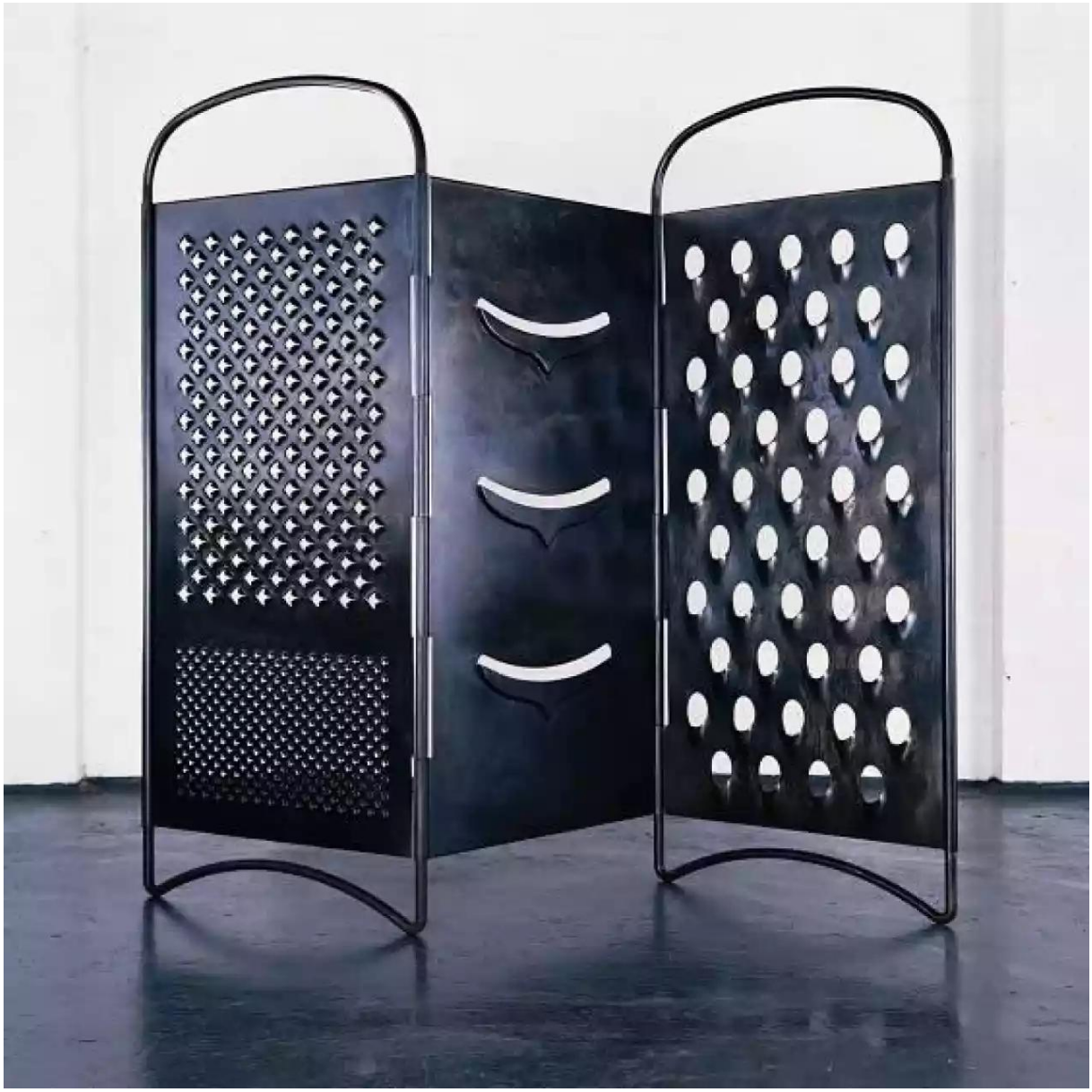
Semiótica del objeto: signos excitantes

Por Jesús Mª Pineda-Patrón

La semiótica busca, como ciencia social, construir a partir del comprender la significación de los objetos de la realidad, en especial los objetos que crea el diseñador industrial.



La semiótica busca como ciencia social, construir a partir de la comprensión el significado de los objetos, en especial aquellos que crea el diseñador industrial, por ello es posible apoyarse

en esta disciplina con seguridad, para generar innovación y creatividad, contribuyendo con ello al desarrollo cultural-industrial en la sociedad.

El hombre, en su andar histórico social participa del mundo que le rodea a través de propósitos y prácticas que re-interpreta y reactiva desde lo que ha sido su máxima construcción: la memoria colectiva cultural con la cual relaciona objetos, artefactos, costumbres, tradiciones y eventos con sus necesidades, y a partir de ello, transforma mundos, como si los sueños se aproximaran a la integración de logros y fracasos en un lenguaje que signifique y comunique algo, y actuando como impronta sígnica que plasma en el planeta.

¿Qué es el signo? Una entidad semántica y sintáctica, y con dimensión pragmática, con lo cual el ser humano juega un papel primordial: manifestar plenamente su acervo de signos lingüísticos y no verbales para interpretar y significar su paso por la vida social. Pero el signo es algo más, es una creación humana para sustituir, representar y comunicar con los objetos y de una manera indirecta —como ya lo señaló Ernst Cassirer en su obra Antropología filosófica—, otras cosas, otras ideas, otros pensamientos a través de los elementos creativos que concibe. El filósofo alemán dijo que el ser humano nunca se relaciona directamente con los objetos de su entorno, sino a través de su simbolización, es decir, a través de lo que el objeto significa para cada individuo; esta es una clave que abre el conocimiento paradigmático de la excelsa ciencia semiótica pues lleva criterios distintivos y discontinuos en la búsqueda de la transformación de lo que el sujeto considera significativo en su existencia, no sólo lo que los signos implican en el nivel epistemológico sino también en el cotidiano. La semiótica es una ciencia que estudia a partir de contenidos teóricos y metodológicos, la agrupación, relación y procesos que los signos imprimen en la vida práctica que los objetos juegan con el ser humano cuando los utiliza para satisfacer necesidades diversas.

La semiótica del objeto estudia la noción de signo volviendo su aprendizaje un acto sencillo: la relación de los signos y sus procesos; esta área de conocimiento indaga cualquier hecho material del objeto, inclusive su versión inmaterial o ideal. Puede investigarse con base en ella desde un mueble hasta un concepto, idea o sistema virtual e informático que afecte funcionalmente al sujeto cuando se relaciona con los objetos creados por el diseñador.

Lo que caracteriza un sistema semiótico, incluyendo el estudio del objeto industrial, es la apertura a la interpretación, según nos lo ha dicho Umberto Eco. Aprender de los objetos consiste en estudiarlos desde la perspectiva de la inferencia, la crítica, la argumentación y la intertextualidad, donde el sujeto que interpreta, lee símbolos en los objetos, es decir, descifra signos integrados en ellos como si se tratara de un espacio bi-tridimensional o de representación de ideas y conceptos; el lector fija esos signos en su mente con la intención de conocer los objetos y comunicarlo.

Los signos no están en el objeto, sino en la mente-ojo-tacto-olfato-gusto de quien los trata de comprender o los aplica para generar comunicaciones y significaciones... en los objetos, los signos son sustitutos de entidades o vehículos de saberes previos, enciclopédicos y hasta hipotéticos que, a la vez, permiten enjuiciar a colectivos, obligan a *targets* al consumo y permiten que el usuario razone y haga conexiones con textos, filmes, situaciones... cada lector y cada creador diseñador fundará esos signos desde su pensamiento y los posará de acuerdo a la intención social-ideal que entable con los objetos.

Abraham Moles dice que la piedra es una cosa, pero cuando el diseñador la hace funcionar como pisapapel, la convierte en objeto; esto significa que la mente humana es dominadora, autora y responsable de la construcción de la realidad. Cuando ocurre lo anterior, el lenguaje y sus signos se han tornado en facultad para sustituir la realidad a través de códigos específicos que el hombre discurre arbitrariamente para comunicarse, mentir, decir la verdad, manipular, y otros fines diversos. Existen reglas que debe conocer el semiótico del objeto para suscitar reacciones, retóricas, transformaciones, fealdades-hermosuras, actos generosos e inclusive, hacer el «mal» desde donde se mire este término, claro está.

Una semiótica del objeto mirará el proceso creativo como un acto que J. A. Greimas denomina estructura semántica, pues hace del objeto un cuadro semiótico constituido por ejes-signos contradictorios (A-D, B-C), complementarios (A-C, B-D) y contrarios (A-B, C-D). Estos ejes permiten emplear un recurso de comunicación de tipo retórico: metáfora o sinécdoque, entre otros, que está en la mente y al servicio del diseñador para que no sólo le apoye significando «algo» con conceptos y la materialización en objetos, sino que vaya más allá, es decir, que domine el mundo de mensajes ocultos donde considera que su secreto consiste en fundar en el receptor, intérprete o consumidor, un juego de prospección que canalice datos, fuerzas y dinámicas hasta lograr en el objeto un acto de innovación, efectuando lo que Alfredo Cid Jurado denomina un *re-styling* o evolución tecnológica.

Greimas considera que los objetos tienen un equilibrio endógeno el cual permite al diseñador construirlos desde una serie de relaciones de cohesión lógica y de sentido común que le admitan llevar al intérprete a leer «algo» en los elementos que estructura. Al inducir fuerzas dinámicas contradictorias, complementarias y contrarias, el diseñador funda en el objeto, visiones excitantes en el plano del significante (superficial) que sustenta en el ámbito del significado y por supuesto en el plano de la función pragmática o social del objeto.

Así, una semiótica del objeto podrá responder por una trama de configuración oculta en la intención comunicativa del diseñador, o manifestar un guión que ofrece un ímpetu dinámico en el objeto; corresponde con una fuerza que como poder categórico pone en juego la dolorosa pero deliciosa manipulación de los usuarios.

Publicado el 04/08/2013

---

1. Cid Jurado, Alfredo. (2002). *El estudio de los objetos y la semiótica* en Cuicuilco. Volumen 9, número 25, mayo-agosto. México, Escuela Nacional de Antropología e Historia (ENAH), pp. 1-19.
2. Eco, Umberto. (1976). *Signo*. Barcelona, Labor.
3. Cassirer, Ernst. (1969). *Antropología Filosófica*. México, Siglo XXI.
4. Moles, Abraham et al. (1971). *Los Objetos*. Buenos Aires, Tiempo Contemporáneo.
5. Greimas, J.A. (1982). *Semántica estructural*. Barcelona. Gredos.

FOROALFA
ISSN 1851-5606
https://foroalfa.org/articulos/semiotica-del-objeto-signos-excitantes