

Semiótica de bolsillo para estudiantes de las escuelas de comunicación social

Gustavo Hernández Díaz

Licenciado en Artes, mención Cine (UCV, 1988). Doctor en Ciencias Sociales, mención honorífica (UCV, 2005). Profesor Titular de la UCV (2010). Director del Instituto de Investigaciones de la Comunicación y de la Información (IDICI) de la UCAB (2018-). Director del Instituto de Investigaciones de la Comunicación, ININCO (2005-2012). Formuló el programa Doctorado en Comunicaciones en la Sociedad del Conocimiento de la UCAB (2023). Fundador y primer coordinador de la línea Educación, Comunicación y Medios (ININCO, 1990). Fundador y primer director de la Gerencia de Radiotelevisión y Multimedia (UCV, 2007). Fundador y primer director de la Coordinación de Extensión de la Facultad de Humanidades y Educación (UCV, 1997). Director de la Revista Extramuros (UCV, 1997-2005). Miembro del equipo editorial de la Revista Comunicación del Centro Gumilla (1987-). Socio de Honor del Grupo Comunicar, veterana asociación profesional de Educomunicación. Universidad de Huelva-España, 2014. Es autor de los libros La investigación en Comunicación Social (2016, 2da. edición); Hablemos de Pedagogías digitales, redes sociales y cibermedios en la escuela (2018, 2da edición). Es coordinador y coautor del libro + Comunicación, técnicas y soluciones (2022). Ha sido galardonado en cuatro ocasiones (2018-2023) con el Premio a los trabajos de investigación del personal académico de la UCAB.

guhernand@ucab.edu.ve<https://orcid.org/0000-0002-1355-5932>

Resumen

En este segundo artículo de la serie "Pensamiento divulgativo de la comunicación", dirigido a estudiantes de las escuelas de comunicación social, especialmente de las asignaturas de teoría y sociología de la comunicación, exploraremos la semiótica de la comunicación desde una perspectiva introductoria. Abordaremos aspectos generales de la semiología europea creada por Ferdinand de Saussure y Roland Barthes, así como de la semiótica anglosajona establecida por Charles S. Peirce y desarrollada por Charles Morris. Estos enfoques proporcionan herramientas para comprender la naturaleza de los signos y su papel en la comunicación interpersonal, masiva y digital.

Palabras clave: Semiótica, Comunicación, Información.

Pocket semiotics for students of social communication schools

Abstract

In this second article of the series "Disseminative thinking in communication", aimed at students of schools of social communication, especially in the subjects of theory and sociology of communication, we will explore the semiotics of communication from an introductory perspective. We will address general aspects of European semiology created by Ferdinand de Saussure and Roland Barthes, as well as Anglo-Saxon semiotics established by Charles S. Peirce and developed by Charles Morris. These approaches provide tools to understand the nature of signs and their role in interpersonal, mass and digital communication.

Keywords: Semiotics, Communication, Information.

Hacia dónde vamos

Al dominar los conceptos básicos de la semiótica, los futuros profesionales de la comunicación estarán mejor preparados para analizar críticamente los mensajes mediáticos, comprender las estrategias de comunicación y desarrollar sus propias habilidades para crear contenidos significativos y relevantes.

Joan Ferrés (2011, pp.79-80) señala que la semiótica nos ayuda a adquirir competencias para:

1. Interpretar y valorar diversos códigos de representación y su función en un mensaje;
2. Comprender el flujo de historias e información de múltiples medios, soportes, plataformas y modos de expresión;
3. Elegir entre sistemas de representación y estilos en función de la situación comunicativa, el tipo de contenido que se desea transmitir y el tipo de interlocutor;
4. Descubrir cómo las representaciones mediáticas estructuran nuestra percepción de la realidad, a menudo a través de comunicaciones inadvertidas;
5. Buscar, organizar, contrastar, priorizar y sintetizar información de diferentes sistemas y entornos;
6. Adoptar una actitud ética al descargar productos útiles para consulta, documentación o entretenimiento;
7. Gestionar las propias emociones en la interacción con las pantallas, en función de la ideología y valores transmitidos en ellas.

I. La semiótica audiovisual: ver más allá de la apariencia

La semiología europea fundada por Ferdinand De Saussure así como la semiótica anglosajona edificada por Charles S. Peirce, han generado, por lo menos, tres grandes tendencias teóricas que a saber son:

1. **La semiología es la ciencia de los signos.** Para Saussure (1995, pp. 42-43), subrayado nuestro) la semiología es una ciencia que estudia: “(...) *la vida de los signos en el seno de la vida social (...)* *Ella nos enseñaría en qué consisten los signos, qué leyes los rigen (...)* *la lingüística no es más que una parte de esa ciencia general (...)*”. En este sentido, esta ciencia estudia la estructura y el funcionamiento los sistemas de significación lingüísticos y audiovisuales.
2. **La semiótica es parte de la lingüística.** Al contrario de Saussure, para Roland Barthes, la semiología es parte de la lingüística (1974, p.12): “(...) *el sentido no puede ser más que nombrado, y el mundo de los significados no es más que el del lenguaje.*” También señala que: “(...) *somos más que antes y pese a la invasión de imágenes, una civilización de la escritura.*” Sin los códigos que nos proporciona el lenguaje natural, oral o escrito, es imposible descodificar, por ejemplo, las imágenes de un informativo televisivo.
3. **Estudio interdisciplinario del signo.** La *semiolingüística* se propone articular los aportes teóricos de la semiótica y de la lingüística con la finalidad de estudiar de manera interdisciplinaria los sistemas de sentido de la comunicación humana y colectiva. Este enfoque de carácter interdisciplinario analiza tanto los discursos lingüísticos que se manifiestan en la expresión oral y escrita como los sistemas de significación extralingüísticos de carácter audiovisual. Sobre este último aspecto, la semiolingüística se encarga de comprender la estructura temática-narrativa y los componentes estético-formales de los discursos cinematográficos y televisivos. Cuando estamos frente a una pantalla de cine o televisión podemos inferir los principales temas que se plantean en el relato gracias a la articulación coherente de un sinnúmero de

GUSTAVO HERNÁNDEZ DÍAZ

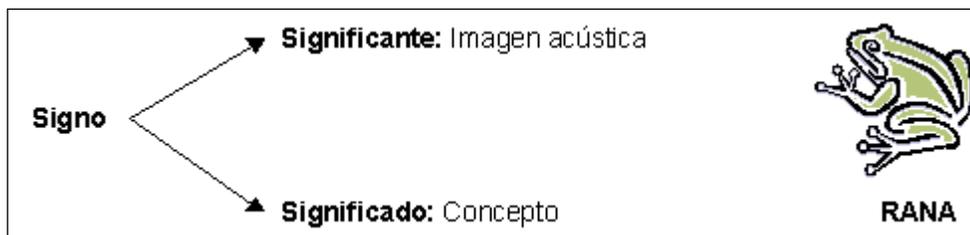
aspectos como, por ejemplo, la narración, la actuación de los personajes y los diálogos (lenguaje hablado y grabado), las imágenes móviles y múltiples, la música y el ruido grabado, los efectos audiovisuales, los encuadres, las escalas de plano, los movimientos de cámara y la iluminación. Todos estos elementos que apenas hemos mencionado forman parte de la materia prima lingüística y extralingüística de los relatos audiovisuales. De modo que toda forma de expresión y de contenido audiovisual es portadora de ideología, de intenciones, de puntos de vista culturales que se perfilan para fijar posición sobre la condición humana y la realidad que nos circunda. Por otra parte, una de las aspiraciones de la semiolingüística radica en otorgarle un status de autonomía a la semiótica, en donde la lingüística no tendría cabida para explicar algunos elementos de los discursos audiovisuales como, por ejemplo, la función de la música en los mensajes publicitarios, el significado de los planos y de los movimientos de cámara en los géneros de ficción (Niño Rojas, 2007). Sin embargo, la tendencia, que predomina, a nuestro modo de ver, es la de Roland Barthes, muy influida por la lingüística-estructural, la cual supone que las lenguas naturales (lenguaje verbal o escrito) operan como medio de expresión o punto de referencia medular al momento de explicar los sistemas semióticos de naturaleza audiovisual. O dicho de otra forma, si bien la autonomía de la semiótica radicaría en no depender de los aportes de lingüística para comprender todo lo referente a la teoría de la imagen, el problema sigue vigente en torno a este debate. De modo que hasta los momentos es muy difícil de concebir, por ejemplo, una semiología de la imagen que no sea traducible y comunicable a través del lenguaje verbal.

II. Modelos semióticos: Saussure y Pierce

Los modelos semióticos de Saussure y de Pierce representan dos visiones complementarias en torno a la ciencia de los signos y de los sistemas de sentido. Si para Saussure es primordial centrarse en la estructura y en el funcionamiento de los textos, para Pierce es relevante el testimonio que emerge de la interpretación de los discursos lingüísticos y audiovisuales. Veamos en lo que sigue, grosso modo, en qué consisten algunos de los rasgos esenciales de estos modelos.

La semiótica de Saussure define el *signo* como una unidad psíquica de dos caras (enfoque diádico del signo) que está conformado por un *significante* o imagen acústica de la palabra y un *significado* que viene dado por el concepto que tenemos de cualquier tipo de objeto.

LAS DOS CARAS DEL SIGNO: SIGNIFICANTE Y SIGNIFICADO



La estructura del signo de Saussure, que se presenta en este gráfico, amerita de algunas precisiones básicas de carácter teórico. En este sentido, tanto el significante como el significado no son entidades vacías y separadas del entorno social, sino que están determinada por la participación cognitiva y cultural de la persona. La realidad se significa a

través del lenguaje o de la capacidad que tenemos de expresar nuestros pensamientos ya sea mediante la denotación o la connotación.

Denotamos cuando se produce un signo que provoca un significado primario, inmediato, directo y objetivo en torno al objeto de referencia. Los diccionarios son un ejemplo típico de sentidos denotados de la realidad. El Diccionario de la Real Academia Española denota la palabra rana como un: “1. f. *Batrachio del orden de los Anuros, de unos ocho a quince centímetros de largo, con el dorso de color verdoso manchado de oscuro, verde, pardo, etc., y el abdomen blanco, boca con dientes y pupila redonda o en forma de rendija vertical (...)*”

Se **connota** cuando se infieren un elenco de apreciaciones o un conjunto de significados que trascienden el signo denotado o el significado original. En estas apreciaciones subyacen la cultura, la historia de vida de las personas, las ideologías, los mitos, los prejuicios, los razonamientos lógicos, las fantasías, las mediaciones familiares, cognitivas, escolares y académicas, religiosas, en fin, la connotación, tiene la cualidad de ser *polisémica* porque se codifican múltiples interpretaciones a partir del significado denotado o primario que se expresa mediante un signo o un texto escrito o audiovisual.

Retomando el gráfico, la rana podría connotar repulsión, buena suerte, un animalillo necesario dentro de la cadena ecológica, el inicio del período del invierno, sólo por mencionar algunos de los sentidos que se le atribuyen a este batracio.

Si el modelo de Saussure estudia la relación estructural entre el significante y el significado, la *semiótica pragmática* de Charles S. Peirce, trasciende esa relación signica-diádica, toda vez que incorpora un nuevo elemento que denomina *interpretante*, que es el sujeto que se ocupa de comprender los textos con los cuales interactúa. Es por eso que la semiótica peirciana se vincula con la comunicación porque el sujeto comparte con sus semejantes aquellos mensajes que ha procesado, interpretado o traducido, de acuerdo a sus mediaciones sociales y culturales.

La **pragmática**, según Niño Rojas (2007, p.299) se refiere al: “(...) estudio del lenguaje en relación con los usuarios. Estudio de la acción del discurso en su función comunicativa (como secuencia de actos de habla, en que se involucra el contexto total, lingüístico y extralingüístico.” Es pragmática aquella semiótica que no sólo se ocupa de definir las diferentes clases de signos, las reglas o códigos que orientan el proceso de generación, producción y distribución de contenidos, sino que también se propone reconocer tanto el rol que juega la audiencia-interpretante de la realidad como los intercambios comunicativos que se establecen luego de haber tenido la experiencia con el texto. En esta dirección, el modelo semiótico de Peirce señala que:

Un signo, es algo que de alguna manera o capacidad representa algo para alguien. Se dirige a alguien, es decir, crea en la mente de esa persona un signo equivalente, o tal vez un signo más desarrollado. Llamo interpretante del primer signo a este signo creado. El signo representa algo, su objeto. (Citado por Fiske, 1984, p.35)

O`Sullivan, Hartley, Saunders y colaboradores (1995, pp. 322-323), sintetizan el modelo de Saussure y de Peirce, cuando definen la semiótica como:

(...) (1) una disciplina centrada en el texto, pues se dedica a analizar cómo los sistemas de sentido producen sentidos a través de los textos. Pero a medida que se desarrollaba, (2) la semiótica comenzó a prestar cada vez más atención al rol del lector en la tarea de recibir o producir sentido partiendo de los recursos textuales, y de un modo interactivo (...)

Fiske, por su parte, (1984, p.34), considera que la semiótica estudia:

GUSTAVO HERNÁNDEZ DÍAZ

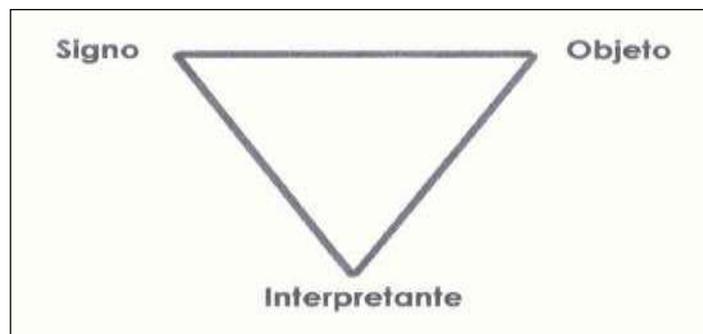
1. El signo mismo. Es el estudio de diferentes tipos de signos, de su manera de llevar significados y de relacionarse con quienes lo usan (...). 2. Los códigos o sistemas de organización de los signos. Aquí se estudia cómo se ha desarrollado una variedad de códigos para satisfacer las necesidades de una sociedad o una cultura, o para explotar los canales de comunicación disponibles para su transmisión. 3. La cultura dentro de la cual operan estos códigos y signos.”

III. Icono, índice y símbolo

Estos tres conceptos que hemos señalado, nos llevan a poner de relieve un conjunto de principios en torno a la semiótica pragmática *pierciana*:

Uno, el signo no es una relación diádica entre significante y significado, tal como propone el modelo de Saussure, sino que es una relación sgnica de carácter triádico que comporta los siguientes referentes: el signo en sí mismo, el objeto-significante y el sujeto interpretante, tal como se aprecia en el siguiente gráfico:

LAS TRES CARAS DEL SIGNO DE PIERCE



Dos, el signo, tal como se muestra en el gráfico, es una representación que se refiere a una realidad (cosa, objeto, personas) y que significa algo para el receptor-interpretante de acuerdo a su unidad cultural.

Tres, el signo, según Peirce, se clasifica en icono, índice y símbolo. El *icono* contempla un nivel de semejanza o de analogía física o perceptiva con la realidad. La Gioconda de Leonardo da Vinci, la foto de nuestra cédula de identidad, los medios audiovisuales como el cine y la televisión tienen la cualidad de iconos y de imágenes en movimiento que representan (o presentan de nuevo) un aspecto de la realidad. Por *índice* se entiende la relación causa y efecto que existe entre dos elementos como, por ejemplo, si olemos el humo de cigarrillo en una habitación es un indicio de que alguien ha fumado y si vemos el suelo de las avenidas mojadas es porque ha llovido. Un *símbolo* es un signo convencional y cultural que representa algún aspecto de la realidad. Las palabras que usamos para comunicarnos, los signos que se utilizan en Internet como WWW o el emblemático @ (arroba) que se emplea en las direcciones de correo electrónico son unidades simbólicas porque la sociedad se ha puesto de acuerdo para representarlos de esa forma y no de otra a los fines de poder garantizar la comunicación entre los seres humanos. En el siguiente cuadro se muestra la tipificación de los signos según Peirce.

LOS SIGNOS DE PIERCE



Cuatro, es importante estudiar tanto la comprensión interna o estructural del texto o del discurso (modelo de Saussure) como su interpretación cognitiva, cultural y videotecnológica.

Cinco, la *semiótica-estructural* se propone comprender el sentido inmanente del texto mientras que la *semiótica pragmática* se encarga de estudiar tanto la interacción como la producción de sentido del interpretante a partir del pacto comunicacional que ha establecido con el texto.

Seis, el modelo teórico de Saussure soslaya la explicación de que un significante pueda ser entendido de diferentes maneras o sentidos por quien lo interpreta, es decir, el intérprete y su cultura están ausentes en esta diáda signica: significante-significado.

Siete, este último aspecto nos lleva a inferir que la base de la teoría de las mediaciones sociales y cognitivas y de todas aquellas métodos y técnicas que se ocupan en la interpretación que hace la audiencia de los medios masivos, como los grupos focales, las historias de vida, las entrevistas profundas, por citar algunas, encuentran su asidero teórico en la *semiótica del interpretante* de Peirce.

Ocho, sintetizando los aportes teóricos tanto de Saussure como de Peirce, podemos convenir que el significado no solo remite al concepto denotativo o connotativo que deriva de la forma de expresión significante del objeto, sino que también refiere a un registro más amplio de significaciones que consideran el punto de vista cultural, cognitivo, estético de las personas que interpretan los mensajes y que, a su vez, se encargan de otorgarle sentido a la realidad.

IV. Pertinencia, inmanencia y temporalidad

El modelo teórico de Roland Barthes es de gran utilidad para la *investigación semiológica* en el campo de la comunicación de masas ya que suministra tres principios fundamentales que se deben considerar al momento de analizar los textos en términos estructurales. Estos son a saber: pertinencia, inmanencia y temporalidad.

El *principio de pertinencia* se refiere a la delimitación clara y precisa de los aspectos que nos proponemos analizar en el texto. Por ejemplo, se puede utilizar el modelo actancial de Julian Greimas con el fin de conocer el desarrollo argumental de una serie policial. En este sentido, hay que precisar cuáles son las funciones del Sujeto-héroe, del Oponente-villano, de los Ayudantes del héroe y del rol que juegan tanto el Destinador o el encargado de establecer la misión del héroe como de los Destinatarios o los sujetos que se beneficiarán de las acciones del protagonista. De modo que un modelo de análisis es pertinente en tanto explica la realidad que nos hemos planteado en el análisis.

El *principio de inmanencia* nos indica que debemos contemplar, en términos estrictos, el funcionamiento y las reglas de organización interna del corpus del texto. Sirva este ejemplo que nos proporciona Aguirre y Bisbal (1981:128) sobre el análisis cinematográfico: “(...) un análisis inmanente se ocuparía de las reglas de organización interior de las imágenes, de las palabras, de la sonorización, de la música, y de las leyes de construcción del relato.” Se excluye, por ejemplo, la intervención de la sociología o de la psicología con el propósito de construir otras inferencias que puedan complementar nuestro estudio.

Y finalmente, el *principio de la temporalidad sincrónica* indica que debemos atender, de manera exclusiva, a los hechos o circunstancias que se presentan en un momento dado en el texto sin vincularlos con su evolución histórica.

Para Barthes (1974:67, paréntesis nuestros) el análisis sincrónico de los medios impresos debe contemplar: “(...) un muestrario de los diarios aparecidos en el mismo momento (sincronía) a la colección de un mismo diario aparecidos durante varios años (diacronía). Este mismo principio, según este autor, se debería aplicar a todos los sistemas de comunicación. Hoy en día, la aplicabilidad de este principio es más flexible, en el entendido de que la semiótica además de respetar el tiempo sincrónico del texto, también se ocupa de la evolución histórica de los discursos institucionalizados de carácter lingüístico y audiovisual. En este sentido, se puede realizar un estudio sobre una película bélica de nuestra preferencia, pero ciñéndonos a la temporalidad de esa película o podemos emprender un estudio sobre la evolución histórica de los componentes estético-formales e ideológicos de cualquier género televisivo.

V. Semántica, sintáctica y pragmática

Siguiendo el legado de Saussure, Barthes y Saussure, Charles Morris (1963), nos ofrece una valiosa perspectiva sobre la semiótica, al proponer un análisis tridimensional de los signos: la dimensión semántica, sintáctica y pragmática. Veamos a continuación una breve definición de cada una:

La *semántica* concierne a los significados o los sistemas de sentido que emergen de un signo, de un símbolo o de un texto determinado, sin considerar el campo de experiencia del usuario o del analista.

La *sintáctica* determina las reglas o los códigos que hacen posible la comprensión y el funcionamiento de los textos naturaleza lingüística o audiovisual.

Y la **pragmática** se refiere a la relación que establece el usuario-interpretante con la estructura del texto. En este sentido, toda pragmática concede especial importancia a la función comunicativa del discurso que involucra tanto el contexto lingüístico y extralingüístico del mismo.

VI. Los rostros de la semiótica

Finalmente, existen, por lo menos, tres clases de semiótica: la teórica, la descriptiva y la aplicada.

La **semiótica teórica** se ocupa en analizar clarificar, organizar y sistematizar los conceptos básicos de dicha disciplina de acuerdo a la evolución de los sistemas de comunicación humana y colectiva. Toda teoría se basa en una serie de suposiciones o de supuestos hipotéticos que tiene como fin explicar la realidad. En la lógica conceptual de este tipo de semiótica nos podemos preguntar, por ejemplo, si es válido utilizar algunos códigos provenientes de la teoría de la narración para explicar la forma de expresión y de contenido de las redes sociales.

La **semiótica descriptiva** se propone clasificar y establecer un conjunto de códigos narrativos y expresivos que hacen posible la organización de los sistemas de comunicación. Este tipo de semiótica se aprecia en los modelos narrativos de las novelas y de los géneros televisivos.

Por ejemplo, Roland Barthes (1982) elabora una taxonomía para explicar los núcleos semánticos fundamentales que forman parte de cualquier tipo de relato. Estos núcleos son: cardinal, función, indicio y catálisis. En términos generales, pasamos a explicarlos a continuación. Se define por **cardinal** a todos aquellos acontecimientos principales que abren y cierran un momento narrativo y que configuran los núcleos o los nudos esenciales del relato. A su vez, estos acontecimientos se articulan de manera simultánea con las diferentes escenas o situaciones narrativas a los fines de hacer avanzar el relato hacia su final. Las **funciones narrativas** son todas aquellas escenas que enriquecen y le dan continuidad a la historia. Los **indicios** son unidades semánticas que atribuyen rasgos físicos, psicológicos, culturales a los personajes. Y la **catálisis** concierne a todas aquellas informaciones que reiteran tanto las situaciones dramáticas como las características de los personajes con el propósito de garantizar la comprensión del relato.

La **semiótica aplicada** es una disciplina que se encarga de operacionalizar los aportes de la semiótica teórica y descriptiva en los relatos. Por razones de espacio sería imposible dar cuenta de los innumerables modelos semióticos que se aplican para comprender la estructura y funcionamiento de los discursos provenientes de los medios impresos (literatura, prensa, revistas) como de los medios audiovisuales (radio, televisión, Internet) y de la cultura en general. En el siguiente cuadro presentamos, a título de ejemplo, un modelo de semiótica aplicada a los fines de identificar algunos aspectos elementales de la estructura narrativa de los noticieros que aplica tanto a los medios impresos como a los medios audiovisuales.

APRENDAMOS A VER LOS NOTICIEROS EN LA TV Y REDES SOCIALES

El acontecimiento	La noticia
¿Quién es el protagonista?	¿Quién informa?
¿Qué ocurre?	¿Qué hecho nos transmite?
¿Dónde sucede?	¿Desde dónde se nos narra?
¿Cuándo ocurre?	¿Cuándo se informa?
¿Por qué acontece?	¿Por qué se nos cuenta?
¿Cómo se desarrolla?	¿Cómo nos la presenta?

Fuente: José Ignacio Aguaded Gómez (1999), *Descubriendo la caja mágica: Aprendemos a ver la tele*, Grupo Comunicar, Universidad de Huelva, España, p.64.

VII. Las funciones del lenguaje de Jakobson

Las narraciones televisivas contienen una buena dosis de acción y de emoción con el claro propósito de activar las expectativas emocionales de los espectadores. Esto no lo decimos por simple capricho. Ya el lingüista y teórico de la literatura rusa, Roman Jakobson (1975), había señalado que el lenguaje aparte de definirse como la facultad que tiene el hombre para transmitir sus pensamientos también posee un conjunto de funciones que hacen posible la comunicación. Estas funciones son: emotiva, referencial, poética, conativa, fática y metalingüística.

Es **emotivo** aquel lenguaje donde la persona (emisor o destinador) expresa sus intuiciones e impresiones con respecto a una realidad determinada, de manera emocional y a veces muy apasionada, tratando con ello de convencer o persuadir a su interlocutor. Es **referencial** porque prima el contexto donde se desarrolla la comunicación, se toman en cuenta los referentes cognitivos y culturales de los hablantes. Es **poética** porque subraya la importancia del mensaje y sus recursos discursivos con miras que sean interesantes y atractivos. Es **conativa** porque supone interpelación, se basa siempre en una oración imperativa: tienes que hacer la tarea, atiéndeme cuando te hablo, etc. Es **fática** porque pretende asegurar el contacto en la comunicación y de esta manera mantener el hilo de la conversación, en este caso, recurrimos por lo general a oraciones interrogativas como, por ejemplo, ¿me entiendes?, ¿me explico? ¿si tienen alguna duda?, etc. Y es metalingüística porque consiste en corroborar los códigos que se utilizan en el diálogo, es decir, si estamos utilizando, por ejemplo, el mismo idioma para comunicarnos correctamente.

Siguiendo a Jakobson, la industria de la televisión (online y offline) y las redes sociales apelan más a la emoción que a la razón. Ella misma nos interpela a través de la publicidad y las propagandas. Por cierto, en una reciente publicidad de una reconocida marca de celulares, el mensaje audiovisual demanda la atención del televidente mediante expresiones imperativas tales como: ¡Mírame! ¡Visítame! ¡Disfrútame! Hay que hacer la salvedad de que las funciones del lenguaje no se dan en estado puro. En un diálogo cualquiera o en programa televisivo se combinan todas estas funciones. ¿Qué interés puede tener una información si no toma en cuenta los referentes psicológicos, culturales y morales de la audiencia? En fin, apagamos y prendemos este aparato, día tras día, a la misma hora y lugar, y en cierto sentido encarnamos el mito de Sísifo, quien es condenado por los dioses a subir una gran roca hasta la cumbre de la montaña para recomenzar su esfuerzo una vez que la roca se le escapa de la mano.

En síntesis, estudiar la semiótica de la comunicación nos permite:

1. Comprender el lenguaje de los medios, de los mensajes provenientes de las Industrias Culturales y de los prosumidores mediante la comunicación digital.
2. Analizar de manera crítica los contenidos generados por los medios.
3. Convertirse en un agente consciente del impacto de los medios e Internet en nuestra vida cotidiana.

Referencias bibliográficas

- AGUIRRE, J. y BISBAL, M. (1981). *La ideología como mensaje y masaje*. Caracas: Monte Ávila Editores.
- AUMONT, BERGALA, MARIE y VERNET, (1983). *Estética del Cine: espacio físico, montaje, narración, lenguaje*. Barcelona: Paidós.
- BARTHES, Roland
(1974). “Presentación”, en libro *La Semiología*, República de Argentina, Editorial Tiempo Contemporáneo.
(1982) “Introducción al análisis estructural de los relatos”, en Libro: *Análisis estructural del relato*, España, Serie comunicaciones.
- CASSETTI, F. y DI CHIO, F. (1991). *Cómo analizar un film*. España: Paidós.
- CEBRIÁN HERREROS, Mariano (1978). *Introducción al lenguaje de la televisión, una perspectiva semiótica*. Madrid: Pirámide.
- FISKE, John (1984). *Introducción al estudio de la comunicación*, Colombia, Editorial Norma.
- GREIMAS, J. (1971). *Semántica estructural*. Madrid: Gredos.
- JAKOBSON, Roman. (1975). *Ensayos de lingüística general*. Barcelona: Seix Barral.
- MORRIS, Charles (1962), *Signos, lenguaje y conducta*, Buenos Aires, Editorial Losada.
- NIÑO ROJAS, Víctor Miguel (2007). *Fundamentos de semiótica y lingüística*, Bogotá, Ecoe Ediciones.
- O`SUVILLAN, T.; HARTLEY, J. y SAUNDERS, D. (1995), *Conceptos clave en comunicación y estudios culturales*. Buenos Aires: Amorrortu.
- PISCITELLI, A, FERRÉS, Joan (2011). “La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores.” En: *Revista Comunicar* N-38, Huelva: España.
- SAUSSURE, Ferdinand de (1995). *Curso de lingüística general*, Madrid-España, Ediciones Akal.