

Reflexiones semióticas a partir de la comunicación en la ciudad

Semiotic Reflections Through Communication in the City

Dra. María Teresa Olalde Ramos

Universidad Autónoma Metropolitana, Azcapotzalco
mtor@azc.uam.mx
ORCID: 0000-0002-2853-6515

Recibido: 18/12/2022 **Aceptado:** 14/04/2023

* Como citar este artículo / *How to cite this article:*
Olalde Ramos, M. T., (2023). Reflexiones semióticas a partir de la comunicación en la ciudad. *un año de diseñarte, mm1*, (25), 48-57.

Resumen

En el texto se hacen algunas reflexiones semióticas a partir de los múltiples y diferentes procesos de comunicación que se desarrollan en el espacio público de la ciudad. Lo anterior, entendiendo al espacio urbano como un sitio de interacción social, en donde confluyen sujetos y elementos que dentro de una relación dialógica y desde sus propias interpretaciones llevan a cabo la construcción simbólica de la cultura de un sitio. A partir de lo cual, es necesario considerar a la ciudad como un fenómeno complejo que debe ser estudiado desde la transdisciplinariedad, por lo que desde la interpretación de los procesos de comunicación en este caso se refiere a un acercamiento

Palabras clave: semiótica, ciudad, comunicación visual, sentido-significado.

Introducción

La ciudad puede ser percibida como un espacio vivido, experimentado, representado, comunicado y habitado, en donde se desarrollan relaciones amplias y complejas, que bien pueden ser desde lo público o lo privado, desde lo individual o colectivo, así como desde lo propio o lo ajeno, y que en todas ellas se muestran distintos escenarios de interconexión, en donde se revelan diferentes “niveles de realidad”, a los que hace referencia Nicolescu (1996)¹, que de acuerdo con lo anterior se puede decir que el estudio de la ciudad es un fenómeno complejo, como tal, debe ser analizada a través de la transdisciplinariedad, motivo por el cual este texto se enfoca principalmente a la semiosis de la comunicación visual, como un aspecto importante para comprender mejor la comunicación social de una ciudad.

Cuando se habla de la semiótica de la ciudad, los espacios urbanos se consideran como sistemas complejos de signos, que a semejanza de un texto se pueden leer y analizar como tal; sin embargo, es importante señalar que, durante la semiosis del discurso, no se hace referencia únicamente al proceso signico de aquellas representaciones simbólicas de la realidad que se encuentran en el entorno físico, sino también a todas aquellas que surgen de la interacción humana con la realidad misma.

Abstract

In this text some semiotic reflections are made from the multiple and different communication processes that take place in the public space of the city. Understanding the urban space as a site of social interaction, where subjects and elements come together that within a dialogic relationship and from their own interpretations carry out the symbolic construction of the culture of a site. From which, it is necessary to consider the city as a complex phenomenon that must be studied from transdisciplinarity, so from the interpretation of communication processes in this case it refers to an approach to the discursive semiotic study of messages. present in the visual communication of a city.

Keywords: Semiotics, City, Visual Communication, Sense-meaning.

1. Nicolescu (1996): “La discontinuidad que se ha manifestado en el mundo cuántico se manifiesta en la estructura de niveles de Realidad, lo cual no impide que coexistan los dos mundos. [...] Los niveles de Realidad son radicalmente diferentes de los niveles de organización, tal como están definidos en los enfoques sistémicos. [...] Husserl y otros investigadores, en un esfuerzo por interrogarse sobre los fundamentos de la ciencia, descubrieron la existencia de los diferentes niveles de percepción de la Realidad por el sujeto-observador. [...] De hecho, ellos fueron los pioneros de la exploración de una realidad multidimensional y multireferencial donde el ser humano puede encontrar su lugar y su verticalidad” (p. 24).

La ciudad como espacio de significación

La ciudad como espacio físico alude a la zona geográfica que comprende las áreas urbanas, es decir aquellas en las cuales se concentra alta densidad de población y se desarrollan múltiples actividades. El espacio urbano está compuesto por múltiples y diversos elementos que interactúan entre sí para conformar la estructura y funcionalidad de la ciudad. Por ello, se caracteriza por la presencia de edificios, calles, plazas, parques, mobiliario urbano, señales viales y peatonales, anuncios publicitarios, vehículos, vegetación, animales y, lo principal, por sus habitantes y transeúntes, quienes al interpretar su entorno le dan sentido al sitio.

En la ciudad las personas interactúan en espacios públicos, pero también en espacios privados como hogares, oficinas y comercios, entre otros, y como se mencionado es un lugar complejo en donde ocurren gran cantidad de relaciones importantes entre los sujetos que la ocupan y los elementos estructurales que la conforman, esto hace posible el surgimiento del

sentido y la significación. Se puede considerar a las ciudades como escenarios de significación y significados tomando en cuenta que todos y cada uno de los elementos que las conforman comunican algo, ya que tienen un sentido para sus ocupantes.

Cuando la ciudad es vista como un espacio social se refiere al sitio en donde las personas viven y se relacionan entre sí en múltiples actividades sociales como el trabajo, la educación, la recreación, la cultura, la política y la religión, entre otras. A menudo se le concibe como un lugar de oportunidades y desafíos, de diversidad y conflictos, además, es vista como símbolo de modernidad y progreso, un espacio en donde se reúnen personas de diferentes orígenes culturales, étnicos y lingüísticos, lugar en donde se llevan a cabo múltiples interacciones y que todo lo que sucede en ella puede ser interpretado como reflejo de una sociedad. Asimismo, algunas veces son consideradas como lugares espectrales; si bien se encuentran conformadas estructuralmente con los edificios más altos, las



Figura 1. *La ciudad como espacio social*, centrourbano (2018), Fuente: <https://centrourbano.com/urbanismo/necesario-recuperar-espacios-publicos-y-privados-de-la-contaminacion-visual/amp/>

últimas tecnologías y los transportes más rápidos, pueden llegar a ser un lugar de alienación² y anonimato. De acuerdo con la propuesta de George Simmel³, son lugares en donde las personas por su relación con el espacio urbano pueden debilitar su arraigo afectivo y simbólico con éstos, debido a la alta densidad de población, la velocidad con que se desarrollan las actividades cotidianas y al poco tiempo libre para conectarse con otras personas y la naturaleza.

El tipo de individualidad propio de la metrópolis tiene bases sociológicas que se definen en torno de la intensificación del estímulo nervioso, que resulta del propio e ininterrumpido intercambio de impresiones externas e internas. [...] la aglomeración de imágenes cambiantes y la tajante discontinuidad de todo lo que se capta en una sola mirada; conforman este conjunto, precisamente, las situaciones psicológicas que se obtienen en las metrópolis. Con el cruce de cada calle, con el ritmo y diversidad de las esferas económica, ocupacional y social, la ciudad logra un profundo contraste con la vida aldeana y rural (Simmel 2005, p. 2).

Caminando por las calles de la ciudad

La comunicación visual de una ciudad remite a todo lo que se puede percibir en el espacio urbano y que intercatúa con sus habitantes y transeúntes a través de medios visuales, como carteles, señales, edificios, monumentos, representaciones artísticas, iluminación y diseño urbano en general, pero uno de los elementos fundamentales es la señalización vial que tiene como objetivo guiar a los conductores y peatones en su movilidad por el lugar. Este tipo de comunicación debe ser clara, fácil de entender y estar ubicada en lugares estratégicos para evitar confusiones y accidentes, porque una buena comunicación visual mejora la experiencia de vivir y disfrutar la ciudad, aumentando su

2. Desde el punto de vista social, el concepto de alienación alude al proceso mediante el cual un individuo se convierte en alguien ajeno a sí mismo.

3. Georg Simmel (1903), sociólogo alemán del siglo XIX, escribió sobre el efecto de la vida urbana en la psicología humana. En su ensayo *La metrópolis y la vida mental*, argumenta que la vida en la ciudad puede llevar a una sensación de alienación y aislamiento.

atractivo, mientras que una mala comunicación visual puede causar confusión, desorientación, provocando una sensación de desorden que impide se disfrute bien del lugar.

Al elaborar la comunicación visual de una ciudad, se deben considerar factores como la accesibilidad, la legibilidad, la coherencia y la estética. Todo tipo de mensajes visuales deben ser fácilmente legibles y accesibles para todas las personas, incluyendo aquellas con discapacidades visuales o de movilidad. Asimismo, como parte del entorno urbano de una ciudad, es importante considerar que los edificios y monumentos deben ser diseñados de manera coherente con la identidad visual de la misma y su entorno, para que puedan verse más atractivos y estéticamente agradables. También, el mobiliario urbano puede ser considerado como un elemento de comunicación en la ciudad, ya que cualquier elemento que conforme la estructura del espacio urbano, tiene un sentido, o sea un para qué, lo que lo convierte en una unidad de comunicación. No se puede dejar de mencionar la iluminación como otro elemento importante dentro del espacio urbano, ya que no sólo tiene una función estética, sino que también puede ser una herramienta importante para mejorar la comunicación visual de una ciudad, porque crea una atmósfera agradable y acogedora, ayuda a destacar las edificaciones y monumentos importantes y también contribuye a aumentar la seguridad de los habitantes.

Uno de los elementos más relevantes como parte de la comunicación visual de una ciudad son los anuncios publicitarios, los cuales generalmente son colocados de manera estratégica de acuerdo con el público al que se dirigen, tratando de evitar impactos negativos en el patrimonio urbano⁴. Debido a las grandes facilidades que hoy ofrecen las tecnologías para su fabricación en grandes formatos y diversidad de materiales, este tipo de anuncios han proliferado de manera des-

4. Existen manuales y reglamentos específicos sobre su colocación en el espacio urbano como Manual del Reglamento de la ley de publicidad exterior de la CDMX, publicado en 2016. <https://www.seduvi.cdmx.gob.mx/storage/app/uploads/public/59c/ab0/b2c/59cab0b2c71b0460007759.pdf>



Figura 2. *Vista de algunos edificios de la ciudad de México*, El Economista (2020), Fuente: <https://www.eleconomista.com.mx/estados/CDMX-es-una-de-las-88-ciudades-lideres-en-accion-ambiental-20201122-0029.html>



Figura 3. *Senderos seguros en la CDMX*, Reporte Indigo (2022), Fuente: <https://www.reporteindigo.com/reporte/senderos-seguros-de-la-cdmx-entre-claroscuros-por-implementation-desigual/>



Figura 4. *Anuncios publicitarios espectaculares en la Ciudad de México* Fotografía T. Olalde (2019).

medida, ocupando gran parte de la superficie visual del espacio urbano, de hecho, hoy se pueden encontrar encima y sobre los edificios, en todo tipo estructura o de mobiliario urbano, cubriendo los vehículos, en los puentes peatonales y hasta en las personas, generando un grave problema de contaminación visual, como se muestra en la Figura 5.

Como se ha mencionado, la estructura del espacio urbano está conformada por múltiples y diversos elementos como los edificios, el mobiliario urbano, la vegetación y las luminarias, así como todo tipo de artefactos que son parte de la urbanización del lugar que también es ocupado por animales y personas; todos y cada uno de ellos son parte de la comunicación del lu-

gar, pero quienes de verdad le dan sentido a todo, son las personas que interpretan y dan significado a cada uno de estos elementos y estímulos que perciben a su paso por las calles de la ciudad.

Interpretación y sentido

Los signos son unidades de comunicación que representan algo para alguien y que pueden tener diferentes niveles de significado, son utilizados en todas las formas de comunicación humana, sus interpretaciones son culturales, o sea, que su significado puede variar de acuerdo con el contexto cultural en el que se utilicen. Por ejemplo, un símbolo que tenga un significado positivo en una cultura puede tener un significado negativo en otra.

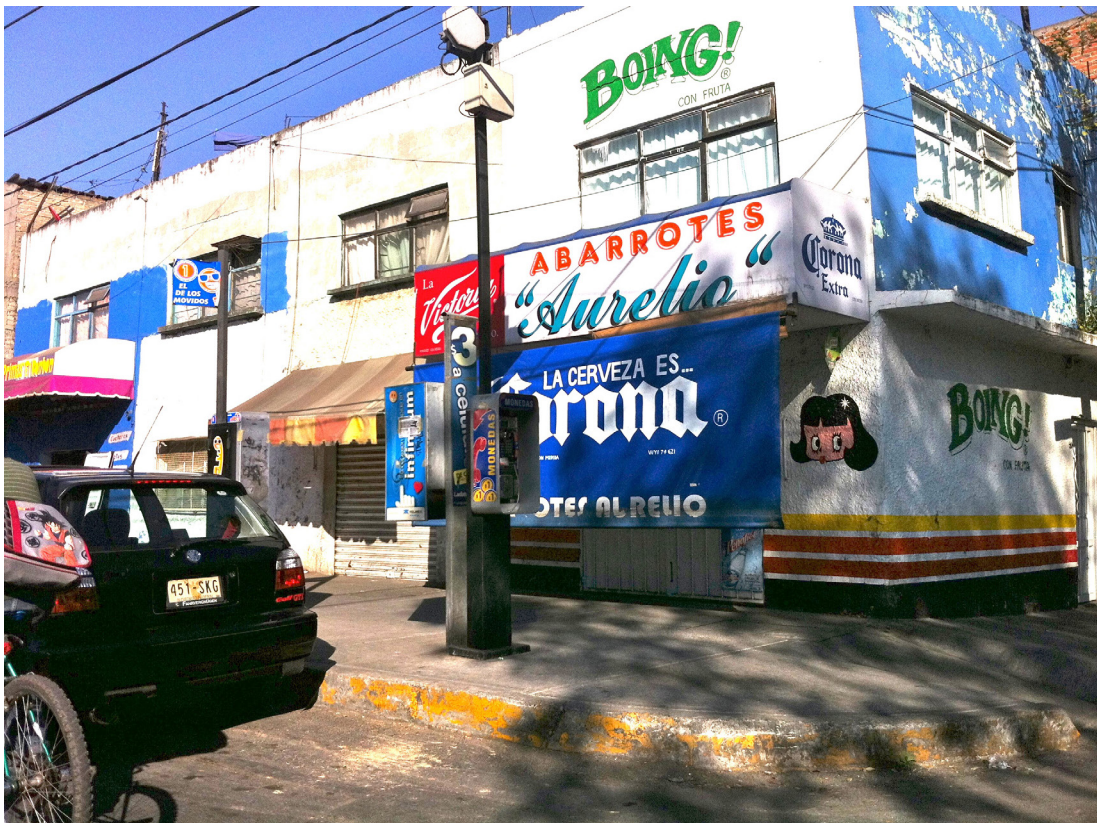


Figura 5. Contaminación visual en las calles de la ciudad. Fotografía T. Olalde (2017).

La significación de una cosa es lo que ésta representa para la práctica social; depende de las funciones que la cosa desempeñe en la actividad de las personas. Esta significación está determinada por la esencia objetiva real de la cosa, dado que ésta cumple sólo las funciones derivadas de su propia naturaleza (Rosental & Ludin, 1968, p. 421).

La semiótica es una disciplina que estudia los signos y símbolos y cómo se utilizan para comunicar significados. Cuando se aplica a la ciudad, se convierte en una herramienta muy útil para analizar la comunicación visual y simbólica de los elementos que la conforman como parte de la cultura del sitio.

El análisis semiótico puede ayudarnos a comprender cómo se construyen y transmiten los mensajes en la sociedad, también cómo se puede manipular el significado de los signos y símbolos con fines políticos, publicitarios o culturales. Este tipo de análisis semiótico igualmente puede ser útil para comprender la forma en cómo las personas interactúan con su entorno y se construyen las identidades y valores culturales en la ciudad.

Al respecto, Muntañola (2001), dice que:

[...]el desarrollo o crecimiento de la identidad de las personas se establece a partir del equilibrio entre dos clases de procesos de interacción del sujeto (cuerpo) con su medio ambiente: a) estructuras “asimilativas” en las cuales el medio interno o sujeto impone su propia estructura de acción en la interacción sujeto-medio externo. [...] b) La estructuras “acomodativas” en las cuales ciertos aspectos del medio externo son aceptados por el sujeto y dirigen la interacción (p. 67).

El análisis semiótico a menudo se usa para examinar artefactos culturales como anuncios, películas y literatura para comprender cómo crean significado y transmiten mensajes a sus audiencias. Desde un enfoque de la semiótica de la ciudad es un campo de estudio importante, en donde es fundamental analizar cómo se construyen los signos que comunican los significados como parte de la interacción social de sus habitantes con todo tipo de elementos que pueden percibir a su paso por los diversos sitios, calles y espacios urba-

nos. La ciudad debe ser estudiada como un fenómeno complejo, tomando en cuenta que en ella intervienen aspectos como la cultura, el espacio y la comunicación que deben ser analizados detenidamente como parte del colectivo social de la misma.

Desde el enfoque de la semiótica se puede considerar que los espacios urbanos son sistemas de signos complejos que se pueden leer y analizar de manera similar a como se hace con un texto, en donde todos sus componentes tienen un sentido. A partir de esta consideración, se puede afirmar que interpretamos la realidad de acuerdo con nuestra cultura; y esa interpretación está condicionada por un conjunto de prácticas sociales y culturales, propias del lenguaje social de la comunidad a la cual pertenecemos. La semiosis está relacionada con cualquier forma de actividad, de conducta o proceso que involucre a los signos, incluyéndose la producción de significados. Es así mismo, un proceso que se desarrolla con el razonamiento del intérprete al percibir un signo para finalizar con la existencia en su mente del objeto del mismo signo.

Haliday (1982) piensa que el lenguaje es una “semiótica social”, es decir, un sistema de opciones que responde a las necesidades de los hablantes, que producen e interpretan textos. Asimismo, dice que sólo a través del estudio del lenguaje en uso se logrará abarcar todas las utilidades (funciones) del lenguaje y los componentes del significado. Es una propuesta teórica⁵ con la que intenta explicar el lenguaje a partir de reglas vinculadas con el uso, es decir, reglas que forman parte del sistema, pero que además se relacionan con la puesta en uso de ese sistema. Al respecto, Verón (1993), dice que:

a) Toda producción de sentido es necesariamente social: no se puede describir ni explicar satisfactoriamente un proceso signifiante, sin explicar sus condiciones sociales productivas.

5. La teoría de Michael Halliday es un modelo que se denomina funcional, porque supone que la estructura del lenguaje está condicionada por las funciones que cumple el lenguaje, esto es, una teoría que plantea que el significado se realiza a través de las elecciones de los usuarios de una lengua, porque los hablantes recurren a un sistema de significados codificados formalmente, creando unidades de comunicación inscritas en un contexto.

b) Todo fenómeno social, es una de sus dimensiones constitutivas, un proceso de producción de sentido, cualquiera que fuere el nivel de análisis (más o menos micro o macrosociológico) [...] sólo en el nivel de la discursividad el sentido manifiesta sus determinaciones sociales y los fenómenos sociales develan su dimensión significativa. Es por ello que una socio semiótica sólo puede ser una teoría de la producción de los discursos sociales (pp.125 -126).

A partir del concepto de la construcción de una socio semiótica, se puede decir que cuando se reflexiona sobre la construcción de significación y sentido, dentro de la ciudad encontramos elementos representativos que sin tener una referencia al lenguaje textual, pueden ser identificados con el giro de negocio o servicio que se produce en ese lugar, como en el caso de ver una llanta que sirve para identificar el servicio de re-



Figura 6. Objeto identificador (signo) de servicio de reparación de llantas, Olalde (2017), Fuente: archivo propio.

paración de llantas o vulcanizadora, que comúnmente se le llama “talachas”, o cuando vemos una sombrilla a la orilla de una banqueta podemos identificar el servicio de “valet parking”; también sucede con las luces del semáforo y las rayas pintadas sobre la calle, que son fácilmente reconocidas como señales viales convencionales, lo cual es parte del proceso colectivo de comunicación, socialización e interpretación de un sitio (véanse Figura 6).

En el análisis semiótico de la comunicación visual de la ciudad, estamos hablando de un proceso que puede llevar el orden de significación, significado y sentido, que desde el enfoque de Pierce, la significación se refiere al proceso de percepción y reconocimiento del objeto, donde para apropiarse del mismo y poderlo transmitir es necesario considerarlo como signo y finalmente se construye el sentido de acuerdo con la relación signo-objeto, que a su vez está determinada por la relación sujeto-objeto. Al respecto, Carlos A. Rincón Castellanos (2001), citado en (Miranda, 2019, p. 22) dice que la función simbólica surge de una triple relación entre el sujeto, las cosas y los elementos. “Como es una construcción humana colectiva, llevada a cabo por seres que están organizados en comunidades, por consiguiente, se trata de un producto social”.

Por otro lado, (Verón, 1993) opina que:

Toda producción de sentido, en efecto, tiene una manifestación material. Esta materialidad del sentido define la condición esencial, el punto de partida para todo estudio empírico de la producción de sentido. Siempre partimos de “paquetes” de materias sensibles investidas de sentido que son productos; con otras palabras, partimos siempre de configuraciones de sentido identificadas sobre un soporte material (texto lingüístico, imagen, sistemas de acción cuyo soporte es el cuerpo, etcétera) que son fragmentos de la semiosis. Cualquiera que fuere el soporte material, lo que llamamos un discurso o un conjunto discursivo no es otra cosa que una configuración espacio-temporal de sentido (pp. 126 -127).

Uno de los pioneros en el análisis semiológico de lo urbano fue A. G. Greimas, quien en 1976 hizo la propuesta de un marco para un estudio sociológico-

semiótico de lo urbano. Esto al considerar un fenómeno social en la construcción simbólica de la cultura y haciendo referencia a la comunicación, en donde la imagen es un componente fundamental de la misma y que a la vez se utiliza como factor determinante para la comprensión de la realidad, a partir de lo cual se puede decir que el sentido de los elementos percibidos se construye socialmente como parte de la comunicación visual de un sitio.

Conclusiones

De acuerdo con lo que se considera comola semiótica de la comunicación en la ciudad, planteamos que los signos y símbolos presentes en la ciudad tienen un papel importante en la creación de significados y valores culturales e influyen en la forma en que se utiliza el espacio urbano y se construyen las identidades sociales y políticas. La comunicación de la ciudad es un fenómeno social en donde se puede decir que la imagen juega un papel muy importante en la generación de la cultura, porque a partir de la interacción social con el contexto, se descubren el sentido y significación del lugar.

Durante el recorrido por las calles de zonas o barrios de la ciudad, se llevó a cabo un proceso de interpretación de la información que se percibe, durante éste surgieron ciertos elementos significativos que se encuentran dentro de la ruta y que sirvieron como punto de referencia u orientación de algún lugar: estos elementos comúnmente son nombrados evocando la imagen de algo conocido en el colectivo social de esa comunidad, como es el caso del edificio del “Pantalón” en Santa Fé, el “Dorito” en Lomas de Chapultepec y la Estela de Luz conocida como la “Suavi Crema”, denominación que se hace con referencia al aspecto de su forma estructural. En la interacción del sujeto-objeto y con su entorno, se lleva a cabo el proceso de interpretación en el cual todo lo percibido toma un sentido, pero es importante considerar que interpretamos la realidad de acuerdo con nuestra cultura y esa interpretación está condicionada por un conjunto de prácticas sociales y culturales, propias de la comunidad a la cual pertenecemos.



Figura 7. *Estela de Luz*, Monumento conmemorativo del Bicentenario. Fuente: archivo BAQ Arquitectura Panamericana.com. <https://arquitecturapanamericana.com/estela-de-luz-monumento-del-bicentenario-de-la-independencia-de-mexico/>

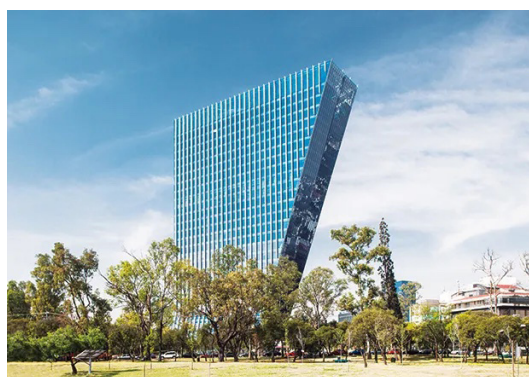


Figura 8. *Torre Virreyes* Fuente: Pedro Hiriart y Camila Cossio / Cortesía de Teodoro González Arquitectos, para Ad Magazine.com

Con respecto a la interpretación de los signos, la relación entre el significante y el significado no es fija, sino que está determinada por factores culturales y sociales; las diferentes culturas pueden interpretar el mismo significante de distintas maneras y el significado de un signo cambiar con el tiempo. Según Muntañola (2001) ,el lugar es tiempo depositado en el espacio que implica "lugaridad", utilizando el término que representa familiaridad y ensamble con el entorno, conexión que se logra a partir de la experiencia y la asignación de significado.

Seguimos dentro de un fenómeno complejo que se puede categorizar desde los signos que representan todos los elementos que la conforman, como cada uno significa, ya que tiene un significado interpretado desde los distintos niveles de realidad de los sujetos que la perciben; en éstos también desde la complejidad se encuentra presente el principio del tercer incluido propuesto por Nicolescu, (1996), cuando los significados de la ciudad son a menudo múltiples y contradictorios, en donde los signos comunican, pero también son ambiguos, porque se muestran y a la vez se esconden. Por lo anterior, al leer la ciudad se recomienda que al mismo tiempo se escuche su narrativa, ya que siempre hay que sospechar de la misma, porque seguramente esconde algo.

Las investigaciones en semiótica de la ciudad estudian cómo los signos urbanos cambian con el tiempo y cómo con los cambios en la ciudad surgen distintos signos y significados. Además, se interesan en cómo los diferentes grupos sociales interpretan y usan los signos urbanos de manera diferente; un aspecto más en que puede incidir en la investigación de la semiosis de la ciudad es percibir las desigualdades económicas y sociales que se manifiestan al analizar los distintos elementos visuales que conforman un sitio en los distintos barrios, cuestiones que deben ser estudiadas como parte del fenómeno complejo de la comunicación en la ciudad y podrán retomarse en otro momento.

Referencias

- Calvino, I. (1999). *Las ciudades invisibles*. Biblioteca El Mundo.
- Cassiere, E. (2016). *Filosofía de las formas simbólicas, I: El lenguaje*. Fondo de Cultura Económica.
- Lefebvre, H. (2013). *La producción del espacio*. Capitan Swing Libros.
- Lynch, K. (2015). *La imagen de la ciudad*. Gustavo Gili.
- Haliday, M. (1982). *El Lenguaje como semiótica social. La interpretación social del lenguaje y del significado*. Fondo de Cultura Económica.
- Miranda, M. G. (2019). Algunas reflexiones sobre significación, significado y sentido. *.925 Artes y Diseño*, 6(24), 22-25.
- Muntañola, J. (2001). *La arquitectura como lugar*. Ediciones UPC.
- Nicolescu, B. (1996). La Transdisciplinariedad-Manifiesto. *Multiversidad Mundo Real* Edgar Morin, A. C.
- Rosental, M., & Ludin, P. (1968). *Diccionario Filosófico*. Ediciones Universo.
- Simmel, G. (1986). *El individuo y la libertad*. Península.
- Simmel, G. (2005). La metrópolis y la vida mental. *Bifurcaciones* 4(2).
- Verón, E. (1993). *La semiosis social*. Gedisa.