

# La sociosemiótica: una perspectiva de análisis del mensaje televisivo como un elemento cultural

Laura Erandi Cázares Rosales<sup>1</sup>  
Juan Carlos González Vidal<sup>2</sup>

## Introducción

Partir de la sociosemiótica como modelo para analizar el mensaje televisivo, nos permite orientarnos hacia la reflexión sobre las formas en que opera e impacta socialmente su producción como elemento cultural y no quedarnos únicamente en la mera descripción de su composición y eficacia. Se trata de un análisis trascendentista, que examina la socialidad inscrita en el mensaje, que reproduce, bajo las normas de sus códigos de simbolización, las circunstancias sociohistóricas de emergencia.

---

1 Profesora Investigadora. Doctorado Interinstitucional en Arte y Cultura. Centro de las Artes y la Cultura. Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. Correo electrónico: erandicazares23@yahoo.com.mx

2 Profesor Investigador. Doctorado Interinstitucional en Arte y Cultura. Centro de las Artes y la Cultura. Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. Correo electrónico: juanvit@hotmail.com

De manera concreta, la sociosemiótica puede definirse como una postura interdisciplinar que tiene por objeto exponer y analizar la función política de cualquier objeto cultural dentro de una determinada sociedad (Cros, 1986 y 2002). Toda comunidad humana se rige por relaciones de poder que surgen, generalmente, de un grupo dominante; en consecuencia, los elementos culturales aparecerán modelados por ideologías concretas, comprendidas como formas de entender y posicionarse ante el mundo, que pueden estar orientadas a dominar a amplios sectores sociales. Esto implica, necesariamente, una función política.

Para una mejor concreción de los argumentos precedentes, se exponen a continuación algunas reflexiones en torno a los conceptos que enmarcan esta postura teórica, como son: el hombre como un animal simbólico, la concepción antropro-semiótica de cultura, los medios masivos de comunicación en el universo cultural y la mediación de significado.

## **El hombre, “un animal simbólico”**

Es sabido que fuera de la humanidad, ninguna otra especie posee formas de comunicación tan complejas, variadas y ricas. Debido a esta complejidad, es que el hombre ha sido designado como un animal simbólico (Cassirer, 1971), en lo que constituye una prolongación de la definición dada por algunos filósofos que concibieron a los seres humanos como animales lingüísticos. A partir de criterios semióticos, la comunicación humana está lejos de quedar limitada a lo lingüístico. Al respecto, citamos la afirmación de Eco:

Es difícil concebir un universo en que seres humanos comuniquen sin lenguaje verbal, limitándose a hacer gestos, mostrar objetos, emitir sonidos, bailar: pero igualmente difícil es concebir un universo en que los seres humanos sólo emitan palabras (1977, p. 263).

Así, la comunicación humana se muestra como un hecho pluricodicial, donde la mayor parte del tiempo interactúan códigos de naturaleza diferente en un mismo proceso. De este modo, todo acto de la vida social tiene la capacidad de entrañar procesos significativo-comunicativos. En la medida en que captamos la dimensión simbólica de los sucesos u objetos, su significado primario (en una primera instancia), es que podemos interactuar con ellos.

Ahora bien, una vez instaurado este contenido primario, el espectro simbólico del objeto sufrirá expansiones rápidamente. Así, la vestimenta, en relación con una marca, puede connotar posición social, adscripción a grupos y a posturas ideológicas, etc. Por otro lado, aparecen los signos naturales; por ejemplo: un relámpago, está también expuesto a asumir una dimensión simbólica desde el instante en que entra en contacto con una cultura: mediante la actividad de la percepción por parte del hombre (dotado de una competencia cultural), pierde ante éste su carácter natural para convertirse en un acontecimiento cultural, en un acontecimiento portador de un contenido semántico. Como muestra, baste el hecho de que en algunas culturas se le han atribuido valores mágico-religiosos a los fenómenos naturales. (Eco, 1977)

Es así que la humanidad se ha distanciado de la naturaleza y ha encontrado en lo simbólico su modo de existir. Éste es, precisamente, el factor que ha permitido al hombre separarse de la acción destinada estrictamente a la supervivencia y dedicarse a hacer arte, filosofía, química, medicina, leyes, albañilería, etc., y generar sociedades con la diversidad de las que actualmente conocemos.

## Concepción antrop-semiótica de cultura

Después de haber señalado la distinción del hombre como animal simbólico, hablemos ahora de la derivación de esta cualidad distintiva, el ser cultural. Desde una postura antropológica, Lotman (1996) concibe “cultura” como una propuesta de conocimientos convencionales del mundo, válidos en una circunstancia dada y en un lugar determinado y, en consecuencia, como una memoria.

Bhabha (2013) y Cassirer (2006) por su parte, la perciben como una estrategia de supervivencia, como un espacio en el que el ser humano se hace de instrumentos para sobrevivir. Estas concepciones parecen congruentes de inicio; sin embargo, el tema de supervivencia se ve rebasado por la actuación del hombre en sentido contrario, al crear y utilizar instrumentos para destruir. Al respecto, apunta Hawking:

En el pasado, ha sido cierto que lo que llamamos inteligencia y descubrimiento científico han puesto una ventaja en el aspecto de la super-

vivencia. No es totalmente evidente que esto tenga que seguir siendo así: nuestros descubrimientos científicos podrían destruirnos a todos perfectamente, e, incluso si no lo hacen, una teoría completa no tiene por qué suponer ningún cambio en lo concerniente a nuestras posibilidades de supervivencia. (1988: 32)

Ahora bien, desde la perspectiva semiótica, una cultura hace posible que el hombre se organice pero, para poder hacerlo, necesita semantizar el entorno material. La cultura es el primer sistema modelizante, dado que el hombre significa antes de acceder al lenguaje. Por tanto, el sujeto inmerso en la cultura inicia su experiencia semiótica: comunica y produce signos de distinta naturaleza.

En refuerzo de lo anterior, Barthes ha señalado que los objetos tienen una dimensión simbólica desde el instante en que tienen una función para el hombre, toda vez que dicha función se concreta como un significado primario (1985); tan es así, que en muchas ocasiones basta con hacer una ostensión con un objeto para transmitir un mensaje. Desde el enfoque adoptado puede decirse que el hombre es presa de la significación.

Eco insiste en el carácter semiótico de la cultura al concebir las circunstancias y los contextos como partes del significado, puesto que son elementos constitutivos de las codificaciones del universo semiótico y, en consecuencia, comprenden instrucciones de codificación y decodificación en los procesos de generación de sentido. (Eco, 1977, pp. 169-191)

La cultura se manifiesta, pues, como un todo plurisistémico que comprende una infinidad de sistemas semióticos determinados, inicialmente, por reglas de carácter primario. Así también, comprende zonas especializadas donde la producción de semiosis se halla regida por normas particulares, consecuentemente de carácter secundario, que de una u otra forma ejercen una acción coercionante sobre la materia significante que se enuncia en ellas.

A partir de los criterios peirceanos, los teóricos pragmáticos conciben las representaciones del mundo a través de los signos “como una forma de acción social. La representación no puede ser ni un privilegio ni un fracaso en su intento de contemplar la verdad, sino un acto para un propósito en su contexto”. (Jensen, citado por Brower, 2010, p.115)

De este modo, se pone en movimiento una semiótica en la que la significación es un proceso por medio del cual se interconectan los sistemas simbólicos con los sistemas sociales de los que surgen y en donde funcionan.

## Los medios masivos de comunicación (MMC) y la expansión del universo cultural

Resulta pertinente, entonces, abordar los medios de comunicación y su relación con la expansión del universo cultural, dado que han contribuido, en diferentes dimensiones, en el desarrollo de las formas de interacción simbólica del ser humano.

En las últimas décadas del siglo xx y en los primeros años del siglo xxi, el campo representacional se ha ampliado considerablemente, lo que ha repercutido en una mayor complejidad en las formas humanas de comunicación. Al acontecer esto, no solamente se ha multiplicado de manera por demás significativa el número de mensajes, sino también el número de medios de transmisión; Internet constituye el mejor ejemplo en este sentido. Así también, medios de comunicación como la televisión y el cine, han evolucionado de tal modo, que han incrementado sus potencialidades comunicativas y cognitivas.

Tenemos entonces que, con la proliferación de estos medios, el campo cultural ha estado sujeto a expansiones constantes, puesto que los mensajes transmitidos por ellos han puesto a disposición de un gran público una serie de nociones y de conocimientos a los cuales difícilmente se tendría acceso de otro modo. Lo anterior ha traído consecuencias inevitables en el marco de las interacciones sociales. Pensadores como Jameson sustentan firmemente esta postura:

Dado que la televisión, los periódicos, la radio, el cine, las historietas, la novela popular y el *Reader's Digest* ponen hoy día los bienes culturales a disposición de todos, haciendo amable y liviana la absorción de nociones y la recepción de información, estamos viviendo una época de ampliación del campo cultural, en que se realiza finalmente a un nivel extenso, con el concurso de los mejores, la circulación de un arte y una cultura "popular" (1985: 28).

Jameson enfatiza, la forma en que los conocimientos son asimilados a través de los MMC. De cualquier modo, el incremento de las competencias culturales de los individuos tiene que repercutir en sus patrones de convivencia.

Por su parte, Lyotard (1979) cree firmemente que el uso de la tecnología en el área de los medios de comunicación da lugar a un conjunto de criterios en donde se sustenta un proceso que separa los enunciados de "conocimiento"

de otra clase de enunciados, por lo que el medio se presenta como una base “legitimadora” del enunciado. En este proceso no se pone en primer término el conocimiento en sí mismo, sino su efectividad.

En gran parte, ésta ha sido la función de ciertos MMC. Tal vez el caso más representativo en este aspecto es la televisión, particularmente los noticieros, que en periodos de efervescencia política privilegian mensajes convenientes a intereses específicos. Un gran sector del público receptor da por sentada la veracidad de tales mensajes y tiende a deslegitimar cualquier otra propuesta. En este sentido exponemos la afirmación de González Vidal y Chávez Mendoza:

Es innegable que con el advenimiento de nuevas formas de comunicación se generan tipos de contacto social y de relación con el mundo no vistos anteriormente, y que la organización del saber tiende a reorganizarse, al menos parcialmente, a partir de las condiciones de producción comunicativa recientemente creadas. A través de estos medios, la relación del ser humano con sus semejantes y con el mundo, es prácticamente ilimitada (2004, pp. 88-89).

## El problema de la mediación de significado

La sociosemiótica postula que toda producción social tiene una dimensión simbólica y es precisamente a partir de ella que se puede conocer, experimentar y referir. Para Eliseo Verón (1993), de manera condicionante, el ser humano vive atrapado en una red de signos para vincularse con las cosas. Éste se apoya en Clifford Geertz para apreciar la cultura como texto y abordar lo ideológico en términos de lenguaje configurante. De este modo, lo simbólico, que por supuesto, excede lo lingüístico, se convierte en la vía de acceso para comprender los fenómenos sociales.

De lo anterior puede inferirse que el *continuum material* no se presenta de manera neutra ante el sujeto. El mundo requiere ser organizado para ser aprehendido, y esto se logra mediante funciones semióticas. Cada cultura establece categorías para llevar a cabo esa organización, de la que dependen las interrelaciones entre los individuos y entre éstos y eso que se designa como “realidad”. Un caso ilustrativo se encuentra en Eco (1999), cuando hace referencia a la primera vez que Marco Polo vio un rinoceronte; el navegante recurrió a su cultura y encontró un concepto, “unicornio”, que aplicó al animal

nuevo para él para poder asirlo nocionalmente. En síntesis, la cultura es el medio fundamental de que dispone el ser humano para acercarse al mundo.

Así pues, un elemento cultural, como lo es el mensaje televisivo, será apreciado como texto, considerándolo como una estructura orgánica (con un orden interno específico) cerrada en sí misma y por sí misma, compuesta por una red de signos íntimamente interrelacionados. Las llamadas circunstancias sociohistóricas permiten que ese megasigno cumpla con una o más funciones significativo-comunicativas. Esta vinculación indirecta entre las estructuras del texto y sus circunstancias nos permiten construir ciertos rastros discursivos, los cuales son parte de formaciones discursivas sociales hegemónicas y contrahegemónicas dentro del momento en que el texto emerge (Geertz, 1973).

Al llamar texto al mensaje televisivo, lo justificamos como un sistema significante que hace posible leer todos esos signos icónicos, lingüísticos, sonoros, gráficos, kinésicos, proxémicos, etc., para poder establecer un recorrido de lectura que nos permita llevar a cabo un proceso de abstracción de su significado.

De esta manera, el análisis pluricodicial de un texto de este tipo, desde la perspectiva sociosemiótica, nos permite acercarnos a ciertas estructuras sociales y a sus ideologías (sus prácticas discursivas y no-discursivas) dentro de los límites temporales marcados, para identificar la función política de dicho texto como elemento cultural.

Para Eliseo Verón (1993), la manifestación ideológica es una forma de articulación entre el discurso y la sociedad, que supone tanto significaciones lingüísticas o simbólicas como la acción. A partir de esto, para el análisis socio-semiótico, no sólo lo simbólico resulta relevante, sino también el vínculo entre sentido y acción, que es lo que permite comprender la producción de subjetividades y su relación con las prácticas sociales.

Verón considera que es en la enunciación donde se construye la relación de un discurso con sus condiciones sociales de producción. Conceptualiza la enunciación a partir de la noción de ideología, pues ésta designa una configuración de opiniones o de representaciones de la sociedad, es decir, una colección de enunciados que se manifiestan con un carácter absoluto.

En este sentido, el análisis de la dimensión ideológica cambia de nivel, pues no pasa esencialmente por los contenidos sino por las operaciones, de manera que cuando se estudia la especificidad de un fenómeno social, su co-

herencia no está dada por una serie de contenidos estables, sino por los modos de enunciación a partir de los cuales se articula con sus condiciones de producción (el campo político, las instituciones, el sistema de gobierno, etc.).

## Conclusión

La operatividad de la sociosemiótica proviene de adoptar una postura pragmática para analizar las funciones simbólicas del mensaje televisivo como un elemento cultural, en sus circunstancias de uso, de manera que no se queda en un nivel de abstracción. Nos permite desarticular las operaciones de construcción de sentido.

La sociosemiótica no propone un análisis para constatar objetivaciones o para reconstruir un todo a partir de vestigios, sino un circuito inverso que procura restituir el proceso de producción para hacer visibles los factores que lo hacen posible y que desmitifican la idea de que surge de manera “natural”.

## Referencias

- Barthes, R. (1985) “Sémantique de l’objet”, en *L’aventure sémiologique*, Paris, Editions du Seuil, pp. 249-260.
- Bhabha, H. (2013). *Nuevas minorías, nuevos derechos. Notas sobre cosmopolitismos vernáculos*. México, Siglo XXI.
- Brower, J. (2010) “El estatus semiótico-discursivo de la ideología: aportes para la re-lectura del discurso político” en *Boletín de Lingüística*, vol. XXII, núm. 33, enero-junio, 2010, pp. 114-130. Universidad Central de Venezuela Caracas, Venezuela.
- Cassirer, E. (1971). *Filosofía de las formas simbólicas I*, México D.F.: Fondo de Cultura Económica.
- Cassirer, E. (2006). *Antropología filosófica*. México, FCE.
- Cros, E. (1986). *Literatura, ideología y sociedad*. Madrid, Gredos.
- Cros, E. (2002). *El sujeto cultural: sociocrítica y psicoanálisis*. Montpellier, CERS.
- Eco, U. (1977). *Tratado de semiótica general*. Barcelona, Lumen.
- Eco, U. y Sebeok, T. (1989) *El signo de los tres*. Barcelona, Lumen.
- Eco, U. (1999) *Kant y el ornitorrinco*, Barcelona. Lumen.



- Geertz, C. (1973). “*Ideología como sistema cultural*” en Verón, comp., *El proceso ideológico*, Buenos Aires, Tiempo contemporáneo.
- González, J. y Chávez R. (2004) “Reflexiones en torno al sistema nocional de la postmodernidad”, en *Idosema. Revista de Literatura, Lingüística y Semiótica*, N° 3, Morelia, ELLH-UMSNH, pp. 83-100.
- Hawking, Stephen W. (1988). *Historia del tiempo. Del big bang a los agujeros negros*. México: Grijalbo.
- Jameson, F. (1985) “Posmodernismo y sociedad de consumo”, en Hal Foster (ed.), en *La postmodernidad*, Barcelona, Kairós.
- Lotman, Yuri (1996). “Acerca de la semiosfera”, en *La semiosfera. Semiótica de la cultura y del texto*, t.I. Madrid, ediciones Cátedra.
- Lytard, J. (1979) *La condition postmoderne. Rapport sur le savoir*, Paris, Minuit.
- Verón, E. 1993, *La semiosis social*, Barcelona, Gedisa.

