

# Semiótica General

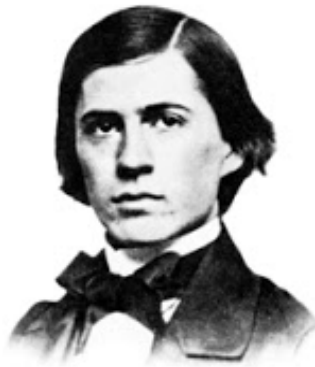
UNL

FHUC

Profesorado / Licenciatura en Letras  
Facultad de Humanidades y Ciencias  
Universidad Nacional del Litoral

## Charles Sanders Peirce

Charles Sanders Peirce (1839 - 1914) fue un filósofo y lógico estadounidense, profesor de la Universidad de Harvard. Su teoría se enmarca en el Pragmatismo, propuesta que operó como contexto intelectual de varias disciplinas a fines del siglo XIX y principios del siglo XX. Por motivos personales fue apartado de su cátedra en la Universidad, y durante los últimos 30 años de su vida permaneció recluso, escribiendo notas dispersas sobre su teoría semiótica. Luego de su muerte, su viuda delegó sus notas a la Universidad: 80.000 páginas donde Peirce había desarrollado su teoría del signo y de la semiosis. Alrededor de esas anotaciones se desarrollaron diversos proyectos editoriales, por los cuales conocemos su obra actualmente (Collected Papers, The Essential Peirce, Writings of Charles S. Peirce: A Chronological Edition...).



Ir a [Grupo de Estudios Peirceanos](#)

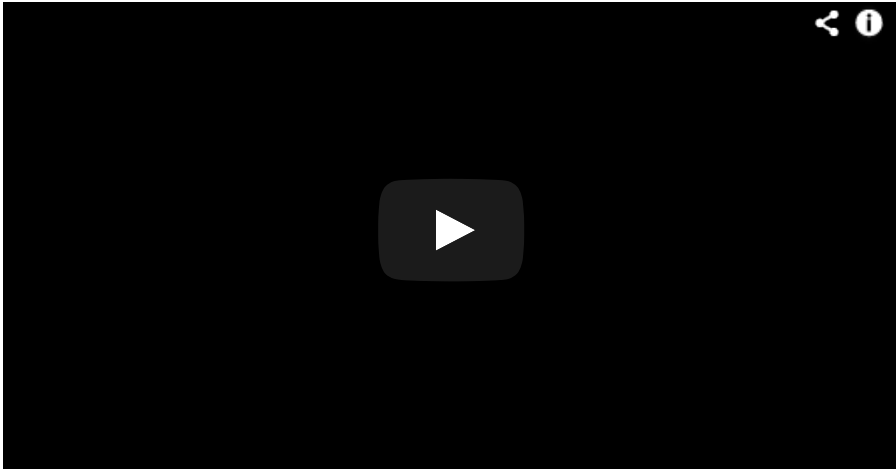
### Ejemplos trabajados en clases

#### 1. Spot publicitario

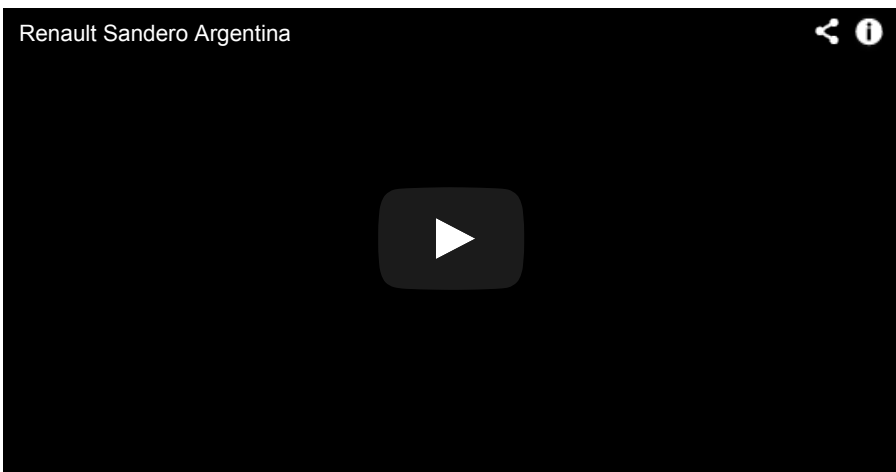
En la publicidad, ya sea gráfica o televisiva, se despliega un sistema de signos que intenta construir un objeto ante nuestra intelección, apelando a sus propiedades positivas (en el sentido de "propias" u "observables"). En el primer ejemplo que presentamos, un objeto hereda por transitividad las propiedades de otro: la propiedad de "lo leve" presente en la naturaleza (y reforzado en el texto audiovisual) se asigna a otro objeto, el cuerpo de un bailarín, y de éste a un producto alimenticio. De esta manera, este alimento se inscribe en una semiosis donde existe bajo ciertas condiciones.

### ÍNDICE

1. [Transversalidades](#)
2. [Ferdinand De Saussure](#)
3. [Charles S. Peirce](#)
4. [Roland Barthes](#)
5. [Julia Kristeva](#)
6. [Iuri Lotman](#)
7. [Algirdas Greimas](#)
8. [Eliseo Verón](#)
9. [Umberto Eco](#)



En el siguiente ejemplo se recurre a la capacidad del ícono para asemejarse al objeto que refiere por compartir propiedades formales (en este caso, las propiedades antropomórficas que comparten los conductores con el globo que está encima de sus coches). Luego advertimos que hay una vinculación física directa, por lo que podríamos pensar que se trata de un índice. Al avanzar el texto, notamos que se trata de un símbolo, dado que no podemos entender la vinculación entre el signo y el objeto sin la ayuda de un sistema de ideas (en este caso, el conjunto de aspiraciones o deseos de los conductores inmersos en una ciudad y con un auto del que no disfrutan).

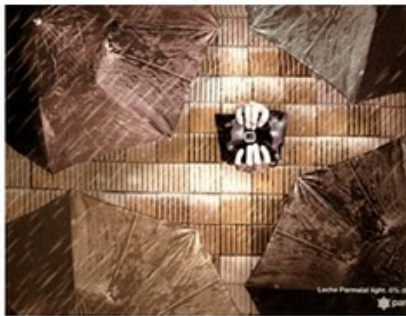


El último ejemplo instala un producto a partir de rhemas, esto es, propiedades que revisten la posibilidad de remitir a signos en función de un razonamiento. Los rhemas se transcurren de manera aislada tomando como eje las propiedades formales del producto y cargándole nuevos sentidos asociados a identidades. Progresivamente llegan al argumento: un signo presentado como una idea compleja, en este caso, un tamaño de un envase se asigna a la democratización de acceso de ese producto a todas las identidades descriptas.



## 2. Publicidad gráfica / campaña política

Todos sabemos que las campañas políticas retoman estrategias de la publicidad para instalar a un candidato en términos de producto. De lo que se desentiende esta estrategia es del proyecto político de fondo (el argumento) para centrar la atención en las propiedades que posiblemente pueden estar vinculadas a ideas (legisigno). Este pasaje no es sólo del campo de la campaña, sino que es legible a lo largo de la historia de la promoción de bienes y servicios diversos. Basta con ver publicidades y campañas de distintos recortes temporales a lo largo de la historia nacional. Observen la cantidad de signos lingüísticos que se articulan con imágenes para construir una idea, y cómo a medida que lo lingüístico se desplaza va instalando signos cuya remisión es cada vez más imprecisa o potencial. Citamos ejemplos de publicidades de alimentos, ropa, autos, cigarrillos, productos farmacológicos, imagen empresarial y dos ejemplos representativos de campañas políticas.





En 2008 se dio un caso curioso de intervención de la empresa privada en un spot

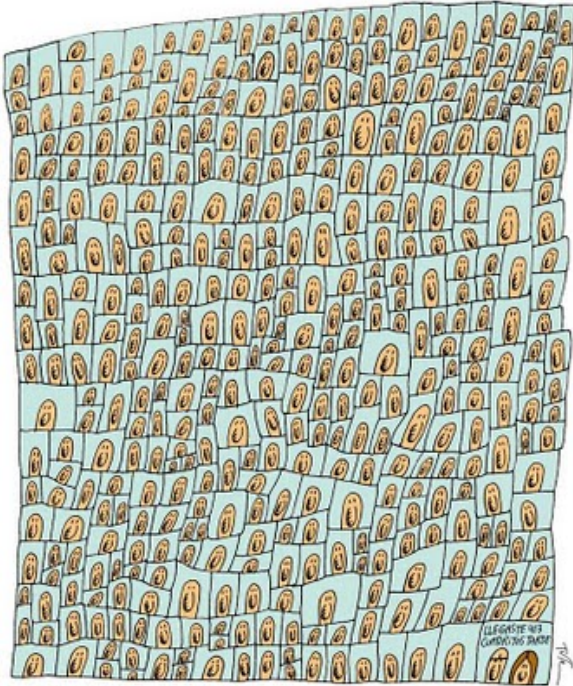
publicitario sobre una pedagogía del valor del voto. En este ejemplo, la empresa se asigna valores y funciones que corresponderían al Estado, a los fines de inscribirse en la semiosis de las voces legitimadas que se dirigen a una nueva población de votantes. Este texto supone que esta nueva población reconoce a la empresa (a sus propiedades e ideas) antes que a las instituciones (con sus argumentos e historia). En este spot, la empresa se distancia de su fin de lucro y se instala entre las instituciones democráticas, apelando a ciertos conceptos del error y a determinados estereotipos de la historia.



### 3. Humor gráfico

Desde el humor gráfico es posible pensar en procesos de semiosis en tanto las actualizaciones de las instancias de enunciación permiten generar unidades significativas: los íconos presentados en la superficie textual se tornan formas significantes en la medida en que adquieren la propiedad de ser índices de un proceso significativo previsto en y para el discurso.

Aquí la metatextualidad presente, la reflexión del y desde el propio discurso, permite observar la proporción que existe entre las potencialidades del discurso y las potencialidades de lectura. Vemos como, en un primer momento, la superficie es definida en términos visuales, todo allí es forma. En un segundo momento, la forma que se asocia a los caracteres lingüísticos posee una carga significativa que permite ordenar esas otras formas y pensarlas como objetos que representa y otorgarles una nueva significación: que los 413 cuadros eran espacio recorrido y tiempo transcurrido; que el aparente desorden de los cuadros responde a una linealidad que se justifica en la coherencia del sistema discursivo al que pertenece.



"Llegaste 413 cuadritos tarde" (TUTE)

## Bibliografía

- Marafioti, Roberto (2007): "Cap. 3: La Semiótica y la clasificación científica" y "Cap. 4: Gramática semiótica" en *Charles S. Peirce: el éxtasis de los signos*. Buenos Aires, Biblos.
- Peirce, Charles (1877): "La fijación de la creencia" en Charles S. Peirce. *El hombre, un signo (El pragmatismo de Peirce)*, J. Vericat (trad, intr. y notas). Barcelona, Crítica. Ed 1988, pp. 175-99.
- Peirce, Charles (c. 1897): "Fundamento, Objeto e Interpretante" en MS 798 [On Signs], CP 2.227- 229 y 2.444n1. Trad. Mariluz Restrepo, 2003.
- Peirce, Charles (c. 1893-1902): "El icono, el índice y el símbolo" en CP 2.274-308 Trad. Sara Barrena, 2005.
- Peirce, Charles (1903): "Mis procesos para formar opiniones filosóficas" en MS, 311. Trad. Sara Barrena, 2004.
- Peirce, Charles (1903): "Nomenclatura y divisiones de las relaciones triádicas, hasta donde están determinadas" en MS 540. Trad. María Fernanda Benitti, 2006.
- Peirce, Charles (1910): "Los signos y sus objetos" en CP 2. 230-232 (Tomado de "Meaning", 1910). Trad. Mariluz Restrepo, 2003.
- Peirce, Charles (1903): "Lección VI: Tres tipos de razonamiento" (1903) (Lecciones de Harvard sobre el pragmatismo.), en Charles S. Peirce. *El hombre, un signo (El pragmatismo de Peirce)*, J. Vericat (tr., intr. y notas). Barcelona, Crítica. Ed. 1988, pp. 123-141. "On Three Types of Reasoning": CP 5. 151-179.

### Codificación de la obra de Ch. S. Peirce

CDPT Commens Dictionary of Peirce's Terms  
 CP x.y Collected Papers [volumen].[parágrafo]  
 EP x:y The Essential Peirce [volumen]:[página]  
 NEM x:y The New Elements of Mathematics [volumen]:[página]  
 L x Letter to Lady Welby [n° carta]  
 W x:y Writings of Charles S. Peirce [volumen]:[página]

[Entrada más reciente](#)

[Página principal](#)

[Entrada antigua](#)

Los textos citados en este espacio responden a lo dispuesto por la Ley 11.723 de Propiedad Intelectual, indicando su fuente y siendo referidos en el marco de una propuesta de enseñanza.

Semiótica General | Facultad de Humanidades y Ciencias | Universidad Nacional del Litoral. Plantilla Picture Window.  
Imágenes de plantillas de Josh Peterson. Con la tecnología de [Blogger](#).