, anhelo, agresión o desesperación.

- - Ejes curvos: Sugieren alegría, suavidad, acogida, alianza.

Estas líneas pueden ser reforzadas si el ángulo de visión deja de ser la posición ordinaria de los ojos mirando horizontalmente hacia el frente. Así, por ejemplo, si se adopta un ángulo de abajo hacia arriba, se amplifican las líneas verticales y se invita a la "elevación", si se adopta la perspectiva opuesta (de arriba hacia abajo), se "aplata" el objeto representado.

4.3.3. Influencia de los colores

- - El blanco y negro -en ausencia de color- representa tradicionalmente la lucha de la vida y de la muerte. (Una imagen oscura tenderá a proyectar una impresión pesimista, mientras una gran claridad tenderá a proyectar libertad u optimismo). El blanco sugiere inocencia y el negro maldad.
- - El amarillo intenso (oro), asociado a la luz, indica intuición o iniciación (fe); de color pálido sugiere traición o envidia.
- - El azul es el color de la sabiduría, profundidad, verdad; es tranquilizador.
- - El rojo se asocia a la sangre y al fuego, es el color de la vitalidad, la violencia y la pasión.
- - El morado sugiere lucidez, meditación, reflexión.
- - El verde se asocia a la vida vegetal y a la esperanza. (cfr. Prieur, "Les symboles universels").

Lea el Capítulo 5 en el siguiente número de Latina

Todos los derechos reservados.

© Raymond Colle, 1999.

FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS:

Colle, Raymond (1999): El contenido de los mensajes icónicos (4º). Revista Latina de Comunicación Social, 21.
Recuperado el x de xxxx de 200x de:
<http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999dse/39colle/anim4/aci4.htm>